



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**ANÁLISIS DEL CONTROL INTERNO PARA
PRODUCTOS ESTACIONALES DE LA EMPRESA
PERUANA IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES
MELANIE S.A.C.**

**PRESENTADA POR
MARTHA XIMENA ARCE AGUILAR
JESSENIA SULEYMA TIRADO ATACHAHUA**

**ASESORA
MARÍA RAQUEL CHAFLOQUE CÉSPEDES**

TESIS

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**LIMA – PERÚ
2022**



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TESIS

ANÁLISIS DEL CONTROL INTERNO PARA PRODUCTOS ESTACIONALES
DE LA EMPRESA PERUANA IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES
MELANIE S.A.C.

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

PRESENTADO POR:

MARTHA XIMENA ARCE AGUILAR
JESSENIA SULEYMA TIRADO ATACHAHUA

ASESORA:

MG. SC. MARÍA RAQUEL CHAFLOQUE CÉSPEDES

LIMA, PERÚ

2022

DEDICATORIA

A Dios, quien nos guía y nos da sabiduría.

A nuestras familias por su amor y dedicación
incondicional.

AGRADECIMIENTOS

A mis padres, mi hermana, mi esposo Jairo y mi hija Luna que en todo momento estuvieron apoyándome y brindándome su apoyo y amor.

A Dios por todos los momentos agradables que me brinda día a día, por ser mi mayor fortaleza para seguir día a día, y por permitirme llegar hasta aquí,

A mis padres Julio Cesar y Lourdes quien me han guiado siempre brindándome su apoyo incondicional y que cuyos constantes esfuerzos se ven convertidos en casa uno de mis logros

A nuestra asesora de tesis la Mg. María Chafloque por su grandioso apoyo y asesoramiento gracias a su experiencia y vocación en el mundo de los negocios.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTOS	3
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	4
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	9
ABSTRACT	10
INTRODUCCIÓN	11
CAPITULO I: MARCO TEORICO	15
1.1. Antecedentes de la Investigación	15
1.2. Base Teórica	20
1.2.1. Control Interno.	20
1.2.2. Rentabilidad.	23
1.3. Definición de Términos Básicos	26
CAPITULO II: HIPOTESIS Y VARIABLES	28
2.1. Hipótesis de Investigación	28
2.1.1. Hipótesis general.....	28
2.1.2. Hipótesis específicas.....	28
2.2. Variables.....	29
2.2.1. Variable : Control interno.....	29
2.2.2. Variable : Rentabilidad.	29
CAPITULO III: DISEÑO METODOLÓGICO	35
3.1. Enfoque	35
3.2. Tipo de Estudio	35

3.3. Diseño de Estudio.....	36
3.4. Instrumentos.....	37
3.4.1. Control interno.....	37
3.4.2. Rentabilidad.	38
3.5. Recolección de Datos	39
3.5.1. Temporada de día de la madre.	39
3.5.2. Temporada de verano.	40
3.5.3. Temporada escolar.	41
3.5.4. Temporada de productos que se venden todo el año.....	42
3.6. Análisis de Datos	43
3.6.1. Preparación de datos.	43
3.6.2. Técnicas aplicadas.....	43
CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	44
4.1. Análisis Descriptivo.....	44
4.2. Contrastación de Hipótesis	47
4.2.1. incidencia del control interno y rentabilidad, según la Temporada de Verano.	47
4.2.2. incidencia del control interno y rentabilidad, según el Día de la Madre.	48
4.2.3. incidencia del control interno y rentabilidad, según la Estación Escolar.	48
4.2.4. incidencia del control interno y rentabilidad, según los productos que se venden todo el año.....	48
4.3. Discusión	49
CONCLUSIONES	51
RECOMENDACIONES	53
BIBLIOGRAFÍA	55

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de coherencia.....	30
Tabla 2: Operacionalización de variables	32
Tabla 3: Ítems de control interno.....	37
Tabla 4 : Ítems de rentabilidad.....	38
Tabla 5: Estudio costo beneficio-día de la madre	40
Tabla 6: Estudio costo beneficio-día de la madre	40
Tabla 7: Estudio costo beneficio-escolar	41
Tabla 8: Estudio costo beneficio-productos que se venden todo el año.....	42

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Entrada, salida y stock desde el año 2016 al 2019 de todas las 4 temporadas.....	45
Figura 2 Margen bruto, margen operativo, rentabilidad neta de ventas desde el año 2016 al 2019 de las 4 temporadas.	46
Figura 3 incidencia entre control interno y rentabilidad	47

RESUMEN

Los inventarios en la actualidad son un factor de suma importancia para una organización, ya que muchos mencionan que una óptima gestión y control de interno es un factor determinante para la economía de las empresas. La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar la incidencia entre los inventarios y la rentabilidad de los productos estacionales de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC. El estudio es cuantitativo de diseño descriptiva comparativa, ya que se cuenta con bibliografía sobre el tema, las variables a estudiar son control interno y rentabilidad, los instrumentos utilizados para la medición de las variables fueron: revisión documentaria, Kardex y estudio de ganancias y pérdidas de los últimos años. Se encontró que el Control Interno de Inventarios incide de manera favorable en la rentabilidad de la empresa. Se pudo determinar que efectivamente la empresa no cuenta con un adecuado control interno y manejo de stock es por esa razón que la necesidad de implementar un sistema de control interno es de 100%. Finalmente se llegó a la conclusión que el manejo eficiente y eficaz en el inventario de la empresa Importaciones & Exportaciones Melanie SAC, permitirá obtener varios beneficios como reducción de merma, control de costos y mayores utilidades.

Palabras clave: Importación, productos estacionales, inventarios, temporadas.

ABSTRACT

Inventories are currently a very important factor for an organization, since many mention that optimal internal management and control is a determining factor for the economy of companies. The main objective of this research was to determine the relationship between inventories and profitability of the seasonal products of the company Importaciones y Exportaciones Melanie SAC. The study is quantitative with a comparative descriptive design, since there is a bibliography on the subject, the variables to be studied are internal control and profitability, the instruments used to measure the variables were: documentary review, Kardex and study of gains and losses of the last years. It was found that Internal Inventory Control has a favorable impact on the profitability of the company. It was determined that the company does not have adequate internal control and stock management, for that reason the need to implement an internal control system is 100%. Finally, it was concluded that the efficient and effective management of the inventory of the company Importaciones & Exportaciones Melanie SAC, will allow obtaining several benefits such as reduction of waste, cost control and higher profits.

Keywords: Import, seasonal products, inventories, seasons.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada: Análisis del control interno para productos estacionales de la empresa peruana Importaciones y Exportaciones Melanie SAC., menciona los lineamientos primordiales para tener un buen Sistema de Control de Interno (SCI) en una empresa y así lograr mayor rentabilidad.

Para Gómez & Guzmán (2016) mencionan que el sistema de control interno reside dentro de la empresa, con procedimientos preestablecidos, por tal motivo se debe tener en cuenta un buen control de inventarios para que las PYME's obtengan mejores utilidades y beneficios, ya que una administración deficiente en el control de inventarios da como resultado el exceso de inventarios, generando así un bajo rendimiento sobre el capital.

La presente investigación tiene como caso de estudio a la empresa Importaciones & Exportaciones Melanie SAC, la cual se encuentra ubicada en la ciudad de Lima-Perú, fue fundada en el año 2012, su principal actividad económica es la venta al por mayor de productos estacionales. El mencionado comercio es una microempresa creada para satisfacer la demanda del mercado nacional, compitiendo con otras empresas importadoras que desarrollan la misma función dentro del mismo sector. Uno de sus principales problemas de la empresa es que no controla su stock, generando una disminución en el margen de ganancia y provocando que el costo sea mayor que el de la competencia.

Las disminuciones que presentan los importadores del sector hacen que las micro y pequeñas empresas (MYPE's) cambien su toma de decisiones en los precios de sus productos y esto a su vez genera dificultad al no poder brindar un precio más competitivo. La presente investigación servirá como herramienta a las MYPE's para mostrar como el SCI permite aminorar costos.

Para tal efecto, se plantea la siguiente problemática principal: ¿Cuál es la incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos estacionales de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC?

Y los siguientes problemas específicos:

- ¿Cuál es la incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación “verano” de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC
- ¿Cuál es la incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación “día de la madre” de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC?
- ¿Cuál es la incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación escolar de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC?
- ¿Cuál es la incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación productos que se venden todo el año de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC?

Así mismo se plantean el objetivo general y los específicos, que tratarán de responder a los problemas mencionados.

Objetivo general:

- Identificar la incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos estacionales de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC

Objetivos específicos:

- Determinar la incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación “verano” de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC
- Determinar la incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación “día de la madre” de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC
- Determinar la incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación “escolar” de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC
- Determinar la incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación “productos que se venden todo el año” de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC.

La principal razón que impulsó a realizar esta investigación es para buscar propuestas de mejora para la rentabilidad de la empresa Importaciones & Exportaciones Melanie SAC; que si bien es cierto no cuenta con deficiencias en la rentabilidad y si se pueden generar más ganancias de las que ya tiene. La presente investigación es útil para otras investigaciones, ya que sirve de guía para otras empresas que quieran controlar sus inventarios. De los resultados obtenidos en esta investigación se espera que la gerente de la empresa opte por una decisión correcta para mejorar el sistema de control interno y por ende incrementar su rentabilidad.

De otro lado, este trabajo es importante porque permite establecer la incidencia entre el control interno y la rentabilidad. Un buen control de los inventarios se ve reflejado directamente en todos los beneficios económicos de las empresas, ya que tener un adecuado control interno es uno de los principales factores que inciden directamente con la rentabilidad que se pueda obtener. Asimismo, el presente estudio

es útil para las MYPE's dedicadas a las importaciones y comercialización de productos estacionales ubicadas en Lima Metropolitana con el fin de obtener mayores ingresos y ganancias, reducir costos y no tener sobre stock ni quiebre de stock.

La presente investigación brinda nueva información de gestión de operaciones a la empresa Importaciones & Exportaciones Melanie SAC. con el fin de mejorar su problemática empresarial en el control interno para las diferentes temporadas del año. Respecto a la estructura de la investigación, la investigación se divide en siete partes, las cuales se describen en los siguientes párrafos.

En el Capítulo I, se realiza la fundamentación teórica del estudio, se identifican y describen los antecedentes de estudio, además se realiza una descripción de los términos más importantes de la investigación a modo de glosario.

En el Capítulo II, se plantean las hipótesis de investigación y se realiza la descripción detallada de las variables.

En el Capítulo III, se describe la metodología, donde se expone el diseño de investigación, se describe, los instrumentos, el análisis y su respectivo procedimiento.

En el Capítulo IV, se presentan los resultados con relación a los objetivos e hipótesis establecidos en la investigación, buscando así obtener una respuesta a cada planteamiento.

En el Capítulo V, se desarrolla la discusión de los resultados con lo cual se da sustento teórico a los resultados hallados en la investigación.

Finalmente, se presentan las conclusiones y las recomendaciones, las referencias y los anexos correspondientes.

CAPITULO I: MARCO TEORICO

1.1. Antecedentes de la Investigación

Antecedentes nacionales

Jiménez & Tapullima (2017) en su tesis titulada, *Propuesta de un sistema de control de inventarios, en la empresa proveedora de alimentos Bellavista SRL, 2016*, tuvieron como objetivo principal: Proponer un adecuado sistema de control interno en la empresa Bellavista SRL, año 2016. Así mismo, la investigación es de tipo cualitativa y su diseño es propuesta innovadora o de gestión, usaron como instrumentos la ficha de observación y entrevista no estructurada o informal, sus resultados concluyeron que, con un buen uso del sistema de control interno, la empresa aprovechara mejor su capital; es decir, la empresa invertirá según su demanda. Finalmente, se recomienda mejorar la planificación, entrada y salida de productos, en el personal se propone ciertos requisitos para la selección y contratación, por último, la empresa debe estar vigilada y supervisada mostrando controles semanalmente o de manera mensual.

Eugenio (2018) en su tesis titulada, *Caracterización del control interno en el área de inventarios de las empresas del sector comercio del peru: caso empresa consultorias y soluciones agroecológicas s.a.c* tuvo como objetivo principal la relación que tiene el control interno con las ventas, la investigación fue de tipo cualitativo – descriptiva, se utilizó como instrumentos investigación bibliográfica, documental y de campo. Teniendo como resultados que los vendedores son los responsables con el control interno de la empresa, así mismo ellos deberán tener estrategia de ventas para cada necesidad de cada cliente. Se pudo concluir que el control interno permite que toda inversión se incline a ciertos productos que tienen mayor rotación y a todos aquellos que la empresa obtenga mayores utilidades.

Arteaga & Olguín (2014) en su tesis titulada, *La mejora en el Sistema de Control Interno de Logística y su influencia en la Gestión Financiera de la Empresa Comercial Cipsur E.I.R.L.*, tuvieron como principal objetivo , como el control interno repercute en la gestión financiera de la empresa CIPSUR año 2014, el tipo de estudio fue descriptivo, su población fueron el personal de logística y su muestra fue de 20 trabajadores del área, utilizaron documentos de entradas y salidas e información financiera, se concluyó que si se cumplen todas las políticas para el departamento de logística esto permitirá tener un mayor control en sus inventarios, además el buen uso de la documentación de la cadena logística permite a la organización tener una administración adecuada en el control interno y así se evitaría que esto afecte directamente a las utilidades de la empresa. La utilidad en el año 2014 para la empresa creció en relación al año 2013 en un 5.33%; además, la situación económica para el mismo año fue buena, debido a que el historial de mercaderías en el año 2014 disminuyó en un 17.64% en comparación con el año 2013, concluyendo que si se implementa un adecuado control interno la empresa generaría mayor rentabilidad de la que ya tiene.

Namay & Rengifo (2017) en su tesis titulada, *Evaluación del control de inventarios y su incidencia en la situación económica y financiera de la empresa Supermercados la inmaculada s.a.c. de la ciudad de Tarapoto, período 2014*, tuvieron como objetivo principal: Evaluar el control interno y establecer cuál es su incidencia económica y financiera, cuya actividad económica es la venta de, primera necesidad, limpieza, higiene y perfumería, el diseño fue de Investigación Correlacional; ya que se busca establecer relación entre las dos variables, el diseño de la investigación fue descriptivo. En conclusión, el buen control interno incide favorablemente en la economía de la organización ya que la empresa solo tendrá en sus almacenes todo producto que si o si se venderá.

Flores & Mejía (2018), en su tesis titulada, *Análisis de los inventarios y propuesta de un sistema de control de inventarios para la librería "Mayckol"*, tuvieron como objetivo principal implementar un adecuado sistema de control interno, para así evitar tener productos en stock sin rotación y que el encargado de almacén sea el encargado de controlar los productos que estén próximos a vencer y los que son mermas, el tipo de investigación fue Descriptiva donde se observa que la falta de un control interno puede causar muchos inconvenientes ya que no se cuenta con un número real de todos los productos que comercializa la empresa. En conclusión, se optó por elaborar un Manual de Organización, Funciones de personal y Reglamento de la empresa.

Campos (2018), en su tesis titulada, *El Control de Inventarios y su relación con la Rentabilidad de las Empresas Comerciales de Panificación en el Distrito de San Martín de Porres, Lima – 2018*. tuvo como objetivo principal: Determinar la relación del control interno y la rentabilidad, el tipo de investigación fue básica, con diseño no experimental, descriptivo, correlacional y transversal. Los resultados fueron que un adecuado control interno es el plan que debería tener la empresa teniendo en cuenta su contabilidad, tareas asignadas a empleados ya que esto tiene por objeto tener información fiable y salvaguardar los inventarios.

Antecedentes internacionales

Fray (2018) en su tesis titulada *Valuación y control del inventario y su efecto en la rentabilidad*, donde tuvo como objetivo principal analizar el control interno y su qué efecto tiene en la rentabilidad de la empresa, además la investigación fue de enfoque cualitativo - descriptivo , todo se realizó a través de entrevistas a los a trabajadores del

área de administración, compras y ventas, se analizó los estados financieros del año 2016- 201 y la investigación obtuvo como resultado que las ventas totales en el año 2017 están por encima de un 24% comparados con un año antes, también se encontró que sus ventas se incrementaron un 13%, el inventario de ferretería ha sufrido un aumento relativo del 28%. La investigación detalla y expone la valuación del control de inventario en la empresa de rubro ferretero se pone en manifiesto la problemática de un mal manejo de control interno y que efectivamente tiene un efecto directo en la rentabilidad.

Guerrero (2018) en su segunda edición de inventarios manejo y control, menciona lo siguiente: Las empresas cuentan con inventarios de materias primas y de productos terminados según sea su rubro. Los inventarios o productos finales sirven para cubrir necesidades del mercado o demanda, ya que estos productos representan una importante inversión financiera, tomar una decisión con respecto a los inventarios de una empresa es de suma importancia. Los modelos de control interno son base para la toma de decisiones dentro de la organización. Asimismo, las empresas deberían centrarse en: Manejo y control de los inventarios, tener o emplear un modelo matemático o sistema que describa el comportamiento de los inventarios, y establecer un registro de control interno y mencionar cuándo conviene comprar.

Cordero & Castillo (2016) en su tesis titulada, *El control interno como herramienta para mejorar la rentabilidad en Imedcorp S.A*, tuvieron como objetivo principal desarrollar estrategias de contabilidad y de control interno para incrementar las ganancias de la empresa (IMEDCORP S.A.), el diseño de la investigación fue cuantitativo y cualitativo: ya que buscaba tener una información más completa de todo el fenómeno. Se llegó a la conclusión que se debe analizar periódicamente la rentabilidad, con el fin de conocer o identificar los productos que brindan mayor

rentabilidad a la organización, para tomar decisiones acertadas y poder lograr los objetivos de la empresa.

Muños (2015) en su tesis titulada, *Control de inventarios y su incidencia en los ingresos de las empresas del sector comercial del cantón Otavalo, provincia de Imbabura*, tuvo como objetivo principal: Realizar un análisis de la incidencia del control interno en los ingresos, utilizó un método deductivo, analítico, materiales bibliográficos y tecnológicos. La presente investigación es de tipo cuali-cuantitativa; cualitativas porque el personal de la empresa participa y es incluida dentro del objeto de la investigación y cuantitativas porque se realiza un análisis financiero. Dentro de la organización existe mercadería que se compra en exceso, esto debido al desconocimiento de las mercancías que tienen mayor rotación en el almacén ya que no se cuenta con un adecuado control interno y esto hace que las compras se hagan sin seguir una política económica, esto se ve reflejado en el almacén ya que ciertos productos tienen tiempo en el almacén generando merma por diversas razones.

Argudo (2017) tuvo como objetivo proponer un adecuado sistema de control interno a través del costeo ABC, que tiene como finalidad mejorar la clasificación de sus productos que se encuentran en almacén, además mejorar los procesos de compra y almacenaje de los productos, salida de mercadería y devolución de la misma. La metodología que se usó para este trabajo de investigación fue: investigaciones bibliográficas que se encontraron relacionadas directamente al tema a estudiar, además se ejecutaron entrevistas, observación, entre otras. Finalmente se llegó a la conclusión que la empresa no cuenta con un adecuado orden o clasificación de sus productos y en consecuencia al momento de despachar algún producto no lo hacen de manera eficiente ya que encuentran pérdida de mercadería, merma, entre otros.

1.2. Base Teórica

1.2.1. Control Interno.

Definición de control interno.

Joya (2012) menciona que el control interno es un factor de suma importancia para logro de objetivos generales de una organización y su efectividad va a depender de toda la información obtenida de la empresa.

Carranza, Céspedes & Yactayo (2016) agregan que el control interno es un elemento importante de control para una empresa, son procedimientos y métodos que es adoptado por la organización con suma coordinación con el objetivo de proteger y salvaguardar sus recursos, es decir no obtener perdida. Así mismo esta definición muestra ciertos conceptos fundamentales del control interno:

- Es un proceso que se basa en tareas y actividades constantes.
- Es efectuado por los trabajadores de la empresa –no se trata solamente de manuales y/o políticas sino de personas que tomen y apliquen acciones para llegar a los objetivos establecidos.

La Contraloría General de la República (2014) menciona que la autoevaluación engloba una herramienta diseñada dentro del sistema de control interno. Son elementos que permiten a cada área o nivel de la empresa medir la eficacia de los controles en los procesos y todos resultados de su gestión. Actualmente para emplear un adecuado control interno se debe tener en cuenta diversos métodos como: encuestas, cuestionarios, o contacto directo con el personal o sus labores.

Para Bosque & Ruiz (2016) el Control Interno es un proceso para llegar a un objetivo o fin para la organización. Esto lo lleva a cabo todos los integrantes de la empresa, todos tienen las mismas participaciones, y todo se lleva a cabo para el plan

proyectado, todo personal tiene que ser instruido sobre sus obligaciones y responsabilidades dentro y fuera de su área.

Paredes (2014) define al Control Interno como “toda política, principio y procedimientos adoptados por la administración para obtener metas y objetivos planificados, con el fin de salvaguardar los recursos y bienes económicos, financieros, tecnológicos a través de su uso eficiente y aplicando la normativa vigente” (pag.15). También indica que el control interno es definido como “un sistema conformado por un conjunto de procedimientos, reglamentos y normativa que, interrelacionadas entre sí, tienen por objetivo proteger los activos de la organización” (pág. 4).

De la Vega (2017) comenta que el control interno eficiente, es todo dato que brinda la organización, sobre costos de productos e información acerca de cantidades exactas que se tiene en almacén, el control interno debe ser importante y vital para las empresas y para el resto de los procesos, dado que ellos afectan directamente la producción, ventas, compras y esto incide directamente en el resultado final del estado de ganancias y pérdidas.

Para Camacho, Gil & Paredes (2017) mencionan que “el sistema de control interno comprende el plan de la organización y todos los métodos coordinados y medidas adoptadas dentro de una empresa con el fin de salvaguardar sus activos y verificar la confiabilidad de los datos contable” (pág. 11).

Para la La Cámara de comercio de Bogotá (2014), menciona que la logística es un elemento importante para poder obtener efectividad y eficiencia en una organización en cuanto al control interno y toda la cadena logistica, ya que se puede trabajar mediante una línea de tiempo, espacio y costos a la hora de realizar algún tipo de Compra.

Objetivos del control interno, según Camacho, Gil & Paredes (2017).

- “Objetivos operativos – Hacen referencia a la efectividad y eficiencia de las operaciones de la empresa incluidos sus objetivos financieros y operacionales, y la protección de sus activos.” (pág. 30)
- “Objetivos de información – Pueden abarcar aspectos de confiabilidad, oportunidad, transparencia, u otros conceptos establecidos por los reguladores, organismos reconocidos o políticas de la propia entidad.” (pág. 30)
- “Objetivos de cumplimiento – Hacen referencia al cumplimiento de las leyes y regulaciones a las que está sujeta la entidad.” (pág. 30)

Método de control de interno.

Tovar (2014) menciona que una buena inspección interna contiene los siguientes componentes: óptimo control de ingresos y salidas de mercancías, debidamente registradas en el sistema que se está usando, realizar inventario general periódicamente y corroborarlo con el stock en sistema.

Procedimiento para implementar un adecuado Control Interno:

Joya (2012) menciona que el sistema de control interno debe tener características oportunas, también se debe tener en cuenta la manera óptima para detectar errores o desviaciones, todas las áreas de la organización tienen que mantener comunicación oportuna, mientras se logra obtener un adecuado control interno. Se entiende como control interno a las políticas para la consecución de objetivos tales como garantizar una acertada información financiera, para la toma de decisiones.

Aquipucho (2015) comenta que: “Existen diversos beneficios al aplicar un adecuado control interno ya que esto se verá reflejado en la gestión financiera, económica de la empresa” (pág. 19).

En conclusión, Aquipucho menciona que el control interno es un proceso diseñado para promover el cumplimiento de los objetivos ayudando a conseguir metas y previniendo pérdidas, así mismo también evita riesgos. El control interno es en conclusión, un medio para poder lograr un fin, puesto que no solo constituye, políticas y formas de la empresa, también el personal de cada área determinan el control de la calidad de la organización.

1.2.2. Rentabilidad.

Guitman, (2007) indica que, la rentabilidad incide directamente los rendimientos de la empresa, como las compras, ventas o capital. Esta medida permite evaluar la incidencia entre las ganancias, las ventas e inversión. Esta medida es de suma importancia para que una empresa sobreviva. Por lo tanto, la rentabilidad tiene una incidencia directa con el riesgo, es decir, si una organización desea aumentar su rentabilidad debe también considerar el riesgo y, por el contrario, si quiere disminuir el riesgo, deberá disminuir su rentabilidad.

Delgado & Paredes (2020) agregan que la rentabilidad es la incidencia que existe entre las salidas y entradas, en base al manejo de activos de la empresa, el crecimiento económico de la organización depende de su capacidad financiera.

Benancio & Gonzáles (2015) dicen que la sostenibilidad y el crecimiento son el eje principal de la rentabilidad de la empresa. Por ende, todas las empresas que generan deudas deben tener la seguridad que su capacidad de ingresos debe ser proporcional al costo de financiamiento.

Ojeda (2013) sostiene que la rentabilidad es la capacidad para poder generar mayores utilidades o ganancias en la empresa; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera mayores ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera más ingresos que gastos, un área de la empresa es rentable cuando genera más ingresos que costos.

$$RENTABILIDAD = \frac{UTILIDAD \ O \ GANANCIA}{INVERSION} \times 100$$

Ratios de rentabilidad.

Para Boal (2015) las ratios de rentabilidad son un conjunto de indicadores y medidas cuyo fin es diagnosticar si una empresa tiene una rentabilidad positiva para cubrir sus costos y poder remunerar a sus trabajadores. Toda empresa con ánimo de lucro sin desear que sus ingresos sean mayores a su inversión.

El portal Areapymes (2016) señala que estas ratios son útiles para comparar el balance general con el estado de ganancias y pérdidas de la empresa a la vez miden como las organizaciones usan sus activos en incidencia a su gestión de operaciones.

Para Boal (2015) las ratios de rentabilidad son un conjunto de indicadores que tienen como finalidad diagnosticar si a la compañía está teniendo ganancias suficientes que cubran sus costos incluyendo los del personal. El objetivo de toda empresa con fines de lucro es obtener a largo plazo no solo ciertos beneficios sino también rentabilidad y que este supere sus egresos.

El análisis de la rentabilidad se basa en:

- Estudio de los componentes que generan la renta (generalmente activos)
- Estudio de los componentes de la renta obtenida. Esto quiere decir que es necesario un examen exhaustivo de su composición, ingresos y gastos.

Margen Bruto.

Este índice permite dar a conocer qué incidencia tiene la rentabilidad de las ventas y el costo de las mismas, y la capacidad de la empresa para poder cubrir sus gastos operativos y tener utilidades antes de los impuestos y deducciones.

$$MB = \frac{UT\ BRUTA}{VENTAS} \times 100$$

Por consiguiente, el método que se empleó para valorar los inventarios (materias primas, productos en proceso y productos terminados) puede tener impacto de manera significativa sobre el costo de ventas y por ende sobre la utilidad, este índice puede ser negativo si el costo de ventas es mayor a las ventas totales.

Margen Operativo.

No solo son costos de ventas sino también gastos operacionales (administración y ventas).

Los gastos financieros no son gastos operacionales, ya que teóricamente no son necesarios para que una organización esté operativa. Una empresa podría desarrollar sus actividades sociales sin incurrir en gastos financieros.

$$MO = \frac{UT\ OPERATIVA}{VENTAS} \times 100$$

El margen operacional es de gran importancia para el estudio de rentabilidad de una organización, ya que indica si el negocio es o no rentable. La utilidad operacional es resultado de todos los ingresos operacionales, pero no incluye el

costo de ventas y los gastos de administración y empresa, este índice puede tomar algunos valores negativos, tampoco se toman en cuenta los ingresos no operacionales y estos pueden ser la principal fuente de ingresos para obtener utilidades.

Rentabilidad Neta de Ventas.

Por cada unidad de venta la empresa muestra sus utilidades. AL estudiar este indicador se debe considerar si la utilidad procede de la operación de la misma organización o de otros ingresos. El inconveniente de estos últimos es por el hecho de que estos ingresos suelen ser inestables y como consecuencia no muestran la rentabilidad neta de la empresa. Existen casos donde la empresa reporta una utilidad neta aceptable después de haber presentado déficit.

$$MB = \frac{UT\ NETA \times 100}{VENTAS}$$

Este índice usa el valor de la utilidad neta y a su vez pueden registrarse también valores negativos.

1.3. Definición de Términos Básicos

- **Almacén:** Un almacén es un lugar u espacio físico para el almacenaje de bienes dentro de la cadena de suministro (SUNAT, 2012).
- **Almacenamiento:** Es el proceso de control de inventarios una vez vencida la materia prima o las mercaderías, el almacenista deberá procesar a la guarda de esta con forme al tipo, naturaleza y disposición física establecidos en el almacén (SUNAT, 2012).

- **Costo de inventarios:** Los resultados de cualquier decisión específica de una empresa se determinan cuando se toma la decisión referente a la cantidad de llevar o mantener inventario (SUNAT, 2012).
- **Depreciación:** Se refiere, en el ámbito de la contabilidad y economía, a una disminución periódica del valor de un bien material o inmaterial. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la vejez. También se le puede llamar a estos tres tipos de depreciación; depreciación física, funcional y obsolescencia (SUNAT, 2012).
- **Existencias:** Es la cantidad de bienes muebles ubicados en los almacenes de la empresa (SUNAT, 2012).
- **Inventario:** Relación detallada, ordenada y valorada de los elementos que componen el patrimonio de una empresa o persona en un momento determinado (SUNAT, 2012).

CAPITULO II: HIPOTESIS Y VARIABLES

Según Ortiz & García (2008) mencionan que la búsqueda de una solución se basa mediante la formulación de una o más hipótesis. En la presente investigación presentamos cuatro hipótesis tentativas como respuestas a nuestros problemas en cuanto al control interno que presenta Importaciones y Exportaciones Melanie SAC.

2.1. Hipótesis de Investigación

2.1.1. Hipótesis general.

Existe incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos estacionales de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC.

2.1.2. Hipótesis específicas.

1. Existe incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación “verano” de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC.
2. Existe incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación “día de la madre” de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC.
3. Existe incidencia significativa entre el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación escolar de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC.
4. Existe incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación productos que se venden todo el año de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC.

2.2. Variables

2.2.1. Variable: Control interno.

En la presente investigación el control interno se refiere a todos los productos o activos divididos por estaciones y por año que verifican la exactitud y los datos contables para obtener una eficiencia operativa según la demanda de la empresa. La presente investigación midió el control interno mediante los datos de entrada, salida y stock del periodo 2016 al 2019.

2.2.2. Variable: Rentabilidad.

La rentabilidad es la capacidad que tiene la empresa para generar suficiente utilidad o ganancia en relación con las entradas, salidas y stock, es decir una empresa es rentable cuando sus ingresos son mayores a sus gastos, también se define como beneficios superiores a los que se invirtió en un periodo determinado de tiempo. La mencionada variable se evaluó por medio de las ratios de rentabilidad en el periodo 2016 al 2019.

Tabla 1

Matriz de coherencia

	PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES
GENERAL	¿Cuál es la incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos estacionales de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC?	Existe incidencia directa entre el control interno y la rentabilidad de los productos estacionales de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC.	Existe incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos estacionales de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC.	Variable : control interno y rentabilidad
ESPECÍFICOS	¿Cuál es la incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación “verano” de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC	Determinar incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación “verano” de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC	Existe incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación “verano” de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC”.	
	¿Cuál es la incidencia el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación “día de la madre” de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC?	Determinar incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación “día de la madre” de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC	Existe incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación “día de la madre” de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC.	

<p>¿Cuál es la incidencia el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación “escolar” de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC?</p>	<p>Determinar la incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación escolar de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC</p>	<p>Existe incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación “escolar” de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC.</p>
<p>¿Cuál es la incidencia el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación productos que se venden todo el año de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC?</p>	<p>Determinar la incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación productos que se venden todo el año de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC</p>	<p>Existe incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación productos que se venden todo el año de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC.</p>

Nota: Elaboración propia

Tabla 2

Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	ITEMS			
CONTROL INTERNO	Es un proceso que ayuda a identificar la eficiencia o deficiencia de los almacenes teniendo en cuenta varios factores tales como: stock, Kardex, tiempos, valorizados, entre otros.	Entrada- verano/ 2016 Salida - verano / 2016 Stock - verano / 2016	Entrada- verano/ 2017 Salida - verano / 2017 Stock - verano / 2017	Entrada- verano /2018 Salida - verano / 2018 Stock - verano / 2018	Entrada- verano/ 2019 Salida - verano / 2019 Stock - verano / 2019
		Entrada- Día de la madre/ 2016 Salida – Día de la madre/ 2016 Stock – Día de la madre / 2016	Entrada- Día de la madre/ 2017 Salida – Día de la madre/ 2017 Stock – Día de la madre / 2017	Entrada- Día de la madre /2018 Salida – Día de la madre/ 2018 Stock – Día de la madre / 2018	Entrada- Día de la madre /2019 Salida – Día de la madre/ 2019 Stock – Día de la madre / 2019
		Entrada- Escolar/ 2016 Salida – Escolar/ 2016 Stock – Escolar / 2016	Entrada- Escolar/ 2017 Salida – Escolar/ 2017 Stock – Escolar / 2017	Entrada- Escolar/ 2018 Salida – Escolar/ 2018 Stock – Escolar / 2018	Entrada- Escolar/ 2019 Salida – Escolar/ 2019 Stock – Escolar / 2016
		Entrada- productos que se venden todo el año / 2016 Salida - productos que se venden todo el año / 2016 Stock - productos que se venden todo el año / 2016	Entrada- productos que se venden todo el año / 2017 Salida - productos que se venden todo el año / 2017	Entrada- productos que se venden todo el año / 2018 Salida - productos que se venden todo el año / 2018	Entrada- productos que se venden todo el año / 2019 Salida - productos que se venden todo el año / 2019

Stock - productos que
se venden todo el año
/ 2017

Stock - productos que
se venden todo el año
/ 2018

Stock - productos que
se venden todo el año
/ 2019

RENTABILIDAD

La rentabilidad son los beneficios (utilidad o ganancia) que brindan una adecuada y acertada operación dentro de la empresa.

Margen Bruto- verano /2016
Margen operativo- verano /2016
Rentabilidad neta de ventas –verano/2016
Margen Bruto- Día de la madre/2016
Margen operativo- Día de la madre/2016
Rentabilidad neta de ventas –Día de la madre/2016

Margen Bruto- Escolar/ 2016
Margen operativo- Escolar /2016
Rentabilidad neta de ventas –Escolar /2016

Margen Bruto- productos que se venden todo el año / 2016
Margen operativo- productos que se venden todo el año /2016
Rentabilidad neta de ventas – productos que se venden todo el año /2016

Margen Bruto- verano /2017
Margen operativo- verano /2017
Rentabilidad neta de ventas –verano/2017
Margen Bruto- Día de la madre/2017
Margen operativo- Día de la madre/2017
Rentabilidad neta de ventas –Día de la madre/2017

Margen Bruto- Escolar/ 2017
Margen operativo- Escolar /2017
Rentabilidad neta de ventas –Escolar /2017

Margen Bruto- productos que se venden todo el año / 2017
Margen operativo- productos que se venden todo el año /2017
Rentabilidad neta de ventas – productos que se venden todo el año /2017

Margen Bruto- verano /2018
Margen operativo- verano /2018
Rentabilidad neta de ventas –verano/2018
Margen Bruto- Día de la madre/2018
Margen operativo- Día de la madre/2018
Rentabilidad neta de ventas –Día de la madre/2018

Margen Bruto- Escolar/ 2018
Margen operativo- Escolar /2018
Rentabilidad neta de ventas –Escolar /2018

Margen Bruto- productos que se venden todo el año / 2018
Margen operativo- productos que se venden todo el año /2018
Rentabilidad neta de ventas – productos que se venden todo el año /2018

Margen Bruto- verano /2019
Margen operativo- verano /2019
Rentabilidad neta de ventas –verano/2019
Margen Bruto- Día de la madre/2019
Margen operativo- Día de la madre/2019
Rentabilidad neta de ventas –Día de la madre/2019

Margen Bruto- Escolar/ 2019
Margen operativo- Escolar /2019
Rentabilidad neta de ventas –Escolar /2019

Margen Bruto- productos que se venden todo el año / 2019
Margen operativo- productos que se venden todo el año /2019
Rentabilidad neta de ventas – productos que se venden todo el año /2019

Nota: Elaboración propia.

CAPITULO III: DISEÑO METODOLÓGICO

Se define el enfoque, tipo de estudio, diseño de estudio e instrumentos para poder alcanzar los objetivos y poder demostrar nuestras hipótesis. Asimismo, se describen las técnicas estadísticas a aplicar.

3.1. Enfoque

Esta investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo.

Para Vara-Horna (2015) “En la investigación cuantitativa se usan tablas y figuras estadísticas o financieras para mostrar los principales resultados de la investigación. Pues, en la investigación cualitativa, también es posible y deseable usar figuras y tablas. Las tablas y figuras cualitativas son muy útiles, pero suelen ser del tipo descriptivos, como mapas conceptuales, esquemas, diagramas de flujo, etc.” (pág., 341).

Los números brindan un mejor análisis para la toma de decisiones en cuanto a negocios. Este diseño es importante para el crecimiento de cualquier empresa ya que cualquier conclusión que se base en números y análisis será efectiva para la organización.

3.2. Tipo de Estudio

Veiga, De La Fuente &, Zimmermann (2008) mencionan que la investigación aplicada permite aplicar la ciencia a las dificultades que presente la sociedad y las compañías, su principal objetivo es resolver situaciones que se presentan en la vida real y mejorar procesos productivos de empresas y cuando ya se obtengan respuestas se puede aplicar a situaciones similares y ser útiles para otras investigaciones.

La investigación aplicada tiene como principal objetivo resolver problemas centrándose en la búsqueda y consolidación del conocimiento basándose en un marco teórico y, en consecuencia, para la mejora del desarrollo cultural y científico.

3.3. Diseño de Estudio

Para la presente investigación se usó el tipo de diseño descriptiva comparativa.

Este diseño se caracteriza por especificar las propiedades, las características o perfiles importantes de personas, grupos, empresas, comunidades, mercados, etc.

Vara-Horna (2015) menciona que este tipo de diseño:

- “Tienen como objetivo lograr la identificación de diferencias o semejanzas con respecto a la aparición de un evento en dos o más grupos.” (pág. 209)
- “Comparan características y variables entre dos o más estratos.” (pág. 209)
- “Analizan la forma como varían algunas características entre dos o más grupos de interés.” (pág. 209)

En este caso estudiaremos las variables a lo largo de 4 años. Se necesito tener acceso a la data registrada y registrar la data para usar este tipo de diseño.

3.4. Instrumentos

En la presente investigación se empleó 3 tipos de Instrumentos: revisión de documentos, Kardex para hallar los datos de las variables control interno, y estado de ganancias y pérdidas para hallar los datos de la variable rentabilidad.

3.4.1. Control interno.

El control interno para Importaciones & exportaciones Melanie SAC, se realizó mediante un Kardex de elaboración propia, analizando toda la información brindada por la gerenta de los últimos años (2016 al 2019) como facturas, BL, packing list, documentos de aduanas, etc., datos de salida (boletas y facturas de venta), y stock del periodo 2016 al 2019. (ver Tabla 3).

Tabla 3

Ítems de control interno

	Periodo			
	2016	2017	2018	2019
Entrada – Verano Salida – Verano Stock – Verano	Entrada – Verano Salida – Verano Stock – Verano	Entrada – Verano Salida – Verano Stock – Verano	Entrada – Verano Salida – Verano Stock – Verano	Entrada – Verano Salida – Verano Stock – Verano
Entrada – Día de la madre Salida – Día de la madre Stock – Día de la madre	Entrada – Día de la madre Salida – Día de la madre Stock – Día de la madre	Entrada – Día de la madre Salida – Día de la madre Stock – Día de la madre	Entrada – Día de la madre Salida – Día de la madre Stock – Día de la madre	Entrada – Día de la madre Salida – Día de la madre Stock – Día de la madre
Entrada – Escolar Salida – Escolar Stock – Escolar	Entrada – Escolar Salida – Escolar Stock – Escolar	Entrada – Escolar Salida – Escolar Stock – Escolar	Entrada – Escolar Salida – Escolar Stock – Escolar	Entrada – Escolar Salida – Escolar Stock – Escolar
Entrada – Productos durante todo el año Salida – Productos durante todo el año Stock – Productos durante todo el año	Entrada – Productos durante todo el año Salida – Productos durante todo el año Stock – Productos durante todo el año	Entrada – Productos durante todo el año Salida – Productos durante todo el año Stock – Productos durante todo el año	Entrada – Productos durante todo el año Salida – Productos durante todo el año Stock – Productos durante todo el año	Entrada – Productos durante todo el año Salida – Productos durante todo el año Stock – Productos durante todo el año

Nota: Elaboración propia.

3.4.2. Rentabilidad.

La rentabilidad se midió con las ratios de rentabilidad, se tomaron 4 temporadas de Importaciones & Exportaciones Melanie SAC, estas fueron:

1. Temporada de verano.
2. Temporada día de la madre.
3. Temporada escolar.
4. Temporada de productos que se venden todo el año.

Los ítems de evaluación se observan en la Tabla 4.

Tabla 4

Ítems de rentabilidad

Periodo			
2016	2017	2018	2019

Margen Bruto-verano	Margen Bruto-verano	Margen Bruto-verano	Margen Bruto-verano
Margen operativo-verano	Margen operativo-verano	Margen operativo-verano	Margen operativo-verano
Rentabilidad neta de ventas –verano	Rentabilidad neta de ventas –verano	Rentabilidad neta de ventas –verano	Rentabilidad neta de ventas –verano
Margen Bruto- Día de la madre	Margen Bruto- Día de la madre	Margen Bruto- Día de la madre	Margen Bruto- Día de la madre
Margen operativo- Día de la madre	Margen operativo- Día de la madre	Margen operativo- Día de la madre	Margen operativo- Día de la madre
Rentabilidad neta de ventas –Día de la madre	Rentabilidad neta de ventas –Día de la madre	Rentabilidad neta de ventas –Día de la madre	Rentabilidad neta de ventas –Día de la madre
Margen Bruto – Escolar	Margen Bruto – Escolar	Margen Bruto – Escolar	Margen Bruto – Escolar
Margen operativo – Escolar	Margen operativo – Escolar	Margen operativo – Escolar	Margen operativo – Escolar
Rentabilidad neta de ventas – Escolar	Rentabilidad neta de ventas – Escolar	Rentabilidad neta de ventas – Escolar	Rentabilidad neta de ventas – Escolar
Margen Bruto – productos que se venden todo el año	Margen Bruto – productos que se venden todo el año	Margen Bruto – productos que se venden todo el año	Margen Bruto – productos que se venden todo el año
Margen operativo – productos que se venden todo el año	Margen operativo – productos que se venden todo el año	Margen operativo – productos que se venden todo el año	Margen operativo – productos que se venden todo el año
Rentabilidad neta de ventas –productos que se venden todo el año	Rentabilidad neta de ventas – productos que se venden todo el año	Rentabilidad neta de ventas – productos que se venden todo el año	Rentabilidad neta de ventas – productos que se venden todo el año

Nota: elaboración propia

3.5. Recolección de Datos

3.5.1. Temporada de día de la madre.

Perú 21 (2016) menciona que el Día de la Madre es una importante festividad que se celebra cada segundo domingo de mayo. En términos de negocios el día de la madre no es más que una estrategia que emplean ciertas empresas para ofrecer sus productos o servicio, es una fecha para homenajear a las madres u honrar a cualquier figura materna que esté o haya estado en nuestra vida.

Para esta temporada se analiza cantidad de productos a comprar, inversión productos y de publicidad, estimación de venta y de stock.

Tabla 5*Estudio costo beneficio-día de la madre*

Productos	Cantidad de productos	Inversión		Estimación	
		Productos	Publicidad	Productos	Stock
Platos	225 cajas	5625		200	0
Portafotos	175 cajas	2225		175	0
Tazas	125 cajas	4000		125	0
Cafeteras	40 cajas	23040		40	0
Espejos	70 cajas	2520		70	0
Floreros	145 cajas	13059	300	145	0
Coche de compra	40 cajas	3600		40	0
Vasos	80 cajas	2240		80	0
Flores artificiales	120 fardos	84852		120	0
Organizador	48 cajas	6336		48	0
Porta reloj	100 cajas	5760		100	0

Nota: Elaboración: propia**3.5.2. Temporada de verano.**

Según Perú 21 (2014) menciona que la mayor parte de las ventas se concentran en verano tanto para las empresas formales como informales ya que se en esta época se encuentran diferentes opciones de relajo como clubs, restaurantes turísticos, centros recreativos, promociones de viajes, etc., lo que genera alta demanda para los vendedores- importadores, no dejando de lado ninguna edad, en el mercado se ofrecen diversos productos desde bebes hasta adultos.

Para esta temporada se analiza cantidad de productos a comprar, inversión productos y de publicidad, estimación de venta y de stock.

Tabla 6*Estudio costo beneficio-día de la madre*

Productos	Cantidad de productos	Inversión		Estimación	
		Productos	Publicidad	Productos	Publicidad
Gorros	120 cajas	55500		120	0
Paraguas	100 cajas	10000	300	100	0
Sombrilla	85 cajas	4500		85	0

Hielera	40 cajas	1800	40	0
Colgador de ropa	55 cajas	3500	55	0
Cortina de baño	100 cajas	20000	100	0
Piso de baño	50 cajas	4800	50	0

Nota: Elaboración: propia

3.5.3. Temporada escolar.

Según el Comercio (2014) la época escolar genera todos los años una alta demanda de útiles escolares, esto hace que las empresas importen diversidad de productos novedosos y al alcance de todos, los importadores compran con anticipación sus productos, muchas veces hasta con 6 meses de anticipación ya que la mayoría de sus productos son provenientes de China y muchas veces para dichos tránsitos es recomendable adquirir sus productos con programación para sus ventas según cada temporada.

Para esta temporada se analiza cantidad de productos a comprar, inversión productos y de publicidad, estimación de venta y de stock.

Tabla 7

Estudio costo beneficio-escolar

Productos	Cantidad de productos	Inversión		Estimación	
		Productos	Publicidad	Productos	Stock
Corrospum	85 cajas	8200		85	0
Jabonera	60 cajas	4200		60	0
Pelotas	120 cajas	1500		120	0
Lapicero Escarchados	80 cajas	12900		80	0
Sobres	150 cajas	1600	300	150	0
Monedero	75 cajas	7500		75	0
Libros Educativos	120 cajas	18000		120	0
Estuches	70 cajas	28000		70	0
Tomatodo	120cajas	10100		120	0
Alcancía	75 cajas	5000		75	0

Silla	50 cajas	6500	50	0
Inflables	120 cajas	27800	120	0
Tachos	55 cajas	7100	55	0
Individuales	80 cajas	20900	80	0
Pelota Antiestrés	68 cajas	5400	68	0

Nota: Elaboración: Propia

3.5.4. Temporada de productos que se venden todo el año.

Para las empresas es necesario siempre mantener una línea de productos el cual se venda todo el año, de esta manera mantiene perenne a su clientela. Gestión (2015) menciona que el mercado para el hogar en el país no ha parado de crecer en las últimas dos décadas, y que nació atendiendo a las necesidades de una fuerte demanda insatisfecha.

Para esta temporada se analiza cantidad de productos a comprar, inversión productos y de publicidad, estimación de venta y de stock.

Tabla 8

Estudio costo beneficio-productos que se venden todo el año

Productos	Cantidad de productos	Inversión		Estimación	
		Productos	Publicidad	Productos	Stock
Boll	140 cajas	40500		120	0
Dulcera	135 cajas	3650		135	0
Azucarera	140 cajas	7100		138	0
Mondadientes	95 cajas	2000		95	0
Salero	80 cajas	3840		80	0
Pomo	80 cajas	5760	300	80	0
Perchero	145 cajas	6800		145	0
Cuchara	80 cajas	5200		80	0
Tabla de picar	65 cajas	4200		65	0
Esponja	250 cajas	18000		250	0
Fruta artificial	58 cajas	6789		58	0

Nota: Elaboración: Propia

3.6. Análisis de Datos

3.6.1. Preparación de datos.

Después de recolectar los datos secundarios se procedió de la siguiente forma:

1. Revisión documental de todos los documentos de la empresa Importaciones & Exportaciones Melanie SAC : Facturas de compra y venta, duos, packing list, boletas de ventas, y BL o AIR WAY.
2. Se elaboró un kardex por temporada y por año de entradas, salidas y stock en el almacén, viendo cuanto esta representa también en dinero. Para eso se utilizaron los documentos de compra, venta y stock de almacén.
3. Se elaboró un estado de ganancias y pérdidas por temporada y por año.
4. Se calcularon 3 ratios de rentabilidad.
5. Todos los datos calculados se consolidaron en una matriz R, en SPSS.
6. Se aplicó la técnica estadística correlación de Pearson.

3.6.2. Técnicas aplicadas.

Correlación de Pearson.

Suárez M. (2011) El coeficiente de correlación de Pearson es un método que mide una relación estadística que existe entre las variables en este caso son: control interno y rentabilidad. Cabe mencionar que, si la asociación entre los elementos no es lineal, entonces el coeficiente no se encuentra representado adecuadamente. El coeficiente de correlación puede tomar un rango de valores de +1 a -1.

Interpretación de resultados:

- De 0 a 0.25 - Escasa o nula
- De 0.26 a 0.50 – Débil
- De 0.51 a 0.75 – Entre moderada y fuerte
- De 0.76 a 1.00 – Entre fuerte y perfecta

CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados se basan en los estudios y análisis de Pearson, ya que este análisis está dirigido exclusivamente para variables cuantitativas puesto que nos permite medir el grado de covariación entre las variables (control interno y rentabilidad), se utilizaron dos tipos de análisis: Descriptivo e Inferencial, teniendo en cuenta la incidencia entre las variables: control interno y rentabilidad para cada temporada de la organización.

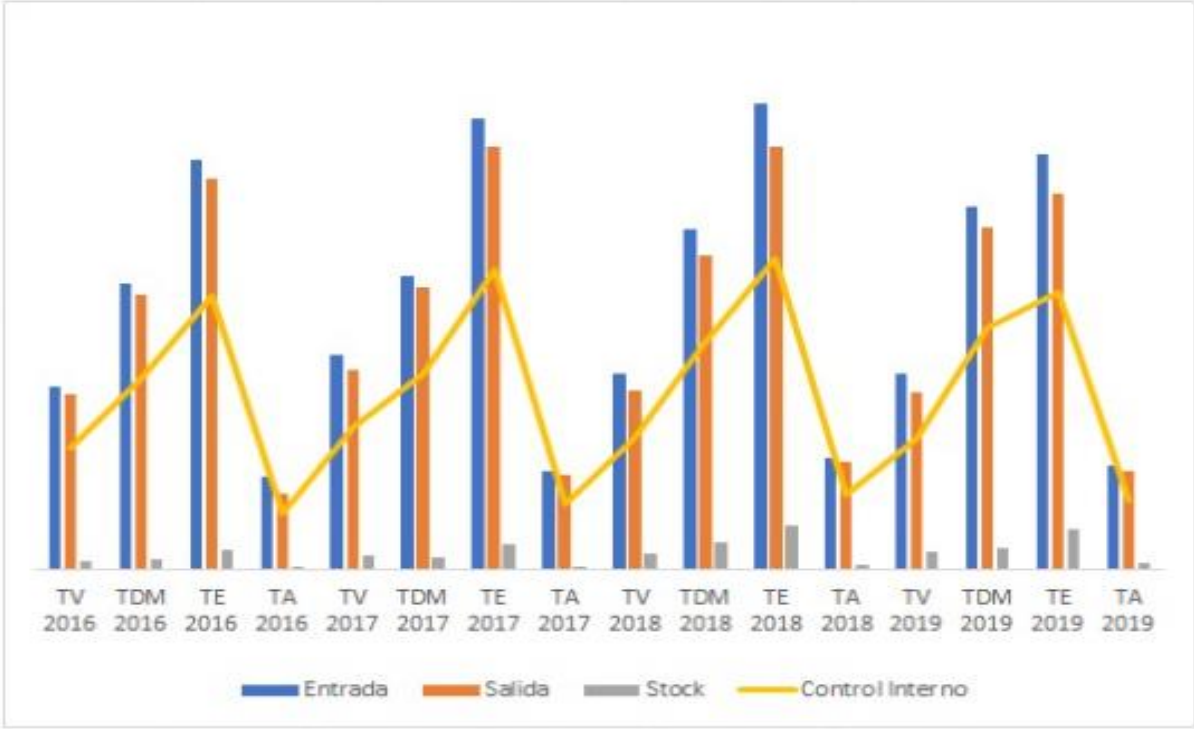
Para proceder a realizar el análisis de los resultados por cada temporada, es importante recalcar que el primer paso fue organizar toda la información para una fácil interpretación, la información obtenida fue a través de porcentajes. Cada resultado obtuvo su propia interpretación en base a los porcentajes obtenidos.

4.1. Análisis Descriptivo

Para poder determinar la incidencia entre las dos variables, usaremos la estadística descriptiva que no muestren los niveles en que se encuentren tanto el control interno y la rentabilidad, para poder observar la incidencia entre las mismas.

Figura 1.

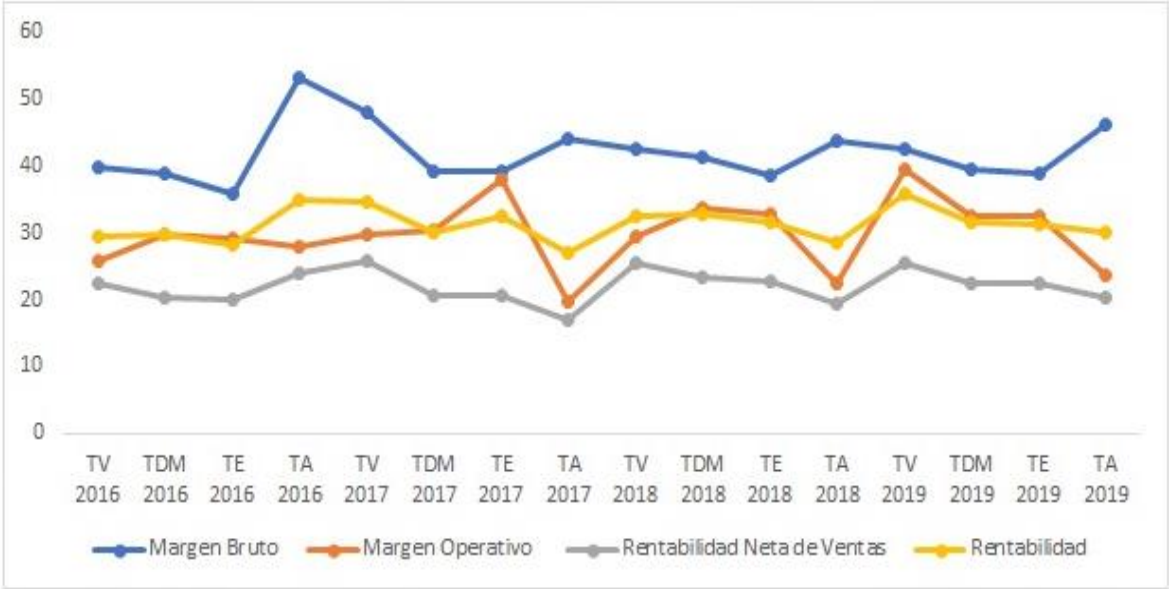
Entrada, salida y stock desde el año 2016 al 2019 de todas las 4 temporadas



Nota: En la Figura 1, se observa que la empresa tiene una serie de tiempo estacionario para cada temporada, se observa de manera general que en la temporada escolar existen mayores entradas y salidas a diferencia de las otras temporadas.

Figura 2.

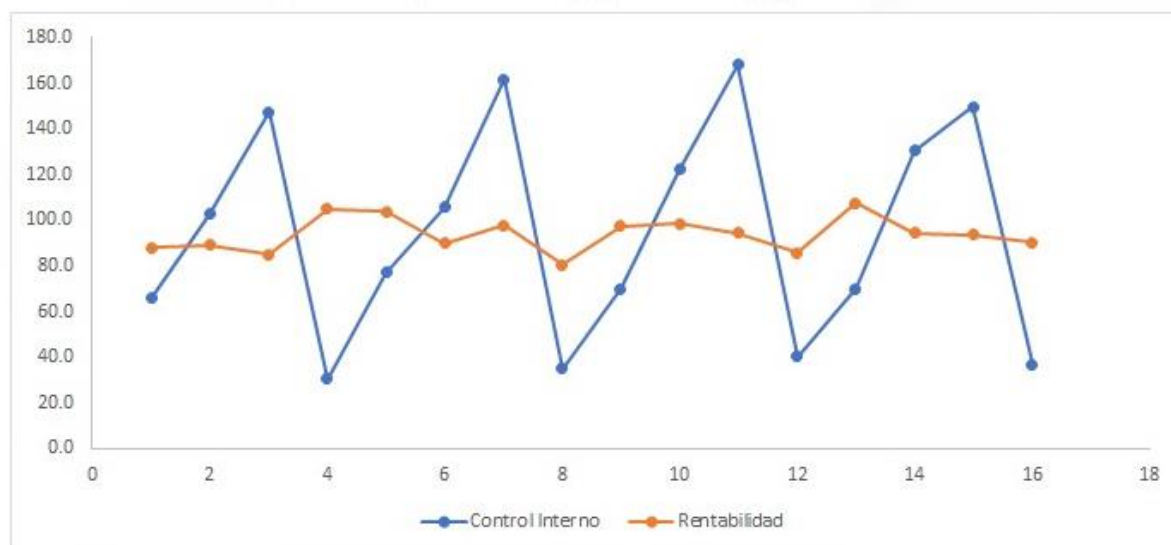
Margen bruto, margen operativo, rentabilidad neta de ventas desde el año 2016 al 2019 de las 4 temporadas.



Nota: En la Figura 2 se puede observar que la empresa obtuvo de manera general una rentabilidad positiva desde el 2016 al 2019 para cada temporada.

Figura 3

Incidencia entre control interno y rentabilidad



Nota: En la figura 3 se puede observar que existe una incidencia positiva entre el control interno y la rentabilidad, es decir se maneja de manera optima las entradas y salidas de todos productos trayendo consigo una rentabilidad esperada por la empresa.

4.2. Contrastación de Hipótesis

4.2.1. Incidencia del control interno y rentabilidad, según la Temporada de Verano.

Se encontró que la correlación de Pearson en las variables control interno y rentabilidad guardan una incidencia de 0.664 esto significa que se tiene una incidencia fuerte. La variable control interno explica un 44.11% a la rentabilidad en la temporada de verano. Según los resultados se acepta que existe una incidencia según la hipótesis: Existe una incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación “verano” de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC.

4.2.2. Incidencia del control interno y rentabilidad, según el Día de la Madre.

Se encontró que la incidencia de Pearson en las variables control interno y rentabilidad guardan una incidencia de 0.78 esto significa que se tiene una incidencia fuerte. La variable control interno explica un 61.76% a la rentabilidad en la temporada día de la madre. Según los resultados se acepta que hay una incidencia según la hipótesis: Existe una incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación “día de la madre” de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC.

4.2.3. Incidencia del control interno y rentabilidad, según la Estación Escolar.

Se encontró que la incidencia de Pearson en las variables control interno y rentabilidad guardan la incidencia de 0.67 esto significa que se tiene una incidencia fuerte. La variable control interno explica un 45.40% a la rentabilidad en la temporada escolar. Según los resultados se acepta que hay una incidencia según la hipótesis: Existe una incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación “escolar” de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC.

4.2.4. Incidencia del control interno y rentabilidad, según los productos que se venden todo el año

Se encontró que la incidencia de Pearson en las variables control interno y rentabilidad guardan incidencia de 0.70 esto significa que se tiene una incidencia fuerte. La variable control interno explica un 50.14% a la rentabilidad en la temporada productos que se venden todo el año. Según los resultados se acepta que hay una incidencia según la hipótesis: Existe una incidencia entre el control interno y la rentabilidad de los productos de la estación “productos que se venden todo el año” de la empresa Importaciones y Exportaciones Melanie SAC.

4.3. Discusión

Importaciones & Exportaciones Melanie SAC. trabaja todos sus productos provenientes del exterior, por lo que tener un adecuado control interno reducirá costos, tiempo y espacio, y esto se verá reflejado directamente en su rentabilidad. La Cámara de comercio de Bogotá (2014), menciona que la logística es un elemento clave para poder lograr efectividad y eficiencia en una empresa ya que se puede reducir tiempo, espacio y costos a la hora de realizar algún tipo de importación (compra), existen cuatro factores claves para una cadena logística: Logística lead time (tiempos de reposición), Logística capacidad (capacidad de almacenaje), Logística forecast (posible demanda), Logística costos (costo de proceso de importación).

Se encontró que la correlación de Pearson con la variable de control interno y rentabilidad guardan una incidencia positiva fuerte, en la temporada de verano (RHO Pearson = 0.664), temporada del día de la madre (RHO Pearson de 0.78), temporada escolar (RHO Pearson de 0.67) y en productos importados durante todo el año (RHO Pearson de 0.70). Asimismo, se encontró que en diferentes temporadas la variable control interno explica a la rentabilidad.

El control interno que realiza la empresa explica el 44.11% de la rentabilidad en la temporada de verano, el control interno explica el 61.76% de la rentabilidad para la temporada del día de la madre, el control interno explica el 45.40% de la rentabilidad de la empresa para la temporada escolar, finalmente el control interno explica el 50.14% de la rentabilidad de productos importados durante todo el año.

Todos los resultados de la presente investigación permitieron contrastar las hipótesis propuestas, estableciendo que existe una incidencia entre el control interno y la rentabilidad.

El resultado de la investigación concuerda con lo establecido por Aquipucho (2015), quien comenta sobre el Control Interno que: “existen muchos beneficios al aplicar las acciones de Control Interno y su incidencia con la rentabilidad de la empresa”, es un proceso diseñado para obtener una seguridad razonable en relación al cumplimiento de los objetivos de la empresa, brindando información confiable con el fin de prevenir pérdidas, controlando y evitando riesgos.

Paredes (2014) mencionan que tener un adecuado control interno repercute directamente a la rentabilidad de la empresa, por tanto se tiene que tener mucho énfasis y cuidado en las compras que realizan las empresas y más si son importadoras, ya que toda la gestión logística en costos y tiempo desde origen a destino se puede evitar si la compra no es necesaria, puesto que se tiene ciertos productos en almacén, por ende es vital para toda organización llevar un adecuado control interno permanente, no solo teniendo en cuenta las cantidades sino también el valorizado de las mismas. Por otro lado menciona que entonces tener un adecuado tratamiento para la planificación de las importaciones de cada producto y tener una calendarización de todas las compras (importaciones) por cada producto, según sus descripciones, clasificación dentro control interno es importante para poder tener una información más certera de los productos que se van a importar, esa información también sirve para saber cuándo hacer los pedidos tomando en cuenta los tiempos.

CONCLUSIONES

La investigación sobre “Análisis del control interno para productos estacionales de la empresa peruana importaciones y exportaciones Melanie SAC.”, llego a las siguientes conclusiones:

1. Con respecto a la hipótesis general, se ha podido establecer que si existe una incidencia entre el control interno y la rentabilidad tomando en cuenta el resultado de las 4 temporadas de la empresa Importaciones & Exportaciones Melanie SAC, es decir si contamos con un adecuado control de entradas y salidas nuestra rentabilidad será positiva ya que todo lo que entre a sus almacenes será vendido.
2. Con respecto a la hipótesis específica 1, se ha podido establecer que si existe incidencia entre el control interno y la rentabilidad ($r=0.664$) para la empresa Importaciones & Exportaciones Melanie SAC, Cuando los niveles de salidas aumentan esto genera mayor ganancia para la empresa y menor stock en sus almacenes (dinero estancado), la empresa debe mejorar los niveles de salidas y esto mejoraría las utilidades de esta.
3. Con respecto a la hipótesis específica 2, se ha podido establecer que si existe una incidencia entre el control interno y la rentabilidad ($r=0.78$) para la empresa Importaciones & Exportaciones Melanie SAC, Cuando los niveles de salidas aumentan esto genera mayor ganancia para la empresa y menor stock., la empresa debe mejorar los niveles de salidas y esto mejoraría las utilidades de esta.
4. Con respecto a la hipótesis específica 3, se ha podido establecer que si existe una incidencia entre el control interno y la rentabilidad (0.67) para la empresa Importaciones & Exportaciones Melanie SAC, Cuando los niveles de salidas aumentan esto genera mayor ganancia para la empresa y menor stock., la

empresa debe mejorar los niveles de salidas y esto mejoraría las utilidades de esta.

5. Con respecto a la hipótesis específica 4, se ha podido establecer que si existe una incidencia directa entre el control interno y la rentabilidad (0.70) para la empresa Importaciones & Exportaciones Melanie SAC, Cuando los niveles de salidas aumentan esto genera mayor ganancia para la empresa y menor stock., la empresa debe mejorar los niveles de salidas y esto mejoraría las utilidades de esta.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a la empresa la “Importaciones & Exportaciones Melanie SAC” debe tener un adecuado control de inventarios para contribuir a una mayor a su rentabilidad:

1. Se recomienda a la empresa “Importaciones & Exportaciones Melanie SAC”, encargar al departamento de logística, la implementación de un adecuado sistema de control de inventarios para que puedan tener una orden más eficiente en cuanto a las entradas, salidas y stock de almacén, el cual les permita tener una conexión directa al momento de realizar sus ventas.
2. Se recomienda al estado poder brindar un mayor soporte en educación de control interno para las empresas comercializadoras, en cuanto a manejo de compras según su demanda, correcto control interno en almacén, y constante capacitación para buenas prácticas en almacén
3. Se recomienda a la Universidad de San Martín de Porres, optar por implementar seminarios o cursos a los estudiantes y público en general en cuanto a manejo almacén e inventarios, para tener mayor rentabilidad en las empresas ya formadas o para nuevos emprendimientos.
4. Se recomienda a las universidades puedan realizar algún tipo de concurso anual con alguna MYPE a libre elección, para poder realizar un estudio a profundidad en cuanto a control interno y rentabilidad y este pueda ser utilizado como una tesina o proyecto de tesis a futuro del estudiante.
5. Se recomienda a las municipalidades de gobierno poder brindar talleres y seminarios a cerca de un adecuado control interno con enfoque a las medianas

y pequeñas empresas, en base a ello, ellos puedan generar sus compras, obtener mayor rentabilidad y menos perdida o merma según sea su negocio.

BIBLIOGRAFÍA

- Aquipucho L. (2015). *Control interno y su influencia en los procesos de adquisiciones y contrataciones de la Municipalidad Distrital Carmen de la Legua Reynoso – Callao*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Mayor De San Marcos
Recuperado de:
https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/4247/Aquipucho_Il.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arteaga C. & Olgún V. (2014) *La mejora en el Sistema de Control Interno de Logística y su influencia en la Gestión Financiera de la Empresa Comercial Cipsur E.I.R.L.* (Tesis de pregrado). Universidad Privada Antenor Orrego. Recuperado de:
http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/333/1/ARTEAGA_CARLOS_CONTROL_INTERNO_LOGISTICA.pdf
- Bosque R. & Ruiz D. *El Control Interno y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Centro Motor S.A.-2016*. (Tesis de pregrado). Instituto Universitario Aeronáutico. Recuperado de:
<https://rdu.iaa.edu.ar/bitstream/123456789/503/1/Tesis%20Bosque%20-%20Ruiz.pdf>
- Camacho W., Gil D. & Paredes J. (2017). *Sistema de control interno: Importancia de su funcionamiento en las empresas 1era edición*. Ecuador. Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana. Recuperado de: En línea:
<http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2017/control.html>

Cámara de comercio de Bogotá (2014). *Logística y distribución física internacional: clave en las operaciones de comercio exterior*. Biblioteca digital. Recuperado de:

[https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/1040/3726_logistica internacionalcomercioexterior.pdf](https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/1040/3726_logistica_internacionalcomercioexterior.pdf)

Campos D. (2018). *El Control de Inventarios y su relación con la Rentabilidad de las Empresas Comerciales de Panificación en el Distrito de San Martín de Porres, Lima – 2018*. (Tesis de Pregrado). Universidad Cesar Vallejo. Recuperado: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/36007/Campos_GDE.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Carhuacusma L., Gomero A. & Moreano F. (2018). *Influencia del sistema de control de inventarios en el estado de resultados integrales de la empresa Importaciones y exportaciones Jjr e.i.r.l. 2017*. (Tesis de pregrado). Universidad peruana de las Américas. Recuperado de: [http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/478/INFLUENCIA %20DEL%20SISTEMA%20DE%20CONTROL%20DE%20INVENTARIOS%20 EN%20EL%20ESTADO%20DE%20RESULTADOS%20INTEGRALES%20DE %20LA%20EMPRESA%20IMPORTACIONES%20Y%20EXPORTACIONES% 20JJR%20E.I.R.L.%202017.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/478/INFLUENCIA%20DEL%20SISTEMA%20DE%20CONTROL%20DE%20INVENTARIOS%20EN%20EL%20ESTADO%20DE%20RESULTADOS%20INTEGRALES%20DE%20LA%20EMPRESA%20IMPORTACIONES%20Y%20EXPORTACIONES%20JJR%20E.I.R.L.%202017.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

Carranza, Y., Céspedes, S. & Yactayo, L. (2016). *Implementación del control interno en las operaciones de tesorería en la empresa de servicios SUYELU. S.A.C del distrito de Lima en el año 2013*. (Tesis de pregrado). Universidad de Ciencias & Humanidades. Recuperado de: <http://repositorio.uch.edu.pe/bitstream/handle/uch/72/CARRANZA%20GO MEZ%20YESSENIA.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Choquehuanca M. (2016). *Diseño de un sistema de control interno para mejorar la rentabilidad de la empresa Transportes Lucs EIRL en la ciudad de Jaén-2015* (Tesis de pregrado). Universidad Señor de Sipán, Jaén-Perú. Recuperado de: http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/3106/TESIS_CHOQUEHUANCACATAN_MATILDE.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Contraloría general de la república (2014). *Control interno*. Recuperado de: https://apps.contraloria.gob.pe/wcm/control_interno/documentos/Publicaciones/Marco_Conceptual_Control_Interno_CGR.pdf

Cordero K. & Castillo C. (2016). *El control interno como herramienta para mejorar la rentabilidad en Imedcorp S.A.* (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10599/1/EL%20CONTROL%20INTERNO%20COMO%20HERRAMIENTA%20PARA%20MEJORAR%20LA%20RENTABILIDAD%20EN%20IMEDCORP%20S.A.%20%281%29.pdf>

De la Vega, C. (2017). *El control interno y su contribución en el procesamiento de la gestión de inventarios de la empresa Constructora YACZ Contratistas Generales S.R.L del distrito de Amarilis - 2016.* (Tesis de pregrado). Universidad de Huánuco. Recuperado de: <http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/425/TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Delgado K. & Paredes S. (2020). *Control Interno en el Área de Ventas y su incidencia con la Rentabilidad de la Empresa Kalito Distribuciones S.R.L, Jaén*". (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/46943/Delgado_OKM-Paredes_PSM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Eugenio J. (2018). *Caracterización del control interno en el área de inventarios de las empresas del sector comercio del peru: caso empresa consultorias y soluciones agroecológicas s.a.c. - pucallpa, 2017* (tesis de pregrado). ¿Universidad católica los ángeles Chimbote ([://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8751/CONTROL_INTERNO_INVENTARIO_MASGO_EUGENIO_JEAN_CLINTON.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8751/CONTROL_INTERNO_INVENTARIO_MASGO_EUGENIO_JEAN_CLINTON.pdf?sequence=1&isAllowed=y))

Flores F. & Mejía Y. (2018). *Análisis de los inventarios y propuesta de un sistema de control de inventarios para la librería "Mayckol"*. (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26270/Flores_PFK-Mejia_RYA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fray P. (2018). *Valuación y control del inventario y su efecto en la rentabilidad*. (Tesis de pregrado). Universidad Laica Vicente Rocafuerte De Guayaquil. Recuperado de: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2285/1/T-ULVR-2082.pdf>

Gómez R. & Guzmán O. (2016). *Desarrollo de un sistema de inventarios para el control de materiales, equipos y herramientas dentro de la empresa de construcción ingeniería sólida Ltda, Bogotá 2016*. (Tesis de pregrado). Universidad Libre. Recuperado de: <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/9170/proyecto.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Guerrero, H. (2018). *Inventarios manejo y control. Segunda edición*. Colombia. Eco ediciones. Recuperado de: <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2017/08/Inventarios-manejo-y-control.pdf>

Jiménez, V. & Tapullima, J. (2017). *Propuesta de un sistema de control de inventarios, en la empresa proveedora de alimentos Bellavista SRL, 2016.* (Tesis pregrado) Universidad peruana unión. Recuperado de: https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/699/Vanessa_Tesis_bachiller_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Joya R. (2012). *El control interno como factor fundamental para el éxito o fracaso de las pymes. Especial mención a las empresas agrícolas.* Recuperado de: <http://www.buenastareas.com/ensayos/El-ControlInterno-Como-FactorFundamental/3621577.html>

Muñoz E. (2015) : *Control de inventarios y su incidencia en los ingresos de las empresas del sector comercial del cantón Otavalo, provincia de Imbabura.* (tesis de pregrado). Recuperado de :<https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/1879/1/TUICYA054-2015.pdf>

Namay, C. & Rengifo, S. (2017). *Evaluación del control de inventarios y su incidencia en la situación económica y financiera de la empresa Supermercados la inmaculada s.a.c. de la ciudad de Tarapoto, período 2014.* (Tesis de pregrado). Universidad nacional de San Martín. Recuperado de: <http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/2576/CONTABILIDAD%20%20Cinthia%20Lilita%20Namay%20Mego.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ortiz, F. & García, M. (2008). *Metodología de la Investigación. El Proceso y sus Técnicas.* México, Editorial Lumisa.

Paredes, V. (2014). *El Sistema de Control Interno y La Gestión Comercial en la Ferretería Comercial Estrella S.R.L.* (Tesis de pregrado). Universidad privada Antenor Orrego. Recuperado de: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/346/1/VARGAS_DIANA_CONTROL_INTERNO_GESTION_COMERCIAL.pdf

Rabre E. (2004). *Control de inventarios, planeación de las importaciones y control de desechos sólidos para la empresa distribuidora de productos vegetales, Disprove.* (Tesis de pregrado). Universidad de San Carlos de Guatemala. Recuperado de: http://biblioteca.usac.edu.gt/EPS/08/08_0081.pdf

Tobar E. (2014). *Los componentes de una buena inspección interna sobre los inventarios.* Venezuela. Recuperado de: <https://www.auditool.org/blog/control-interno/939-control-interno-de-losinventarios>.

Veiga J., De La Fuente E. &, Zimmermann J., (2008), *Modelos De Estudios En Investigación Aplicada: Conceptos Y Criterios Para El Diseño.* España. Recuperado de: <https://scielo.isciii.es/pdf/mesetra/v54n210/aula.pdf>

Vara H. (2015). *Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa 3era edición.* Perú. Fondo Editorial de la Universidad de San Martín de Porres. Recuperado de: <https://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-TESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1 : ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS POR TEMPORADAS AÑO 2016

TEMPORADA VERANO - 2016								
DESCRIPCION	VALOR	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		VENTAS
	CAJAS	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	
GORROS	552.00	100	55,200.00	96	52,992.00	4	2,208.00	84,923.08
PARAGUAS	114.30	80	9,144.00	75	8,572.50	5	571.50	14,067.69
SOMBRILLAS	47.10	100	4,710.00	82	3,862.20	18	847.80	9,420.00
HIELERA	45.00	50	2,250.00	42	1,890.00	8	360.00	4,090.91
COLGADOR DE ROPA	70.00	45	3,150.00	42	2,940.00	3	210.00	5,727.27
CORTINA DE BAÑO	216.70	90	19,503.00	90	19,503.00	0	0.00	30,004.62
PISO DE BAÑO	96.00	50	4,800.00	48	4,608.00	2	192.00	8,727.27
TOTAL	1,141.10	515	98,757.00	475	94,367.70	40	4,389.30	156,960.84
VENTAS		156,960.84						
(-) COSTOS DE VENTAS		-94,367.70						
UTILIDAD BRUTA		62,593.14						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		-15,000.00						
GASTOS DE VENTA		-7,000.00						
UTILIDAD OPERATIVA		40,593.14						
OTROS GASTOS		-1,420.00						
PUBLICIDAD	550							
SERVICIO DE TRANSPORT	870							
RESULTADO ANTES DEL IMP. RENTA		39,173.14						

TEMPORADA POR EL DIA DE LA MADRE - 2016								
DESCRIPCION	VALOR	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		VENTAS
	CAJAS	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	
PLATOS	25.00	200	5,000.00	200	5,000.00	0	0.00	8,333.33
PORTAFOTOS	90.00	150	13,500.00	150	13,500.00	0	0.00	22,500.00
TAZAS	32.00	100	3,200.00	100	3,200.00	0	0.00	6,400.00
CAFETERA	576.00	50	28,800.00	42	24,192.00	8	4,608.00	41,142.86
ESPEJOS	36.00	80	2,880.00	70	2,520.00	10	360.00	5,760.00
FLORERO	90.00	120	10,800.00	120	10,800.00	0	0.00	16,615.38
COCHES DE COMPRA	90.00	50	4,500.00	45	4,050.00	5	450.00	8,181.82
VASOS	28.00	80	2,240.00	80	2,240.00	0	0.00	4,480.00
FLORES ARTIFICIALES	707.10	100	70,710.00	100	70,710.00	0	0.00	108,784.62
ORGANIZADOR	132.00	50	6,600.00	48	6,336.00	2	264.00	10,153.85
PORTAFOTO RELOJ	57.60	100	5,760.00	100	5,760.00	0	0.00	10,472.73
TOTAL	1,863.70	1080	153,990.00	1055	148,308.00	25	5,682.00	242,824.58
VENTAS		242,824.58						
(-) COSTOS DE VENTAS		-148,308.00						
UTILIDAD BRUTA		94,516.58						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		-15,000.00						
GASTOS DE VENTA		-7,000.00						
UTILIDAD OPERATIVA		72,516.58						
OTROS GASTOS		-2,000.00						
PUBLICIDAD	1050							
SERVICIO DE TRANSPORT	950							
RESULTADO ANTES DEL IMP. RENTA		70,516.58						

TEMPORADA ESCOLAR - 2016								
DESCRIPCION	VALOR	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		VENTA
	CAJAS	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	
CORROSPUM	100.00	80	8,000.00	80	8,000.00	0	0.00	12,307.69
PELOTAS	16.00	100	1,600.00	93	1,488.00	7	112.00	2,285.71
LAPICEROS ESCARCHADO	160.70	80	12,856.00	80	12,856.00	0	0.00	19,778.46
SOBRES	16.00	100	1,600.00	82	1,312.00	18	288.00	2,285.71
MONEDEROS NIÑO ANIM	1,000.00	70	70,000.00	67	67,000.00	3	3,000.00	100,000.00
LIBROS	142.90	120	17,148.00	120	17,148.00	0	0.00	26,381.54
ESTUCHES	400.00	70	28,000.00	70	28,000.00	0	0.00	40,000.00
TOMATODO	107.14	100	10,714.00	100	10,714.00	0	0.00	15,305.71
ALCANCILLA	65.00	70	4,550.00	64	4,160.00	6	390.00	7,000.00
SILLA	128.00	50	6,400.00	50	6,400.00	0	0.00	9,846.15
INFLABLES	276.00	100	27,600.00	80	22,080.00	20	5,520.00	42,461.54
TACHOS	140.00	50	7,000.00	42	5,880.00	8	1,120.00	10,769.23
INDIVIDUALES	290.00	70	20,300.00	70	20,300.00	0	0.00	31,230.77
PELOTAS ANTIESTRES	80.00	70	5,600.00	70	5,600.00	0	0.00	8,615.38
TOTAL	2,921.74	1130	221,368.00	1068	210,938.00	62	10,430.00	328,267.91
VENTAS		328,267.91						
(-) COSTOS DE VENTAS		-210,938.00						
UTILIDAD BRUTA		117,329.91						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		-15,000.00						
GASTOS DE VENTA		-7,000.00						
UTILIDAD OPERATIVA		95,329.91						
OTROS GASTOS		-1,500.00						
PUBLICIDAD	650							
SERVICIO DE TRANSPORT	850							
RESULTADO ANTES DEL IMP. RENTA		93,829.91						

PRODUCTOS QUE SE VENDEN DURANTE TODO EL AÑO-2016								
DESCRIPCION	VALOR	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		VENTA
	CAJAS	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	
BOLL	336.00	120	40,320.00	116	38,976.00	4	1,344.00	62,030.77
DULCERA	27.00	130	3,510.00	130	3,510.00	0	0.00	7,020.00
AZUCARERA	48.00	150	7,200.00	150	7,200.00	0	0.00	13,090.91
MONDADIENTES	16.80	150	2,520.00	142	2,385.60	8	134.40	5,040.00
SALEROS	48.00	80	3,840.00	80	3,840.00	0	0.00	6,981.82
POMOS	72.00	80	5,760.00	80	5,760.00	0	0.00	10,472.73
PERCHEROS	45.40	150	6,810.00	120	5,448.00	30	1,362.00	12,381.82
CUCHARAS	65.00	80	5,200.00	58	3,770.00	22	1,430.00	8,666.67
TABLAS DE PICAR	78.00	50	3,900.00	45	3,510.00	5	390.00	7,090.91
ESPONJAS	87.00	200	17,400.00	200	17,400.00	0	0.00	26,769.23
FRUTAS ARTIFICIALES	133.40	50	6,670.00	50	6,670.00	0	0.00	12,127.27
TOTAL	956.60	1240	103,130.00	1171	98,469.60	69	4,660.40	171,672.12
VENTAS		171,672.12						
(-) COSTOS DE VENTAS		-98,469.60						
UTILIDAD BRUTA		73,202.52						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		-15,000.00						
GASTOS DE VENTA		-7,000.00						
UTILIDAD OPERATIVA		51,202.52						
OTROS GASTOS		-1,730.00						
PUBLICIDAD	750							
SERVICIO DE TRANSPORT	980							
RESULTADO ANTES DEL IMP. RENTA		49,472.52						

ANEXO 2: ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS POR TEMPORADAS AÑO 2017

TEMPORADA VERANO - 2017								
DESCRIPCION	VALOR	ENTRADAS	VALOR	SALIDAS		SALDO		VENTAS
	CAJAS	CANTIDAD		CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	
GORROS	552.00	120	66,240.00	120	66,240.00	0	0.00	101,907.69
PARAGUAS	114.30	90	10,287.00	78	8,915.40	12	1,371.60	15,826.15
SOMBRILLAS	47.10	100	4,710.00	92	4,333.20	8	376.80	9,420.00
HIELERA	45.00	80	3,600.00	50	2,250.00	30	1,350.00	6,545.45
COLGADOR DE ROPA	70.00	50	3,500.00	45	3,150.00	5	350.00	6,363.64
CORTINA DE BAÑO	216.70	100	21,670.00	85	18,419.50	15	3,250.50	33,338.46
PISO DE BAÑO	96.00	65	6,240.00	50	4,800.00	5	480.00	11,345.45
TOTAL	1,141.10	605	116,247.00	520	108,108.10	75	7,178.90	184,746.85
VENTAS		184,746.85						
(-) COSTOS DE VENTAS		-108,108.10						
UTILIDAD BRUTA		76,638.75						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		-15,000.00						
GASTOS DE VENTA		-7,000.00						
UTILIDAD OPERATIVA		54,638.75						
OTROS GASTOS		-1,420.00						
PUBLICIDAD	550							
SERVICIO DE TRANSPORT	870							
RESULTADO ANTES DEL IMP. RENTA		53,218.75						

TEMPORADA POR EL DIA DE LA MADRE - 2017								
DESCRIPCION	VALOR	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		VENTAS
	CAJAS	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	
PLATOS	25.00	300	7,500.00	295	7,375.00	5	125.00	12,500.00
PORTAFOTOS	90.00	150	13,500.00	150	13,500.00	0	0.00	22,500.00
TAZAS	32.00	100	3,200.00	100	3,200.00	0	0.00	6,400.00
CAFETERA	576.00	50	28,800.00	42	24,192.00	8	4,608.00	41,142.86
ESPEJOS	36.00	80	2,880.00	70	2,520.00	10	360.00	5,760.00
FLORERO	90.00	130	11,700.00	127	11,430.00	3	270.00	18,000.00
COCHES DE COMPRA	90.00	50	4,500.00	50	4,500.00	0	0.00	8,181.82
VASOS	28.00	80	2,240.00	76	2,128.00	4	112.00	4,480.00
FLORES ARTIFICIALES	707.10	100	70,710.00	100	70,710.00	0	0.00	108,784.62
ORGANIZADOR	132.00	60	7,920.00	56	7,392.00	4	528.00	12,184.62
PORTAFOTO RELOJ	57.60	100	5,760.00	98	5,644.80	2	115.20	10,472.73
TOTAL	1,863.70	1200	158,710.00	1164	152,591.80	36	6,118.20	250,406.63
VENTAS		250,406.63						
(-) COSTOS DE VENTAS		-152,591.80						
UTILIDAD BRUTA		97,814.83						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		-15,000.00						
GASTOS DE VENTA		-7,000.00						
UTILIDAD OPERATIVA		75,814.83						
OTROS GASTOS		-2,000.00						
PUBLICIDAD	1050							
SERVICIO DE TRANSPORT	950							
RESULTADO ANTES DEL IMP. RENTA		73,814.83						

TEMPORADA ESCOLAR - 2017								
DESCRIPCION	VALOR	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		VENTA
	CAJAS	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	
CORROSPUM	100.00	100	10,000.00	100	10,000.00	0	0.00	15,384.62
PELOTAS	16.00	100	1,600.00	95	1,520.00	5	80.00	2,285.71
LAPICEROS ESCARCHADO	160.70	80	12,856.00	80	12,856.00	0	0.00	19,778.46
SOBRES	16.00	140	2,240.00	20	320.00	20	320.00	3,200.00
MONEDEROS NIÑO ANIV	1,000.00	85	85,000.00	75	75,000.00	10	10,000.00	121,428.57
LIBROS	142.90	120	17,148.00	120	17,148.00	0	0.00	26,381.54
ESTUCHES	400.00	70	28,000.00	70	28,000.00	0	0.00	40,000.00
TOMATODO	107.14	100	10,714.00	100	10,714.00	0	0.00	15,305.71
ALCANCILLA	65.00	70	4,550.00	55	3,575.00	15	975.00	7,000.00
SILLA	128.00	50	6,400.00	50	6,400.00	0	0.00	9,846.15
INFLABLES	276.00	100	27,600.00	100	27,600.00	0	0.00	42,461.54
TACHOS	140.00	65	9,100.00	62	8,680.00	3	420.00	14,000.00
INDIVIDUALES	290.00	70	20,300.00	70	20,300.00	0	0.00	31,230.77
PELOTAS ANTIESTRES	80.00	100	8,000.00	80	6,400.00	20	1,600.00	12,307.69
		1250	243,508.00					
TOTAL	2,921.74			1077	228,513.00	73	13,395.00	360,610.77
VENTAS		360,610.77						
(-) COSTOS DE VENTAS		-228,513.00						
UTILIDAD BRUTA		132,097.77						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		-15,000.00						
GASTOS DE VENTA		-7,000.00						
UTILIDAD OPERATIVA		110,097.77						
OTROS GASTOS		-1,500.00						
PUBLICIDAD	650							
SERVICIO DE TRANSPORT	850							
RESULTADO ANTES DEL IMP. RENTA		108,597.77						

PRODUCTOS QUE SE VENDEN DURANTE TODO EL AÑO-2017								
DESCRIPCION	VALOR	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		VENTA
	CAJAS	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	
BOLL	336.00	120	40,320.00	120	40,320.00	0	0.00	62,030.77
DULCERA	27.00	130	3,510.00	130	3,510.00	0	0.00	7,020.00
AZUCARERA	48.00	150	7,200.00	150	7,200.00	0	0.00	13,090.91
MONDADIENTES	16.80	155	2,604.00	153	2,570.40	2	33.60	5,208.00
SALEROS	48.00	90	4,320.00	85	4,080.00	5	240.00	7,854.55
POMOS	72.00	80	5,760.00	80	5,760.00	0	0.00	10,472.73
PERCHEROS	45.40	100	4,540.00	100	4,540.00	0	0.00	8,254.55
CUCHARAS	65.00	70	4,550.00	65	4,225.00	5	325.00	7,583.33
TABLAS DE PICAR	78.00	50	3,900.00	48	3,744.00	2	156.00	7,090.91
ESPONJAS	87.00	200	17,400.00	200	17,400.00	0	0.00	26,769.23
FRUTAS ARTIFICIALES	133.40	50	6,670.00	50	6,670.00	0	0.00	12,127.27
TOTAL	956.60	1195	100,774.00	1181	100,019.40	14	754.60	167,502.24
VENTAS		167,502.24						
(-) COSTOS DE VENTAS		-100,019.40						
UTILIDAD BRUTA		67,482.84						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		-15,000.00						
GASTOS DE VENTA		-7,000.00						
UTILIDAD OPERATIVA		45,482.84						
OTROS GASTOS		-1,730.00						
PUBLICIDAD	750							
SERVICIO DE TRANSPORT	980							
RESULTADO ANTES DEL IMP. RENTA		43,752.84						

ANEXO 3: ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS POR TEMPORADAS AÑO 2018

TEMPORADA VERANO - 2018								
DESCRIPCION	VALOR	ENTRADAS	VALOR	SALIDAS		SALDO		VENTAS
	CAJAS	CANTIDAD		CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	
GORROS	552.00	100	55,200.00	100	55,200.00	0	0.00	84,923.08
PARAGUAS	114.30	90	10,287.00	80	9,144.00	10	1,143.00	15,826.15
SOMBRILLAS	47.10	100	4,710.00	90	4,239.00	10	471.00	9,420.00
HIELERA	45.00	80	3,600.00	60	2,700.00	20	900.00	6,545.45
COLGADOR DE ROPA	70.00	50	3,500.00	45	3,150.00	5	350.00	6,363.64
CORTINA DE BAÑO	216.70	100	21,670.00	78	16,902.60	22	4,767.40	33,338.46
PISO DE BAÑO	96.00	65	6,240.00	55	5,280.00	10	960.00	11,345.45
TOTAL	1,141.10	585	105,207.00	508	96,615.60	77	8,591.40	167,762.24
VENTAS		167,762.24						
(-) COSTOS DE VENTAS		-96,615.60						
UTILIDAD BRUTA		71,146.64						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		-15,000.00						
GASTOS DE VENTA		-7,000.00						
UTILIDAD OPERATIVA		49,146.64						
OTROS GASTOS		-1,570.00						
PUBLICIDAD	650							
SERVICIO DE TRANSPORT	920							
RESULTADO ANTES DEL IMP. RENTA		47,576.64						

TEMPORADA POR EL DIA DE LA MADRE - 2018								
DESCRIPCION	VALOR	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		VENTAS
	CAJAS	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	
PLATOS	25.00	300	7,500.00	290	7,250.00	10	250.00	12,500.00
PORTAFOTOS	90.00	150	13,500.00	150	13,500.00	0	0.00	22,500.00
TAZAS	32.00	100	3,200.00	100	3,200.00	0	0.00	6,400.00
CAFETERA	576.00	50	28,800.00	45	25,920.00	5	2,880.00	41,142.86
ESPEJOS	36.00	100	3,600.00	88	3,168.00	12	432.00	7,200.00
FLORERO	90.00	150	13,500.00	120	10,800.00	30	2,700.00	20,769.23
COCHES DE COMPRA	90.00	60	5,400.00	50	4,500.00	10	900.00	9,818.18
VASOS	28.00	80	2,240.00	76	2,128.00	4	112.00	4,480.00
FLORES ARTIFICIALES	707.10	130	91,923.00	123	86,973.30	7	4,949.70	141,420.00
ORGANIZADOR	132.00	60	7,920.00	50	6,600.00	10	1,320.00	12,184.62
PORTAFOTO RELOJ	57.60	100	5,760.00	90	5,184.00	10	576.00	10,472.73
TOTAL	1,863.70	1280	183,343.00	1182	169,223.30	98	14,119.70	288,887.61
VENTAS		288,887.61						
(-) COSTOS DE VENTAS		-169,223.30						
UTILIDAD BRUTA		119,664.31						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		-15,000.00						
GASTOS DE VENTA		-7,000.00						
UTILIDAD OPERATIVA		97,664.31						
OTROS GASTOS		-2,010.00						
PUBLICIDAD	1010							
SERVICIO DE TRANSPORT	1000							
RESULTADO ANTES DEL IMP. RENTA		95,654.31						

TEMPORADA ESCOLAR - 2018								
DESCRIPCION	VALOR	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		VENTA
	CAJAS	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	
CORROSPUM	100.00	100	10,000.00	100	10,000.00	0	0.00	15,384.62
PELOTAS	16.00	120	1,920.00	100	1,600.00	20	320.00	2,742.86
LAPICEROS ESCARCHADO	160.70	80	12,856.00	80	12,856.00	0	0.00	19,778.46
SOBRES	16.00	140	2,240.00	120	1,920.00	20	320.00	3,200.00
MONEDEROS NIÑO ANIM	1,000.00	85	85,000.00	75	75,000.00	10	10,000.00	121,428.57
LIBROS	142.90	150	21,435.00	120	17,148.00	30	4,287.00	32,976.92
ESTUCHES	400.00	70	28,000.00	70	28,000.00	0	0.00	40,000.00
TOMATODO	107.14	135	14,463.90	98	10,499.72	37	3,964.18	20,662.71
ALCANCILLA	65.00	70	4,550.00	55	3,575.00	15	975.00	7,000.00
SILLA	128.00	50	6,400.00	50	6,400.00	0	0.00	9,846.15
INFLABLES	276.00	100	27,600.00	100	27,600.00	0	0.00	42,461.54
TACHOS	140.00	65	9,100.00	55	7,700.00	10	1,400.00	14,000.00
INDIVIDUALES	290.00	70	20,300.00	70	20,300.00	0	0.00	31,230.77
PELOTAS ANTIESTRES	80.00	100	8,000.00	75	6,000.00	25	2,000.00	12,307.69
		1335	251,864.90					
TOTAL	2,921.74			1168	228,598.72	167	23,266.18	373,020.30
VENTAS		373,020.30						
(-) COSTOS DE VENTAS		-228,598.72						
UTILIDAD BRUTA		144,421.58						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		-15,000.00						
GASTOS DE VENTA		-7,000.00						
UTILIDAD OPERATIVA		122,421.58						
OTROS GASTOS		-1,580.00						
PUBLICIDAD	700							
SERVICIO DE TRANSPORT	880							
RESULTADO ANTES DEL IMP. RENTA		120,841.58						

PRODUCTOS QUE SE VENDEN DURATE TODO EL AÑO-2018								
DESCRIPCION	VALOR	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		VENTA
	CAJAS	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	
BOLL	336.00	150	50,400.00	145	48,720.00	5	1,680.00	77,538.46
DULCERA	27.00	150	4,050.00	150	4,050.00	0	0.00	8,100.00
AZUCARERA	48.00	150	7,200.00	150	7,200.00	0	0.00	13,090.91
MONDADIENTES	16.80	150	2,520.00	149	2,503.20	1	16.80	5,040.00
SALEROS	48.00	90	4,320.00	85	4,080.00	5	240.00	7,854.55
POMOS	72.00	80	5,760.00	80	5,760.00	0	0.00	10,472.73
PERCHEROS	45.40	120	5,448.00	114	5,175.60	6	272.40	9,905.45
CUCHARAS	65.00	80	5,200.00	60	3,900.00	20	1,300.00	8,666.67
TABLAS DE PICAR	78.00	68	5,304.00	45	3,510.00	23	1,794.00	9,643.64
ESPONJAS	87.00	250	21,750.00	230	20,010.00	20	1,740.00	33,461.54
FRUTAS ARTIFICIALES	133.40	60	8,004.00	59	7,870.60	1	133.40	14,552.73
TOTAL	956.60	1348	119,956.00	1267	112,779.40	81	7,176.60	198,326.67
VENTAS		198,326.67						
(-) COSTOS DE VENTAS		-112,779.40						
UTILIDAD BRUTA		85,547.27						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		-15,000.00						
GASTOS DE VENTA		-7,000.00						
UTILIDAD OPERATIVA		63,547.27						
OTROS GASTOS		-1,760.00						
PUBLICIDAD	760							
SERVICIO DE TRANSPORT	1000							
RESULTADO ANTES DEL IMP. RENTA		61,787.27						

TEMPORADA POR EL DIA DE LA MADRE - 2019								
DESCRIPCION	VALOR	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		VENTAS
	CAJAS	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	
PLATOS	25.00	230	5,750.00	215	5,375.00	15	375.00	9,583.33
PORTAFOTOS	90.00	150	13,500.00	150	13,500.00	0	0.00	22,500.00
TAZAS	32.00	100	3,200.00	100	3,200.00	0	0.00	6,400.00
CAFETERA	576.00	80	46,080.00	76	43,776.00	4	2,304.00	65,828.57
ESPEJOS	36.00	80	2,880.00	65	2,340.00	15	540.00	5,760.00
FLORERO	90.00	120	10,800.00	120	10,800.00	0	0.00	16,615.38
COCHES DE COMPRA	90.00	50	4,500.00	45	4,050.00	5	450.00	8,181.82
VASOS	28.00	80	2,240.00	80	2,240.00	0	0.00	4,480.00
FLORES ARTIFICIALES	707.10	132	93,337.20	123	86,973.30	9	6,363.90	143,595.69
ORGANIZADOR	132.00	50	6,600.00	45	5,940.00	5	660.00	10,153.85
PORTAFOTO RELOJ	57.60	120	6,912.00	112	6,451.20	8	460.80	12,567.27
TOTAL	1,863.70	1192	195,799.20	1131	184,645.50	61	11,153.70	305,665.92
VENTAS		305,665.92						
(-) COSTOS DE VENTAS		-184,645.50						
UTILIDAD BRUTA		121,020.42						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		-15,000.00						
GASTOS DE VENTA		-7,000.00						
UTILIDAD OPERATIVA		99,020.42						
OTROS GASTOS		-2,010.00						
PUBLICIDAD	1010							
SERVICIO DE TRANSPORT	1000							
RESULTADO ANTES DEL IMP. RENTA		97,010.42						

TEMPORADA ESCOLAR - 2019									
DESCRIPCION	VALOR	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		VENTA	
	CAJAS	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR		
CORROSPUM	100.00	80	8,000.00	80	8,000.00	0	0.00		12,307.69
PELOTAS	14.88	100	1,488.00	93	1,383.84	7	104.16	✓	2,125.71
LAPICEROS ESCARCHADO	160.70	90	14,463.00	78	12,534.60	12	1,928.40		22,250.77
SOBRES	16.00	100	1,600.00	80	1,280.00	20	320.00		2,285.71
MONEDEROS NIÑO ANIM	1,000.00	70	70,000.00	60	60,000.00	10	10,000.00	✓	100,000.00
LIBROS	142.90	150	21,435.00	143	20,434.70	7	1,000.30	✓	32,976.92
ESTUCHES	400.00	70	28,000.00	70	28,000.00	0	0.00		40,000.00
TOMATODO	107.14	100	10,714.00	100	10,714.00	0	0.00		15,305.71
ALCANCILLA	65.00	70	4,550.00	60	3,900.00	10	650.00		7,000.00
SILLA	50.00	75	3,750.00	70	3,500.00	5	250.00		5,769.23
INFLABLES	276.00	100	27,600.00	80	22,080.00	20	5,520.00	✓	42,461.54
TACHOS	140.00	50	7,000.00	40	5,600.00	10	1,400.00		10,769.23
INDIVIDUALES	290.00	70	20,300.00	70	20,300.00	0	0.00		31,230.77
PELOTAS ANTIESTRES	80.00	70	5,600.00	70	5,600.00	0	0.00		8,615.38
TOTAL	2,842.62	1195	224,500.00	1094	203,327.14	101	21,172.86		333,098.68
VENTAS			333,098.68						
(-) COSTOS DE VENTAS			-203,327.14						
UTILIDAD BRUTA			129,771.54						
GASTOS ADMINISTRATIVOS			-15,000.00						
GASTOS DE VENTA			-7,000.00						
UTILIDAD OPERATIVA			107,771.54						
OTROS GASTOS			-1,580.00						
PUBLICIDAD	700								
SERVICIO DE TRANSPORT	880								
RESULTADO ANTES DEL IMP. RENTA			106,191.54						

PRODUCTOS QUE SE VENDEN DURATE TODO EL AÑO-2019								
DESCRIPCION	VALOR	ENTRADAS		SALIDAS		SALDO		VENTA
	CAJAS	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	
BOLL	336.00	120	40,320.00	115	38,640.00	5	1,680.00	62,030.77
DULCERA	27.00	130	3,510.00	130	3,510.00	0	0.00	7,020.00
AZUCARERA	48.00	150	7,200.00	150	7,200.00	0	0.00	13,090.91
MONDADIENTES	16.80	150	2,520.00	140	2,352.00	10	168.00	5,040.00
SALEROS	48.00	80	3,840.00	80	3,840.00	0	0.00	6,981.82
POMOS	72.00	80	5,760.00	80	5,760.00	0	0.00	10,472.73
PERCHEROS	45.40	150	6,810.00	134	6,083.60	16	726.40	12,381.82
CUCHARAS	65.00	80	5,200.00	58	3,770.00	22	1,430.00	8,666.67
TABLAS DE PICAR	78.00	50	3,900.00	40	3,120.00	10	780.00	7,090.91
ESPONJAS	79.09	220	17,400.00	217	17,162.73	3	237.27	26,769.23
FRUTAS ARTIFICIALES	133.40	70	9,338.00	65	8,671.00	5	667.00	16,978.18
TOTAL	948.69	1280	105,798.00	1209	100,109.33	71	5,688.67	176,523.03
VENTAS			176,523.03					
(-) COSTOS DE VENTAS			-100,109.33					
UTILIDAD BRUTA			76,413.70					
GASTOS ADMINISTRATIVOS			-15,000.00					
GASTOS DE VENTA			-7,000.00					
UTILIDAD OPERATIVA			54,413.70					
OTROS GASTOS			-1,760.00					
PUBLICIDAD	760							
SERVICIO DE TRANSPORT	1000							
RESULTADO ANTES DEL IMP. RENTA			52,653.70					

ANEXO 5: RATIOS DE RENTABILIDAD POR TEMPORADA AÑO 2016

ESTADO DE RESULTADOS		RATIOS DE RENTABILIDAD		INTERPRETACION
TEMPORADA VERANO - 2016				
VENTAS	156,960.84	MARGEN BRUTO		INTERPRETACION
(-) COSTOS DE VENTAS	-94,367.70	$MB = \frac{(UT\ BRUTA) * 100}{VENTAS}$		
UTILIDAD BRUTA	62,593.14	MB=	39.88 %	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-15,000.00			Las ventas por la temporada Verano 2016 de la empresa a generaron un 39.88% de utilidad bruta, es decir que la empresa ha obtenido \$ 0.39 de beneficio por cada dólar vendido.
GASTOS DE VENTA	-7,000.00			
UTILIDAD OPERATIVA	40,593.14	MARGEN OPERATIVO		INTERPRETACION
OTROS GASTOS	-1,420.00	$MO = \frac{(UT\ OPERATIVA) * 100}{VENTAS}$		
PUBLICIDAD 550		MO=	25.86 %	
SERVICIO DE T 870				Este ratio nos indica que la utilidad operacional corresponde al 25.86% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$25.86 despues de restar los costos y gastos operacionales.
RESULTADO ANTES DEL IMP. I	39,173.14			
IMPUESTO A LA RENTA (10%)	-3917.31	MARGEN NETO		INTERPRETACION
UTILIDAD NETA	35,255.83	$MN = \frac{(UT\ NETA) * 100}{VENTAS}$		
		MN=	22.46 %	
				Este ratio nos indica que la utilidad neta corresponde al 22.46% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$22.46 despues de restar la totalidad de los costos y gastos de la compañía.

ESTADO DE RESULTADOS		RATIOS DE RENTABILIDAD		INTERPRETACION
TEMPORADA POR EL DIA DE LA MADRE - 2016				
VENTAS	242,824.58	MARGEN BRUTO		INTERPRETACION
(-) COSTOS DE VENTAS	-148,308.00	$MB = \frac{(UT\ BRUTA) * 100}{VENTAS}$		
UTILIDAD BRUTA	94,516.58	MB=	38.92 %	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-15,000.00			Las ventas por la temporada del Dia de la Madre la empresa a generaron un 38.92% de utilidad bruta, es decir que la empresa ha obtenido \$ 0.38 de beneficio por cada dólar vendido.
GASTOS DE VENTA	-7,000.00			
UTILIDAD OPERATIVA	72,516.58	MARGEN OPERATIVO		INTERPRETACION
OTROS GASTOS	-2,000.00	$MO = \frac{(UT\ OPERATIVA) * 100}{VENTAS}$		
PUBLICIDAD 1050		MO=	29.86 %	
SERVICIO DE T 950				Este ratio nos indica que la utilidad operacional corresponde al 29.86% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$29.86 despues de restar los costos y gastos operacionales.
RESULTADO ANTES DEL IMP. I	70,516.58			
IMPUESTO A LA RENTA (29.5%)	-20802.39	MARGEN NETO		INTERPRETACION
UTILIDAD NETA	49,714.19	$MN = \frac{(UT\ NETA) * 100}{VENTAS}$		
		MN=	20.47 %	
				Este ratio nos indica que la utilidad neta corresponde al 20.47% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$20.47 despues de restar la totalidad de los costos y gastos de la compañía.

TEMPORADA ESCOLAR - 2016										
ESTADO DE RESULTADOS			RATIOS DE RENTABILIDAD							
VENTAS		328,267.91	MARGEN BRUTO		INTERPRETACION					
(-) COSTOS DE VENTAS		-210,938.00	$MB = \frac{(UT\ BRUTA)}{VENTAS} * 100$							
UTILIDAD BRUTA		117,329.91	MB= 35.74 %		Las ventas por la temporada Escolar de la empresa a generaron un 35.74% de utilidad bruta, es decir que la empresa ha obtenido \$ 0.35 de beneficio por cada dólar vendido.					
GASTOS ADMINISTRATIVOS		-15,000.00								
GASTOS DE VENTA		-7,000.00								
UTILIDAD OPERATIVA		95,329.91	MARGEN OPERATIVO		INTERPRETACION					
OTROS GASTOS		-1,500.00	$MO = \frac{(UT\ OPERATIVA)}{VENTAS} * 100$							
PUBLICIDAD	650		MO= 29.04 %		Este ratio nos indica que la utilidad operacional corresponde al 29.04% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$29.04 despues de restar los costos y gastos operacionales.					
SERVICIO DE T	850									
RESULTADO ANTES DEL IMP. I		93,829.91								
IMPUESTO A LA RENTA (29.5%)		-27679.82	MARGEN NETO		INTERPRETACION					
UTILIDAD NETA		66,150.09	$MN = \frac{(UT\ NETA)}{VENTAS} * 100$							
			MN= 20.15 %		Este ratio nos indica que la utilidad neta corresponde al 20.15% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$20.15 despues de restar la totalidad de los costos y gastos de la compañía.					

PRODUCTOS QUE SE VENDEN DURANTE TODO EL AÑO-2016										
ESTADO DE RESULTADOS			RATIOS DE RENTABILIDAD							
VENTAS		171,672.12	MARGEN BRUTO		INTERPRETACION					
(-) COSTOS DE VENTAS		-98,469.60	$MB = \frac{(UT\ BRUTA)}{VENTAS} * 100$							
UTILIDAD BRUTA		73,202.52	MB= 42.64 %		Las ventas de productos que se venden durante todo el año 2016, la empresa a generaron un 42.64% de utilidad bruta, es decir que la empresa ha obtenido \$ 0.42 de beneficio por cada dólar vendido.					
GASTOS ADMINISTRATIVOS		-15,000.00								
GASTOS DE VENTA		-7,000.00								
UTILIDAD OPERATIVA		51,202.52	MARGEN OPERATIVO		INTERPRETACION					
OTROS GASTOS		-1,730.00	$MO = \frac{(UT\ OPERATIVA)}{VENTAS} * 100$							
PUBLICIDAD	750		MO= 29.83 %		Este ratio nos indica que la utilidad operacional corresponde al 29.83% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$29.83 despues de restar los costos y gastos operacionales.					
SERVICIO DE T	980									
RESULTADO ANTES DEL IMP. I		49,472.52								
IMPUESTO A LA RENTA (10%)		-4947.25	MARGEN NETO		INTERPRETACION					
UTILIDAD NETA		44,525.27	$MN = \frac{(UT\ NETA)}{VENTAS} * 100$							
			MN= 25.94 %		Este ratio nos indica que la utilidad neta corresponde al 25.94% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$25.94 despues de restar la totalidad de los costos y gastos de la compañía.					

ANEXO 6: RATIOS DE RENTABILIDAD POR TEMPORADA AÑO 2017

TEMPORADA VERANO - 2017			
ESTADO DE RESULTADOS		RATIOS DE RENTABILIDAD	
VENTAS	184,746.85	MARGEN BRUTO	INTERPRETACION
(-) COSTOS DE VENTAS	-108,108.10		
		$MB = \frac{UT\ BRUTA}{VENTAS} * 100$	
UTILIDAD BRUTA	76,638.75		Las ventas por la temporada Verano 2017 de la empresa a generaron un 41.48% de utilidad bruta, es decir que la empresa ha obtenido \$ 0.41 de beneficio por cada dólar vendido.
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-15,000.00	MB=	41.48 %
GASTOS DE VENTA	-7,000.00		
UTILIDAD OPERATIVA	54,638.75	MARGEN OPERATIVO	INTERPRETACION
OTROS GASTOS	-1,420.00		
PUBLICIDAD	550	$MO = \frac{UT\ OPERATIVA}{VENTAS} * 100$	
SERVICIO DE T	870		
		MO=	29.57 %
RESULTADO ANTES DEL IMP. I	53,218.75		Este ratio nos indica que la utilidad operacional corresponde al 29.57% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$29.57 despues de restar los costos y gastos operacionales.
IMPUESTO A LA RENTA (10%)	-5321.88	MARGEN NETO	INTERPRETACION
UTILIDAD NETA	47,896.88		
		$MN = \frac{UT\ NETA}{VENTAS} * 100$	
		MN=	25.93 %
			Este ratio nos indica que la utilidad neta corresponde al 25.93% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$25.93 despues de restar la totalidad de los costos y gastos de la compañía.

TEMPORADA POR EL DIA DE LA MADRE - 2017			
ESTADO DE RESULTADOS		RATIOS DE RENTABILIDAD	
VENTAS	250,406.63	MARGEN BRUTO	INTERPRETACION
(-) COSTOS DE VENTAS	-152,591.80		
		$MB = \frac{UT\ BRUTA}{VENTAS} * 100$	
UTILIDAD BRUTA	97,814.83		Las ventas por la temporada del Dia de la Madre la empresa a generaron un 39.06% de utilidad bruta, es decir que la empresa ha obtenido \$ 0.39 de beneficio por cada dólar vendido.
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-15,000.00	MB=	39.06 %
GASTOS DE VENTA	-7,000.00		
UTILIDAD OPERATIVA	75,814.83	MARGEN OPERATIVO	INTERPRETACION
OTROS GASTOS	-2,000.00		
PUBLICIDAD	1050	$MO = \frac{UT\ OPERATIVA}{VENTAS} * 100$	
SERVICIO DE T	950		
		MO=	30.28 %
RESULTADO ANTES DEL IMP. I	73,814.83		Este ratio nos indica que la utilidad operacional corresponde al 30.28% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$30.28 despues de restar los costos y gastos operacionales.
IMPUESTO A LA RENTA (29.5%)	-21775.38	MARGEN NETO	INTERPRETACION
UTILIDAD NETA	52,039.46		
		$MN = \frac{UT\ NETA}{VENTAS} * 100$	
		MN=	20.78 %
			Este ratio nos indica que la utilidad neta corresponde al 20.78% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$20.78 despues de restar la totalidad de los costos y gastos de la compañía.

TEMPORADA ESCOLAR - 2017			
ESTADO DE RESULTADOS		RATIOS DE RENTABILIDAD	
VENTAS	360,610.77	MARGEN BRUTO	INTERPRETACION
(-) COSTOS DE VENTAS	-228,513.00		
UTILIDAD BRUTA	132,097.77	$MB = \frac{(UT\ BRUTA)}{VENTAS} * 100$	Las ventas por la temporada Escolar de la empresa a generaron un 36.63% de utilidad bruta, es decir que la empresa ha obtenido \$ 0.36 de beneficio por cada dólar vendido.
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-15,000.00	MB= 36.63 %	
GASTOS DE VENTA	-7,000.00		
UTILIDAD OPERATIVA	110,097.77	MARGEN OPERATIVO	INTERPRETACION
OTROS GASTOS	-1,500.00		
PUBLICIDAD	650	$MO = \frac{(UT\ OPERATIVA)}{VENTAS} * 100$	Este ratio nos indica que la utilidad operacional corresponde al 30.53% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$30.53 despues de restar los costos y gastos operacionales.
SERVICIO DE T	850	MO= 30.53 %	
RESULTADO ANTES DEL IMP. I	108,597.77		
IMPUESTO A LA RENTA (29.5%)	-32036.34	MARGEN NETO	INTERPRETACION
UTILIDAD NETA	76,561.43	$MN = \frac{(UT\ NETA)}{VENTAS} * 100$	Este ratio nos indica que la utilidad neta corresponde al 21.23% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$21.23 despues de restar la totalidad de los costos y gastos de la compañía.
		MN= 21.23 %	

PRODUCTOS QUE SE VENDEN DURATE TODO EL AÑO-2017			
ESTADO DE RESULTADOS		RATIOS DE RENTABILIDAD	
VENTAS	167,502.24	MARGEN BRUTO	INTERPRETACION
(-) COSTOS DE VENTAS	-100,019.40		
UTILIDAD BRUTA	67,482.84	$MB = \frac{(UT\ BRUTA)}{VENTAS} * 100$	Las ventas de productos que se venden durante todo el año 2017, la empresa a generaron un 40.29% de utilidad bruta, es decir que la empresa ha obtenido \$ 0.40 de beneficio por cada dólar vendido.
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-15,000.00	MB= 40.29 %	
GASTOS DE VENTA	-7,000.00		
UTILIDAD OPERATIVA	45,482.84	MARGEN OPERATIVO	INTERPRETACION
OTROS GASTOS	-1,730.00		
PUBLICIDAD	750	$MO = \frac{(UT\ OPERATIVA)}{VENTAS} * 100$	Este ratio nos indica que la utilidad operacional corresponde al 27.15% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$27.15 despues de restar los costos y gastos operacionales.
SERVICIO DE T	980	MO= 27.15 %	
RESULTADO ANTES DEL IMP. I	43,752.84		
IMPUESTO A LA RENTA (10%)	-4375.28	MARGEN NETO	INTERPRETACION
UTILIDAD NETA	39,377.56	$MN = \frac{(UT\ NETA)}{VENTAS} * 100$	Este ratio nos indica que la utilidad neta corresponde al 23.51% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$23.51 despues de restar la totalidad de los costos y gastos de la compañía.
		MN= 23.51 %	

ANEXO 7: RATIOS DE RENTABILIDAD POR TEMPORADA AÑO 2018

TEMPORADA VERANO - 2018									
<u>ESTADO DE RESULTADOS</u>		<u>RATIOS DE RENTABILIDAD</u>							
VENTAS	167,762.24	MARGEN BRUTO		INTERPRETACION					
(-) COSTOS DE VENTAS	-96,615.60	$MB = \frac{(UT\ BRUTA) * 100}{VENTAS}$							
UTILIDAD BRUTA	71,146.64	MB= 42.41 %		Las ventas por la temporada Verano 2018 de la empresa a generaron un 42.41% de utilidad bruta, es decir que la empresa ha obtenido \$ 0.42 de beneficio por cada dólar vendido.					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-15,000.00								
GASTOS DE VENTA	-7,000.00								
UTILIDAD OPERATIVA	49,146.64	MARGEN OPERATIVO		INTERPRETACION					
OTROS GASTOS	-1,570.00	$MO = \frac{(UT\ OPERATIVA) * 100}{VENTAS}$							
PUBLICIDAD	650	MO= 29.30 %		Este ratio nos indica que la utilidad operacional corresponde al 29.30% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$29.30 despues de restar los costos y gastos operacionales.					
SERVICIO DE T	920								
RESULTADO ANTES DEL IMP. I	47,576.64								
IMPUESTO A LA RENTA (10%)	-4757.66	MARGEN NETO		INTERPRETACION					
UTILIDAD NETA	42,818.97	$MN = \frac{(UT\ NETA) * 100}{VENTAS}$							
		MN= 25.52 %		Este ratio nos indica que la utilidad neta corresponde al 25.52% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$25.52 despues de restar la totalidad de los costos y gastos de la compañía.					

TEMPORADA POR EL DIA DE LA MADRE - 2018									
<u>ESTADO DE RESULTADOS</u>		<u>RATIOS DE RENTABILIDAD</u>							
VENTAS	288,887.61	MARGEN BRUTO		INTERPRETACION					
(-) COSTOS DE VENTAS	-169,223.30	$MB = \frac{(UT\ BRUTA) * 100}{VENTAS}$							
UTILIDAD BRUTA	119,664.31	MB= 41.42 %		Las ventas por la temporada del Dia de la Madre la empresa a generaron un 41.42% de utilidad bruta, es decir que la empresa ha obtenido \$ 0.41 de beneficio por cada dólar vendido.					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-15,000.00								
GASTOS DE VENTA	-7,000.00								
UTILIDAD OPERATIVA	97,664.31	MARGEN OPERATIVO		INTERPRETACION					
OTROS GASTOS	-2,010.00	$MO = \frac{(UT\ OPERATIVA) * 100}{VENTAS}$							
PUBLICIDAD	1010	MO= 33.81 %		Este ratio nos indica que la utilidad operacional corresponde al 33.81% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$33.81 despues de restar los costos y gastos operacionales.					
SERVICIO DE T	1000								
RESULTADO ANTES DEL IMP. I	95,654.31								
IMPUESTO A LA RENTA (29.5%)	-28218.02	MARGEN NETO		INTERPRETACION					
UTILIDAD NETA	67,436.29	$MN = \frac{(UT\ NETA) * 100}{VENTAS}$							
		MN= 23.34 %		Este ratio nos indica que la utilidad neta corresponde al 23.34% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$23.34 despues de restar la totalidad de los costos y gastos de la compañía.					

TEMPORADA ESCOLAR - 2018			
ESTADO DE RESULTADOS		RATIOS DE RENTABILIDAD	
VENTAS	373,020.30	MARGEN BRUTO	INTERPRETACION
(-) COSTOS DE VENTAS	-228,598.72		
UTILIDAD BRUTA	144,421.58	$MB = \frac{(UT\ BRUTA)}{VENTAS} * 100$	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-15,000.00	MB= 38.72 %	Las ventas por la temporada Escolar de la empresa a generaron un 38.72% de utilidad bruta, es decir que la empresa ha obtenido \$ 0.38 de beneficio por cada dólar vendido.
GASTOS DE VENTA	-7,000.00		
UTILIDAD OPERATIVA	122,421.58	MARGEN OPERATIVO	INTERPRETACION
OTROS GASTOS	-1,580.00	$MO = \frac{(UT\ OPERATIVA)}{VENTAS} * 100$	
PUBLICIDAD	700		
SERVICIO DE T	880	MO= 32.82 %	Este ratio nos indica que la utilidad operacional corresponde al 32.82% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$32.82 despues de restar los costos y gastos operacionales.
RESULTADO ANTES DEL IMP. I	120,841.58		
IMPUESTO A LA RENTA (29.5%)	-35648.27	MARGEN NETO	INTERPRETACION
UTILIDAD NETA	85,193.31	$MN = \frac{(UT\ NETA)}{VENTAS} * 100$	
		MN= 22.84 %	Este ratio nos indica que la utilidad neta corresponde al 22.84% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$22.84 despues de restar la totalidad de los costos y gastos de la compañía.

PRODUCTOS QUE SE VENDEN DURATE TODO EL AÑO-2018			
ESTADO DE RESULTADOS		RATIOS DE RENTABILIDAD	
VENTAS	198,326.67	MARGEN BRUTO	INTERPRETACION
(-) COSTOS DE VENTAS	-112,779.40		
UTILIDAD BRUTA	85,547.27	$MB = \frac{(UT\ BRUTA)}{VENTAS} * 100$	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-15,000.00	MB= 43.13 %	Las ventas de productos que se venden durante todo el año 2018, la empresa a generaron un 43.13% de utilidad bruta, es decir que la empresa ha obtenido \$ 0.43 de beneficio por cada dólar vendido.
GASTOS DE VENTA	-7,000.00		
UTILIDAD OPERATIVA	63,547.27	MARGEN OPERATIVO	INTERPRETACION
OTROS GASTOS	-1,760.00	$MO = \frac{(UT\ OPERATIVA)}{VENTAS} * 100$	
PUBLICIDAD	760		
SERVICIO DE T	1000	MO= 32.04 %	Este ratio nos indica que la utilidad operacional corresponde al 32.04% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$32.04 despues de restar los costos y gastos operacionales.
RESULTADO ANTES DEL IMP. I	61,787.27		
IMPUESTO A LA RENTA (10%)	-6178.73	MARGEN NETO	INTERPRETACION
UTILIDAD NETA	55,608.54	$MN = \frac{(UT\ NETA)}{VENTAS} * 100$	
		MN= 28.04 %	Este ratio nos indica que la utilidad neta corresponde al 28.04% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$28.04 despues de restar la totalidad de los costos y gastos de la compañía.

ANEXO 8: RATIOS DE RENTABILIDAD POR TEMPORADA AÑO 2019

TEMPORADA VERANO - 2019			
ESTADO DE RESULTADOS		RATIOS DE RENTABILIDAD	
VENTAS	166,962.38	MARGEN BRUTO	INTERPRETACION
(-) COSTOS DE VENTAS	-95,909.80	$MB = \frac{UT\ BRUTA}{VENTAS} * 100$	Las ventas por la temporada Verano 2019 de la empresa a generaron un 42.56% de utilidad bruta, es decir que la empresa ha obtenido \$ 0.42 de beneficio por cada dólar vendido.
UTILIDAD BRUTA	71,052.58	MB= 42.56 %	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-15,000.00		
GASTOS DE VENTA	-7,000.00		
UTILIDAD OPERATIVA	49,052.58	MARGEN OPERATIVO	INTERPRETACION
OTROS GASTOS	-1,570.00	$MO = \frac{UT\ OPERATIVA}{VENTAS} * 100$	Este ratio nos indica que la utilidad operacional corresponde al 29.38% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$29.38 despues de restar los costos y gastos operacionales.
PUBLICIDAD	650	MO= 29.38 %	
SERVICIO DE T	920		
RESULTADO ANTES DEL IMP. I	47,482.58		
IMPUESTO A LA RENTA (10%)	-4748.26	MARGEN NETO	INTERPRETACION
UTILIDAD NETA	42,734.32	$MN = \frac{UT\ NETA}{VENTAS} * 100$	Este ratio nos indica que la utilidad neta corresponde al 25.60% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$25.60 despues de restar la totalidad de los costos y gastos de la compañía.
		MN= 25.60 %	

TEMPORADA POR EL DIA DE LA MADRE - 2019			
ESTADO DE RESULTADOS		RATIOS DE RENTABILIDAD	
VENTAS	305,665.92	MARGEN BRUTO	INTERPRETACION
(-) COSTOS DE VENTAS	-184,645.50	$MB = \frac{UT\ BRUTA}{VENTAS} * 100$	Las ventas por la temporada del Dia de la Madre la empresa a generaron un 39.59% de utilidad bruta, es decir que la empresa ha obtenido \$ 0.39 de beneficio por cada dólar vendido.
UTILIDAD BRUTA	121,020.42	MB= 39.59 %	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-15,000.00		
GASTOS DE VENTA	-7,000.00		
UTILIDAD OPERATIVA	99,020.42	MARGEN OPERATIVO	INTERPRETACION
OTROS GASTOS	-2,010.00	$MO = \frac{UT\ OPERATIVA}{VENTAS} * 100$	Este ratio nos indica que la utilidad operacional corresponde al 32.39% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$32.39 despues de restar los costos y gastos operacionales.
PUBLICIDAD	1010	MO= 32.39 %	
SERVICIO DE T	1000		
RESULTADO ANTES DEL IMP. I	97,010.42		
IMPUESTO A LA RENTA (29.5%)	-28618.07	MARGEN NETO	INTERPRETACION
UTILIDAD NETA	68,392.35	$MN = \frac{UT\ NETA}{VENTAS} * 100$	Este ratio nos indica que la utilidad neta corresponde al 22.37% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$22.37 despues de restar la totalidad de los costos y gastos de la compañía.
		MN= 22.37 %	

TEMPORADA ESCOLAR - 2019			
ESTADO DE RESULTADOS		RATIOS DE RENTABILIDAD	
VENTAS	333,098.68	MARGEN BRUTO	INTERPRETACION
(-) COSTOS DE VENTAS	-203,327.14		
UTILIDAD BRUTA	129,771.54	$MB = \frac{(UT\ BRUTA)}{VENTAS} * 100$	Las ventas por la temporada Escolar de la empresa a generaron un 38.96% de utilidad bruta, es decir que la empresa ha obtenido \$ 0.38 de beneficio por cada dólar vendido.
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-15,000.00	MB= 38.96 %	
GASTOS DE VENTA	-7,000.00		
UTILIDAD OPERATIVA	107,771.54	MARGEN OPERATIVO	INTERPRETACION
OTROS GASTOS	-1,580.00	$MO = \frac{(UT\ OPERATIVA)}{VENTAS} * 100$	Este ratio nos indica que la utilidad operacional corresponde al 32.35% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$32.35 despues de restar los costos y gastos operacionales.
PUBLICIDAD	700	MO= 32.35 %	
SERVICIO DE T	880		
RESULTADO ANTES DEL IMP. I	106,191.54		
IMPUESTO A LA RENTA (29.5%)	-31326.50	MARGEN NETO	INTERPRETACION
UTILIDAD NETA	74,865.04	$MN = \frac{(UT\ NETA)}{VENTAS} * 100$	Este ratio nos indica que la utilidad neta corresponde al 22.48% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$22.48 despues de restar la totalidad de los costos y gastos de la compañía.
		MN= 22.48 %	

PRODUCTOS QUE SE VENDEN DURATE TODO EL AÑO-2019			
ESTADO DE RESULTADOS		RATIOS DE RENTABILIDAD	
VENTAS	176,523.03	MARGEN BRUTO	INTERPRETACION
(-) COSTOS DE VENTAS	-100,109.33		
UTILIDAD BRUTA	76,413.70	$MB = \frac{(UT\ BRUTA)}{VENTAS} * 100$	Las ventas de productos que se venden durante todo el año 2019, la empresa a generaron un 43.29% de utilidad bruta, es decir que la empresa ha obtenido \$ 0.43 de beneficio por cada dólar vendido.
GASTOS ADMINISTRATIVOS	-15,000.00	MB= 43.29 %	
GASTOS DE VENTA	-7,000.00		
UTILIDAD OPERATIVA	54,413.70	MARGEN OPERATIVO	INTERPRETACION
OTROS GASTOS	-1,760.00	$MO = \frac{(UT\ OPERATIVA)}{VENTAS} * 100$	Este ratio nos indica que la utilidad operacional corresponde al 30.83% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$30.83 despues de restar los costos y gastos operacionales.
PUBLICIDAD	760	MO= 30.83 %	
SERVICIO DE T	1000		
RESULTADO ANTES DEL IMP. I	52,653.70		
IMPUESTO A LA RENTA (10%)	-5265.37	MARGEN NETO	INTERPRETACION
UTILIDAD NETA	47,388.33	$MN = \frac{(UT\ NETA)}{VENTAS} * 100$	Este ratio nos indica que la utilidad neta corresponde al 26.85% de las ventas netas, es decir que por cada \$100 me quedan \$26.85 despues de restar la totalidad de los costos y gastos de la compañía.
		MN= 26.85 %	