UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTABILIDAD

Gestión del Control interno y el impacto en la rentabilidad de Editorial Semillitas S.A.C

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Para optar el título profesional de Contador Público

AUTORES

De la Cruz Chicnes, Sandy Maribel (0009-0002-0160-2081)

Merino Sánchez, Andrea Kimberly (0009-0004-0845-4127)

ASESOR

Ricardo Martin Hervias Concha (0009-0008-9842-8502)

Lima, 27 de Junio del 2024

Índice

Resumen....iv

Abstract....v

INTRODUCCIÓN....vi

CAPÍTULO 1: PRESENTACIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA....1

1.1 Contexto de la organización....1

1.1.1. Presentación....1

1.1.2. Planeamiento estratégico....2

1.1.3. Posicionamiento de la marca....2

1.1.4. Análisis de información financiera relevante....3

1.1.5. Otros niveles de análisis relevantes....3

1.1.6. Análisis externo....3

1.2 Diagnóstico de la situación problemática....4

1.2.1. Descripción en detalle de la situación problemática abordada....4

1.2.2. Justificación teórica, práctica y metodológica y relevancia de la situación problemática....6

1.2.3. Objetivo general y específicos del estudio de caso....7

CAPÍTULO 2: IDENTIFICACIÓN DE LAS ALTERNATIVAS PARA LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA Y DESARROLLO....8

2.1 Marco teórico-conceptual....8

2.1.1 Revisión de antecedentes de investigación relacionados con la situación problemática....8

2.1.2 Conceptos clave relacionados con la situación problemática....9

2.1.3 Enfoque metodológico....11

2.2 Alternativas propuestas....11

2.2.1 Descripción de las dos alternativas y alineamiento con la solución del problema....11

CAPÍTULO 3: DISCUSIÓN DE LA ALTERNATIVA ELEGIDA E IMPLICANCIAS DE DICHA DECISIÓN....13

3.1 Análisis comparativo de las alternativas identificadas....13

Nota. Elaboración propia....14

3.2 Justificación de la alternativa elegida....14

3.2.1 Factibilidad y viabilidad....16

3.3 Discusión de resultados de la aplicación de la alternativa elegida....17

Conclusiones y recomendaciones 18
Referencias Bibliográficas 20
Anexos 23

Índice de tablas

Tabla N° 1 Información financiera relevante estado de ganancias y pérdidas 3
Tabla N° 2 Ventas Anuales Editorial Semillitas S.A.C expresado en soles 5
Tabla N° 3 Datos de entrevista a expertos 11
Tabla N° 4 Alternativas propuestas 11
Tabla N° 5 Cotización Gestión de Relación con los Clientes (CRM). 12
Tabla N° 6 Comparación de las alternativas 13
Tabla N° 7 Recursos necesarios (humanos, financieros, tecnológicos, entre otros) 16

Índice de figuras

Figura N° 1 Principales procesos 1
Figura N° 2 Flujograma de ventas actual 5
Figura N° 3 Diagrama de Ishikawa 7
Figura N° 4 Presentación de nuevo flujograma propuesto para el control interno de las ventas 15

Índice de anexos

Anexo N° 1 Matriz de Consistencia 23
Anexo N° 2 Matriz de Categorización 24
Anexo N° 3 Carta de autorización uso de información 26
Anexo N° 4 Consentimiento informado entrevistado 1 27
Anexo N° 5 Consentimiento informado entrevistado 2 28
Anexo N° 6 Almacén Semillitas S.A.C 29
Anexo N° 7 Catálogo de ventas 30

Resumen

El trabajo de suficiencia profesional (TSP) tiene como finalidad analizar la gestión del control interno y el impacto en la rentabilidad de Editorial Semillitas S.A.C en el año 2022. Asimismo, detectar las fallas en control interno relacionado al área de ventas y mitigar los riesgos presentados por la deficiente gestión. En este sentido, se muestra tres propuestas: alternativa A implementación del sistema de control interno en el área de ventas con la ejecución de la Gestión de Relación con los Clientes (CRM), alternativa B, crear una sucursal, con 02 supervisores 01 la zona norte sur y el otro oriente (selva peruana) y alternativa C, reestructuración del área de ventas con la supervisión de un gerente comercial. Por lo tanto, se eligió la alternativa A, que ayudará a mejorar el control interno e incrementar la rentabilidad. Por otra parte, la metodología utilizada en el presente (TSP) fue de carácter cualitativo con entrevistas a expertos en el tema planteado. Asimismo, como instrumento de recopilación de información se elaboraron preguntas semiestructuradas. Se concluye que, al llevar a cabo la implementación tendrá una mejor gestión operativa e incrementará su rentabilidad. Finalmente, se recomienda ejecutar este sistema (CRM) para lograr un mejor desempeño y éxito de la empresa en el sector que opera.

Palabras Clave: Control interno, CRM, implementación, COSO, Rentabilidad

Internal Control Management and the impact on the profitability of the company Editorial Semillitas S.A.C

Abstract

The purpose of the professional sufficiency work (TSP) is to analyze the management of internal control and the impact on the profitability of Editorial Semillitas S.A.C in the year 2022. Likewise, detect failures in internal control related to the sales area and mitigate the risks presented. due to poor management. In this sense, three proposals are shown: alternative A implementation of the internal control system in the sales area with the execution of Customer Relationship Management (CRM), alternative B, create a branch, with 02 supervisors 01 the area north south and the other east (Peruvian jungle) and alternative C, restructuring of the sales area with the supervision of a commercial manager. Therefore, alternative A was chosen, which will help improve internal control and increase profitability. On the other hand, the methodology used herein (TSP) was qualitative in nature with interviews with experts on the topic raised. Likewise, semi-structured questions were developed as an instrument for collecting information. It is concluded that, by carrying out the implementation, you will have better operational management and increase your profitability. Finally, it is recommended to execute this system (CRM) to achieve better performance and success of the company in the sector in which it operates.

Keywords: Internal control, CRM, implementation, COSO, Profitability

TRABAJO_71756411_DELACRUZCHINES_SANDYMARIBEL_PT...

INFORME DE ORIGINALIDAD

12%	12%	3%	7%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet	5%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
3	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	Submitted to Universidad TecMilenio Trabajo del estudiante	<1%
5	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	<1%
6	repositorio.puce.edu.ec Fuente de Internet	<1%
7	repositorio.ucss.edu.pe Fuente de Internet	<1%
8	Submitted to Corporación Universitaria Iberoamericana Trabajo del estudiante	<1%

INTRODUCCIÓN

En este trabajo de suficiencia profesional (TSP), se propone analizar la gestión del control interno y el impacto en la rentabilidad, según la información proporcionada por Editorial Semillitas S.A.C. En este sentido, se examina el área de ventas la cual presenta deficiencias en sus procesos internos. Este análisis se origina debido a la importancia de establecer controles internos para mejorar estrategias de ventas, actualmente las empresas tienen mayores expectativas respecto al logro de objetivos.

Por consiguiente, para el desarrollo de este estudio es importante revisar información de fuentes confiables sobre el valor del control interno y la rentabilidad en una organización. Respecto a ello, León et al. (2023), indica que el control interno, se centra primordialmente en la implementación de medidas correctivas desde su origen para identificar fallas y realizar ajustes en los procedimientos establecidos. También, Chan et al. (2021), menciona que el control interno está asociado al marco integrado COSO 2013 y que para establecer una corrección se debe seguir los componentes establecidos como el entorno de control, evaluación de riesgos, actividades de control, información, comunicación y monitoreo (p.1).

Desde la perspectiva, Li (2021), precisa que la rentabilidad es la habilidad de una organización para producir ganancias. A menudo se expresa en porcentajes y se analiza a través de indicadores el retorno sobre la inversión (ROI), retorno sobre el capital (ROE) y el margen neto. Asimismo, Ranjithkumar y Aneesh (2021), indican que la rentabilidad genera beneficios para las empresas siempre que sus recursos utilizados sean de manera eficiente.

En cuanto, al trabajo de suficiencia profesional (TSP) se encuentra dividido en tres capítulos donde se detalla el desarrollo del análisis realizado a la empresa en estudio.

Capítulo 1: Presentación de la situación problemática, contexto de la organización, Diagnóstico de la situación problemática, descripción en detalle de la situación problemática abordada, objetivo general y específicos del estudio de caso.

Capítulo 2: Identificación de las alternativas para la situación problemática y desarrollo, marco teórico-conceptual, revisión de antecedentes de investigación relacionados con la situación problemática, conceptos claves relacionados con la situación problemática, enfoque metodológico y alternativas propuestas.

Capítulo 3: Discusión de la alternativa elegida e implicancias de dicha decisión, análisis comparativo de las alternativas identificadas, justificación de la alternativa elegida, factibilidad y viabilidad, discusión de resultados de la aplicación de la alternativa elegida, conclusiones, recomendaciónes ,referencias bibliográficas y anexos.

Por último, el análisis efectuado será de relevancia para que la alta gerencia de Editorial Semillitas S.A.C en estudio realice la implementación del sistema (CRM).

CAPÍTULO 1: PRESENTACIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

1.1 Contexto de la organización

1.1.1. Presentación

Antecedentes

Editorial Semillitas S.A.C, inicia sus actividades comerciales en el año 2009, se dedica a la edición y venta de libros a nivel nacional, innovando continuamente al público lector. Asimismo, la Editorial tiene el compromiso de ampliar la experiencia educativa y lograr una mejor gestión cultural.

También, promueve el desarrollo integral de los alumnos, con la finalidad de incentivar a la sociedad desde su infancia la importancia del vínculo entre el aprendizaje y el valor de la lectura, ofrece obras que enriquecen la experiencia educativa, contribuyen a mejorar la gestión cultural y la labor de los docentes. Por ende, cumple con los requisitos del diseño curricular nacional y las normativas educativas establecidas por el Ministerio de Educación.

- *Productos*

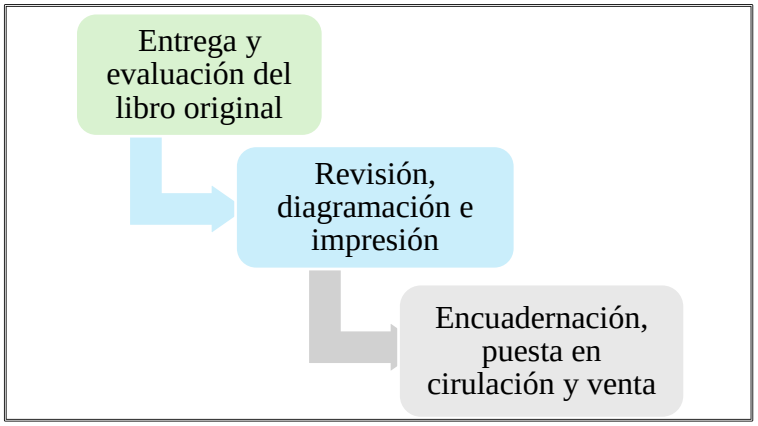
  Categorías que ofrece al público lector:

  - Plan lector Inicial
  - Plan lector primaria
  - Plan lector secundaria

- *Principales procesos*

  Los procesos principales de la Editorial Semillitas S.A.C consiste en:

Figura N° 1
Principales procesos



Nota. Elaboración propia información obtenida de Editorial Semillitas S.A.C

1.1.2. Planeamiento estratégico

- Misión
  Promover el desempeño académico tanto de los estudiantes como de los profesores, con el objetivo de lograr la máxima calidad educativa y aportar al progreso de la comunidad.

- Visión
  Ser reconocida como la Editorial líder gracias a su compromiso con la formación y la enseñanza de valores en los niños. A través del estímulo de la lectura, aspiramos a impulsar su desarrollo como personas completas y a contribuir a la creación de una sociedad más justa, persiguiendo así la excelencia en la educación.

- Principios
  Editorial Semillitas S.A.C tiene como principio la responsabilidad de elevar el nivel educativo en el rubro que opera y adaptarse a las demandas actuales de los usuarios mediante la integración de tecnologías innovadoras en la oferta de productos editoriales.

- Valores
  - Modernizar
  - Especializar
  - Calidad de la información
  - Preferencia por la lectura

1.1.3. Posicionamiento de la marca

Market share

Respecto a la participación en el mercado, Editorial Semillitas S.A.C viene desempeñando de manera progresiva en el crecimiento de sus ventas en comparación con los competidores para tomar decisiones acertadas y poder mantener el negocio en marcha.

Rankings

Al ser una empresa privada no existe un ente regulador que las califique como una empresa líder en el sector. Editorial Semillitas S.A.C desarrolla sus actividades de manera eficaz para lograr la continuidad del negocio.

Certificaciones

Editorial Semillitas S.A.C no posee a la fecha ninguna certificación o premio por la labor y contribución de incentivar la lectura con el público en general. Sin embargo, participa en cada feria de libros que desarrolla a nivel nacional.

1.1.4. Análisis de información financiera relevante

Tabla N° 1

Información financiera relevante estado de ganancias y pérdidas

Editorial Semillitas S.A.C ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS Al 31 de Diciembre 2022 Expresado en soles				
	2022		**2021**	
	S/	**%**		%
VENTAS	1,200,000	**100%**	1,314,000	**100%**
Costo de ventas	-964,000	-80%	-1,020,000	-78%
UTILIDAD BRUTA	**236,000**	**20%**	**294,000**	**22%**
Gastos de administración	-12,000	**-1%**	-13,500	**-1%**
Gastos de Ventas	-34,000	**-3%**	-35,000	**-3%**
RESULTADOS OPERATIVOS	**190,000**	**16%**	**245,500**	**19%**
Ingresos Financieros	0		0	
Gastos Financieros	-16,000	**-1%**	-17,000	**-1%**
Ingresos Diversos				
UTILIDAD ANTES PARTICIPACIÓN DI	**174,000**	**15%**	**228,500**	**17%**
Impuesto a la renta	51,330	**4%**	67,408	**5%**
Utilidad Neta	**122,670**	**10%**	**161,093**	**12%**

Nota. Información obtenida de fuente privada, recopilada para el estudio del trabajo de suficiencia profesional.

La tabla N° 1 presenta, la variación vertical del total de las ventas de los años 2021 - 2022 y se evidencia una disminución en las ventas totales del año. Asimismo, respecto al costo de ventas se muestra un incremento de 2% en comparación al año anterior. Finalmente, se ve reflejado una reducción del 2% en la utilidad neta.

1.1.5. Otros niveles de análisis relevantes

Editorial Semillitas S.A.C busca establecer nuevas zonas de cobertura a nivel nacional con la finalidad de posicionarse en el mercado como la principal Editorial del territorio peruano. Esto facilita la oportunidad de obtener convenios con instituciones educativas privadas.

1.1.6. Análisis externo

Políticos

- Política volátil debido la inestabilidad de gobierno de turno Dina Boluarte, que genera incertidumbre en las empresas para realizar inversiones en los rubros que operan.

Económicos

- El contexto económico general del Perú permanece sin cambios. Según las estimaciones, se espera que el déficit público alcance el 2,4 % y el 2,0 % en 2024 y 2025. Asimismo, se proyecta que la relación entre la deuda y el Producto Interno Bruto (PIB) se mantenga estable en aproximadamente el 34% (Banco mundial,2024).

Sociales

- Las preferencias del consumidor pueden variar en la adquisición de los libros, la empresa debe innovar para no decaer en el rubro.
- La piratería y empresas que ofrecen libros de manera informal afectan las ventas en la Editorial.

Tecnológicos

- El avance de la tecnología trae consigo la innovación para el consumidor final de los libros, debido a que tienen facilidad de acceso a la tecnología y pueden adquirir un libro digital a un menor costo.

Ecológicos

- Editorial contribuye con el cuidado de medio ambiente, promoviendo iniciativas de compromiso social y medioambiental.

Legales

- Editorial Semillitas S.A.C cumple con las licencias y requisitos que establece para funcionar como editorial en el territorio peruano.

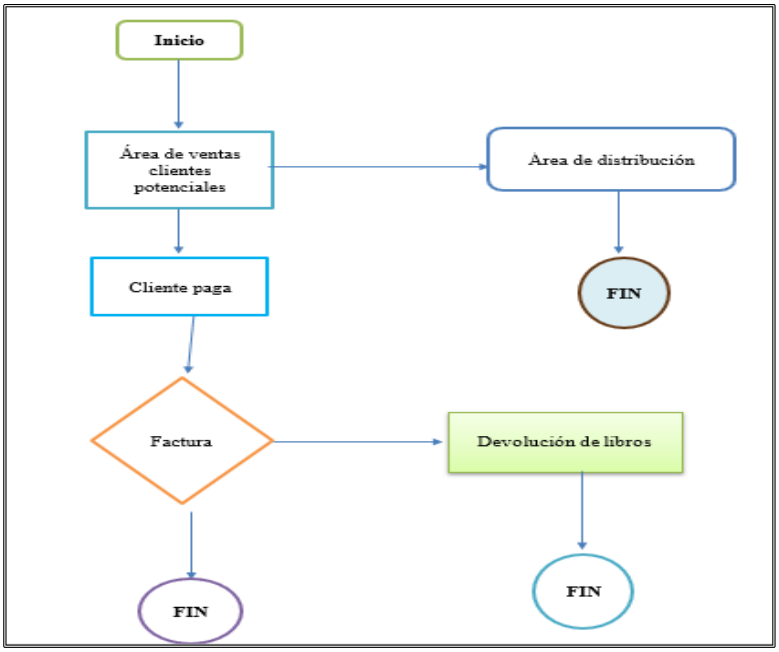
1.2 Diagnóstico de la situación problemática

1.2.1. Descripción en detalle de la situación problemática abordada

La problemática actual de Editorial Semillitas S.A.C en el análisis realizado se evidencia que no existe gestión de control interno en el departamento de ventas. Asimismo, la actual estrategia empresarial incorporada ocasiona deficiente gestión en las diferentes áreas de finanzas, contabilidad y administración al realizar las operaciones y no cumplir con los procedimientos requeridos para desempeñar las funciones, por lo que, las actividades realizadas en el área comercial carecen de una adecuada comunicación con las diferentes áreas. No existe políticas para la gestión de control interno operacional y financiero, esto conlleva a no contar con reportes actualizados para una oportuna de toma de decisiones. Por ende, al no utilizar los recursos disponibles de manera adecuada perjudica la rentabilidad de la empresa.

Por otra parte, se presenta el actual flujograma de ventas establecido en la empresa.

Figura N° 2
Flujograma de ventas actual



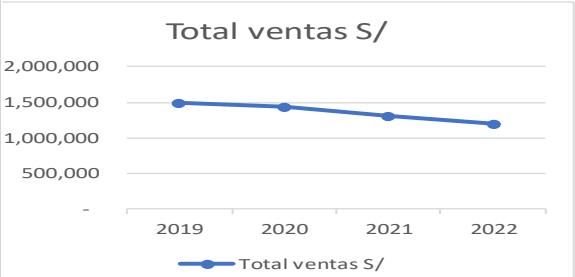
Nota. Elaboración propia

La figura N°2, muestra el flujograma de ventas el cual evidencia el deficiente control interno al ejecutar las ventas y realizar las entregas de los productos ofrecidos. Se puede observar que se omite los procesos en el área de ventas.

En la tabla N°2, se muestran los datos estadísticos de las ventas desde el periodo 2019 hasta el periodo 2022, en el cual se evidencian los movimientos de los ingresos en el transcurso de los años.

Tabla N° 2
Ventas Anuales Editorial Semillitas S.A.C expresado en soles

	Total ventas S/
2019	1,487,000
2020	1,436,000
2021	1,314,000
2022	1,200,000



Nota: Información obtenida de fuente privada, recopilada para el estudio del (TPS).

1.2.2. Justificación teórica, práctica y metodológica y relevancia de la situación problemática

La justificación teórica, Según Méndez (2011), está relacionada con el interés del investigador en ahondar en los planteamientos teóricos sobre la dificultad presentada, apoyándose en un campo de búsqueda de nuevos conocimientos. Por consiguiente, se desarrolla como objetivo principal analizar la Gestión del Control interno y el impacto en la rentabilidad de Editorial Semillitas S.A.C en el año 2022. Asimismo, los estudios precisan que las empresas deben implementar el control interno con la finalidad de establecer mejoras en sus funciones y responsabilidades en las diferentes áreas para lograr una adecuada comunicación e información eficaz que garantice la eficiencia en las actividades operativas y financieras de la empresa. Por esta razón, es fundamental evaluar las áreas de manera periódica para identificar los errores que se presenten en la gestión de control interno y prevenir de manera oportuna.

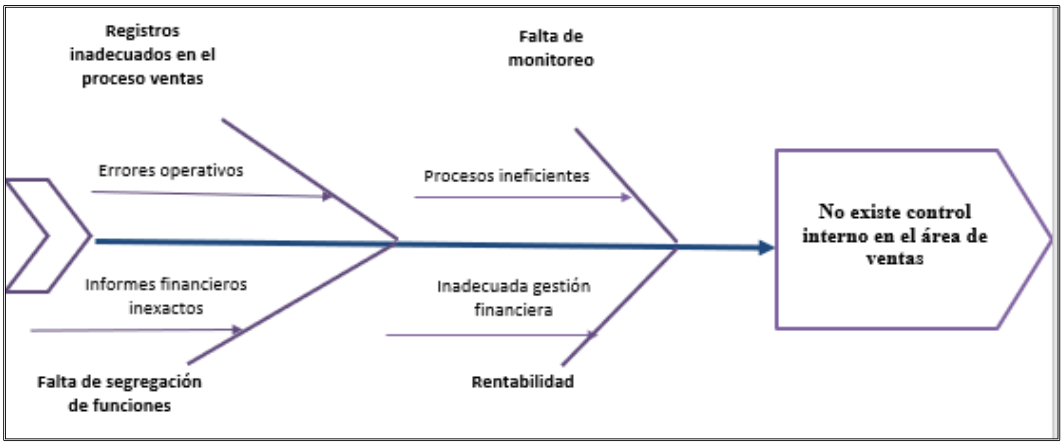
Por otro lado, citando a Baena (2017), señala que, la justificación práctica involucra el desarrollo de las definiciones que conforman la perspectiva seleccionada, con el objetivo de garantizar los desafíos presentados. En este sentido, la importancia de la lectura en el Perú en los últimos años está en incremento debido a que cada usuario lector consume diversos formatos de lectura en diferentes presentaciones. De acuerdo, con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2023), En el ámbito del país, el 47,3% de los habitantes alfabetos están en edad entre 18 a 64 años que efectuó lectura de libros en el año, con un rango superior en la zona metropolitana en un total de (50,3%) más que la zona rural que fue de (29,8%)". Por lo tanto, se evidencia un gran auge por la lectura en el país, que genera una oportunidad para el crecimiento de la Editorial.

Por otra parte, afirma Baena (2017), la justificación metodológica es el desarrollo de un motivo innovador o una estrategia que proporciona una razón objetiva. Asimismo, en el análisis realizado a Editorial Semillitas S.A.C se describe la razón esencial de aplicar metodología cualitativa debido a que se solicitó información confidencial y veraz proporcionada por la misma Editorial y se entrevistó a expertos en el tema del control interno con preguntas semiestructuradas para la solución de la problemática presentada y se realizó la propuesta de mejora para el área afectada, la cual, consiste en la implementación del sistema de control interno en el área de ventas con la ejecución de la Gestión de Relación con los Clientes (CRM), que servirá como modelo para futuros estudios.

De igual importancia, la relevancia de la situación problemática se centra en un control deficiente disminuyendo la rentabilidad debido a mala gestión que se ocasiona el área de ventas. Según, Luna et al. (2019) mencionan que el control interno se constituye como una representación integrada de las normativas y prácticas, así como los valores inherentes a una organización. Su propósito es asegurar niveles adecuados de coordinación tanto en los procesos técnicos como en los procedimientos fundamentales destinados a tomar decisiones asertivas. La gestión del control interno formalmente es asumida por la estructura organizacional con el objetivo de proteger sus recursos financieros, respaldar la fiabilidad y coherencia en sus informes financieros e integrar aspectos operativos y administrativos. Por consiguiente, una gestión eficiente del control interno garantiza la utilización óptima de los recursos empresariales que contribuyen con mejora en el crecimiento de las ganancias y eficiencia de la organización.

En este sentido, el diagrama de Ishikawa en la figura N°3 muestra las causas y efectos de la problemática presentada.

Figura N° 3
Diagrama de Ishikawa



Nota: Elaboración propia

La figura N° 3 muestra en detalle las causas que ocasiona la problemática y el efecto que genera no tener una adecuada gestión en el control interno del área de ventas.

1.2.3. Objetivo general y específicos del estudio de caso

- **Objetivo General**
  - ✓ Analizar la Gestión del Control interno y el impacto en la rentabilidad del año 2022 en Editorial Semillitas S.A.C.

- **Objetivos específicos**
  - ✓ Evaluar la gestión del control interno en el área ventas de Editorial Semillitas S.A.C
  - ✓ Identificar los procesos en el área de las ventas de Editorial Semillitas S.A.C
  - ✓ Determinar el impacto en la rentabilidad en el año 2022 de Editorial Semillitas S.A.C

CAPÍTULO 2: IDENTIFICACIÓN DE LAS ALTERNATIVAS PARA LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA Y DESARROLLO

2.1 Marco teórico-conceptual

2.1.1 Revisión de antecedentes de investigación relacionados con la situación problemática

En menester de comprender la circunstancia problemática se obtiene las diferentes posturas de los autores en artículos científicos indexados, también, en las diferentes tesis de universidades licenciadas, encontrando información que respalda las variables de gestión de control interno y rentabilidad en el análisis realizado a la Editorial Semillitas S.A.C, en este sentido, Klychova et al. (2021), en su investigación tuvo como objetivo primordial elaborar fundamentos conceptuales y proponer sugerencias para optimizar la administración sistemática en el control interno de los resultados económicos. En conclusión, indica que se tiene que establecer materiales de trabajo que ayuden a mejorar la eficacia en la programación de inspecciones, la recolección puntual de evidencia y la realización completa del monitoreo constante. Como aporte esencial, precisa que al utilizar los documentos de trabajo en actividades operativas ayudará a lograr metas y abordar problemas críticos de control interno para una administración eficiente de los resultados financieros de las operaciones comerciales de una empresa.

Igualmente, Vega y Marrero (2021), en su investigación "Evolución del control interno hacia una gestión integrada al control de gestión" plantean como objetivo mostrar el progreso del sistema de control interno hacia una completa integración. Asimismo, examina áreas específicas que involucra el control interno que aún no han sido investigadas a fondo, la investigación tiene un enfoque cualitativo, en conclusión, determinan que es necesario alcanzar un control interno eficiente para administrar una empresa de manera competitiva, cubriendo los aspectos vinculados con los procesos y la satisfacción de los usuarios, así como también asegurar un control interno que garantice la efectividad del mismo. Por último, como aporte relevante, tener un correcto manejo y una adecuada gestión del control interno conlleva a tener excelentes pronósticos en sus ingresos y resultados económicos que incrementan la rentabilidad de las empresas.

Asimismo, Escobar et al. (2022), en su tesis mencionan que, en la época actual, la relevancia de efectuar la gestión de control interno impacta en la rentabilidad lo cual, aumenta significativamente para obtener resultados positivos en las ganancias en cualquier entidad económica. Su objetivo fundamental fue realizar la descripción del impacto del control interno en la rentabilidad de una compañía de servicios generales ubicada en Chosica, 2021.En cuanto, a la metodología utilizada en esta investigación es cuantitativa, puesto que implica el análisis de datos numéricos de los estados financieros para examinar la rentabilidad. Concluye, que la mejora del control interno se correlaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa de servicios generales en Chosica-2021, y demuestra a través de la evaluación de los indicadores financieros. En tanto, como aporte fundamental la gestión del control interno fortalece los beneficios esperados y experimenta un aumento directo que contribuye con los resultados económicos positivos para la organización.

Por otra parte, Fonseca (2022), en su investigación propone como objetivo esencial evaluar el impacto de un Sistema de Control Interno en la rentabilidad de Mi

Negocio E.I.R.L. En efecto, la metodología aplicada es el estudio transversal no experimental, consiste en realizar un muestreo no probabilístico. Asimismo, estableció una correlación significativa entre el control interno y la rentabilidad empresarial, indicando que una baja calidad en el control interno se traduce en una disminución en la rentabilidad. Por último, concluye que la implementación de un sistema de control interno tiene un efecto positivo en la rentabilidad. Esto se corrobora al compararlo con investigaciones previas, lo que demuestra como aporte esencial que la implementación de un Sistema de Control interno contribuye de maneara significativa en la toma de decisiones.

Finalmente, León et al. (2023) en su investigación propone como finalidad examinar el control interno con el objetivo de mejorar la rentabilidad de la empresa en estudio, centrándose específicamente en la Empresa León & Asociados Auditores Consultores durante el periodo 2020. Para ello, utilizó el método descriptivo, con recolección de datos no experimental, que se efectuó a 35 individuos incluyendo colaboradores de la directiva, área administrativa y área de servicios, que conforman el análisis de la muestra. En conclusión, la gestión del control interno contribuye en aumentar la rentabilidad de la organización, específicamente en León & Asociados Auditores Consultores S. Civil de R.L., ubicada en Nuevo Chimbote, Perú, durante el año 2020. De tal forma, que el aporte significativo se debe a la implementación de directrices y lineamientos en las diferentes actividades administrativas y financieras durante un período específico, lo que permite a la alta dirección y colaboradores de la organización percibir un vínculo moderadamente significativo en la gestión del control interno y la rentabilidad.

2.1.2 Conceptos clave relacionados con la situación problemática

Se presentan los conceptos clave que se relacionan con la problemática planteada.

Categoría

Control interno

Según Razzouki et al. (2024), define el control interno como un aseguramiento para mejorar la eficiencia y la efectividad en las empresas. También evidencian que no hay métodos preconcebidos ni universales, más allá de su utilidad como referencia y orientación para su elaboración.

Sin embargo, Lai et al. (2020), menciona que el control interno como el diseño organizativo que abarca todos los métodos y procesos coordinados que una empresa implementa para proteger sus activos, verificar la precisión y veracidad de la información, mejorar la eficiencia operativa y asegurar el cumplimiento de las políticas establecidas por la administración.

Coso 2013

No obstante, Mantilla (2018), precisa que el COSO 2013 define el control interno como un procedimiento ejecutado por la junta directiva, la alta gerencia y otros empleados de la organización, con la finalidad de garantizar el nivel adecuado en la protección de las metas de la organización. Además, afirma que el proceso del control interno se divide en “cinco componentes: ambiente de control; valoración de riesgos; actividades de control; información y comunicación; y, monitoreo” (p.5).

Asimismo, Chan et al. (2021), señala que el COSO 2013 tiene un impacto positivo para las empresas que implementen el control interno el cual garantiza que la organización adecue sus procesos y sea más eficaz en el desarrollo de sus actividades.

Subcategorías

COSO 2013: Tadesse et al. (2022) menciona que, el COSO 2013 mejora el control interno reduciendo fraudes y gestiona los riesgos relacionados con la organización y a la vez se establezca la adopción del coso de manera oportuna. Asimismo, Chan et al. (2021) señala que se debe considerar los cinco componentes, entorno de control, evaluación de riesgos, actividades de control, información y comunicación y monitoreo que se debe establecer en el COSO 2013.

Customer Relationship Management (CRM): Zhe y Xuebin (2022), Indican que el (CRM) es un novedoso sistema de control interno enfocado en optimizar la interacción entre la empresa - cliente y fideliza los leads en el desempeño de las ventas. Al mismo tiempo, se trata de un tipo de software que apoya en las estrategias de la empresa para una correcta toma de decisiones.

Categoría

Rentabilidad

Respecto a la rentabilidad, Barrera-Guerra, (2020), precia que la rentabilidad implica que la organización sea eficaz en sus actividades operacionales y económicas para lograr las metas establecidas, ejecutando los procesos para contrarrestar las pérdidas.

Por otro lado, Ranjithkumar y Aneesh (2021), precisa que la rentabilidad es la habilidad que tienen una organización para generar beneficios relacionado con la eficiencia para obtener ganancias a un nivel razonable.

En este sentido, se presenta las dimensiones que tienen relación con la rentabilidad para evaluar si la empresa está utilizando de manera eficiente sus recursos disponibles a través de los indicadores financieros.

Subcategorías

Retorno sobre la inversión (ROI): Niculescu y Rusu (2017), definen al (ROI) como el método más habitual para evaluar el rendimiento que integra todos los componentes de la rentabilidad, este indicador a través de sus ingresos y costos mide el retorno de las inversiones, en un solo indicador porcentual, tanto internas como externas a la organización.

Retorno de los activos (ROA): Según, Pham y Duong (2024), señalan, que el (ROA) es Una métrica de rentabilidad es esencial en las finanzas de las organizaciones para determinar la eficacia que tiene una organización para utilizar sus recursos y generar ganancias.

Margen bruto (MG): De acuerdo con Shi et al. (2021), señala que (MG) está basado en los ingresos y representa objetivamente la rentabilidad, después de haber realizado los descuentos asociados a las ventas, para determinar si la empresa genera de forma eficaz sus ingresos que se refleja en porcentaje y cuanto más elevado se obtenga este indicador será mejor la gestión, las ganancias de la organización y si el porcentaje de esta ratio es negativo no representa la rentabilidad.

2.1.3 Enfoque metodológico

En este trabajo de suficiencia profesional se aplica la metodología de carácter cualitativo donde se elaborará una guía de preguntas semiestructuradas para realizar las entrevistas a expertos en el tema propuesto para obtener información específica y útil que respalda el análisis del tema en desarrollo. En este sentido, Hernández-Sampieri y Mendoza Torres (2018), definen la metodología cualitativa como un nuevo enfoque o táctica que asegura la adquisición de conocimiento confiable.

Por otro lado, se presenta la información de los datos de los expertos entrevistados que contribuyeron con la elaboración del trabajo de suficiencia profesional.

Tabla N° 3
Datos de entrevista a expertos

Nombre y apellidos completos	Cargo	Empresa
Elvira Santos Manrique	Auditora Contable	Independiente
Kimberly Andrea Berrocal C	Auditora Contable	Independiente

Nota: Elaboración propia

La tabla N° 3 detalla los datos de los expertos entrevistados.

2.2 Alternativas propuestas

2.2.1 Descripción de las dos alternativas y alineamiento con la solución del problema

Tabla N° 4
Alternativas propuestas

Alternativas	**A** Implementación del sistema de control interno en el área de ventas con la ejecución de la Gestión de Relación con los Clientes (CRM).	**B** Crear una sucursal, con 02 supervisores 01 la zona norte sur y el otro oriente (selva peruana).	**C** Reestructuración del área de ventas con la supervisión de un Gerente comercial.
Objetivo	El objetivo es analizar la gestión del control interno e implementar el control en área ventas a nivel nacional.	El objetivo de determinar el impacto en la rentabilidad en la empresa al ejecutar este nuevo plan.	El objetivo de monitorear continuamente las ventas a nivel nacional.

Nota. Elaboración propia

La tabla N° 4 muestra, las alternativas propuestas, de las cuales se eligió la alternativa A. Implementación del sistema de control interno en el área de ventas. Asimismo, al implementar esta estrategia va a permitir tener un mejor control y orden

en la gestión de sus ventas, que servirá para las relaciones comerciales con clientes existentes y futuros clientes potenciales, siguiendo los procesos oportunos para incrementar el nivel de ingresos, por ende, tendrá una mayor rentabilidad.

Adicionalmente, se presenta las cotizaciones efectuadas por las empresas que llevaran a cabo la implementación del sistema de control interno en el área de ventas con la ejecución de la Gestión de Relación con los Clientes (CRM).

Tabla N° 5

Cotización Gestión de Relación con los Clientes (CRM).

Empresas	**Importe en S/**	**Plazos**	**Capacitaciones**	**Mantenimiento**	**Actualización de sistema**
Soluciones M4G S.A.C	S/ 11,200	8 meses	Personal área de ventas	Anual 5 computadoras	Anual
Risk Consulting Global Group	S/ 15,000	8 meses	Personal área de ventas	Anual 5 computadoras	Anual

Nota: Elaboración propia

La tabla N°5 detalla los costos de implementación del sistema de control interno (CRM) para ventas. Se solicito a estas dos empresas para que nos brinden información de costos y plazos de la ejecución del sistema. Por lo tanto, la decisión de elegir la empresa a establecer esta nueva propuesta de mejora en los procesos de la Editorial Semillitas S.A.C fue de acuerdo con los requerimientos de gerencia, que en la entrevista mostró interés con esta implementación, lo que contribuyó a la elección de la empresa Soluciones M4G S.A.C. En tal sentido, la empresa elegida detalla las etapas que seguirá para establecer el sistema (CRM), estas etapas consisten en:

Evaluación y diagnóstico: En esta etapa, se realiza el análisis de requerimientos, diseño de flujos de trabajo, identificación de módulos y funcionalidad.

Configuración y personalización: En esta etapa, se realizará a configuración del sistema de acuerdo con los requerimientos acordados con la empresa que se relacione con el flujograma de procesos de ventas.

Adopción: En esta etapa, se realiza capacitación al personal, el cual, revisa el uso y manejo del (CRM) para asegurar si cumple con los parámetros solicitados.

Implementación gradual y lanzamiento: En esta etapa, se realizará pruebas, validación de procesos en los módulos implementados y monitoreo de la adopción del sistema.

Mejora continua: En esta etapa, se evaluará periódicamente el (CRM) en relación con las metas comerciales y verificar que los colabores cumplan con las funciones y procesos que aseguren la continuidad del proyecto.

Finalmente, una vez instalado y haber validado el funcionamiento a través de las etapas se hará una programación de mantenimiento al sistema el cual, se realizará de manera anual.

CAPÍTULO 3: DISCUSIÓN DE LA ALTERNATIVA ELEGIDA E IMPLICANCIAS DE DICHA DECISIÓN

3.1 Análisis comparativo de las alternativas identificadas

Tabla N° 6

Comparación de las alternativas

Descripción	**Alternativa A** Implementación del sistema de control interno en el área de ventas con la ejecución de la Gestión de Relación con los Clientes (CRM).	**Alternativa B** Crear una sucursal, con 02 supervisores uno la zona norte sur y el otro oriente (selva peruana).	**Alternativa C** Reestructuración del área de ventas con la supervisión de un Gerente comercial.
Viabilidad técnica	Permite tener un mejor desempeño de los procesos y manejo de la gestión de control interno en el área de ventas. Además, esta es una herramienta fundamental que contribuye a la mejora de las ventas en tiempo real y ayuda a tomar las mejores decisiones.	Implica evaluar el presupuesto, realizar un análisis preliminar de la zona donde se va a alquilar el lugar para establecer la sucursal y calcular los costos de la implementación.	Permite verificar si es suficiente los recursos disponibles entre factor humanos y financiero para realizar la restructuración.
Impacto Potencial	El impacto incrementará las ventas y se tendrá un mejor control en la organización al ejecutar procesos adecuados en un largo plazo, de esta manera evitar problemas de solvencia para la Editorial.	Con la finalidad de expandirse y llegar a más público directamente para elevar las ventas mejorando la rentabilidad.	Facilita la calidad de las decisiones en el área e identifica la información precisa y corrige factores que pueden perjudicar las ventas**.**
Costos y recursos	Precio por la implementación del sistema (CRM) es de **S/ 11,200** soles e incluye capacitación. Asimismo, la actualización y mantenimiento del sistema es anual con un costo de **S/ 500** soles, siendo accesible la adquisición por parte de la empresa y la financiación será con recursos propios.	Para llevar esta acabo esta propuesta el importe que utilizaría es de **15,000** soles y la empresa estaría a cargo de la implementación.	En esta alternativa contratar al personal de gerencia comercial implica un gasto de **S/ 13,000** soles mensual y es la empresa quien realiza la búsqueda del colaborador.
Plazos	Los plazos para establecer y dejar operativo el sistema es de **8** meses de acuerdo con los procesos, que van desde la implementación, realizar pruebas del sistema, capacitar al personal idóneo y dejar operativo el sistema.	1 año	9 meses

Descripción	**Alternativa A** Implementación del sistema de control interno en el área de ventas con la ejecución de la Gestión de Relación con los Clientes (CRM).	**Alternativa B** Crear una sucursal, con 02 supervisores uno la zona norte sur y el otro oriente (selva peruana).	**Alternativa C** Reestructuración del área de ventas con la supervisión de un Gerente comercial.
Ventajas	La implementación de sistema (CRM) logra un margen aproximado de 20% de incremento en sus ingresos y mejora las ganancias.	Lograr expansión de la marca y ganar más público. Captar más consumidores que aún no son clientes.	Reducir costos de la Editorial**.** Incremento de ventas Mejora de la comunicación interna
Desventajas	La falta de control interno conlleva a tener una disminución en las ventas y perjudica la economía de la empresa.	El costo es más elevado. Encontrar al personal adecuado lo que hace que los servicios prestados por terceros conllevan a un mayor gasto financiero. Adquisición del mobiliario para la nueva sucursal.	Costo elevado Carga de gastos de personal. Incertidumbre a los cambios Costos de la restructuración inesperados y que requiera mayores recursos económicos a los que inicio.

Nota. Elaboración propia

Otras Consideraciones Relevantes.

Analizar el retorno de inversión (ROI) para verificar si el retorno de la inversión está siendo rentable. Cabe resaltar, que esta herramienta es fundamental para evaluar la rentabilidad de la inversión y determinar si la empresa aún puede continuar operando en el rubro y generé ganancias por cada sol invertido.

3.2 Justificación de la alternativa elegida

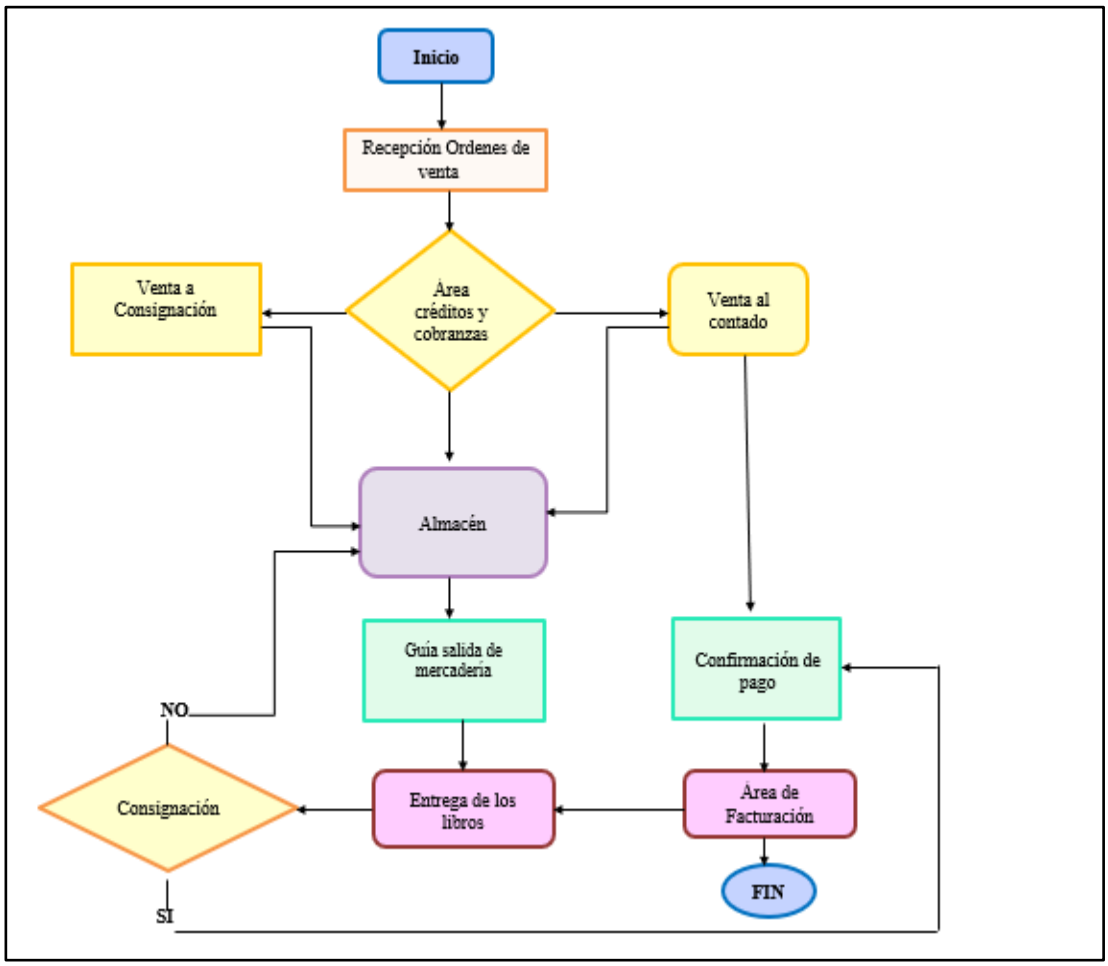
La implementación del sistema de control interno de las ventas se alinea con el objetivo de analizar la gestión del control interno a nivel nacional, el cual, permite a la empresa

establecer este mecanismo a un mediano plazo teniendo de manera oportuna y precisa los procesos de seguimiento y control de las operaciones. Por consiguiente, en análisis realizado se evidencio la ineficiencia del manejo del control interno en la gestión de las ventas. Lo que conlleva, a proponer la solución de la propuesta A para mejorar los procesos. De esta manera, obtener un mayor margen en los resultados económicos para la empresa.

Al mismo tiempo, se presenta el nuevo flujograma del área de ventas con los procesos actuales que la Editorial ejecutará para tener una mejor gestión y control del área.

Figura N° 4

Presentación de nuevo flujograma propuesto para el control interno de las ventas



Nota. Elaboración propia

La Figura N°4 muestra los procesos de mejora con la propuesta sugerida implementación del sistema de control interno en el área de ventas con la ejecución de la Gestión de Relación con los Clientes (CRM).

3.2.1 Factibilidad y viabilidad

Tabla N° 7

Recursos necesarios (humanos, financieros, tecnológicos, entre otros)

Alternativa	Humanos	Financieros	Tecnológicos
Alternativa A. Sistema de control interno de ventas (CRM)	Profesionales expertos en la ejecución de la propuesta	Recursos propios	Establecer un sistema actual acorde con las necesidades de la empresa. 5 laptops

Nota: Elaboración propia

La tabla N°7, detalla la alternativa elegida y los recursos necesarios para la implementación de la propuesta.

Viabilidad de la alternativa elegida

Mediante esta alternativa de implementación del (CRM) se logrará un incremento de 20% del total de las ventas de (1,200,000) soles en el año 2022, lo que, contribuirá a elevar las ganancias en S/ 240,000 soles lo cual impacta de manera positiva en la rentabilidad, este importe cubre los gastos de implementación de la alternativa elegida. De esta manera, la herramienta ayuda a eliminar barreras entre el área de marketing y ventas. Asimismo, permite que estas áreas se vinculen entre sí y que tengan un acercamiento a las relaciones entre cliente y empresa. Por último, agiliza el ciclo de las ventas con procedimientos adecuados lo que facilita la credibilidad de las operaciones y fortalece el crecimiento de la empresa.

Análisis de la capacidad de la organización para implementar la alternativa

De acuerdo con la inspección realizada se infiere que Editorial Semillitas S.A.C cuenta con recursos propios para realizar la implementación de la alternativa A sugerida para la solución de la deficiencia del control interno en el área de ventas. Asimismo, el gerente general mostró interés en la implementación del sistema (CRM) para mejorar su control interno y procesos de ventas, adicionalmente tiene proyectado nuevas sucursales para incrementar su expansión en el rubro que opera.

Beneficios y resultados esperados

La Implementación del sistema de control interno en el área de ventas con la ejecución de la Gestión de Relación con los Clientes (CRM), lo cual, permitirá tener un mejor control y orden en la entrega final a los clientes, conocer los perfiles de los consumidores de manera oportuna, realizar una gestión de ventas de forma transparente de las actividades operativas y financieras.

Sostenibilidad y efectos a largo plazo

Esta mejora es viable y sostenible a largo plazo debido que la empresa desea mejorar el manejo actual en sus actividades comerciales y tener oportunidades crecimiento. Asimismo, el objetivo primordial es elevar el nivel de ventas, ampliar la segmentación de clientes y expandirse a nivel nacional, mantener a los clientes fidelizados y tener un mejor proceso de

atención con los consumidores, de tal manera, que incremente sus ingresos y mejore la rentabilidad.

3.3 Discusión de resultados de la aplicación de la alternativa elegida

Antecedentes, teorías/modelos propuestos y sus impactos potenciales:

Una teoría aplicada a la solución de la alternativa propuesta según, León et al. (2023), precisan que la interacción con el control interno, en términos de rentabilidad, se busca establecer una gestión financiera eficaz mediante una integración exhaustiva de una variedad de elementos que conforman un proceso unificado en diversas áreas. El objetivo es promover un entorno organizacional propicio en las organizaciones que facilite la obtención de la rentabilidad prevista y mejore los resultados en la empresa.

Por otro lado, otra de las teorías, de Vega y Marrero (2021), señala que, es fundamental implementar el control interno porque garantiza los procesos con los estándares primordiales que evidencian una adecuada aplicación, lo que cual se traduce en ventajas para la organización. En ese sentido, la solución planteada de la alternativa A se identificó de acuerdo con los datos obtenidos en los estados financieros de Editorial Semillitas S.A.C.

Por lo tanto, luego del análisis efectuado a las propuestas presentadas, se optó por la alternativa A, que consiste en la Implementación del sistema de control interno en el área de ventas con la ejecución de la Gestión de Relación con los Clientes (CRM). Por consiguiente, la empresa que llevará a cabo la ejecución del sistema es la empresa Soluciones M4G S.A.C que cuenta con la capacidad y los profesionales experimentados en el rubro. De esta manera, se implementará el CRM para incrementar las ventas y mejorar los procesos del área identificada ventas. Por lo mismo, esta implementación será relevante para Editorial Semillitas S.A.C porque podrá acceder a un mayor público a nivel nacional, lograr la expansión de la empresa, agilizar procesos, tener una mejor coordinación en el equipo comercial, tener la información actualizada, los procesos definidos y logar un mayor número de oportunidades crecimiento del negocio.

Finalmente, las expertas entrevistadas concluyen, que al tener definidos los procesos a través de este sistema de control interno basado en la implementación del (CRM) es primordial para el crecimiento de la compañía e incrementar la rentabilidad. Por lo tanto, mencionan que este sistema permite mejorar la relación entre la cartera de clientes y obtener clientes potenciales (Lead), también permite generar una base de datos que sea rápida y confiable para una mejor toma de decisiones

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

- ✓ Se concluye que el control interno es esencial para garantizar la permanencia en el mercado de Editorial Semillitas S.A.C
- ✓ Este control de gestión interno es adaptable para Editorial Semillitas S.A.C porque ejecuta las operaciones y actividades específicas de manera precisa y contribuye con la mejora de la rentabilidad.
- ✓ Además, el sistema optimiza los procesos ya establecidos y permite una venta transparente en tiempo real. Asimismo, el (CRM) contribuye con la integración de captación, conversión, venta y fidelización de los potenciales clientes en las diferentes áreas.
- ✓ También al tener implementado el control interno se logra tener seguimiento continuo en el área analizada detectando errores en menor tiempo que le permita tener información veraz para la toma de decisiones de manera oportuna.
- ✓ Finalmente, el impacto de la rentabilidad se refleja a través de las ratios financieros ROI, Rentabilidad neta del activo, Margen bruto, que reflejan eficiencia cuando tienen resultados positivos al utilizar adecuadamente los recursos disponibles y el capital de los socios para generar utilidades.

Recomendaciones

- ✓ Se recomienda establecer políticas para mantener a largo plazo los procesos establecidos y ejecutados en la implementación del control interno en el área de ventas (CRM). Para asegurar la fiabilidad de la información de índole financiera y contable incrementando los niveles óptimos en la rentabilidad.
- ✓ Se recomienda ejecutar el cumplimiento de los procesos que se establecerá en la implementación del sistema (CRM), el cual logra resultados significativos en la gestión con sus clientes de manera oportuna y mejora las estrategias de ventas incrementando la rentabilidad.
- ✓ Además, se recomienda, que la gerencia se comprometa con mayor énfasis en la correcta determinación de los objetivos y ejecute el cumplimento del flujograma de procesos para tener una mejora continua en el área de ventas para que los clientes fidelizados perduren en el tiempo.
- ✓ Se recomienda emplear los recursos de manera eficiente para convertirlos en la máxima cantidad de oportunidades de venta posible, cumpliendo con los procedimientos propuestos y sean monitoreados continuamente para que los informes sean concretos y confiables para la toma de decisiones.
- ✓ Por último, se sugiere que los indicadores financieros como el retorno sobre la inversión (ROI), retorno de los activos (ROA) y margen bruto (MG), siempre sean evaluados de manera constante para identificar si la Editorial está cumplimiento con los resultados esperados en relación con lo invertido. Asimismo, determinar si los recursos disponibles en la gestión operativa están siendo utilizados de manera eficiente. Además, conocer si está optimizando los gastos y posee los ingresos necesarios para financiar sus futuros proyectos. Finalmente, al realizar la evaluación de los indicadores financieros se podrá tener una mejor perspectiva de las fortalezas y debilidades de la Editorial para tener una mejor toma de decisiones.

Referencias Bibliográficas

Baena, G. (2017). Metodología de la investigación. Serie integral por competencias (3ra. Ed.). Grupo Editorial Patria.https://web.instipp.edu.ec/Libreria/libro/Metodologia%20Investigacion.pdf

Barrera-Guerra Jr., J. L. (2020). Control Interno, su vínculo con la Eficiencia Operativa y la Rentabilidad. *Vinculatégica EFAN*, *6* (1), s. 734–741. https://www.mendeley.com/catalogue/6a98de70-ca31-3df7-9981-a157bea430f0/

Banco mundial. (2024). Perú Panorama general. Gobierno del Perrú.https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview#:~:text=De%20cara%20al%20futuro%2C%20se,disminuci%C3%B3n%20de%20la%20confianza%20empresarial.

Chan, K.C., Chen, Y. & Liu, B. (2021). Los efectos lineales y no lineales del control interno y sus cinco componentes en la innovación corporativa: evidencia de las empresas chinas que utilizan el marco COSO. *Revista revisión contable europea,30*.,733-765.https://webofscience.upc.elogim.com/wos/woscc/full-record/WOS:000547779600001

Escobar Zurita, *H.w., & Surichaqui* Carhuallanqui, L.M., & Calvan apón Alva, F.A. (2022) *Vista de Control interno en la rentabilidad de una empresa de servicios generales - Perú. Revista Científica, Visión de Futuro*.https://revistacientifica.fce.unam.edu.ar/index.php/visiondefuturo/article/view/761/799

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, T. C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana.https://ebookcentral.upc.elogim.com/lib/upc-ebooks/reader.action?docID=5485814

Fonseca Pérez, M. T. (2022). Sistema de control interno y su influencia en la rentabilidad de la empresa "Mi negocio E.I.R.L", Perú. *Sapienza: international journal of interdisciplinary studies*, *3* (1), s. 843–852. https://journals.sapienzaeditorial.com/index.php/SIJIS/article/view/265

Instituto nacional de estadística e informática (2023). Encuesta Nacional de Lectura Perú: Características del comportamiento lector de las personas de 0 a 64 años. *Gobierno del Perú*.https://www.infoartes.pe/wp-content/uploads/2023/04/Informe-resultados_ENL-2022.pdf

Klychova, G., Zaugarova, E., Zakirova, A., Dyatlova, A. & Gimadiev, I. (2021). Control and analytical aspects of the management of financial results of enterprises. *E3S web of conferences*, *273*, s. 10039. https://doi.org/10.1051/e3sconf/202127310039

León León, C. F., Maguiña Rivero, O. F., & León Cavero, F. R. (2023). Control Interno para la mejora de la rentabilidad empresarial en Nuevo Chimbote-Perú. *Revista De Ciencias Sociales*, 29, 66-76. https://doi.org/10.31876/rcs.v29i.40447

Luna Yerovi, G. A., Alcívar Cedeño.F.M., Salazar González, J. & Andrade Garófalo, C. (2019). *Los sistemas de Control Interno y su Incidencia en la Eficiencia y Eficacia Empresarial.* Editorial. Edicumbre Editorial Corporativa. https://estudioidea.org/wp-content/uploads/2020/06/LIBRO-CONTROL-INTERNO-con-portada-3.pdf

Lai, S.M., Liu,C.L. & Chen,S.S.(2020).Control Interno, Calidad y Eficiencia de la Inversión.*Revista Horizontes Contables*.34, 125-145.https://webofscience.upc.elogim.com/wos/woscc/full-record/WOS:000569135900007

Li, D. (2021). Analysis of Enterprise Profitability Based on Dupont Analysis Method -Taking China Life Insurance (Group) Company as an Example. *E3S web of conferences*, *233*, s. 01173. https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85100397523&origin=scopusAI

Mantilla B, S.A. (2018). *Auditoría del control interno*. Editorial.Ecoe Ediciones.https://www.ecoeediciones.com/wp-content/uploads/2018/04/Auditori%CC%81a-del-Control-Interno-4ed.pdf

Méndez, C. (2011). *Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales* (4ta. Ed.). Limusa. https://repository.urosario.edu.co/items/8d242dfd-11b6-4559-aeb9-b9d773448061

Niculescu, N. & Rusu, V. (2017). ROI (retorno de la inversión) - Indicador de análisis del desempeño financiero de la entidad. *De la Sostenibilidad del Desarrollo Regional al Crecimiento Económico Global*.3, 426 – 428.https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85029767691&origin=scopusAI

Pham. V. H. & Duong, L. T. (2024). Research on applying machine learning models to predict and assess return on assets (ROA). *Asian journal of civil engineering*. doi:10.1007/s42107-024-01046-4.https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85191730350&origin=scopusAI

Ranjithkumar, D. S., & Aneesh, M. M. (2021). Study on multidimensionsal aspects of profitability: Evidence from Larsen & toubro ltd. *Webology*, *18*(Special03), 339–348. https://doi.org/10.14704/web/v18si03/web18044

Razzouki, M., El Adnani, M. J., Touhami, F., Azdod, M. & Darkaoui, A. (2024). Internal control system, innovation and performance of Moroccan public organizations: structural equation modeling based on the PLS approach. *Multidisciplinary science journal*, *6* (8), s. 2024174.https://www.researchgate.net/publication/379132737_Internal_control_system_innovation_and_performance_of_Moroccan_public_organizations_structural_equation_modeling_based_on_the_PLS_approach

Shi, F., Huang, B., Wu, C. & Jin, L. (2021). How Is Gross Profit Margin Overestimated in China? *Journal of mathematics, 2021*, s. 1–13.https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85122504840&origin=scopusAI

Tadesse, A.F.,Rosa, R.C. & Parker, R.J.(2022). La adopción y las consecuencias de COSO 2013.*Horizontes contables.36*, 241-260. https://webofscience.upc.elogim.com/wos/woscc/full-record/WOS:000897114000010

Vega, De La Cruz, L. & Marrero Delgado, F. (2021). Evolución del control interno hacia una gestión integrada al control de gestión, s. 211–230. https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/eg/article/view/2861

Zhe, Y.& Xuebin.H.(2022) Research and Application of CRM Model in Enterprise Management System. *Resvista International Conference on Frontier Computing.827*, 1535 – 1539.https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85131887076&origin=scopusAI

Anexos

Anexo N° 1
Matriz de Consistencia

Problema	Objetivo	Categorías	Metodología
¿Cómo la gestión del control interno impacta en la rentabilidad de la empresa Editorial Semillitas S.A.C?	Analizar la Gestión del Control interno y el impacto en la rentabilidad en el año 2022 de Editorial Semillitas S.A.C. Evaluar la gestión del control interno en el área ventas de Editorial Semillitas S.A.C Identificar los procesos en el área de las ventas de Editorial Semillitas S.A.C Determinar el impacto en la rentabilidad en el año 2022 de Editorial Semillitas S.A.C	Categoría Coso 2013 CRM Categoría Rentabilidad Retorno sobre la inversión (ROI) Retorno de los activos (ROA) Margen bruto (MG)	La metodología de carácter cualitativo Recolección de información: Revisión documental revistas scopus y web of sience y otras fuentes confiables. Instrumento: Guía de preguntas

Nota. Elaboración propia

Anexo N° 2
Matriz de Categorización

Problemas de Investigación	**Preguntas de investigación**	**Objetivo**	**Categorías**	**Preguntas**
La gestión del control interno y el impacto en la rentabilidad de Editorial Semillitas S.A.C	¿Cómo la gestión del control interno impacta en la rentabilidad de Editorial Semillitas S.A.C?	Analizar la Gestión del Control interno y el impacto en la rentabilidad de Editorial Semillitas S.A.C en el año 2022.	Categoría Coso 2013 CRM	¿Cómo define la importancia del control interno en la gestión de las ventas? ¿Cuáles son los desafíos principales que enfrenta su empresa en términos de control interno en la gestión de ventas? ¿Cuál es el rol que considera usted, que desempeña el control interno en la optimización de la gestión de ventas? ¿Cómo monitorea y evalúa la eficacia del control interno en la gestión de ventas en la empresa? ¿Cómo se involucra y qué expectativas tiene del personal en la implementación del control interno en la gestión de ventas? ¿Qué problemas se han presentado en su empresa relacionada a la gestión de las ventas?

			Categoría Retorno sobre la inversión (ROI) Retorno de los activos (ROA) Margen bruto (MG)	¿Qué situaciones considera que se debe mejorar en la gestión de las ventas? ¿Cómo evalúa usted, el rendimiento de su empresa, utiliza algún indicador financiero como el ROI, ROA, margen bruto?

Nota. Elaboración propia

Anexo N° 3
Carta de autorización uso de información

EDITORIAL CRECER S.A.C

AUTORIZACIÓN DE ACCESO, USO Y PUBLICACIÓN DE INFORMACIÓN

Lima,12 de abril de 2024

Señores
Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas – UPC
Presente. -

De nuestra consideración:

Por medio de la presente, tenemos el agrado de dirigirnos a Ustedes, a fin de informarles sobre la solicitud para el uso de información de mi representada, requerida por vuestras alumnas egresadas, De la Cruz Chicnes Sandy Maribel U201602995 y Merino Sánchez Andrea Kimberly U201821978 para el desarrollo de un Trabajo de Suficiencia Profesional, como parte de los requisitos para la obtención del título profesional de Contador Público.

Al respecto, de manera expresa autorizamos que dicha información pase a ser de carácter pública dentro de los fines académicos que son propios de la naturaleza de este tipo de trabajos, entre los cuales está su publicación, una vez concluido el mismo, en el repositorio de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Asimismo, en caso dentro de la información de mi representada, se precisa que no se autoriza la publicación del nombre original de la empresa y se utilice un nombre genérico.

Sin otro particular, nos despedimos de Ustedes, expresándole las muestras de nuestra mayor consideración.

Atentamente,

EDITORIAL CRECER S.A.C.
Alejandro Castro López

Castro López Alejandro
Editorial Crecer S.A.C

Mz. G Lote. 3 Urb. El Universo Lima - Lima - San Martin De Porres

Anexo N° 4

Consentimiento informado entrevistado 1

Formulario de consentimiento informado

Título provisional investigación: **Gestión del Control interno y el impacto en la rentabilidad de la empresa Editorial Semillitas S.A.C 2022**

Investigador: 1. De La Cruz Chicnes Sandy Maribel

2. Merino Sanchez Andrea Kimberly

Correo electrónico: 1. U201602995@upc.edu.pe

2. U201821978@upc.edu.pe

Por favor marcar cada caja:

1. He leído y entiendo la hoja informativa para la investigación indicada líneas arriba. He tenido la oportunidad de considerar la información, hacer preguntas y estas han sido respondidas satisfactoriamente.	✓
2. Entiendo que mi participación en esta investigación es voluntaria y puedo retirarme en cualquier momento al informar el investigador, sin dar razón alguna.	✓
3. Comprendo que cualquier información que comparta puede ser utilizado en futuros informes, artículos académicos, publicaciones del investigador.	✓
4. Comprendo que mi nombre/el nombre de mi empleador no aparecerá en informes, presentaciones o publicaciones sin mi consentimiento.	✓
5. Doy mi consentimiento de participar en la investigación.	✓

Elva Santos Marinque — 06/05/2024

Nombre del participante — Fecha — Firma

CPP 43127

Confirmo que el participante tuvo oportunidad de realizar preguntas sobre la investigación y que he contestado todas sus preguntas correctamente y a la mejor de mi capacidad. Confirmo que la persona no ha sido coaccionada a dar su consentimiento y que el consentimiento ha sido otorgado de manera libre y voluntaria.

De La Cruz Chicnes Sandy Maribel

Firma del investigador/persona que toma el consentimiento — Fecha

Merino Sanchez Andrea Kimberly

Firma del investigador/persona que toma el consentimiento — Fecha

Anexo N° 5
Consentimiento informado entrevistado 2

Formulario de consentimiento informado

Título provisional investigación: **Gestión del Control interno y el impacto en la rentabilidad de la empresa Editorial Semillitas S.A.C 2022**

Investigador: 1. De La Cruz Chicnes Sandy Maribel
2. Merino Sanchez Andrea Kimberly

Correo electrónico: 1. U201602995@upc.edu.pe
2. U201821978@upc.edu.pe

Por favor marcar cada caja:

1. He leído y entiendo la hoja informativa para la investigación indicada líneas arriba. He tenido la oportunidad de considerar la información, hacer preguntas y estas han sido respondidas satisfactoriamente.	✓
2. Entiendo que mi participación en esta investigación es voluntaria y puedo retirarme en cualquier momento al informar el investigador, sin dar razón alguna.	✓
3. Comprendo que cualquier información que comparta puede ser utilizado en futuros informes, artículos académicos, publicaciones del investigador.	✓
4. Comprendo que mi nombre/el nombre de mi empleador no aparecerá en informes, presentaciones o publicaciones sin mi consentimiento.	✓
5. Doy mi consentimiento de participar en la investigación.	✓

Kimberly Andreen Berrocal C. 14 - 05 - 2024

Nombre del participante Fecha Firma

CPC. 51887.

Confirmo que el participante tuvo oportunidad de realizar preguntas sobre la investigación y que he contestado todas sus preguntas correctamente y a la mejor de mi capacidad. Confirmo que la persona no ha sido coaccionada a dar su consentimiento y que el consentimiento ha sido otorgado de manera libre y voluntaria.

De La Cruz Chicnes Sandy Maribel

Firma del investigador/persona que toma el consentimiento Fecha

Merino Sanchez Andrea Kimberly

Firma del investigador/persona que toma el consentimiento Fecha

Anexo N° 6

Almacén Semillitas S.A.C

Nota. Fotografía de almacén Editorial Semillitas S.A.C en estudio.

Anexo N° 7
Catálogo de ventas

Nota. Fotografía catálogo de ventas empresa en estudio.