

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y CONTABLES
ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS

La eficiencia del sistema de control interno y su impacto en el fortalecimiento de las actividades de comercialización en las empresas distribuidores de productos farmacéuticos en la Provincia de Tarma, periodo 2019

**Para optar el título profesional de:
Contador Público**

Autores: Bach. Yomara Guillermina EUFRACIO MARTINEZ

Bach. Rita Jenny RAMOS AMARO

Asesor: Dr. Jesús Jhonny CANTA HILARIO

Cerro de Pasco – Perú – 2022

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y CONTABLES
ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS

La eficiencia del sistema de control interno y su impacto en el fortalecimiento de las actividades de comercialización en las empresas distribuidores de productos farmacéuticos en la Provincia de Tarma, periodo 2019

Sustentada y aprobada ante los miembros del jurado:

Dr. Nicéforo VENTURA GONZALES
PRESIDENTE

Mg. Inés VIZA PUCLLAS
MIEMBRO

Dr. Carlos David BERNALDO FAUSTINO
MIEMBRO

DEDICATORIA

A nuestros padres, hermanos y amigos
por su apoyo en todo el tiempo
de nuestra formación.

A todos los docentes de la E.F.P.
de Contabilidad por sus
sabias enseñanzas.

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser el creador del mundo, por bendecirnos con salud y darnos protección, fortaleza y protegernos en escenarios difíciles como estamos viviendo.

A nuestros padres por su amor incomparable hacia nosotros, ellos en todo momento han estado pendiente de nuestras necesidades apoyándonos a fin de culminar nuestra carrera profesional.

A los docentes de Contabilidad por sus sabias enseñanzas y su paciencia por compartir conocimiento, experiencias y la parte práctica en todas las asignaturas que llevamos a lo largo de estos cinco años.

RESUMEN

El estudio de investigación intitulada: **“La eficiencia del sistema de control interno y su impacto en el fortalecimiento de las actividades de comercialización en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019”**, se realizó con el objetivo de determinar de qué manera la eficiencia del sistema de control interno transparente, impacta en el fortalecimiento de las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma.

La investigación se trabajó con el diseño descriptivo correlacional de variables, la muestra fueron 40 trabajadores de las empresas comercializadoras y distribuidoras de productos farmacéuticos y el instrumento que se utilizó fue la escala de Likert y la prueba estadística inferencial fue el Rho de Spearman.

De acuerdo a los resultados se ha llegado a las siguientes conclusiones: De acuerdo al objetivo general y la prueba de hipótesis general se determinó que: La eficiencia del sistema de control interno transparente en las empresas, impacta de manera favorable en el fortalecimiento de las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019.

De acuerdo al objetivo específico 1 y la prueba de hipótesis específico 1 se determinó que: La aplicación de la eficiencia del sistema de control interno, fortalece las actividades de comercialización, para las compras de mercaderías a los proveedores que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019.

De acuerdo al objetivo específico 2 y la prueba de hipótesis específico 2 se determinó que: El funcionamiento del sistema de control interno transparente, fortalece las actividades de comercialización, para las ventas de mercaderías a los clientes que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019.

De acuerdo al objetivo específico 3 y la prueba de hipótesis específico 3 se determinó que: El adecuado manejo del sistema de control interno, impactará favorablemente en el almacenaje correcto de mercaderías que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019.

Las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, han logrado a través de las buenas prácticas una eficiente y efectiva gestión empresarial, con el apoyo de una eficiencia en el sistema de control interno, las actividades de almacenar, controlar, ordenar adecuadamente las mercaderías, de forma transparente, visible, con la información y comunicación interna y pública, las líneas de ventas, los medios de ventas y tiempo dedicado a las ventas y todos los procedimientos y resultados en estas organizaciones han sido gracias al control interno.

El fortalecimiento en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, ha sido gracias a las actividades de comprobación de precios de compras, cambios en los inventarios, la verificación de los procedimientos de compra, el potencial de los clientes, la presentación de ofertas, los bajos precios de las mercaderías, la clasificación e identificación rápida de los tipos de mercadería.

Palabras claves: Sistema de control interno y Fortalecimiento de actividades de comercialización,

ABSTRAC

The research study entitled: "The efficiency of the internal control system and its impact on the strengthening of marketing activities in pharmaceutical product distribution companies in the province of Tarma, period 2019", was carried out with the objective of determining the How the efficiency of the transparent internal control system impacts on the strengthening of the marketing activities of the pharmaceutical product distribution companies in the province of Tarma.

The research was carried out with the descriptive correlational design of variables, the sample was 40 workers from the pharmaceutical marketing and distribution companies and the instrument used was the Likert scale and the inferential statistical test was the Spearman's Rho.

According to the results, the following conclusions have been reached: According to the general objective and the general hypothesis test, it was determined that: The efficiency of the transparent internal control system in companies has a favorable impact on the strengthening of activities marketing of pharmaceutical product distribution companies in the province of Tarma, period 2019.

According to the specific objective 1 and the specific hypothesis test 1, it was determined that: The application of the efficiency of the internal control system strengthens the commercialization activities for the purchases of merchandise from the suppliers carried out by the pharmaceutical product distribution companies. in the province of Tarma, period 2019.

According to the specific objective 1 and the specific hypothesis test 1, it was determined that: The operation of the transparent internal control system strengthens the commercialization activities for the sales of merchandise to customers carried out by the distribution companies of pharmaceutical products in the Tarma province, period 2019.

According to the specific objective 3 and the specific hypothesis test 3, it was determined that: The adequate management of the internal control system will have a

favorable impact on the correct storage of merchandise carried out by the pharmaceutical product distribution companies in the province of Tarma, period 2019.

The distribution companies of pharmaceutical products in the province of Tarma, have achieved through good practices an efficient and effective business management, with the support of an efficiency in the internal control system, the activities of storing, controlling, and properly ordering the merchandise, in a transparent and visible way, with internal and public information and communication, sales lines, sales means and time dedicated to sales and all the procedures and results in these organizations have been thanks to internal control.

The strengthening of pharmaceutical product distribution companies in the province of Tarma has been thanks to the activities of verification of purchase prices, changes in inventories, verification of purchase procedures, potential customers, the presentation of offers, the low prices of the merchandise, the classification and rapid identification of the types of merchandise.

Keywords: Internal control system y strengthening of marketing activities

INTRODUCCIÓN

Tenemos el honor de poner a vuestra consideración la tesis intitolado: **“La eficiencia del sistema de control interno y su impacto en el fortalecimiento de las actividades de comercialización en las empresas distribuidores de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019”**, estudio que se desarrolló según la metodología de la investigación científica, el mismo que se inició con la identificación del problema y planteamiento del problema de investigación, la justificación y limitaciones, el marco teórico, la metodología y técnicas de recolección de datos primarios, para después obtener los resultados y discusión, terminando con las conclusiones y recomendaciones, teniendo por referencia las fuentes bibliográficas en la investigación.

En el Capítulo I: Se consideró el Problema de investigación, el mismo que comprende la identificación, delimitación, formulación del problema, objetivos, justificación y limitaciones de la investigación donde se hace un análisis de la comercialización de los productos farmacéuticos tanto nacional como internacional, la demanda, las compras y ventas, las empresas comercializadoras y el sistema de control interno.

En el Capítulo II, consideramos el Marco Teórico, donde se desarrolla los antecedentes del estudio, las bases teóricas científicas, la definición de términos, formulación de hipótesis, identificación de variables y operacionalización de variables, donde hacemos énfasis al sistema de control interno su importancia en la empresa, el impacto en el logro de sus objetivos y metas y más que nada el fortalecimiento de las organizaciones.

En el Capítulo III, consideramos la Metodología y Técnicas de Investigación, el tipo, nivel, método, diseño de investigación, población y muestra, técnicas de recolección, procesamiento, tratamiento estadístico, selección y validación de instrumentos y la orientación ética.

En el Capítulo IV, consideramos los resultados y discusión, análisis e interpretación de resultados obtenidos, descripción del trabajo de campo, presentación de resultados obtenidos y contraste de hipótesis para el cual se aplicó la estadística descriptiva e inferencial para la prueba de hipótesis de las variables de estudio.

Finalmente, la investigación culminó en las conclusiones y recomendaciones, las mismas que fueron obtenidas los resultados de la contrastación de hipótesis y una de las conclusiones podemos resaltar, que: El sistema de control interno transparente en una empresa es muy importante, por ello sugerimos que cada micro, pequeña, mediana y gran empresa implemente de manera formal esta área y trabaje con auditorías administrativas internas para ser más eficiente logrando sus objetivos y metas en sus organizaciones.

Los autores

INDICE

DEDICATORIA	
RECONOCIMIENTO	
RESUMEN	
ABSTRAC	
INTRODUCCIÓN	
INDICE	

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Identificación y determinación del Problema	1
1.2 Delimitación de la investigación	5
1.3 Formulación del problema.....	6
1.3.1 Problema general.....	6
1.3.2 Problemas específicos.....	6
1.4 Formulación de objetivos	7
1.4.1 Objetivo general.....	7
1.4.2 Objetivos específicos.....	7
1.5 Justificación de la investigación	7
1.6 Limitaciones de la investigación.....	8

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del estudio.....	9
2.2. Bases teóricas – científicas.....	12
2.3 Definición de términos básicos	20
2.4 Formulación de hipótesis	22
2.4.1 Hipótesis general.....	22
2.4.2 Hipótesis específicas.....	22
2.5 Identificación de variables.....	23
2.6. Definición operacional de variables e indicadores.....	23

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de investigación	25
3.2. Nivel de investigación	25
3.3. Métodos de la investigación.....	26
3.4. Diseño de Investigación.....	26
3.5. Población y muestra	27
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	28

3.7. Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación	29
3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	30
3.9. Tratamiento estadístico.....	30
3.10. Orientación ética.....	30

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción del trabajo de campo	32
4.2. Presentación, Análisis e Interpretación de Resultados.....	32
4.3. Prueba de Hipótesis.....	55
4.4. Discusión de resultados.....	61

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Identificación y determinación del Problema

Las industrias farmacéuticas a nivel global están influenciadas por la economía global y por las políticas internacionales; están orientadas por factores tecnológicos, también de innovación y el desarrollo, ante este escenario se convierte este sector en áreas de gran riesgo. En lo que se refiere a nivel mundial, estas industrias generaron actividades de ventas de USD 1,103bn en el 2019 (BMI Research Global, 2019). Gracias al aumento poblacional de las áreas urbanas, se ha dado un incremento de la industria farmacéutica, con más frecuencia en los países emergentes. En Europa y Estados Unidos se encuentran las industrias farmacéuticas más importantes del mundo.

Por su parte, en América Latina debido a condiciones políticas y económicas se considera como una industria en riesgo sobre todo en países como Venezuela y Brasil, debido a las pocas políticas claras y seguras referente a estas empresas. Sin embargo, existen gran número de países que están comprometidos en mantener una asistencia sanitaria a su población y que, por medio de acciones fiscales, les permia desarrollar medicamentos a bajo costo de operación.

Esto quiere decir, que producir medicamentos a bajo costo representa una debilidad fuerte para la industria farmacéutica, considerando que este escenario e de en países que donde le poder adquisitivo es bajo. Por lo que estas empresas tienen como políticas principales la calidad de sus productos y calidad también representa un mayor costo de venta (BMI Research Latin America, 2019). En América Latina la Asociación Latinoamericana de Industrias Farmacéuticas (ALIFAR), es la que agrupa a las empresas que tienen capital nacional sobre la industria farmacéutica. La ALIFAR su principal finalidad

En cuanto a las ventas en el mercado de productos farmacéuticos a nivel global, en el año 2019 se incrementaron sobre los 400 mil millones de dólares, de estos la mayor parte se concentran en América del Norte con el 51% para la Unión Europea el 22% y América Latina representa apenas el 4% del mercado mundial y más aún que para el año 2019 representó una caída sobre 10% en comparación al año anterior.

Tabla 1.
Ventas totales de Medicamentos a Nivel Mundial según Región Año 2019 (en miles de millones de dólares)

Región	Ventas	Participación	Variación*
América del Norte	203.6	51%	12%
Unión Europea	90.6	22%	8%
Resto de Europa	11.3	3%	9%
Japón	46.9	12%	1%
Asia, África y Australia	31.6	8%	11%
América Latina	16.5	4%	-10%
Total	400.6	100%	8%

Fuente: IMS Health. IMS World Review 2020

En el caso del Perú, se han reformulado compromisos importantes con la finalidad de lograr mejorar e incentivar a la población al consumo farmacéutico de calidad, lo que esto representa un importante gasto presupuestal anual del gobierno y se ha incrementado en el sector de la salud. Esto representa una oportunidad para el Perú, así como los acuerdos comerciales existentes a nivel

regional y entre los países. Esto le da mayor acceso por tema geográfico y con mayor oportunidad para formar parte del comercio exterior. (BMI Research Perú, 2017)

En lo que respecta a la industria farmacéutica peruana, la conforman principalmente laboratorios farmacéuticos nacionales, los cuales tiene la función de producir medicamentos para entregarlos a los usuarios finales por medio de variados canales de distribución nacionales. Para la BMI Research Perú (2017) en el país hay 350 empresas que han sido registradas con el objeto farmacéutico y estas tienen instalaciones equipadas con maquinarias para producir medicamentos, de estas empresas 42 son las de mayor importancia y más peso por el volumen de producción en el país. Entre estas se pueden mencionar Farminustria, Hersil, Ilender Perú, IQFarma, Laboratorios ACFarma, Laboratorios Americanos, Laboratorios Portugal, Medifarma y Teva Perú.

En lo que concierne a la demanda de productos farmacéuticos en el país, hay dos fuentes principales que son el sector público y privado. Para el año 2019 se mostró una gran participación del sector privado con un 79% y del público 21% (Leyenda, 2019), lo que representó unos 528 millones de dólares de gasto. Esto fue de acuerdo al SIN, (2019) los productos farmacéuticos son de lata demanda en los hogares 62%, en lo que respecta a la salud pública 13%, por su parte la salud privada 7%, fabricación de productos farmacéuticos 4%, cría de animales 4%, administración pública y defensa 4%, exportaciones 1% y elaboración de bebidas alcohólicas 1%.

También en el Perú se comercializan más categorías de medicamentos: los genéricos, los similares y los de marca. Los genéricos, son aquellos medicamentos que se crean o se producen una vez que la patente del medicamento de marca ha vencido. En lo que respecta a los precios la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (DIGEMID), en el 2019 estos

medicamentos genéricos se ubican 4 veces menos que los de marca (Crisante, 2019).

Por su parte, las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos ubicadas en la provincia de Tarma, se diagnosticó que no poseen un eficiente control interno de sus operaciones que les permitan generar un impacto positivo en el proceso de comercialización de sus productos. Las deficiencias del control interno de las operaciones se identifican cuando los trabajadores no están alineados en sus funciones con los objetivos y metas organizacionales, afectando negativamente el ciclo de la productividad, también la falta de estrategias de marketing para aumentar la cartera de clientes hace que la comercialización y distribución de productos tenga un impacto negativo y sea de cierto alcance. De igual forma, las deficiencias del control interno frenan la toma de decisiones por parte de los directores y gerentes de las empresas, al no tener claro y actualizados sistemas de cobranzas, pagos, logísticas; así como también la importante gestión del talento humano, del cual dependen las operaciones de estas empresas.

Las deficiencias de estas empresas en el control interno, hacen que las oportunidades de éxito y el posicionamiento en el mercado se reduzcan o disminuya a corto y largo plazo, por lo cual se hace necesario formular, diseñar e implementar estrategias que mejoren la eficiencia y eficacia de los sistemas internos de estas empresas, capacitando mejor al personal para realizar el control y seguimiento de las actividades, garantizando una mejor toma de decisiones, más asertiva y oportuna. De igual forma las mejoras de sistema de control interno van a generar efectividad en el cumplimiento de las políticas y objetivos en materia de comercialización.

Es importante enfatizar que una empresa que aplica controles internos en sus operaciones conducirá a entender mejor su propia situación, por eso es importante desarrollar un plan que pueda verificar que se cumplen los controles para darle un mejor entendimiento de su gestión.

En tal sentido, en el presente trabajo de investigación se estudiará la eficiencia del sistema de control interno y su impacto en el fortalecimiento de las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019.

1.2 Delimitación de la investigación

Frente a la problemática planteada de la investigación, se detallan las delimitaciones en el desarrollo del estudio:

Delimitación espacial. El ámbito espacial del presente estudio, abarcó las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos ubicados en la provincia de Tarma y departamento de Junín.

Delimitación temporal. El período de desarrollo del estudio investigado comprendió el año 2021.

Delimitación social. Las encuestas se aplicaron a los propietarios, comerciantes y trabajadores de las empresas comercializadoras de productos farmacéuticos de la provincia de Tarma, Región de Junín.

Delimitación conceptual. Está comprendida en los siguientes conceptos:

Sistema de control interno.

Es un conjunto de acciones, actividades, planes, políticas, estándares, registros, procedimientos y métodos, incluyendo el entorno y las actitudes establecidas por las autoridades y su personal responsable, con el propósito de prevenir posibles riesgos que puedan afectar a la empresa y / o entidad¹

Actividades de comercialización.

Es una serie de acciones destinadas a ofrecer productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades las llevan a cabo organizaciones, empresas e incluso grupos sociales.

¹ MONTOYA. N. (2006). La Contabilidad como base de control interno en las instituciones financieras. Lima. Perú: Editorial San Marcos

Las actividades de comercialización la realizan productores, consumidores y expertos en marketing. Los coordinadores generalmente también pueden realizar funciones de comercialización.²

1.3 Formulación del problema

1.3.1 Problema general.

¿De qué manera la eficiencia del sistema de control interno transparente, impactara en el fortalecimiento de las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019?

1.3.2 Problemas específicos.

¿Qué efecto tiene la aplicación de un sistema de control interno, en el fortalecimiento de todas las actividades de comercialización, para las compras de mercaderías que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019?

¿Qué efecto tiene el funcionamiento del sistema de control interno transparente, en el fortalecimiento de todas las actividades de comercialización, para las ventas de mercaderías a nuestros clientes que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019?

¿Cómo es que un adecuado manejo del sistema de control interno, impacta en el fortalecimiento de todas las actividades de comercialización, para el almacenaje correcto de mercaderías que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019?

• ² Ing. Mónica Zúñiga Rodríguez (2012). Antología de comercialización

1.4 Formulación de objetivos

1.4.1 Objetivo general.

Determinar de qué manera la eficiencia del sistema de control interno transparente, impactara en el fortalecimiento de las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019

1.4.2 Objetivos específicos.

Identificar el efecto que tiene la aplicación de un sistema de control interno, en el fortalecimiento de todas las actividades de comercialización, para las compras de mercaderías que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019.

Identificar el efecto que tiene el funcionamiento del sistema de control interno transparente, en el fortalecimiento de todas las actividades de comercialización, para las ventas de mercaderías a nuestros clientes que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019.

Evaluar cómo es que un adecuado manejo del sistema de control interno, impacta en el fortalecimiento de todas las actividades de comercialización, para el almacenaje correcto de mercaderías que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019.

1.5 Justificación de la investigación

1.5.1 Justificación teórica.

La presente investigación describe las teorías, conceptos, definiciones, clasificaciones e importancia de la eficiencia del sistema de control interno en las actividades comerciales que desarrollan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos. Estas bases teóricas provienen de diversos

autores de fuentes confiables y con validez, los cuales han desarrollado investigaciones de carácter nacional e internacional sobre el tema.

1.5.2 Justificación práctica.

En cuanto a la justificación práctica, este trabajo permite a las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos, conocer que tan eficiente es el sistema de control interno en las actividades comerciales que desarrollan este tipo de empresas. De igual forma sirve como antecedente y fuente de información para futuras investigaciones referentes al tema de desarrollo.

1.5.3. Justificación metodológica.

En cuanto a la justificación metodológica, en la investigación se hace uso del cuestionario como instrumento de recolección de datos, el cual tiene la finalidad de suministrar la información que se necesita para responder a los objetivos e interrogantes sobre el tema, para servir como referencia a investigaciones futuras sobre el tema. Esta información será referente a las variables de estudio, con la aplicación de un nivel descriptivo-correlacional.

1.6 Limitaciones de la investigación

En cuanto a las limitaciones durante el desarrollo de la tesis, son las siguientes:

1. Una de las posibles limitaciones es que los propietarios de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en Tarma no comprendan la importancia del problema y suministren la información necesaria para darle respuesta a los objetivos de la investigación.
2. Otro factor muy importante es la falta de tiempo suficiente dedicado a la tarea de elaboración del proyecto, especialmente la revisión de la bibliografía que involucra la eficiencia del sistema de control interno y su impacto en el fortalecimiento de las actividades de comercialización de productos farmacéuticos de la provincia de Tarma.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del estudio

Internacionales.

Noboa, (2011) realizó la investigación titulada “Diseño de un sistema de control interno para el Departamento de Recursos Humanos, de empresas dedicadas a la elaboración y comercialización de productos biológicos y farmacéuticos veterinarios orales, inyectables y tópicos caso Empresa Farbiovet S.A.”, perteneciente a la Universidad Politécnica Salesiana de Quito- Ecuador. La investigación tuvo como finalidad diseñar un sistema de control interno en el Departamento de Recursos Humanos, de empresas dedicadas al rubro de los productos farmacéuticos, con la finalidad de mejorar el proceso de comercialización de estas empresas. La metodología implementada en la investigación fue de tipo descriptiva, con la técnica de encuestas y el uso del cuestionario se realizó la recolección de información para dar respuesta a los objetivos planteados en la investigación. Los cuestionarios se aplicaron a un grupo de trabajadores de las empresas del rubro mencionado, se realizó a un grupo de 40 trabajadores. Como resultado se obtuvo que no existe fortalecimiento en el área de Recursos Humanos, motivado a que solo un

trabajador es quien realiza las funciones y cubre los requerimientos del área. Se hace necesario fortalecer las áreas de reclutamiento de personal, selección de personal, contratación, inducción, control de asistencia, vacaciones, entre otras; por lo cual se hace necesario crear indicadores de gestión para el área de recursos humanos y de esta forma poder realizar el control de las evaluaciones del desempeño.

Por otra parte, en Ecuador en la revista Killkana Sociales, la cual fue titulada Benchmarking of internal control system of commercial sector and public sector of Canton Morona de la Universidad Católica de Cuenca. Indicó que los sistemas de control interno van a ser diseñados en base a las actividades en base a las actividades que va a realizar la empresa diariamente, esto debe estar acorde con los objetivos y las metas que se desean alcanzar. La investigación fue de tipo documental, con la revisión bibliográfica de investigaciones relacionadas al tema de desarrollo. En la investigación se determinó que gran parte de las pequeñas y medianas empresas, no poseen un sistema de control, el cual este bien definido, como consecuencia se da que los procesos se vuelven deficientes, puesto que no están definidos los objetivos y metas de la organización. También se determinó que mucho de los fracasos de las empresas se debe a la falta de importancia sobre el desarrollo de un sistema de control interno eficiente, esto genera que la información que circula en la empresa no sea clara y veraz, el descontrol conlleva a a un fraude o movimientos no estén bajo el marco legal.

También en Chile, el autor Deloitte, (2018) en su artículo de investigación destacó que la eficiencia operativa, fue definida por la buena gestión de un control interno, la cual se destaca por la reducción de costos, la cual debe estar dirigida y por un factor humano en base consecución de los objetivos y metas organizacionales. Es por ello que la medición de la eficiencia operativa se basa en realizar exitosamente las mismas actividades con menos recursos. En la

investigación de se definió que estudiando en las organizaciones las fuentes que sean de ineficiencia, va a ayudar a la organización a identificar aquellos procesos que sean perjudiciales o improductivos, con lo cual se disminuyen las fuentes de error y mejorar la competitividad de la empresa.

Nacionales.

En cuanto a los antecedentes nacionales de la investigación, se tiene a Solis (2015). En su tesis “El control interno y su incidencia en la rentabilidad económica de la distribuidora de hidrocarburos Corhol S.A.”. En esta investigación que se realizó de forma de revisión bibliográfica y mediante entrevistas al personal de la empresa. Estableció que el control interno que se realiza en la empresa de estudio, no es de calidad, aunque se realice de forma constante. También se verificó que los resultados económicos obtenidos de la empresa de estudio, la ubica en un lugar del alto riesgo, por lo que el ejercicio financiero del año 2014 fue de pérdidas. En la empresa objeto de investigación los trabajadores, más en especial el personal operativo, no cuentan con formación para ejercer su función de vendedores y en atención al cliente, por lo que se dan constantemente fallas al realizar la comercialización de combustible, puesto que esto se convierte en graves pérdidas económicas. La distribuidora de hidrocarburos CORHOL S.A. no ha desarrollado su manual de control interno, lo cual le sirve para mejorar los tiempos, actividades y responsabilidades, para un debido control de los procesos de comercialización.

Para Ramos, (2017) en su investigación “Propuesta para la mejora del control interno en el área de compra de la empresa distribuidora Ekama S.A para optar el título profesional de contador público en la Universidad Norbet Wiener, 2017”. Determinó que el sistema de control interno de adquisiciones y contabilidad tiene limitaciones, y su impacto se refleja en la gestión de determinados servicios y atención al cliente. Además, las tareas y actividades que realizan los talentos de la empresa diariamente no

cuentan con una planificación técnica suficiente. Los procesos, procedimientos y políticas de gestión formulados en los campos de adquisiciones y contabilidad se implementan de acuerdo con las órdenes y autorización emitidas por el propietario administrador, ya que no están incorporados en ningún modelo ni manual y pueden ser utilizados como referencia. Actualmente cuenta con un software de contabilidad que le permite realizar un seguimiento de las operaciones financieras y contables. La distribuidora Ekama S.A. cumple con todas sus obligaciones legales y fiscales vigentes en el país.

También en antecedentes nacionales se estudia a Huachua, (2016), investigación que tuvo como finalidad establecer si la adecuada implementación de los procedimientos de control interno optimizará la gestión del área de ventas en la MYPE distribuidora comercial SANTA RITA EIR Ltda. Empresa de rubro distribución y venta al por menor de productos farmacéuticos y médicos, cosméticos y artículos de tocador. La investigación fue tipo no experimental, correlacional con enfoque cualitativo, también se definió como una investigación aplicada, la cual estuvo sustentada por normas e instrumentos técnicos de recopilación de datos. En cuanto a los resultados de la investigación se comprobó que en la empresa existe un inadecuado sistema de control interno el cual va a impedir que se cumplan las metas y objetivos de la organización.

2.2. Bases teóricas – científicas

2.2.1. Variable Independiente: Eficiencia del control interno.

El control interno es un conjunto de procedimientos, políticas y planes organizacionales diseñados para garantizar una alta eficiencia, seguridad, efectividad administrativa y operativa, y para alentar y supervisar una buena gestión financiera para obtener información oportuna y suficiente y producir una seguridad razonable. Producido para alcanzar metas y

objetivos. El control interno es un proceso continuo implementado por los líderes, gerencia y demás funcionarios de la unidad, la esencia del control interno radica en las acciones que se toman para orientar o ejecutar las operaciones, estas medidas incluyen corregir defectos y mejorar las operaciones.³

También se indica que el Control Interno, (Bravo, 2007), es el plan de organización y el conjunto coordinado de los métodos y medidas adoptadas dentro de una empresa para:⁴

Proteger sus activos.

Evaluar que la exacto y veraz es la información contable que arroja.

Para de esta promover la eficiencia sobre las operaciones.

El sistema de control interno no solo se extiende al ámbito contable y financiero, sino que también incluye los siguientes aspectos:

El control presupuestario.

Costos estándar.

Informes realizados de forma periódica para las operaciones. .

Realización de los análisis estadísticos.

Por otra parte, Henri Fayol definía el control como los procedimientos adoptados, las órdenes emitidas y los principios de aceptación, verificar que todo lo que se realiza en la empresa ⁵.

La auditoría interna clásica se ha ocupado del control interno, es decir, un conjunto de medidas, políticas y procedimientos establecidos por la empresa para proteger los activos, minimizar la posibilidad de fraude, mejorar la eficiencia operativa y optimizar la calidad de la información económica. Esto se logra al orientar la encuesta en base a un plan basado

³Alvarez (2001) "Auditoría Gubernamental". Lima Perú Edit. HBB. Página 103

⁴ Bravo (2007) "Control Interno". Lima. Perú. Editorial San Marcos 2da edición.

⁵ Henri Fayol en su obra "Administración industrial y general". Pag.142

en políticas y procedimientos establecidos, con el objetivo de alcanzar los siguientes puntos.

Comprender el nivel de implementación de las instrucciones, planes y procedimientos emitidos por la gerencia.

Revisar y evaluar la estabilidad, adecuación y aplicación de los controles operativos, contables y financieros.

Determine si todos los activos del activo han sido registrados y protegidos.

Verificar y evaluar la autenticidad de la información contable y otros datos generados en la organización.

Preparar un informe de auditoría sobre las infracciones que se puedan encontrar como resultado de la investigación y hacer las recomendaciones que se consideren apropiadas.

Monitorear el cumplimiento de las recomendaciones contenidas en informes emitidos previamente.⁶

2.2.2. Dimensiones de la variable independiente: Eficiencia del control interno.

2.2.2.1. Eficacia – eficiencia.

Para Silva, (2002) La eficacia está relacionada con el logro de la meta / resultado propuesto, es decir, con la realización de la actividad que permite alcanzar la meta establecida. La eficacia es el grado en el que logramos una meta o un resultado.

Andrade, (2008) La efectividad se define como: La acción que se realiza para lograr las metas planificadas. Es el desempeño administrativo de eficiencia, también conocido como eficiencia de gestión.

⁶ Gómez Lopez, Roberto. Generalidades en la Auditoría Pág. 5

Para Chiaventao, (2004) el término eficiencia se refiere a los recursos utilizados y los resultados obtenidos. Por ello, es un tipo de habilidad o cualidad muy apreciada por las empresas y organizaciones, pues en la práctica todo lo que hacen es lograr metas u objetivos, y los recursos (humanos, financieros, técnicos, materiales, conocimientos, etc.) son Cantidades limitadas (en muchos casos) en situaciones complejas y altamente competitivas.

La eficiencia también se define como la capacidad de usar a alguien o algo para lograr un efecto específico (RAE, 2001). “La expresión que mide la capacidad o desempeño de un sistema o agente económico para lograr un objetivo específico, y minimiza el uso de recursos (Bayona y Cruz, 2012).

2.2.2.2 Transparente.

Se refiere a aquellas acciones que han sido realizadas de forma legal y bajo el apego las normas y leyes que apliquen. Cualquier proceso o actividad que se realice con transparencia significa que puede ser auditado efectivamente y detectada su procedencia. (Cruz, 2012)

2.2.2.3 Adecuado manejo del sistema.

Se refiere a las buenas prácticas que se emplean para gestionar y utilizar los sistemas de información, sacando el máximo provecho para tener a disponibilidad la información deseada en el momento en que se necesite. A su vez el sistema de información está definido como un conjunto formal de procesos los cuales operan sobre una estructura en base a las necesidades que tiene la empresa, para recopilar, organizar y distribuir eficazmente la

información entre los colaboradores, de forma de realizar exitosamente las tareas. (Hernández, 2006)

Por su parte en cuanto a las dimensiones de la variable Eficiencia el control interno, se tiene las siguientes definidas por Bruno y Paricio, (2013):

- a. *Almacenamiento de mercaderías*: Se refiere a aquel lugar que se destina para clasificar, ordenar y guardar artículos o productos los cuales serán ofrecidos a la venta.
- b. *Control de mercaderías*: Se refiere al buen manejo que se le hace a los inventarios de artículos y productos que serán puestos a la venta. El buen manejo incluye la buena distribución y el buen uso.
- c. *Ordenamiento*: Hace referencia en términos de derecho al orden de algo, aquella norma, ley o conjunto de ellas que tienen la finalidad de regular el funcionamiento de algo, lugar actividad, entre otras.
- d. *Visibilidad y transparencia*: Se refiere a la acción de hacer actividades bajo las leyes y reglamentos existentes, los cuales al momento de ser auditados puedan ser comprobados su origen o procedencia.
- e. *Evidencia en el adecuado manejo*: Se refiere a que al momento de realizar auditorías sobre algún sistema o actividad, se pueda demostrar que se han realizado los procedimientos establecidos en la institución y organismo.
- f. *Comunicación pública*: Se refiere al acto de comunicar públicamente el resultado, procedimiento, actividad entre otras de algo en específico y que sea del conocimiento de todos.
- g. *Líneas de ventas*: Las líneas se refiere a los artículos pertenecientes a una misma o relacionados entre sí que son puestos en venta.
- h. *Medios de ventas*: Se refiere a un término de marketing el cual se emplea para identificar los medios a través de los cuales serán

ofrecidos en ventas artículos pertenecientes a una misma o relacionados entre sí.

- i. *Tiempo dedicado a las ventas*: Hace refiere a la disponibilidad de horas que se emplea para realizar la actividad de vender algún producto o servicio.

2.2.1. Variable dependiente: Fortalecimiento de las actividades de comercialización.

La comercialización es una serie de acciones destinadas a ofrecer o promocionar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades las llevan a cabo organizaciones, empresas e incluso grupos sociales. Se da en dos niveles: micro y macro, por lo que se generan dos definiciones: micro comercialización y macro comercialización.

Micro comercialización: Observe las actividades de los clientes y las organizaciones que les sirven. A su vez, es la ejecución de actividades que intentan alcanzar los objetivos organizacionales mediante la predicción de las necesidades del cliente y el establecimiento de un flujo de bienes y servicios que satisfaga las necesidades entre productores y clientes.

Macro comercialización: Considera todo nuestro sistema de producción y distribución de manera extensa. También es un proceso social, el flujo de bienes y servicios en una economía, desde los productores hasta los consumidores, de una manera que realmente coincide con la oferta y la demanda y logra los objetivos sociales.

Funciones de comercialización.

Generalmente considera las funciones generales de todo nuestro marketing: comprar, vender, transportar, almacenar, estandarizar y clasificar, financiar, asumir riesgos y obtener información de mercado. El intercambio generalmente implica la compra y venta de bienes y servicios. Las principales funciones se detallan a continuación:

Función comprar: Esto significa buscar y evaluar bienes y servicios para obtenerlos eligiendo la forma más beneficiosa para ambos.

Función venta: Al ofrecer un producto o servicio en venta se quiere obtener una ganancia producto de la inversión realizada.

Función transporte: Se refiere a la transferencia de bienes de un lugar a otro, necesarios para promover su compra o venta.

La financiación: Proporcionar el efectivo y el crédito necesarios para operar como empresa o consumidor.

Toma de riesgos: Implica una incertidumbre sobre una situación que es parte del proceso de comercialización.

La función de marketing la realizan productores, consumidores y expertos en marketing. Los coordinadores normalmente también pueden realizar funciones de marketing.

2.2.2. Dimensiones de la variable dependiente: Fortalecimiento de las actividades de comercialización.

2.2.4.1 Compra de mercaderías.

Es la acción de adquisición de productos o artículos los cuales se emplean como materia prima para la elaboración de algún artículo final. También se define como la acción de adquirir productos los cuales sirven para reponer inventarios de artículos que serán vendidos. (Bayona y Cruz, 2012).

2.2.4.2 Venta de mercadería.

Se refiere a la acción de ofrecer productos o artículos a terceros con la intención de cubrir una necesidad del usuario final y a su vez de obtener una ganancia económica. (Bruno y Paricio, 2013).

2.2.4.3 Almacenamiento de mercadería.

Es la acción de guardar productos o artículos, los cuales serán puestos en ventas por parte de alguna organización o empresa. Este

almacenamiento se realiza a forma de completar un stock de productos. (Bruno y Paricio, 2013).

Por su parte en cuanto a las dimensiones de la variable Fortalecimiento de las actividades de comercialización, se tiene las siguientes definidas por Bruno y Paricio, (2013):

- a. *Comprobación de Precios de compras:* La comprobación del precio de la venta, es la verificación del precio al cual se está ofreciendo a la venta un artículo o producto. Este precio debe ir de la mano con la estructura de costos de la empresa.
- b. *Cambios en los inventarios:* Se refiere a las variaciones que se realizan sobre el stock de productos con el fin de mantenerlos actualizados y abastecidos según la producción de la empresa.
- c. *Verificación de procedimientos de compra:* Es la auditoria que se realiza a los procesos de adquisiciones de materiales en una organización, se hace con la finalidad del verificar que se estén cumpliendo los estándares de calidad y también los pasos que se han indicado en los manuales de procedimientos de la empresa.
- d. *Clientes potenciales:* Son aquellas personas naturales u organizaciones las cuales se espera que realicen compras de productos con regularidad.
- e. *Presentación de ofertas:* Es el acto de ofrecer y exponer aquellos artículos que están a la venta a los posibles compradores o a una cartera de clientes ya fija.
- f. *Precios de mercaderías a costos bajos:* Son aquellos productos que pueden venderse a un precio bajo, según la estructura de costos de la empresa, no afectando las ganancias y beneficiando al consumidor final con bajo costo y calidad del producto.

- g. *Acondicionamiento*: Se refiere a arreglar un lugar bajo las normativas de seguridad y calidad específicas sobre el producto que se desee almacenar.
- h. *Clasificación por tipo de mercaderías*: Es el acto de organizar y ordenar los productos en base a que características tienen en común entre sí.
- i. *Identificación de mercadería*: Es colocar a cada producto una identificación sobre los componentes que contiene y con un nombre, de esta forma se puede clasificar y ubicar más rápido.

2.3 Definición de términos básicos

Actividades. Se refiere a una serie de acciones necesarias para mantener el funcionamiento de las empresas de manera permanente y continua. Estas actividades forman parte del plan presupuestario.

Actividades de control. Se refieren a las acciones que realiza la gerencia y resto del personal de la entidad en el día a día para el desempeño de sus funciones asignadas. Son importantes porque ellos mismos implican la forma correcta de hacer las cosas, y porque la emisión de políticas y procedimientos y sus evaluaciones de cumplimiento constituyen los medios más apropiados para asegurar que se logren los objetivos de la empresa.

Acondicionamiento. Es la disposición de las cosas en las condiciones más correctas, y su misión es lograr la meta o meta propuesta al hacerlo.

Aplicable. Se entiende aquella acción que se puede gestionar, considerar, aprender, dedicar, concentrar y preservar algo.

Adecuado ejercicio. El ejercicio físico es sinónimo de bienestar físico, psicológico y social.

Almacenar. Ordenar las cosas, para que puedan usarse cuando sea necesario o conveniente.

Canales de ventas. Son la ruta elegida por la empresa desde que se crea el producto hasta el consumidor final.

Clasificar. Ordenar o dividir un conjunto de elementos en categorías según criterios específicos.

Cliente potencial. Cualquiera puede ser comprador (personas que compran productos), usuarios (personas que usan servicios) o consumidores (personas que consumen productos o servicios), porque exhiben una serie de cualidades que lo hacen vulnerable a él, independientemente de si es una necesidad.

Comprar. Es el acto de obtener algo a cambio de un pago, generalmente dinero.

Economía. A grandes rasgos, significa la correcta y prudente gestión de los escasos recursos. Tiene que ver con la obtención de bienes y / o servicios al menor costo posible en condiciones de calidad y precio razonables.

Eficacia. Es la capacidad de lograr el efecto o resultado deseado a través de acciones específicas. Por tanto, se relaciona con hacer las cosas adecuadas para lograr a priori o propósito propuesto.

Eficiencia. Es la relación que existe entre los recursos utilizados en el proyecto y los resultados obtenidos. En primer lugar, se refiere a utilizar la menor cantidad de recursos posible para lograr el mismo objetivo, o utilizar los mismos o menos recursos para lograr más objetivos. La eficiencia es muy importante en una empresa porque logra el mayor rendimiento al menor costo.

Medios de venta. Es el acto de vender bienes o servicios a cambio de dinero. Las ventas se pueden realizar a través de personal, correo electrónico, teléfono, etc.

Presentación de ofertas. Se refiere a aquella publicidad que se haga sobre productos que se desean vender.

Rotación de inventarios. Es un indicador que permite conocer el número de veces que se realiza el inventario en un período de tiempo determinado.

Selección. Por algún criterio o motivo, seleccione una o más personas o cosas de un grupo.

Stock de mercaderías. Almacene un conjunto de materias primas o productos en espera de ser vendidos o comercializados.

Transparencia. Cualidad de que las cosas se hayan realizado bajo las normas y reglamentos adecuados.

Vender. Dar algo a alguien a cambio de una determinada cantidad de dinero.

2.4 Formulación de hipótesis

2.4.1 Hipótesis general.

La eficiencia de un buen sistema de control interno transparente en las empresas, impactara de manera favorable en el fortalecimiento de las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019.

2.4.2 Hipótesis específicas.

La aplicación de un buen sistema de control interno, fortalecerá las actividades de comercialización, para las compras de mercaderías a los proveedores que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019

El funcionamiento del sistema de control interno transparente, fortalecerá las actividades de comercialización, para las ventas de mercaderías a los clientes que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019.

El adecuado manejo del sistema de control interno, impactara favorablemente en el almacenaje correcto de mercaderías que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019.

2.5 Identificación de variables

En la presente investigación se definen dos variables:

- **Variable Independiente:** Eficiencia del sistema de control interno
- **Variable Dependiente:** Fortalecimiento de las actividades de comercialización.

2.6. Definición operacional de variables e indicadores

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
<p><u>V. Independiente</u></p> <p>Eficiencia del sistema de control interno</p>	<p>El control interno es un proceso, ejecutado por los propietarios de una empresa, o consejo de administración de una entidad, y por el resto del personal, diseñado específicamente para proporcionarles seguridad razonable de conseguir en la empresa la efectividad y eficiencia en las operaciones y de esta manera prevenir posibles riesgos que afectan a una empresa y/o entidad pública.</p>	<p>El control interno es una variable que se medirá a través de un cuestionario el cual va dirigido a los empresarios y trabajadores de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos de la provincia de Tarma y departamento de Junín. este cuestionario consta de 10 preguntas, las cuales tienen 5 alternativas de respuestas: Totalmente de acuerdo, Parcialmente de acuerdo, Indiferente, Parcialmente en desacuerdo, Totalmente en desacuerdo. También se hará uso del análisis documental para recolección de la información.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Eficacia - eficiencia ✓ Transparente ✓ Adecuado manejo del sistema 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Almacenamiento de mercaderías ✓ Control de mercaderías ✓ Ordenamiento ✓ Visibilidad y transparencia ✓ Evidencia en el adecuado manejo ✓ Comunicación pública ✓ Líneas de ventas ✓ Medios de ventas ✓ Tiempo dedicado a las ventas
<p><u>V. Dependiente</u></p> <p>Fortalecimiento de las actividades de comercialización</p>	<p>La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales. Se da en dos planos: Micro y Macro y por lo tanto se generan dos definiciones: Micro comercialización y Macro comercialización</p>	<p>El Fortalecimiento de las actividades de comercialización es una variable de estudio, la cual se medirá a través del instrumento de recolección de datos, con el cual también se evaluará la variable independiente. El cuestionario se entregará a la muestra de estudio (personal de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos de la provincia de Tarma). El cuestionario consta de 10 preguntas, las cuales tienen 5 alternativas de respuestas: Totalmente de acuerdo, Parcialmente de acuerdo, Indiferente, Parcialmente en desacuerdo, Totalmente en desacuerdo. También se hará uso del análisis documental para recolección de la información.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Compra de mercaderías ✓ Venta de mercadería ✓ Almacenamiento de mercadería 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comprobación de Precios de compras ✓ Cambios en los inventarios ✓ Verificación de procedimientos de compra ✓ Clientes potenciales ✓ Presentación de ofertas ✓ Precios de mercaderías a costos bajos ✓ Acondicionamiento ✓ Clasificación por tipo de mercaderías ✓ Identificación de mercadería

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de investigación

Dada la naturaleza y forma como se planteó la investigación, es de tipo “APLICADA”. Según Abarza, (2011) la investigación aplicada es aquella donde el investigador resolver un problema conocido y encontrar respuestas a preguntas específicas y a los objetivos planteados en la investigación. En esta investigación, se trata de respuesta al objetivo principal de determinar la eficiencia del sistema de control interno y su impacto en el fortalecimiento de las actividades de comercialización en las empresas distribuidores de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, a través de sus procedimientos de desarrollo empresarial. Así mismo porque se utilizarán teorías y verdades ya conocidas.⁷

3.2. Nivel de investigación

(Carrasco S., 2006), el autor menciona que: “el nivel de la investigación es secuencial iniciando con estudios exploratorios, descriptivos, explicativos o causales y experimentales, en orden progresivo y escalonado” (p.41). De ahí que consideramos conveniente que nuestro estudio tiene el nivel descriptivo.

⁷ Carrasco S. (2009) Metodología de la Investigación Científica. Lima. Perú. San Marcos.

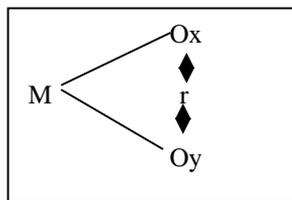
3.3. Métodos de la investigación

Método Descriptivo-Explicativo.

El método utilizado en el presente trabajo de investigación ha sido el **método descriptivo- explicativo**, para describir el comportamiento de las variables de la investigación, como son la eficiencia del sistema de control interno y su impacto en el fortalecimiento de las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma.

3.4. Diseño de Investigación

El diseño que se aplicó a este tipo de investigación fue el siguiente:



DONDE:

M = Es la muestra de la investigación.

X = Variable Independiente.

Y = Variable Dependiente

O = Observaciones obtenidas en cada una de las variables

R = Relación entre las variables de estudio X y Y (ARROYO, 1995)

Este tiene la finalidad de establecer la relación existente entre o el nivel de asociación de dos variables o conceptos, categorías o también muestras respecto a un contexto en particular. Se da el caso que solo se puede analizar la relación entre las variables de estudio y sin embargo también se puede realizar para el estudio de vínculos entre tres, cuatro y más variables.⁸

⁸ Roberto Hernández Sampiere. "Metodología de la Investigación". Pag.93

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población del estudio.

La población se define como todos los elementos que están integrando un mismo espacio, que tienen características en común y que forman parte de un problema de investigación, se puede decir que tienen características de estudio más precisas que las que tiene el universo. ⁹

Para ubicar a la población de estudio, se realizó un listado de de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos de la provincia de Tarma, Región Junín, cuyas actividades comerciales lo realizan de manera FORMAL, según reporte de la SUNAT (los que pagan sus impuestos oportunamente) y Ministerio de trabajo y promoción del empleo, así como se indica en la siguiente tabla:

Tabla 2.
Empresas distribuidoras de productos farmacéuticos de la provincia de Tarma, Región Junín.

ÍTEMS	DESCRIPCIÓN	PROPIETARIOS	TRABAJADORES	CANTIDAD DE PERSONAL
1	Almafar - Droguería - Distribuidora	1	3	4
2	J & R Peruvian S.A.C.	1	3	4
3	Iqanti Agua - Distribución de Agua de Mesa	1	3	4
4	Sebal Farma Distribuciones S.A.C.	1	3	4
5	Bremen Pharma	1	3	4
6	Health Solutions Drugstore S.A.C.	1	3	4
7	Aleda Import E.I.R.L.	1	3	4
8	F y a Representaciones S.A.C.	1	3	4
9	Edepa JI Peru E.I.R.L.	1	3	4
10	Farmacéutica Lp S.A.C.	1	3	4
SUBTOTAL		10	30	
			TOTAL	40

⁹ Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P., 2003, (p. 303).

Como se indicó en la tabla anterior, la población de estudio para la investigación es de 40 elementos distribuidos de la siguiente manera: 10 propietarios y 30 trabajadores de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos de la provincia de Tarma, Región Junín, cuyas actividades comerciales lo realizan de manera FORMAL, según reporte de la SUNAT (los que pagan sus impuestos oportunamente) y Ministerio de trabajo y promoción del empleo.

3.5.2. Muestra de la investigación.

Según Carrasco, (2009). Muestras intencionadas: se refiere a aquellas donde el investigador va a seleccionar de forma intencional la muestra que va a estudiar tomando solo aquellos elementos o partes que crea más convenientes y sean las que crea ser más representativos ¹⁰.

En el caso de esta investigación, como la población es pequeña, se considera la misma cantidad de cuarenta (40) propietarios y trabajadores de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos de la provincia de Tarma, Región Junín, la cual permitirá un análisis profundo de la realidad.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas.

Las principales técnicas que se usó en esta investigación son encuestas, análisis de literatura y páginas web.

- a. *La encuesta.* – Esta técnica se utilizó como una forma para la recolección de datos que dan respuesta a los objetivos de la investigación, se da como una interrelación indirecta entre el investigador y el encuestado.
- b. *Análisis documental.* - La investigación bibliográfica, permitió ubicar la bibliográfica básica y especializada, los aportes y experiencias sobre el

¹⁰ La cita corresponde a Carrasco S. “Metodología de la Investigación Científica” Lima. San Marcos. 2009

objeto de estudio, que posteriormente servirá de sustento de la investigación.

- c. *Página Web.* - Es uno de los principales medios para recabar información ya que se pudo acceder con mucha facilidad a repositorios de diferentes páginas de la SUNAT, Ministerio de trabajo, Portal del Transparencia y otros.

Instrumentos.

El instrumento utilizado para esta técnica fue la implementación de un cuestionario en escala de Likert, en la que se han plasmado las preguntas en relación a los indicadores de cada variable. Asimismo, se empleó la guía de análisis bibliográfico y el software estadístico SPSS (Statistical Package For Social Sciences), versión 26, para poder sistematizar todos los datos registrados. El cuestionario es el conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir.¹¹

3.7. Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación

El instrumento seleccionado para el estudio ha sido la escala de Likert en cinco alternativas que son totalmente de acuerdo, parcialmente de acuerdo, indiferente, parcialmente en desacuerdo y totalmente en desacuerdo. La validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación se realizó mediante el alfa de Cronbach en el programa SPSS 26 mediante las varianzas y correlación de Pearson, siendo los resultados siguientes:

Tabla 3.
Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,930	,930	22

Fuente: Elaboración propia según datos de encuesta.

¹¹ Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P., 2003, (p. 391).

Según los datos obtenidos podemos observar que el alfa de Cronbach es de 0.93 muy cercano a 1, lo que nos quiere decir que el instrumento aplicado en la encuesta es muy confiable y fiable.

3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Procesamiento. – En lo que respecta al procesamiento de datos se hizo con la ayuda del uso de las herramientas de software informático como Ms Office, con la creación de los gráficos y cuadros presentados para dar respuesta a los objetivos de la investigación.

Por medio de la estadística descriptiva, se realizará el siguiente procedimiento

Ordenamiento y clasificación de la información recolectada.

Elaboración de las gráficas estadísticas.

Realización de los análisis computarizados con Excel y también en SPSS.

Análisis. – El análisis de la investigación se realizó por medio de técnicas estadísticas, las cuales reflejaran la información de forma más confiable.

Representación de los resultados. – Se hizo haciendo el uso de la técnica estadística de correlación de Rho de Spearman, la cual analiza el nivel de relación que tienen dos variables, esto a modo de denostar las hipótesis de la investigación.

3.9. Tratamiento estadístico

Se procedió a usar el software SPSS Versión 26 y la estadística descriptiva para las encuestas con tablas de frecuencias y la estadística inferencial para la prueba de hipótesis el estadístico de Correlación del Rho de Spearman.

3.10. Orientación ética filosófica y epistémica

La investigación se basó en cinco principios éticos que son la base del derecho a nivel internacional: el Código de Nuremberg, la Declaración de Helsinki y la Declaración Universal de Bioética y Derechos Humanos de la UNESCO. A nivel nacional, la legislación peruana es reconocida por trabajos de investigación.

(Comité institucional de ética en Investigación)

Dentro del alcance de este trabajo de investigación, cooperamos con las empresas de distribución de productos farmacéuticos en las provincias de Tarma y Junín respetando la dignidad personal, identidad, diversidad, confidencialidad y privacidad. Este principio no solo significa que las personas que son los sujetos de la investigación participan voluntariamente en la investigación, sino también que sus derechos básicos serán plenamente respetados, especialmente cuando se encuentran en un estado de especial vulnerabilidad.

Los investigadores ejercen juicios razonables en este trabajo de investigación y toman las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos y limitaciones de sus capacidades y conocimientos no conduzcan a prácticas desleales. Como todos sabemos, la equidad y la justicia otorgan a todas las personas involucradas en la investigación el derecho a obtener sus resultados. Los investigadores también están obligados a tratar de manera justa a las personas que participan en procesos, procedimientos y servicios relacionados con la investigación.

En cuanto a las publicaciones científicas, los investigadores evitarán incurrir en errores morales por las siguientes inexactitudes:

- a. Falsificar o crear datos en su totalidad o en parte.
- b. Copiar todo o parte del contenido publicado por otros autores.
- c. Incluir los autores que no han hecho una contribución sustancial al diseño y la implementación del trabajo de investigación y han publicado repetidamente los mismos hallazgos.

Las fuentes bibliográficas utilizadas en este tema de investigación deben cumplir con los estándares APA y respetar los derechos de autor. Los investigadores deben mantener la confidencialidad de los datos de quienes participan en la encuesta. Por lo que es necesario que se mantenga el anonimato de las personas a las cuales se les realizará la encuesta.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción del trabajo de campo

El trabajo de campo se desarrolló en el área de influencia de la investigación en la provincia de Tarma en la región Junín, teniendo en cuenta las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos, las encuestas fueron aplicadas a los trabajadores de las 40 empresas comercializadoras de productos fármacos.

4.2. Presentación, Análisis e Interpretación de Resultados

Después de obtener la información, se seleccionaron los datos de forma ordenada en el programa Excel según las variables de estudio, las dimensiones y los ítems. En primer orden presentaremos las tablas de frecuencia, los gráficos cada una con sus respectivas interpretaciones, seguidamente se realizó las pruebas de hipótesis general y luego los específicos de acuerdo al estadístico Rho de Spearman.

A continuación, presentamos los resultados del estudio:

Tabla 4.

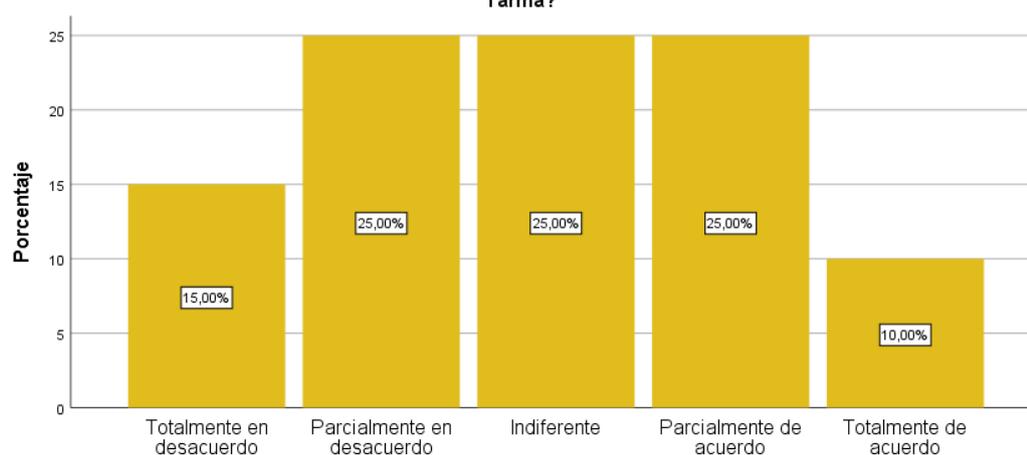
¿Está de acuerdo usted, que la eficiencia del sistema de control impacta en el fortalecimiento de las actividades de comercialización en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente en desacuerdo	6	15,0	15,0
	Parcialmente en desacuerdo	10	25,0	25,0
	Indiferente	10	25,0	25,0
	Parcialmente de acuerdo	10	25,0	25,0
	Totalmente de acuerdo	4	10,0	10,0
	Total	40	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia, según encuestas.

Figura 1

¿Está de acuerdo usted, que la eficiencia del sistema de control interno impacta en el fortalecimiento de las actividades de comercialización e las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?



¿Está de acuerdo usted, que la eficiencia del sistema de control interno impacta en el fortalecimiento de las actividades de comercialización e las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?

Interpretación:

Según información estadística, tenemos que el 25% de los encuestados afirma que están parcialmente en desacuerdo en que la eficiencia del sistema de control impacta en el fortalecimiento de las actividades de comercialización, el 25% afirma que es indiferente, el 25% menciona que está parcialmente de acuerdo, el 15% dice que están totalmente en desacuerdo y el 10% afirma que está totalmente de acuerdo.

Tabla 5.

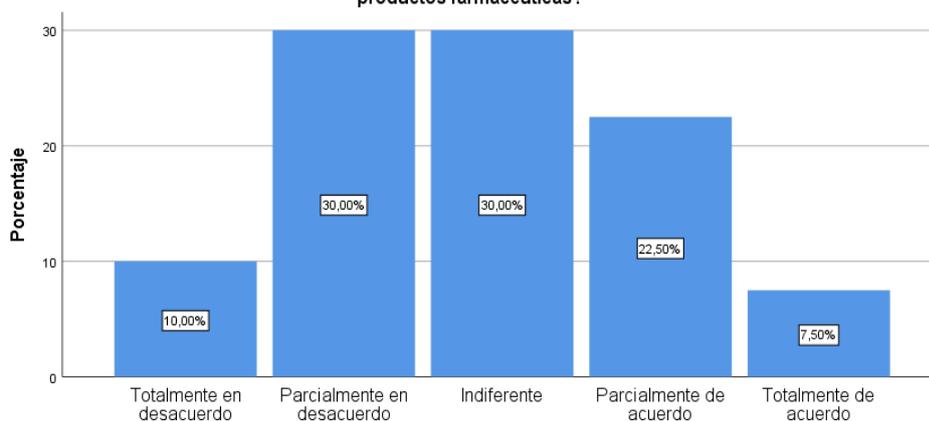
¿Está de acuerdo usted, que el almacenamiento y stock de mercaderías impacta en la comprobación de precios de compras en las actividades de comercialización que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	10,0	10,0
	Parcialmente en desacuerdo	12	30,0	30,0
	Indiferente	12	30,0	30,0
	Parcialmente de acuerdo	9	22,5	22,5
	Totalmente de acuerdo	3	7,5	7,5
	Total	40	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia, según encuestas.

Figura 2

¿Está de acuerdo usted, que el almacenamiento y stock de mercaderías impacta en la comprobación de precios de compras en las actividades de comercialización que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos?



¿Está de acuerdo usted, que el almacenamiento y stock de mercaderías impacta en la comprobación de precios de compras en las actividades de comercialización que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos?

Interpretación:

Según información estadística, tenemos que el 30% de los encuestados afirma que está parcialmente en desacuerdo en que el almacenamiento y stock de mercaderías impacta en la comprobación de precios de compras, el 30% afirma que es indiferente, 22.5% menciona que está parcialmente de acuerdo, el 10% dice que están totalmente en desacuerdo y el 7.5% afirma que está totalmente de acuerdo.

Tabla 6.

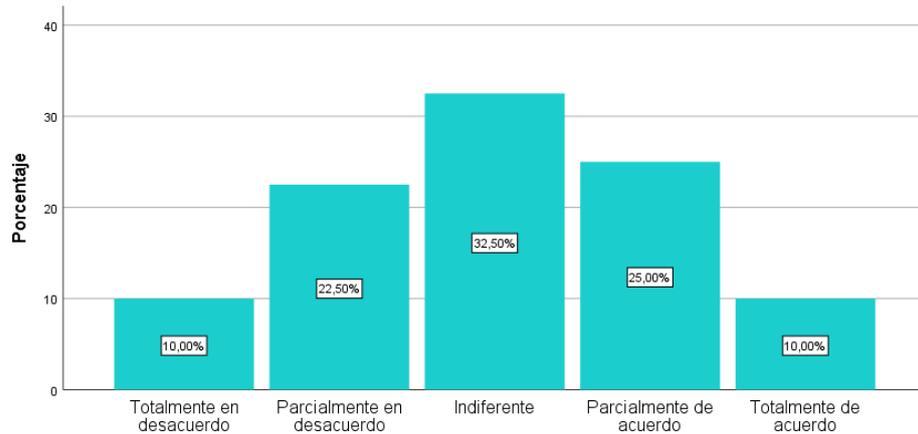
¿Está de acuerdo usted, que el control de mercaderías en el sistema de control interno impacta de manera favorable en los cambios de inventario en las actividades de comercialización?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	10,0	10,0
	Parcialmente en desacuerdo	9	22,5	22,5
	Indiferente	13	32,5	32,5
	Parcialmente de acuerdo	10	25,0	25,0
	Totalmente de acuerdo	4	10,0	10,0
	Total	40	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia, según encuestas.

Figura 3

¿Está de acuerdo usted, que el control de mercaderías en el sistema de control interno impacta de manera favorable en los cambios de inventario en las actividades de comercialización?



¿Está de acuerdo usted, que el control de mercaderías en el sistema de control interno impacta de manera favorable en los cambios de inventario en las actividades de comercialización?

Interpretación:

Según información estadística, tenemos que el 32.5% de los encuestados afirma que es indiferente a que el control de mercaderías en el sistema de control interno impacta de manera favorable en los cambios de inventario, el 25% afirma que está parcialmente de acuerdo, 22.5% menciona que está parcialmente en desacuerdo, el 10% dice que está totalmente en desacuerdo y el 10% afirma que está totalmente de acuerdo.

Tabla 7.

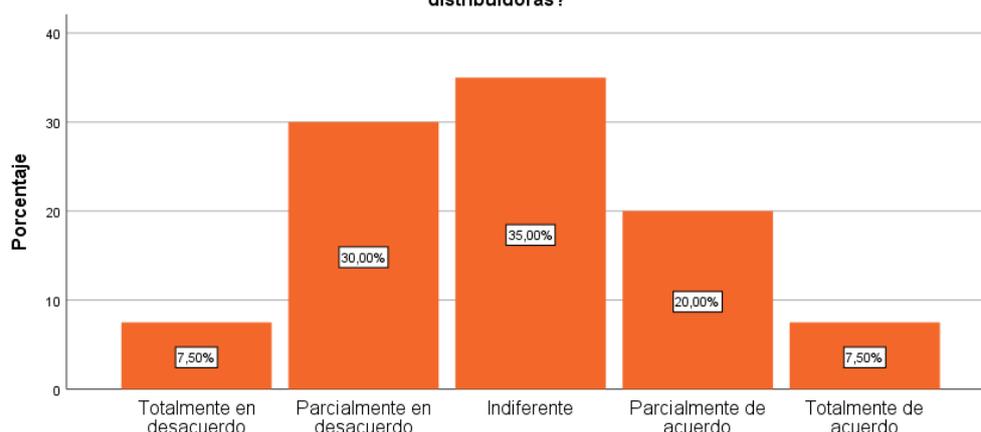
¿Está de acuerdo usted, con que un adecuado manejo del sistema de control interno nos va permitir una adecuada evaluación de procedimientos de compras en las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	7,5	7,5
	Parcialmente en desacuerdo	12	30,0	30,0
	Indiferente	14	35,0	35,0
	Parcialmente de acuerdo	8	20,0	20,0
	Totalmente de acuerdo	3	7,5	7,5
	Total	40	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia, según encuestas.

Figura 4

¿Está de acuerdo usted, con que un adecuado manejo del sistema de control interno nos va permitir una adecuada evaluación de procedimientos de compras en las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras?



¿Está de acuerdo usted, con que un adecuado manejo del sistema de control interno nos va permitir una adecuada evaluación de procedimientos de compras en las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras?

Interpretación:

Según información estadística, tenemos que el 35% de los encuestados afirma que es indiferente a que un adecuado manejo del sistema de control interno permite una adecuada evaluación de procedimientos de compras, el 30% afirma que está parcialmente en desacuerdo, 20% menciona que está parcialmente de acuerdo, el 7.5% dice que está totalmente en desacuerdo y el 7.5% afirma que está totalmente de acuerdo.

Tabla 8.

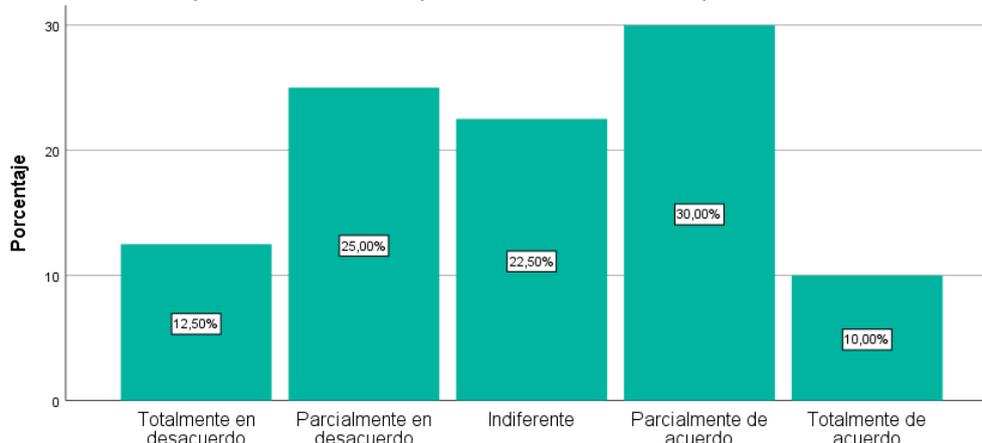
¿Está usted de acuerdo con el ordenamiento y organización para mejorar las actividades de comercialización en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	12,5	12,5
	Parcialmente en desacuerdo	10	25,0	25,0
	Indiferente	9	22,5	22,5
	Parcialmente de acuerdo	12	30,0	30,0
	Totalmente de acuerdo	4	10,0	10,0
	Total	40	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia, según encuestas.

Figura 5

¿Está usted de acuerdo con el ordenamiento y organización para mejorar las actividades de comercialización en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?



¿Está usted de acuerdo con el ordenamiento y organización para mejorar las actividades de comercialización en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?

Interpretación:

Según información estadística, tenemos que el 30% de los encuestados afirma que está parcialmente de acuerdo con el ordenamiento y organización para mejorar las actividades de comercialización, el 25% afirma que está parcialmente en desacuerdo, 22.50% menciona que es indiferente, el 12.5% dice que está totalmente en desacuerdo y el 10% afirma que está totalmente de acuerdo.

Tabla 9.

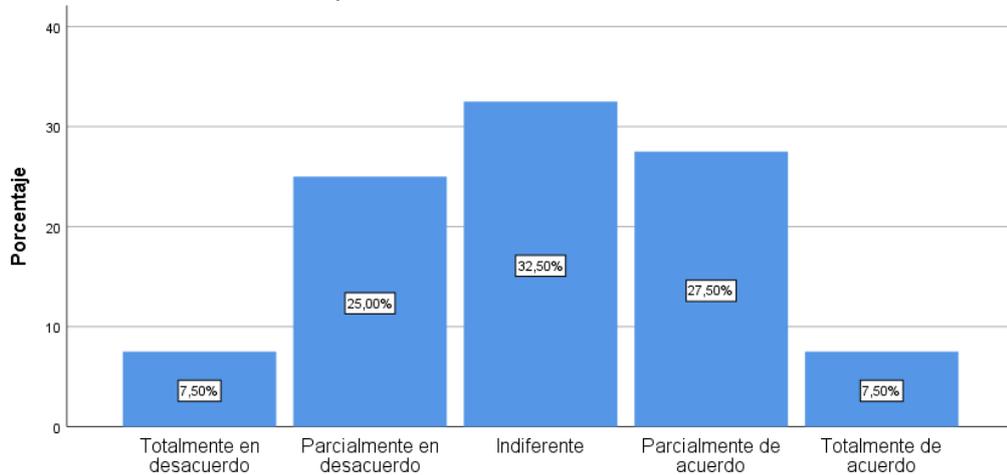
¿Está de acuerdo usted, con que la visibilidad y la transparencia en el sistema de control interno va impactar en los clientes potenciales en las actividades de comercialización?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	7,5	7,5
	Parcialmente en desacuerdo	10	25,0	25,0
	Indiferente	13	32,5	32,5
	Parcialmente de acuerdo	11	27,5	27,5
	Totalmente de acuerdo	3	7,5	7,5
	Total	40	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia, según encuestas.

Figura 6

¿Está de acuerdo usted, con que la visibilidad y la transparencia en el sistema de control interno va impactar en los clientes potenciales en las actividades de comercialización?



¿Está de acuerdo usted, con que la visibilidad y la transparencia en el sistema de control interno va impactar en los clientes potenciales en las actividades de comercialización?

Interpretación:

Según información estadística, tenemos que el 32.5% de los encuestados afirma que es indiferente a que la visibilidad y la transparencia en el sistema de control interno va impactar en los clientes potenciales, el 27.5% afirma que está parcialmente de acuerdo, 25% menciona que está parcialmente en desacuerdo, el 7.5% dice que está totalmente en desacuerdo y el 7.5% afirma que está totalmente de acuerdo.

Tabla 10.

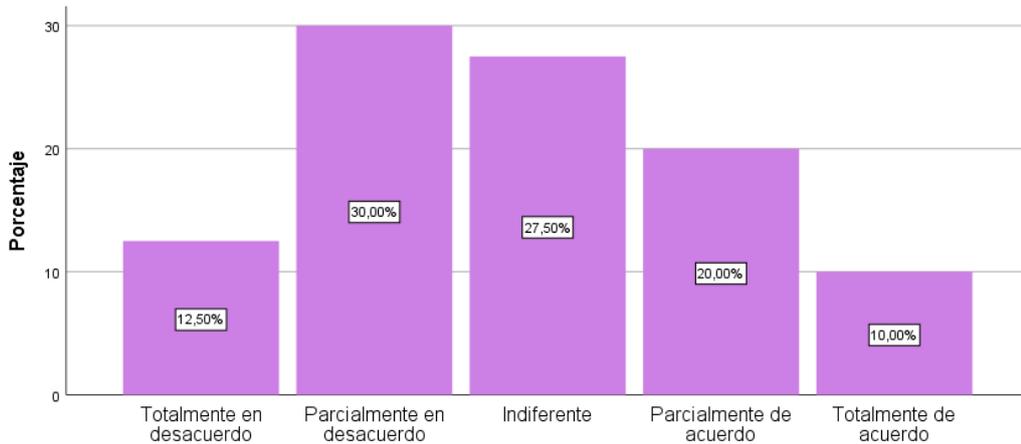
¿Está de acuerdo usted, que las evidencias en el adecuado manejo del sistema de control interno van impactar en las ventas de mercaderías, específicamente en la presentación de ofertas en las actividades de comercialización?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	12,5	12,5
	Parcialmente en desacuerdo	12	30,0	30,0
	Indiferente	11	27,5	27,5
	Parcialmente de acuerdo	8	20,0	20,0
	Totalmente de acuerdo	4	10,0	10,0
	Total	40	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia, según encuestas.

Figura 7

¿Está de acuerdo usted, que las evidencias en el adecuado manejo del sistema de control interno va impactar en las ventas de mercaderías, específicamente en la presentación de ofertas en las actividades de comercialización?



¿Está de acuerdo usted, que las evidencias en el adecuado manejo del sistema de control interno va impactar en las ventas de mercaderías, específicamente en la presentación de ofertas en las actividades de comercialización?

Interpretación:

Según información estadística, tenemos que el 30% de los encuestados afirma que está parcialmente en desacuerdo en que las evidencias en el adecuado manejo del sistema de control interno va impactar en las ventas de mercaderías, el 27.5% afirma que es indiferente, 20% menciona que está parcialmente de acuerdo, el 12.5% dice que está totalmente en desacuerdo y el 10% afirma que está totalmente de acuerdo.

Tabla 11.

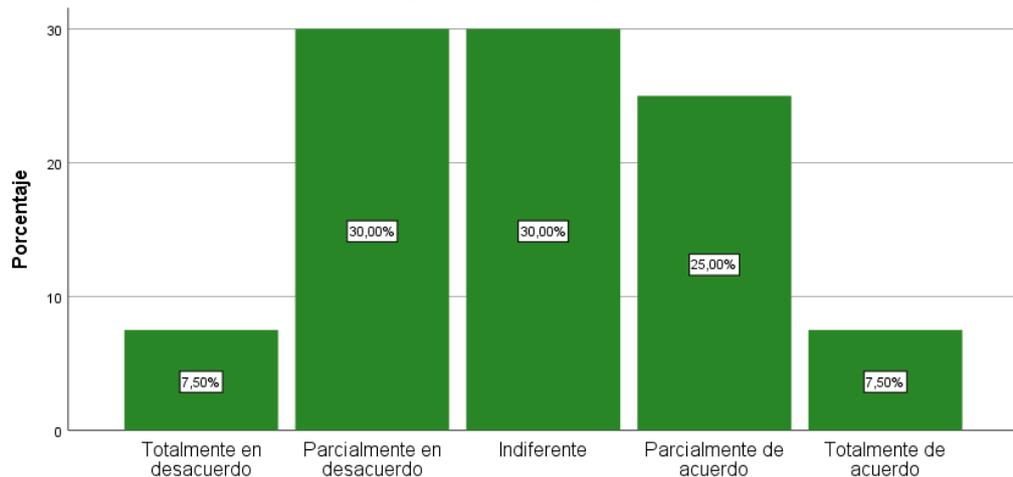
¿Está de acuerdo usted, con que la información pública incide en la baja de los precios en las ventas de las actividades de comercialización?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	7,5	7,5
	Parcialmente en desacuerdo	12	30,0	30,0
	Indiferente	12	30,0	30,0
	Parcialmente de acuerdo	10	25,0	25,0
	Totalmente de acuerdo	3	7,5	7,5
	Total	40	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia, según encuestas.

Figura 8

¿Está de acuerdo usted, con que la información pública incide en la baja de los precios en las ventas de las actividades de comercialización?



¿Está de acuerdo usted, con que la información pública incide en la baja de los precios en las ventas de las actividades de comercialización?

Interpretación:

Según información estadística, tenemos que el 30% de los encuestados afirma que está parcialmente en desacuerdo en que la información pública incide en la baja de los precios en las ventas, el 30% afirma que es indiferente, 25% menciona que está parcialmente de acuerdo, el 7.5% dice que está totalmente en desacuerdo y el 7.5% afirma que está totalmente de acuerdo.

Tabla 12.

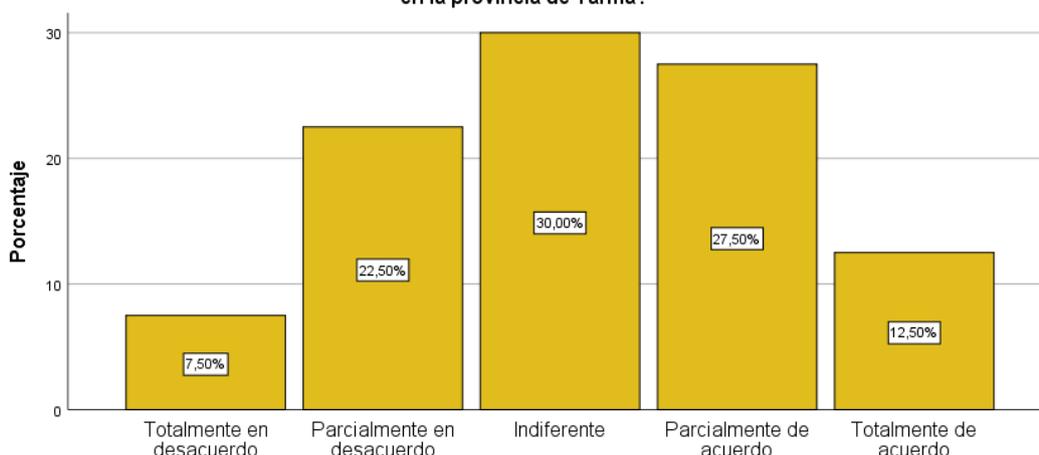
¿Está de acuerdo usted, con que las líneas de ventas y el acondicionamiento al almacenar las mercaderías son adecuadas en las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	7,5	7,5
	Parcialmente en desacuerdo	9	22,5	22,5
	Indiferente	12	30,0	30,0
	Parcialmente de acuerdo	11	27,5	27,5
	Totalmente de acuerdo	5	12,5	12,5
	Total	40	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia, según encuestas.

Figura 9

¿Está de acuerdo usted, con que las líneas de ventas y el acondicionamiento al almacenar las mercaderías son adecuadas en las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?



¿Está de acuerdo usted, con que las líneas de ventas y el acondicionamiento al almacenar las mercaderías son adecuadas en las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?

Interpretación:

Según información estadística, tenemos que el 30% de los encuestados afirma que es indiferente a que las líneas de ventas y el acondicionamiento al almacenar las mercaderías son adecuadas en las actividades de comercialización, el 27.5% afirma que está parcialmente de acuerdo, el 22.5% menciona que está parcialmente en desacuerdo, el 12.5% afirma que está totalmente de acuerdo y el 7.5% dice que está totalmente en desacuerdo.

Tabla 13.

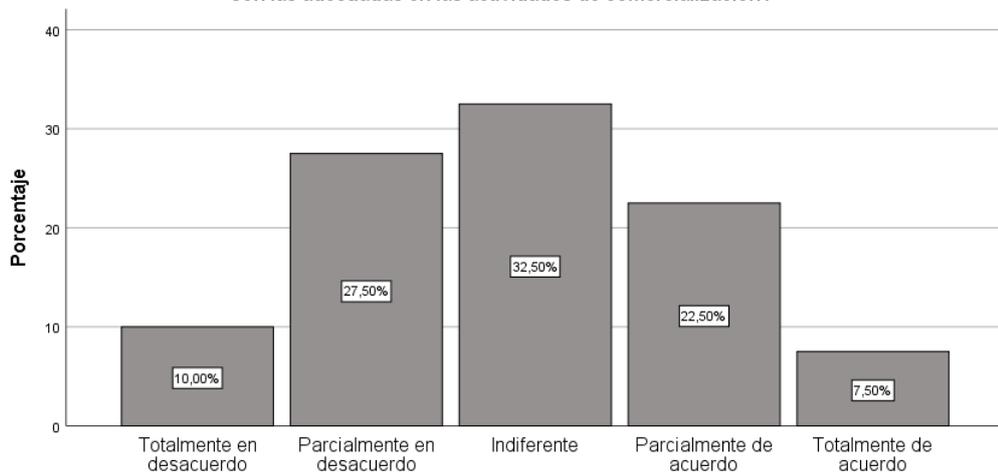
¿Está de acuerdo usted, con que los medios de ventas y la clasificación por tipo de mercaderías al almacenar son las adecuadas en las actividades de comercialización?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	10,0	10,0
	Parcialmente en desacuerdo	11	27,5	27,5
	Indiferente	13	32,5	32,5
	Parcialmente de acuerdo	9	22,5	22,5
	Totalmente de acuerdo	3	7,5	7,5
	Total	40	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia, según encuestas.

Figura 10

¿Está de acuerdo usted, con que los medios de ventas y la clasificación por tipo de mercaderías al almacenar son las adecuadas en las actividades de comercialización?



¿Está de acuerdo usted, con que los medios de ventas y la clasificación por tipo de mercaderías al almacenar son las adecuadas en las actividades de comercialización?

Interpretación:

Según información estadística, tenemos que el 32.5% de los encuestados afirma que es indiferente a que los medios de ventas y la clasificación por tipo de mercaderías al almacenar son las adecuadas, el 27.5% afirma que está parcialmente en desacuerdo, el 22.5% menciona que está parcialmente de acuerdo, el 10% afirma que está totalmente en desacuerdo y el 7.5% dice que está totalmente de acuerdo.

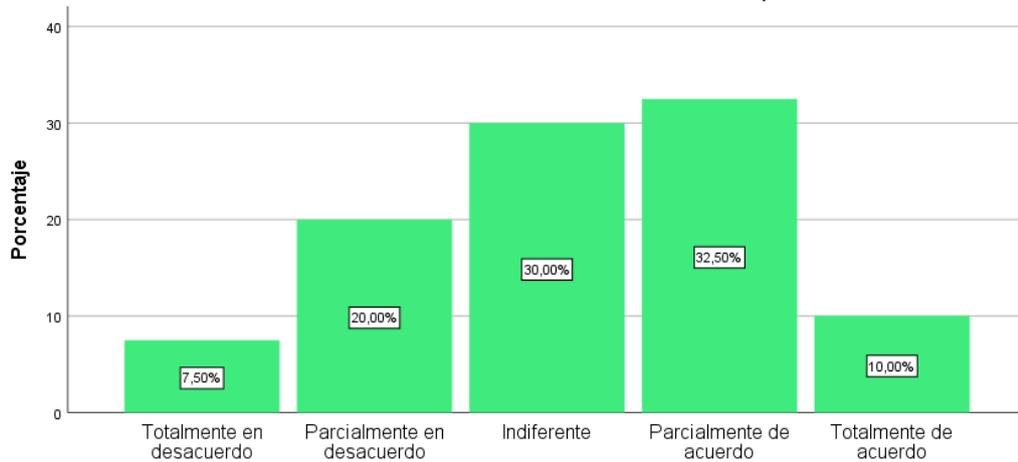
Tabla 14.
¿Está de acuerdo usted, con que el tiempo dedicado a las ventas es el adecuado como la identificación al almacenar las mercaderías en las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	7,5	7,5
	Parcialmente en desacuerdo	8	20,0	20,0
	Indiferente	12	30,0	30,0
	Parcialmente de acuerdo	13	32,5	32,5
	Totalmente de acuerdo	4	10,0	10,0
	Total	40	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia, según encuestas.

Figura 11

¿Está de acuerdo usted, con que el tiempo dedicado a las ventas es el adecuado como la identificación al almacenar las mercaderías en las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras?



¿Está de acuerdo usted, con que el tiempo dedicado a las ventas es el adecuado como la identificación al almacenar las mercaderías en las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras?

Interpretación:

Según información estadística, tenemos que el 32.5% de los encuestados afirma que está parcialmente de acuerdo en que el tiempo dedicado a las ventas es el adecuado como la identificación al almacenar las mercaderías, el 30% afirma que es indiferente, 20% menciona que está parcialmente en desacuerdo, el 10% dice que está totalmente de acuerdo y el 7.5% afirma que está totalmente en desacuerdo.

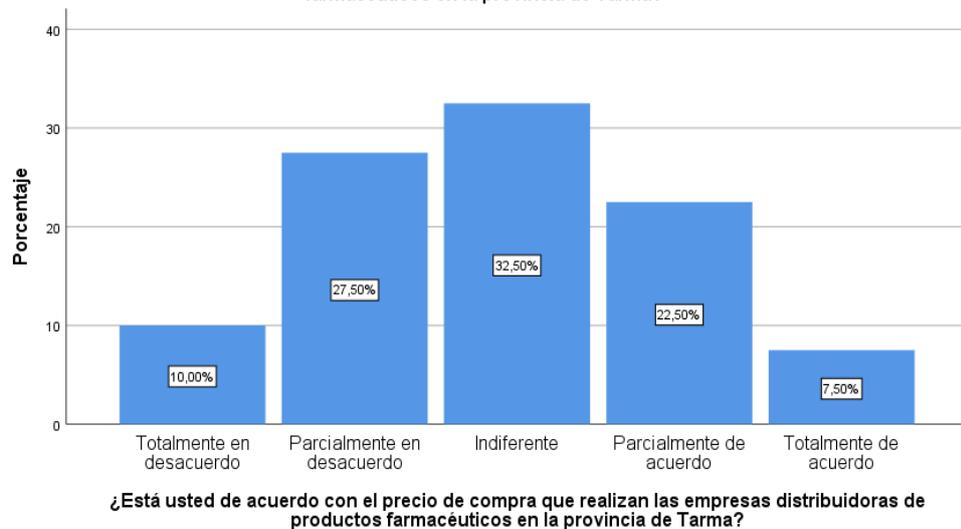
Tabla 15.
¿Está usted de acuerdo con el precio de compra que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	10,0	10,0
	Parcialmente en desacuerdo	11	27,5	27,5
	Indiferente	13	32,5	32,5
	Parcialmente de acuerdo	9	22,5	22,5
	Totalmente de acuerdo	3	7,5	7,5
	Total	40	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia, según encuestas.

Figura 12

¿Está usted de acuerdo con el precio de compra que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?



Interpretación:

Según información estadística, tenemos que el 32.5% de los encuestados afirma que es indiferente al precio de compra que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos, el 27.5% afirma que está parcialmente en desacuerdo, el 22.5% menciona que está parcialmente de acuerdo, el 10% afirma que está totalmente en desacuerdo y el 7.5% dice que está totalmente de acuerdo.

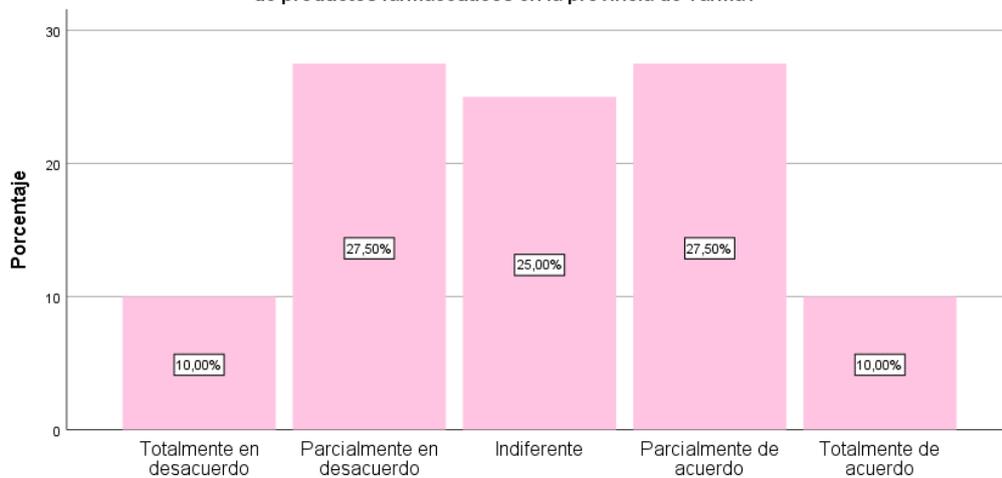
Tabla 16.
¿Está usted de acuerdo con la comprobación de precios de compra que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	10,0	10,0
	Parcialmente en desacuerdo	11	27,5	27,5
	Indiferente	10	25,0	25,0
	Parcialmente de acuerdo	11	27,5	27,5
	Totalmente de acuerdo	4	10,0	10,0
	Total	40	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia, según encuestas.

Figura 13

¿Esta usted de acuerdo con la comprobación de precios de compra que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?



¿Esta usted de acuerdo con la comprobación de precios de compra que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?

Interpretación:

Según información estadística, tenemos que el 27.5% de los encuestados afirma que está parcialmente en desacuerdo con la comprobación de precios de compra que realizan las empresas distribuidoras, el 27.5% afirma que está parcialmente de acuerdo, el 25% menciona que es indiferente, el 10% afirma que está totalmente en desacuerdo y el 10% dice que está totalmente de acuerdo.

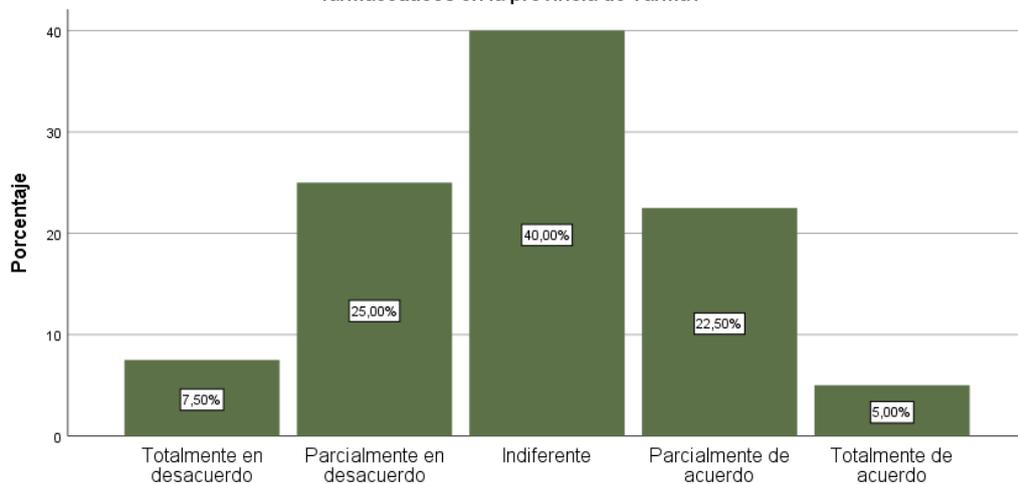
Tabla 17.
 ¿Está usted de acuerdo con el manejo de inventarios que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	7,5	7,5
	Parcialmente en desacuerdo	10	25,0	25,0
	Indiferente	16	40,0	40,0
	Parcialmente de acuerdo	9	22,5	22,5
	Totalmente de acuerdo	2	5,0	5,0
	Total	40	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia, según encuestas.

Figura 14

¿Está usted de acuerdo con el manejo de inventarios que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?



¿Está usted de acuerdo con el manejo de inventarios que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?

Interpretación:

Según información estadística, tenemos que el 40% de los encuestados afirma que es indiferente al manejo de inventarios que realizan las empresas distribuidoras, el 25% afirma que está parcialmente en desacuerdo, el 22.5% menciona que está parcialmente de acuerdo, el 7.5% afirma que está totalmente en desacuerdo y el 5% dice que está totalmente de acuerdo.

Tabla 18.

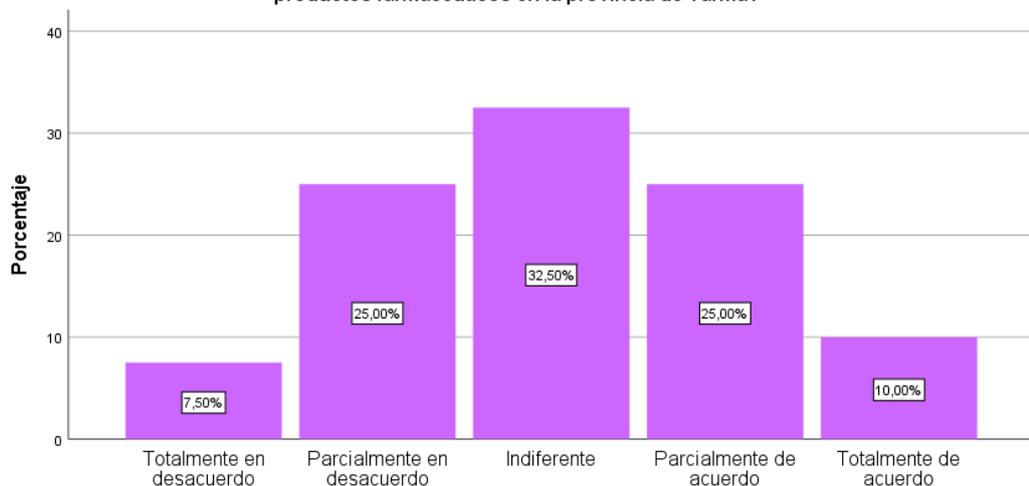
¿Está usted de acuerdo con los cambios en los inventarios que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	7,5	7,5
	Parcialmente en desacuerdo	10	25,0	25,0
	Indiferente	13	32,5	32,5
	Parcialmente de acuerdo	10	25,0	25,0
	Totalmente de acuerdo	4	10,0	10,0
	Total	40	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia, según encuestas.

Figura 15

¿Está usted de acuerdo con los cambios en los inventarios que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?



¿Está usted de acuerdo con los cambios en los inventarios que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?

Interpretación:

Según información estadística, tenemos que el 32.5% de los encuestados afirma que es indiferente a los cambios en los inventarios que realizan las empresas distribuidoras, el 25% afirma que está parcialmente en desacuerdo, el 25% menciona que está parcialmente de acuerdo, el 10% afirma que está totalmente de acuerdo y el 7.5% dice que está totalmente en desacuerdo.

Tabla 19.

¿Está usted de acuerdo con los procedimientos de verificación al realizar una compra en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	7,5	7,5
	Parcialmente en desacuerdo	13	32,5	32,5
	Indiferente	12	30,0	30,0
	Parcialmente de acuerdo	8	20,0	20,0
	Totalmente de acuerdo	4	10,0	10,0
	Total	40	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia, según encuestas.

Figura 16



Interpretación:

Según información estadística, tenemos que el 32.5% de los encuestados afirma que está parcialmente en desacuerdo con los procedimientos de verificación al realizar una compra en las empresas distribuidoras, el 30% afirma que es indiferente, el 20% menciona que está parcialmente de acuerdo, el 10% afirma que está totalmente de acuerdo y el 7.5% dice que está totalmente en desacuerdo.

Tabla 20.

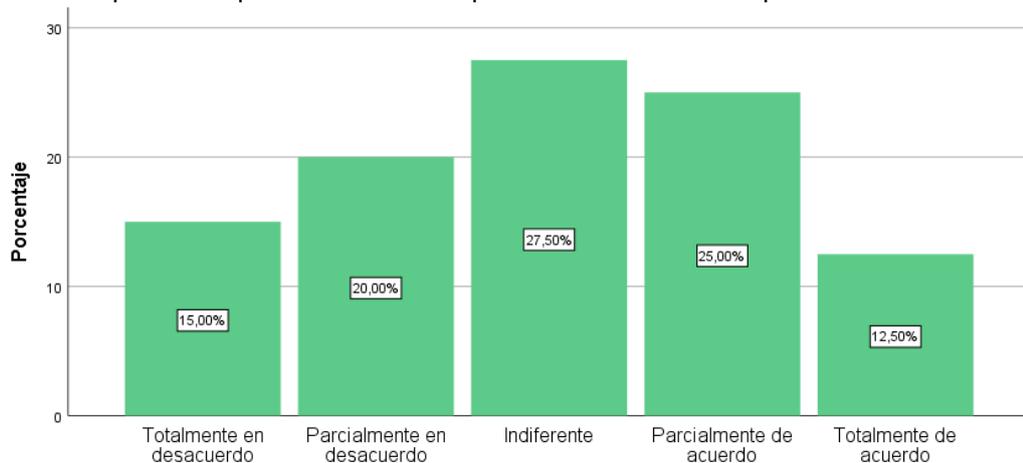
¿Está usted de acuerdo que los clientes cuentan con un precio justo y servicio de calidad al realizar una compra en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente en desacuerdo	6	15,0	15,0
	Parcialmente en desacuerdo	8	20,0	20,0
	Indiferente	11	27,5	27,5
	Parcialmente de acuerdo	10	25,0	25,0
	Totalmente de acuerdo	5	12,5	12,5
	Total	40	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia, según encuestas.

Figura 17

¿Esta usted de acuerdo que los clientes cuentan con un precio justo y servicio de calidad al realizar una compra en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?



¿Esta usted de acuerdo que los clientes cuentan con un precio justo y servicio de calidad al realizar una compra en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?

Interpretación:

Según información estadística, tenemos que el 27.5% de los encuestados afirma que es indiferente a que los clientes cuentan con un precio justo y servicio de calidad al realizar una compra en las empresas distribuidoras, el 25% afirma que está parcialmente de acuerdo, el 20% menciona que está parcialmente en desacuerdo, el 15% afirma que está totalmente en desacuerdo y el 12.5% dice que está totalmente de acuerdo.

Tabla 21.

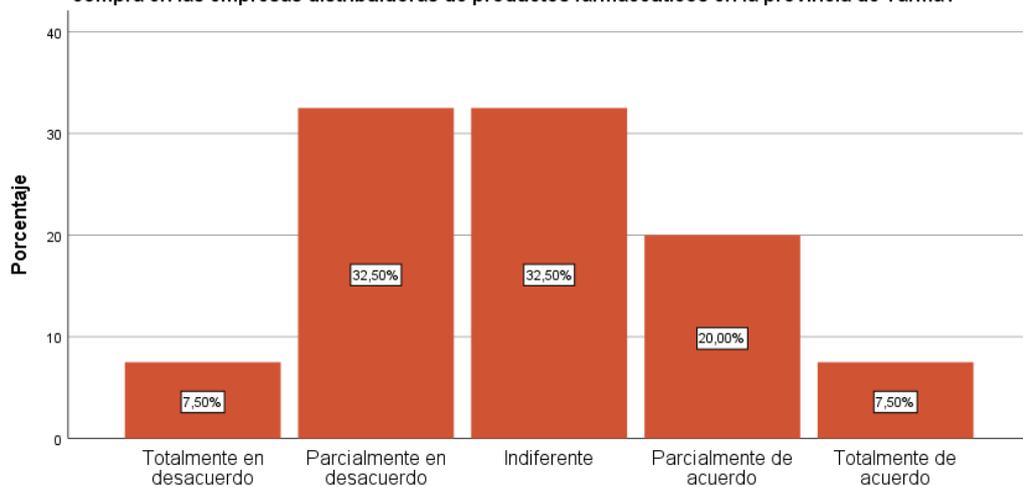
¿Está usted de acuerdo que se pueda considerar los descuentos, promociones y ofertas al realizar una compra en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	7,5	7,5
	Parcialmente en desacuerdo	13	32,5	32,5
	Indiferente	13	32,5	32,5
	Parcialmente de acuerdo	8	20,0	20,0
	Totalmente de acuerdo	3	7,5	7,5
	Total	40	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia, según encuestas.

Figura 18

¿Esta usted de acuerdo que se pueda considerar los descuentos, promociones y ofertas al realizar una compra en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?



¿Esta usted de acuerdo que se pueda considerar los descuentos, promociones y ofertas al realizar una compra en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?

Interpretación:

Según información estadística, tenemos que el 32.5% de los encuestados afirma que está parcialmente en desacuerdo con que se pueda considerar los descuentos, promociones y ofertas al realizar una compra en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos, el 32.5% afirma que es indiferente, el 20% menciona que está parcialmente de acuerdo, el 7.5% afirma que está totalmente de acuerdo y el 7.5% dice que está totalmente en desacuerdo.

Tabla 22.

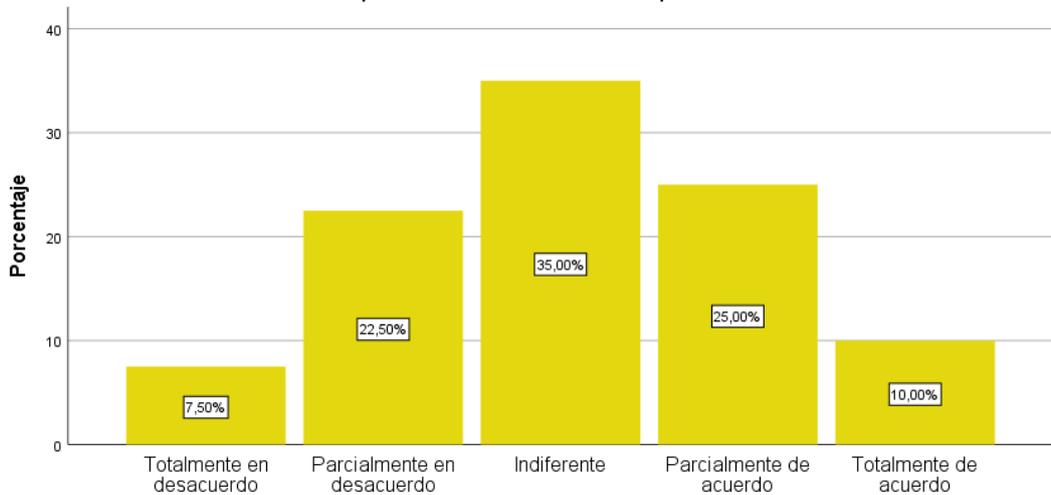
¿Está usted de acuerdo que los precios sean a costos bajos por la compra de una mercadería en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	7,5	7,5
	Parcialmente en desacuerdo	9	22,5	22,5
	Indiferente	14	35,0	35,0
	Parcialmente de acuerdo	10	25,0	25,0
	Totalmente de acuerdo	4	10,0	10,0
	Total	40	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia, según encuestas.

Figura 19

¿Esta usted de acuerdo que los precios sean a costos bajos por la compra de una mercadería en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?



¿Esta usted de acuerdo que los precios sean a costos bajos por la compra de una mercadería en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?

Interpretación:

Según información estadística, tenemos que el 35% de los encuestados afirma que es indiferente a que los precios sean a costos bajos por la compra de una mercadería en las empresas distribuidoras, el 25% afirma que está parcialmente de acuerdo, el 22.5% menciona que está parcialmente en desacuerdo, el 10% afirma que está totalmente de acuerdo y el 7.5% dice que está totalmente en desacuerdo.

Tabla 23.

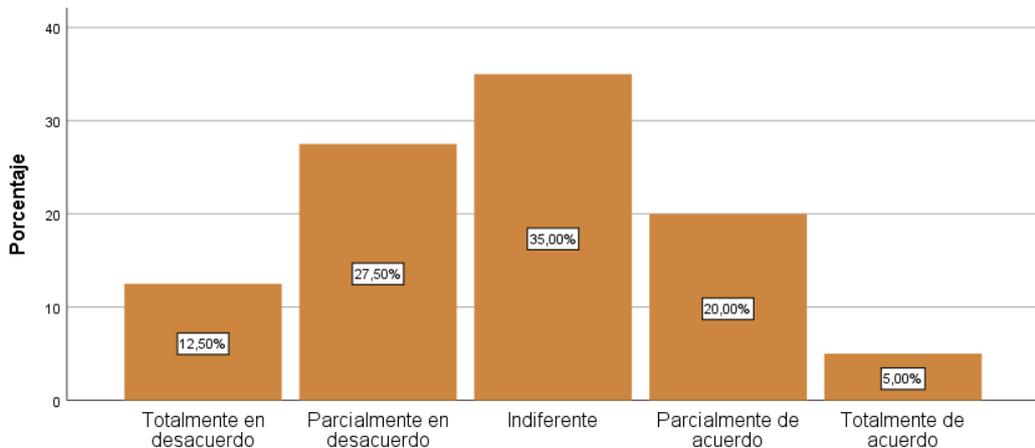
¿Está usted de acuerdo que los productos a comercializar estén acondicionados para alcanzar las metas y cumplir con los objetivos de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	12,5	12,5
	Parcialmente en desacuerdo	11	27,5	27,5
	Indiferente	14	35,0	35,0
	Parcialmente de acuerdo	8	20,0	20,0
	Totalmente de acuerdo	2	5,0	5,0
	Total	40	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia, según encuestas.

Figura 20

¿Esta usted de acuerdo que los productos a comercializar estén acondicionados para alcanzar las metas y cumplir con los objetivos de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?



¿Esta usted de acuerdo que los productos a comercializar estén acondicionados para alcanzar las metas y cumplir con los objetivos de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?

Interpretación:

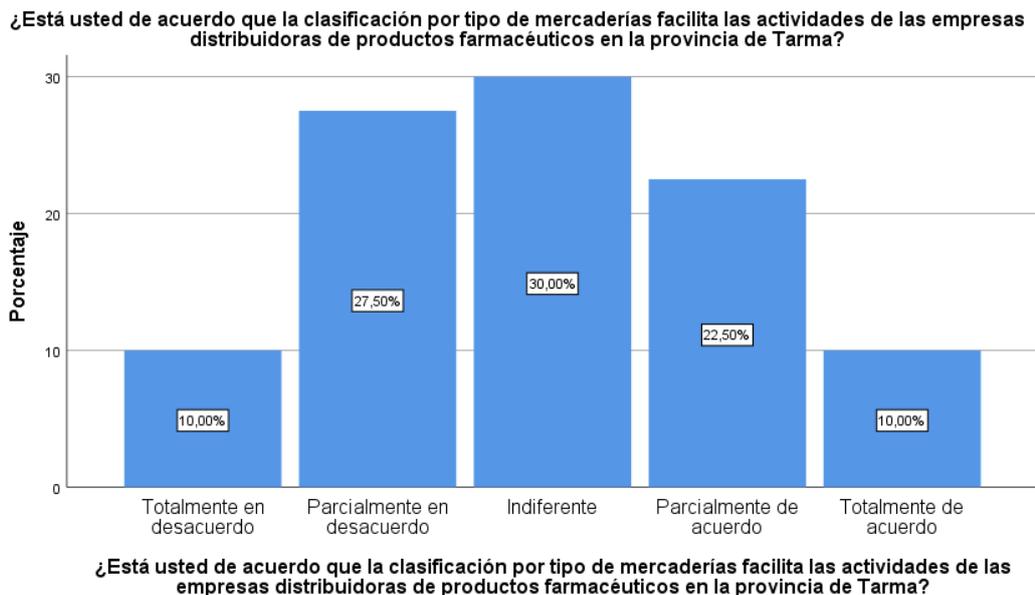
Según información estadística, tenemos que el 35% de los encuestados afirma que es indiferente a que los productos a comercializar estén acondicionados para alcanzar las metas y cumplir con los objetivos de las empresas distribuidoras, el 27.5% afirma que está parcialmente en desacuerdo, el 20% menciona que está parcialmente de acuerdo, el 12.5% afirma que está totalmente en desacuerdo y el 5% dice que está totalmente de acuerdo.

Tabla 24.
¿Está usted de acuerdo que la clasificación por tipo de mercaderías facilita las actividades de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	10,0	10,0
	Parcialmente en desacuerdo	11	27,5	27,5
	Indiferente	12	30,0	30,0
	Parcialmente de acuerdo	9	22,5	22,5
	Totalmente de acuerdo	4	10,0	10,0
	Total	40	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia, según encuestas.

Figura 21



Interpretación:

Según información estadística, tenemos que el 30% de los encuestados afirma que es indiferente a que la clasificación por tipo de mercaderías facilita las actividades de las empresas distribuidora, el 27.5% afirma que está parcialmente en desacuerdo, el 22.5% menciona que está parcialmente de acuerdo, el 10% afirma que está totalmente en desacuerdo y el 10% dice que está totalmente de acuerdo.

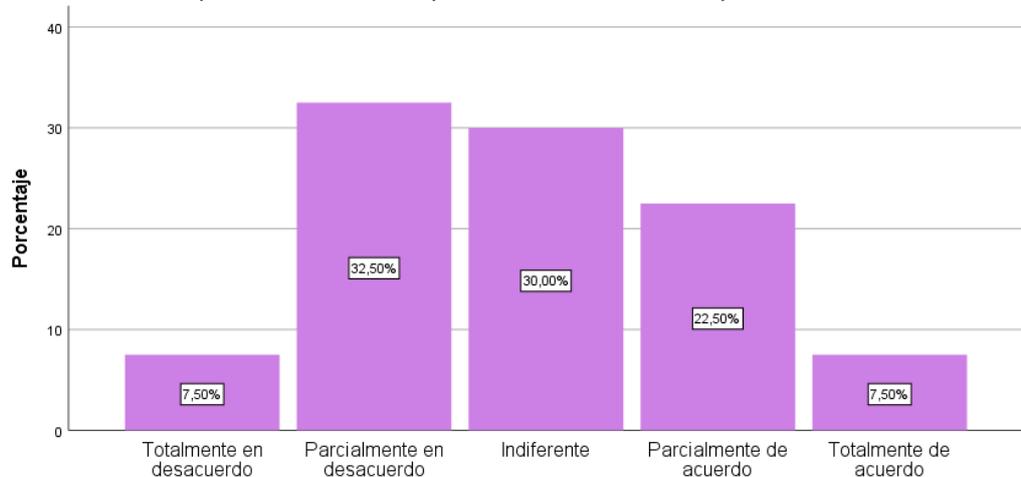
Tabla 25.
¿Está usted de acuerdo que la identificación de la mercadería tenga un distintivo para facilitar las actividades en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	7,5	7,5
	Parcialmente en desacuerdo	13	32,5	32,5
	Indiferente	12	30,0	30,0
	Parcialmente de acuerdo	9	22,5	22,5
	Totalmente de acuerdo	3	7,5	7,5
	Total	40	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia, según encuestas.

Figura 22

¿Está usted de acuerdo que la identificación de la mercadería tenga un distintivo para facilitar las actividades en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?



¿Está usted de acuerdo que la identificación de la mercadería tenga un distintivo para facilitar las actividades en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?

Interpretación:

Según información estadística, tenemos que el 32.5% de los encuestados afirma que está parcialmente en desacuerdo con que la identificación de la mercadería tenga un distintivo para facilitar las actividades en las empresas distribuidoras, el 30% afirma que es indiferente, el 22.5% menciona que está parcialmente de

acuerdo, el 7.5% afirma que está totalmente de acuerdo y el 7.5% dice que está totalmente en desacuerdo.

4.3. Prueba de Hipótesis

Hipótesis General

Ho: La eficiencia del sistema de control interno transparente en las empresas, no impactara de manera favorable en el fortalecimiento de las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019.

Ha: La eficiencia del sistema de control interno transparente en las empresas, impactara de manera favorable en el fortalecimiento de las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019.

Tabla 26.

*Eficiencia del sistema de control interno (Agrupada)*Fortalecimiento de las actividades de comercialización (Agrupada)*

		Fortalecimiento de las actividades de comercialización (Agrupada)				Total
		Bajo	Bueno	Excelente		
Eficiencia del sistema de control interno (Agrupada)	Bajo	Recuento	8	1	0	9
		% del total	20,0%	2,5%	0,0%	22,5%
	Regular	Recuento	1	19	2	22
		% del total	2,5%	47,5%	5,0%	55,0%
	Excelente	Recuento	0	3	6	9
		% del total	0,0%	7,5%	15,0%	22,5%
Total	Recuento	9	23	8	40	
	% del total	22,5%	57,5%	20,0%	100,0%	

Tabla 27.
Correlaciones Rho de Spearman

			Eficiencia del sistema de control interno (Agrupada)	Fortalecimiento de las actividades de comercialización (Agrupada)
Rho de Spearman	Eficiencia del sistema de control interno (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,802**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	Fortalecimiento de las actividades de comercialización (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,802**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Como el coeficiente RHO de Spearman es 0.802 y de acuerdo al baremo de estimación de la correlación de Spearman, existe una correlación alta positiva, además el nivel de significancia bilateral es 0.000 menor que el grado de significancia 0.05, en este caso se rechaza la Ho, esto indica que si existe relación entre las variables, luego podemos concluir que: La eficiencia del sistema de control interno transparente en las empresas, impacta de manera favorable en el fortalecimiento de las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019.

Hipótesis Específico 1

Ho: La aplicación de la eficiencia del sistema de control interno, no fortalecerá las actividades de comercialización, para las compras de mercaderías a los proveedores que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019.

Ha: La aplicación de la eficiencia del sistema de control interno, fortalecerá las actividades de comercialización, para las compras de mercaderías a los

proveedores que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019.

*Tabla 28 Eficiencia del sistema de control interno (Agrupada)*Comercialización para las Compras de Mercaderías a los Proveedores (Agrupada)*

		Comercialización para las Compras de Mercaderías a los Proveedores (Agrupada)			Total	
			Bajo	Regular	Excelente	
Eficiencia del sistema de control interno (Agrupada)	Bajo	Recuento	7	2	0	9
		% del total	17,5%	5,0%	0,0%	22,5%
	Regular	Recuento	2	17	3	22
		% del total	5,0%	42,5%	7,5%	55,0%
	Excelente	Recuento	0	0	9	9
		% del total	0,0%	0,0%	22,5%	22,5%
Total	Recuento	9	19	12	40	
	% del total	22,5%	47,5%	30,0%	100,0%	

Tabla 29 Correlaciones Rho Spearman

		Eficiencia del sistema de control interno (Agrupada)		Comercialización para las Compras de Mercaderías a los Proveedores (Agrupada)	
Rho de Spearman	Eficiencia del sistema de control interno (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000		,829**
		Sig. (bilateral)	.		,000
		N	40		40
	Comercialización para las Compras de Mercaderías a los Proveedores (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,829**		1,000
		Sig. (bilateral)	,000		.
		N	40		40

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Como el coeficiente RHO de Spearman es 0.829 y de acuerdo al baremo de estimación de la correlación de Spearman, existe una correlación alta positiva, además el nivel de significancia bilateral es 0.000 menor que el grado de significancia 0.05, lo que nos quiere decir se rechaza la Ho, lo cual nos indica que si existe relación entre las variables, luego podemos concluir que: La aplicación de la eficiencia del sistema de control interno, fortalece las actividades de comercialización, para las compras de mercaderías a los proveedores que

realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019.

Hipótesis Específico 2

Ho: El funcionamiento del sistema de control interno transparente, no fortalecerá las actividades de comercialización, para las ventas de mercaderías a los clientes que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019.

Ha: El funcionamiento del sistema de control interno transparente, fortalecerá las actividades de comercialización, para las ventas de mercaderías a los clientes que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019.

*Tabla 30 Eficiencia del sistema de control interno (Agrupada)*Comercialización para las Ventas de Mercaderías a los Clientes (Agrupada)*

		Comercialización para las Ventas de Mercaderías a los Clientes (Agrupada)					Total
		Bajo	Regular	Bueno	Excelente		
Eficiencia del sistema de control interno (Agrupada)	Bajo	Recuento	3	6	0	0	9
		% del total	7,5%	15,0%	0,0%	0,0%	22,5%
	Regular	Recuento	2	11	8	1	22
		% del total	5,0%	27,5%	20,0%	2,5%	55,0%
	Excelente	Recuento	1	2	2	4	9
		% del total	2,5%	5,0%	5,0%	10,0%	22,5%
Total		Recuento	6	19	10	5	40
		% del total	15,0%	47,5%	25,0%	12,5%	100,0%

Tabla 31 Correlaciones Rho de Spearman

	Comercia- Eficiencia del sistema de control interno (Agrupada)	lización para las Ventas de Mercaderías a los Clientes (Agrupada)

Rho de Spearman	Eficiencia del sistema de control interno (Agrupada)	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 40	,491** ,001 40
	Comercialización para las Ventas de Mercaderías a los Clientes (Agrupada)	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,491** ,001 40	1,000 . 40

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Como el coeficiente RHO de Spearman es 0.491 y de acuerdo al baremo de estimación de la correlación de Spearman, existe una correlación moderada baja positiva, además el nivel de significancia bilateral es 0.001 menor que el grado de significancia 0.05, en este caso rechazamos la H_0 , esto indica que si existe relación entre las variables, luego podemos concluir que: El funcionamiento del sistema de control interno transparente, fortalece las actividades de comercialización, para las ventas de mercaderías a los clientes que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019.

Hipótesis Específico 3

H₀: El adecuado manejo del sistema de control interno, no impactará favorablemente en el almacenaje correcto de mercaderías que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019.

H_a: El adecuado manejo del sistema de control interno, impactará favorablemente en el almacenaje correcto de mercaderías que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019.

Tabla 32 Eficiencia del sistema de control interno (Agrupada)*Almacenaje Correcto de Mercaderías (Agrupada)

		Almacenaje Correcto de Mercaderías (Agrupada)					Total
			Bajo	Regular	Buena	Excelente	
Eficiencia del sistema de control interno (Agrupada)	Bajo	Recuento	1	7	1	0	9
		% del total	2,5%	17,5%	2,5%	0,0%	22,5%
	Regular	Recuento	3	3	9	7	22
		% del total	7,5%	7,5%	22,5%	17,5%	55,0%
	Excelente	Recuento	1	1	4	3	9
		% del total	2,5%	2,5%	10,0%	7,5%	22,5%
Total		Recuento	5	11	14	10	40
		% del total	12,5%	27,5%	35,0%	25,0%	100,0%

Tabla 33 Correlaciones Rho Spearman

Rho de Spearman	Eficiencia del sistema de control interno (Agrupada)	Almacenaje Correcto de Mercaderías (Agrupada)	Coeficiente de correlación	Coeficiente de correlación	1,000	,374*
			Sig. (bilateral)	Sig. (bilateral)	.	,018
			N	N	40	40
			Sig. (bilateral)	Sig. (bilateral)	,018	.
			N	N	40	40

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Como el coeficiente RHO de Spearman es 0.374 y de acuerdo al baremo de estimación de la correlación de Spearman, existe una correlación moderada baja positiva, además el nivel de significancia bilateral es 0.018 menor que el grado de significancia 0.05, en este caso rechazamos la Ho, esto indica que si existe relación entre las variables, luego podemos concluir que: El adecuado manejo

del sistema de control interno, impactará favorablemente en el almacenaje correcto de mercaderías que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019.

4.4. Discusión de resultados

Según Noboa, (2011), en su tesis hace referencia que no existe fortalecimiento en el área de Recursos Humanos, por otro lado, también menciona que mucho de los fracasos de las empresas se debe a la falta de importancia sobre el desarrollo de un sistema de control interno eficiente, esto genera que la información que circula en la empresa no sea clara y veraz, el descontrol conlleva a un fraude o movimientos no estén bajo el marco legal.

En nuestra investigación de acuerdo a los resultados las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, donde laboran personas, si tiene relación con el eficiente sistema de control interno, porque esto está implementado en las empresas en estudio.

Según Huachua, (2016), hace mención en su tesis que se comprobó que en la empresa existe un inadecuado sistema de control interno el cual va a impedir que se cumplan las metas y objetivos de la organización.

Según los resultados en nuestra investigación dio lo opuesto a la tesis de Huachua (2016), ya que la eficiencia del sistema de control interno transparente en las empresas, impactará de manera favorable en el fortalecimiento de las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma de esta manera se podrá cumplir sus objetivos y metas en estas organizaciones.

Así mismo concluimos que de acuerdo a los resultados del estudio la aplicación de la eficiencia del sistema de control interno, fortalecerá las actividades de comercialización, las compras de mercaderías a los proveedores y las ventas de

mercaderías a los clientes que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma.

CONCLUSIONES

1. La eficiencia en el sistema de control interno transparente, impacta de manera positiva y favorable en el fortalecimiento de las actividades de comercialización de compras de mercaderías a los proveedores, ventas de mercaderías a los clientes en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma.
2. De acuerdo al objetivo general y la prueba de hipótesis general se determinó que: La eficiencia del sistema de control interno transparente en las empresas, impacta de manera favorable en el fortalecimiento de las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019.
3. De acuerdo al objetivo específico 1 y la prueba de hipótesis específico 1 se determinó que: La aplicación de la eficiencia del sistema de control interno, fortalece las actividades de comercialización, para las compras de mercaderías a los proveedores que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019.
4. De acuerdo al objetivo específico 2 y la prueba de hipótesis específico 2 se determinó que: El funcionamiento del sistema de control interno transparente, fortalece las actividades de comercialización, para las ventas de mercaderías a los clientes que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019.
5. De acuerdo al objetivo específico 3 y la prueba de hipótesis específico 3 se determinó que: El adecuado manejo del sistema de control interno, impactará favorablemente en el almacenaje correcto de mercaderías que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, periodo 2019.

6. Las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, han logrado a través de las buenas prácticas una eficiente y efectiva gestión empresarial, con el apoyo de una eficiencia en el sistema de control interno, las actividades de almacenar, controlar, ordenar adecuadamente las mercaderías, de forma transparente, visible, con la información y comunicación interna y pública, las líneas de ventas, los medios de ventas y tiempo dedicado a las ventas y todos los procedimientos y resultados en estas organizaciones han sido gracias al control interno.

7. El fortalecimiento en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma, ha sido gracias a las actividades de comprobación de precios de compras, cambios en los inventarios, la verificación de los procedimientos de compra, el potencial de los clientes, la presentación de ofertas, los bajos precios de las mercaderías, la clasificación e identificación rápida de los tipos de mercadería.

RECOMENDACIONES

1. El sistema de control interno transparente en una empresa es muy importante, por ello sugerimos que cada micro, pequeña, mediana y gran empresa implemente de manera formal esta área y trabaje con auditorías administrativas internas para ser más eficiente logrando sus objetivos y metas en sus organizaciones.
2. Las empresas comercializadoras distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma y a nivel nacional deben tener en cuenta que un sistema de control interno eficiente tiene impacto favorable en el fortalecimiento de su organización.
3. Las empresas comercializadoras de cualquier producto en el país, deben planificar, organizar, administrar y controlar todas sus actividades mediante un sistema de control con el apoyo de la tecnología, a fin de fortalecer la organización y tener buenas utilidades.
4. Las empresas comercializadoras deben tener buenas prácticas en todas sus actividades como: almacenar, controlar, ordenar adecuadamente las mercaderías, de forma transparente, visible, con la información y comunicación interna y pública, con líneas de ventas definidas, los medios de ventas, el tiempo dedicado a las ventas y todos los procedimientos y resultados en estas organizaciones.
5. Las empresas comercializadoras deben fortalecer su gestión mejorando las actividades de comprobación de precios de compras, cambios en los inventarios, la verificación de los procedimientos de compra, teniendo en cuenta el potencial de los clientes, la presentación de ofertas, los bajos precios de las mercaderías, la clasificación e identificación rápida de los tipos de mercadería, entre otras actividades.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alvares F.** (2001). "*Auditoría Gubernamental*". Lima. Perú. Editorial HBD. Página N° 103
- Andrade,** (2008) Diccionario de Economía, Tercera Edición, de Andrade Simón, Editorial Andrade, 2005, Pág. 253.
- Bayona, J., y Cruz, H.,** (2012). El concepto de equipo en la investigación sobre efectividad en equipos de trabajo. *Estudios Gerenciales*, vol. 28, no. 123, pp. 121–132.
- Bernal T. César.** (2000). "*Metodología de la investigación para administración y economía*". Pearson Educación de Colombia Santa Fé de Bogotá, Colombia.
- Bravo M.** (2007). "Control Interno" Lima. Perú. Editorial San Marcos. 2da edición
- Bruno, T y Paricio, P** (2013). Relaciones públicas y gabinetes de comunicación municipales. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 3(5), 149-170. Recuperado de <<http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp/article/view/179>>
- CEPEDA. (2007).** Auditoría y control interno. Bogotá. Colombia: Editorial Emma.
- Committe Sponsoring. Organizations of the Treadway Commision (COSO).** (2004). *Control interno: Estructura conceptual integrada*. México. Editorial. Continental
- Cruz, A** (2012) ¿Auditoría al sistema de transporte algo nuevo? Disponible en: <https://www.eumed.net/ce/2009b/caca.htm>
- Dane. R. (2009)** "*Documento técnico sobre mercado laboral*" – DANE – 2006.
- Dane. R.** (2009) "*Metodología informalidad gran encuesta integrada de hogares – geih*". 2009. Obtenido en: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech_informalidad/metodología_informalidad
- De Soto. Hernando** (1987), "El otro sendero". Instituto Libertad y Democracia, Séptima Edición, Bogotá, Edit. Printer Colombia

- Decreto Legislativo N° 1086.** (2008). *“Ley de la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente – Ley MYPE”*. Lima. Perú. Promulgada el 27 de junio de 2008.
- Decreto Supremo N° 007-2008-TR.** Del 30 de setiembre del 2008 – Art. 4
- Gómez López Roberto. (2013)** *“Generalidades en la Auditoría”* Lima. Perú. Edit. HVBF. Pág. 5
- Gonzales H. (2011)** *“El comercio informal y su incidencia en el nivel de ingresos de los comerciantes formales de la ciudad de Ibarra”*.
http://rraae.org.ec/Record/0002_4e657c3c64851991319b0ceb41e48fd9
- Gustavo. A. (2007).** *“Auditoría y Control Interno”*. Bogotá. Colombia. Editorial Emma.
- Hernández Sampiere, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014).** *Metodología de la Investigación* (Sexta Edición ed.). México: McGRAW - HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernández, A (2006)** Los sistemas de información: Evolución y Desarrollo. Disponible en: <https://www.dialnet.losistemasdeinformacion793097>
- Rodríguez F. (2005).** *“Economía Informal Vendedores ambulantes de chíá”*. Obtenido en: <http://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle>
- Sara Cifuentes, (2004)** *“Los vendedores ambulantes un reflejo de una realidad nacional”*. Lima. Perú.
- Silva, (2002)** Teorías de la Administración, de Oliveira Da Silva Reinaldo, International Thomson Editores, S.A. de C.V., 2002, Pág. 20.
- Tamayo y Tamayo, Mario. (2004) *“El proceso de la investigación”* 4ta edición. México; Editorial Limusa.

Referencias electrónicas

- <https://www.gestiopolis.com/control-interno-segun-coso/>
- <https://www.gestiopolis.com/control-interno-5-componentes-segun-coso/>
- <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/risk/COSO-Sesion1.pdf>
- <https://www.auditool.org/blog/control-interno/2735-17-principios-de-control-interno-segun-coso-iii>
- <https://economipedia.com/definiciones/comercializacion.html>
- <https://www.monografias.com/trabajos/comercializa/comercializa.shtml>
- https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf

BIBLIOGRAFIA

- Alvares F.** (2001). *“Auditoría Gubernamental”*. Lima. Perú. Editorial HBD.
Página N° 103
- Andrade**, (2008) Diccionario de Economía, Tercera Edición, de Andrade Simón,
Editorial Andrade, 2005, Pág. 253.
- Bayona, J., y Cruz, H.**, (2012). El concepto de equipo en la investigación sobre
efectividad en equipos de trabajo. *Estudios Gerenciales*, vol. 28, no. 123,
pp. 121–132.
- Bernal T. César.** (2000). *“Metodología de la investigación para administración y
economía”*. Pearson Educación de Colombia Santa Fé de Bogotá,
Colombia.
- Bravo M.** (2007). *“Control Interno”* Lima. Perú. Editorial San Marcos. 2da edición
- Bruno, T y Paricio, P** (2013). Relaciones públicas y gabinetes de comunicación
municipales. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 3(5), 149-
170. Recuperado de
<<http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp/article/view/179>>
- Carrasco S.** (2009) *Metodología de la Investigación Científica*. Lima. Perú. San
Marcos
- CEPEDA. (2007)**. Auditoría y control interno. Bogotá. Colombia: Editorial Emma.
- Committe** Sponsoring. Organizations of the Treadway Commision (COSO).
(2004). *Control interno: Estructura conceptual integrada*. México.
Editorial. Continental
- Cruz, A** (2012) ¿Auditoría al sistema de transporte algo nuevo? Disponible en:
<https://www.eumed.net/ce/2009b/caca.htm>

- Dane. R. (2009)** “*Documento técnico sobre mercado laboral*” – DANE – 2006.
- Dane. R. (2009)** “*Metodología informalidad gran encuesta integrada de hogares – geih*”. 2009. Obtenido en:
https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech_informalidad/metodologia_informalidad
- De Soto. Hernando (1987)**, “El otro sendero”. Instituto Libertad y Democracia, Séptima Edición, Bogotá, Edit. Printer Colombia
- Decreto Legislativo N° 1086. (2008)**. “*Ley de la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente – Ley MYPE*”. Lima. Perú. Promulgada el 27 de junio de 2008.
- Decreto Supremo N° 007-2008-TR**. Del 30 de setiembre del 2008 – Art. 4
- Gómez López Roberto. (2013)** “*Generalidades en la Auditoría*” Lima. Perú. Edit. HVBF. Pág. 5
- Gonzales H. (2011)** “*El comercio informal y su incidencia en el nivel de ingresos de los comerciantes formales de la ciudad de Ibarra*”.
http://rraae.org.ec/Record/0002_4e657c3c64851991319b0ceb41e48fd9
- Gustavo. A. (2007)**. “Auditoría y Control Interno”. Bogotá. Colombia. Editorial Emma.
- Hernández Sampiere, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014)**. *Metodología de la Investigación* (Sexta Edición ed.). México: McGRAW - HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Henri Fayol** en su obra “Administración industrial y general”. Pag.142

Hernández, A (2006) Los sistemas de información: Evolución y Desarrollo.

Disponible en: <https://www.dialnet.losistemas deinformacion793097>

Mónica Z. (2012). Antología de comercialización.

Montoya. N. (2006). La Contabilidad como base de control interno en las instituciones financieras. Lima. Perú: Editorial San Marcos

Rodríguez F. (2005). “*Economía Informal Vendedores ambulantes de chía*”.

Obtenido en: <http://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle>

Sara Cifuentes, (2004) “Los vendedores ambulantes un reflejo de una realidad nacional”. Lima. Perú.

Silva, (2002) Teorías de la Administración, de Oliveira Da Silva Reinaldo, International Thomson Editores, S.A. de C.V., 2002, Pág. 20.

Tamayo y Tamayo, Mario. (2004) “*El proceso de la investigación*” 4ta edición. México; Editorial Limusa.

Referencias electrónicas

- <https://www.gestiopolis.com/control-interno-segun-coso/>
- <https://www.gestiopolis.com/control-interno-5-componentes-segun-coso/>
- <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/risk/COSO-Sesion1.pdf>
- <https://www.auditool.org/blog/control-interno/2735-17-principios-de-control-interno-segun-coso-iii>
- <https://economipedia.com/definiciones/comercializacion.html>
- <https://www.monografias.com/trabajos/comercializa/comercializa.shtml>
- https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf

ANEXO

Anexo N° 01 Instrumentos de Recolección de datos

Anexo N° 02 Procedimiento de validación y confiabilidad

ANEXO 1: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

INVESTIGACIÓN: "LA EFICIENCIA DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO Y SU IMPACTO EN EL FORTALECIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES DE COMERCIALIZACIÓN EN LAS EMPRESAS DISTRIBUIDORES DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS EN LA PROVINCIA DE TARMA, PERIODO 2019"

CUESTIONARIO: Dirigido a los empresarios y trabajadores de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos de la provincia de Tarma y departamento de Junín.

Instrucción: Lea usted con atención el cuestionario y marque una sola respuesta con un aspa (X) la alternativa de cada pregunta que usted cree conveniente. Por favor responde a todos los reactivos, recuerda que su participación es de suma importancia, para el logro de los objetivos.

Escala de Likert

Totalmente en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Indiferente	Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

V.I. Eficiencia del sistema de control interno

No.	Ítems	1	2	3	4	5
	Almacenamiento de mercaderías					
1	¿Está de acuerdo usted, que la eficiencia del sistema de control interno impacta en el fortalecimiento de las actividades de comercialización en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?					
2	¿Está de acuerdo usted, que el almacenamiento y stock de mercaderías impacta en la comprobación de precios de compras en las actividades de comercialización que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticas en la Provincia de Tarma?					
	Control de mercancías					
3	¿Está de acuerdo usted, que el control de mercaderías en el sistema de control interno impacta de manera favorable en los cambios de inventario en las actividades de comercialización?					
4	¿Está de acuerdo usted, con que un adecuado manejo del sistema de control interno nos va permitir una adecuada evaluación de procedimientos de compras en las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?					
	Ordenamiento					
5	¿Está usted de acuerdo con el ordenamiento y organización para mejorar las actividades de comercialización en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?					
6	¿Está de acuerdo usted, con que la visibilidad y la transparencia en el sistema de control interno va impactar en los clientes potenciales en las actividades de comercialización?					

	Evidencia en el manejo adecuado					
7	¿Está de acuerdo usted, que las evidencias en el adecuado manejo del sistema de control interno van impactar en las ventas de mercaderías, específicamente en la presentación de ofertas en las actividades de comercialización?					
	Comunicación pública					
8	¿Está de acuerdo usted, con que la información pública incide en la baja de los precios en las ventas de las actividades de comercialización?					
	Líneas de ventas					
9	¿Está de acuerdo usted, con que las líneas de ventas y el acondicionamiento al almacenar las mercaderías son adecuadas en las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?					
	Medios de ventas					
10	¿Está de acuerdo usted, con que los medios de ventas y la clasificación por tipo de mercaderías al almacenar son las adecuadas en las actividades de comercialización?					
	Tiempo dedicado a las ventas					
11	¿Está de acuerdo usted, con que el tiempo dedicado a las ventas es el adecuado como la identificación al almacenar las mercaderías en las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?					

V.D. Fortalecimiento de las actividades de comercialización

No.	Ítems	1	2	3	4	5
	Comprobación de precios de compras					
12	¿Está usted de acuerdo con el precio de compra que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?					
13	¿Está usted de acuerdo con la comprobación de precios de compra que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?					
	Cambios en los inventarios					
14	¿Está usted de acuerdo con el manejo de inventarios que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?					
15	¿Está usted de acuerdo con los cambios en los inventarios que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?					
	Verificación de procedimientos de compra					
16	¿Está usted de acuerdo con los procedimientos de verificación al realizar una compra en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?					
	Clientes personales					

17	¿Está usted de acuerdo que los clientes cuentan con un precio justo y servicio de calidad al realizar una compra en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?					
	Presentación de oferta					
18	¿Está usted de acuerdo que se pueda considerar los descuentos, promociones y ofertas al realizar una compra en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?					
	Precios de mercaderías a costos bajos					
19	¿Está usted de acuerdo que los precios sean a costos bajos por la compra de una mercadería en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?					
	Acondicionamiento y almacenaje					
20	¿Está usted de acuerdo que los productos a comercializar estén acondicionados y bien almacenados para alcanzar las metas y cumplir con los objetivos de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?					
	Clasificación por tipo de mercaderías					
21	¿Está usted de acuerdo que la clasificación por tipo de mercaderías facilita las actividades de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?					
	Identificación de mercadería					
22	¿Está usted de acuerdo que la identificación de la mercadería tenga un distintivo para facilitar las actividades en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?					

Anexo N° 02 Procedimiento de validación y confiabilidad

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

Casos	Válido	N	%
	Válido ^a	40	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	40	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Aifa de Cronbach	Aifa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,930	,930	22

Estadísticas de elemento

	Media	Dev. Desviación	N
¿Está de acuerdo usted, que la eficiencia del sistema de control interno impacta en el fortalecimiento de las actividades de comercialización e las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?	2,90	1,236	40

documento de resultados

Matriz de correlaciones entre elementos

¿Está de acuerdo usted, que la eficiencia del sistema de control interno impacta en el fortalecimiento de las actividades de comercialización e las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?	¿Está de acuerdo usted, que el almacenamiento al mercaderías son adecuadas en las actividades de comercialización e las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?	¿Está de acuerdo usted, que las líneas de ventas y el acondicionamiento al mercaderías son adecuadas en las actividades de comercialización e las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?	¿Está de acuerdo usted, que el tiempo dedicado a las ventas es adecuado como la identificación al almacenar las mercaderías en las actividades de comercialización e las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?	¿Está de acuerdo usted, que los medios de ventas y la clasificación por tipo de mercaderías al almacenar las mercaderías en las actividades de comercialización e las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?	¿Está de acuerdo usted, que la compra que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?	¿Está de acuerdo usted, que el precio de compra que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?	¿Está de acuerdo usted, que el precio de compra que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?	¿Está de acuerdo usted, que el precio de compra que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?	¿Está de acuerdo usted, que el precio de compra que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?	¿Está de acuerdo usted, que el precio de compra que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?	¿Está de acuerdo usted, que el precio de compra que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?	¿Está de acuerdo usted, que el precio de compra que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?
1,000	-,047	,673	,129	,697	-,114	,722	-,061	,754	,030	,725	,030	,670

¿Está de acuerdo usted, que la eficiencia del sistema de control interno impacta en el fortalecimiento de las actividades de comercialización e las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?	1,000	-,047	,673	,129	,697	-,114	,722	-,061	,754	,030	,725	,030	,670
¿Está de acuerdo usted, que el almacenamiento y stock de mercaderías impacta en la comprobación de precios de compras en las actividades de comercialización que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos?	-,047	1,000	,023	,795	,151	,817	-,092	,886	,055	,781	,018	,802	,078
¿Está de acuerdo usted, que el control de mercaderías en el sistema de control	,673	,023	1,000	-,040	,883	-,021	,890	,022	,898	,022	,787	,022	,839

comercialización?													
¿Está de acuerdo usted, con que un adecuado manejo del sistema de control interno nos va permitir una adecuada evaluación de procedimientos de compras en las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras?	,129	,795	-,040	1,000	,040	,815	-,053	,845	-,008	,913	-,094	,847	-,062
¿Está usted de acuerdo con el ordenamiento y organización para mejorar las actividades de comercialización en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?	,697	,151	,883	,040	1,000	,059	,761	,174	,845	,095	,817	,114	,786
¿Está de acuerdo usted, con que la visibilidad y la transparencia en el sistema de control interno va impactar en los clientes	-,114	,817	-,021	,815	,059	1,000	-,118	,903	-,003	,802	,039	,823	-,041



Matriz de covarianzas entre elementos

¿Está de acuerdo usted, que la eficiencia del sistema de control interno impacta en el fortalecimiento de las actividades de comercialización e las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?	¿Está de acuerdo usted, que el almacenamiento y stock de mercaderías impacta en la comprobación de precios de compras en las actividades de comercialización que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?	¿Está de acuerdo usted, que el control de mercaderías en el sistema de control interno impacta en la evaluación de procedimientos de compras en las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?	¿Está de acuerdo usted, con el ordenamiento y organización para mejorar las actividades de comercialización en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?	¿Está de acuerdo usted, con la visibilidad y la transparencia en el sistema de control interno va impactar en los clientes potenciales en las actividades de comercialización?	¿Está de acuerdo usted, que la evidencia en el adecuado manejo del sistema de control interno va impactar en las ventas de mercaderías, específicamente en la presentación de ofertas en las actividades de comercialización?	¿Está de acuerdo usted, con que la información pública incide en la baja de los precios en las actividades de comercialización?	¿Está de acuerdo usted, con que las líneas de ventas y el ambiente al almacenar las mercaderías son adecuadas en las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?	¿Está de acuerdo usted, con que el tiempo dedicado a las ventas es el adecuado como la identificación al almacenar las mercaderías en las actividades de comercialización de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?	¿Esta usted de acuerdo con la comprobación de precios de compra que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?	¿Esta usted de acuerdo con la compra que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?	¿Esta usted de acuerdo con la compra que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?	¿Esta usted de acuerdo con la compra que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?	¿Esta usted de acuerdo con la compra que realizan las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos en la provincia de Tarma?
1,528	-,064	,951	,169	1,051	-,151	1,062	-,082	1,067	,041	,992	,041	,974	