



**Autónoma**  
Universidad Autónoma del Perú

**FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN Y  
COMUNICACIONES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**TESIS**

AUDITORÍA VIRTUAL Y GESTIÓN DE VENTAS EN UNA CADENA DE BOTICAS  
DE UNA CORPORACIÓN FARMACÉUTICA, LA VICTORIA - 2023

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORES**

CARLOS HUMBERTO ESTEVES PEREZ

ORCID: 0000-0002-4000-9101

ERIKA MARLENE MICHUY GRIJALVA

ORCID: 0000-0002-1557-0079

**ASESOR**

MG. MARIO EDGART CHURA ALEGRE

ORCID: 0000-0002-5222-444X

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

**LIMA, PERÚ, NOVIEMBRE DE 2024**



**CC BY-ND**

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

*Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.*

## Referencia bibliográfica

Esteves Perez, C. H., & Michuy Grijalva, E. M. (2024). *Auditoría virtual y gestión de ventas en una cadena de boticas de una Corporación Farmacéutica, La Victoria - 2023* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú.

## HOJA DE METADATOS

Datos del autor	
Nombres y apellidos	Carlos Humberto Esteves Perez
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	46166302
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0000-0002-4000-9101">https://orcid.org/0000-0002-4000-9101</a>
Datos del autor	
Nombres y apellidos	Erika Marlene Michuy Grijalva
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	43486931
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0000-0002-1557-0079">https://orcid.org/0000-0002-1557-0079</a>
Datos del asesor	
Nombres y apellidos	Mario Edgart Chura Alegre
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	43486931
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0000-0002-5222-444X">https://orcid.org/0000-0002-5222-444X</a>
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Pablo Enrique Cabral Byrne
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	10280491
Secretario del jurado	
Nombres y apellidos	Juan Alberto Bacigalupo Pozo
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	07623179
Vocal del jurado	
Nombres y apellidos	Victor Gerardo Gasparrini Cañas
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	003787403
Datos de la investigación	

<b>Título de la investigación</b>	Auditoría virtual y gestión de ventas en una cadena de boticas de una Corporación Farmacéutica, La Victoria - 2023
<b>Línea de investigación Institucional</b>	Ciencia, Tecnología e Innovación
<b>Línea de investigación del Programa</b>	Administración Financiera
<b>URL de disciplinas OCDE</b>	<a href="https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04">https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04</a>

**FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIONES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**

En la ciudad de Lima, el jurado de sustentación de tesis conformado por: el MAG. PABLO ENRIQUE CABRAL BYRNE como presidente, el MAG. JUAN ALBERTO BACIGALUPO POZO como secretario y el MAG. VICTOR GERARDO GASPARRINI CAÑAS como vocal, reunidos en acto público para dictaminar la tesis titulada:

**AUDITORÍA VIRTUAL Y GESTIÓN DE VENTAS EN UNA CADENA DE BOTICAS DE  
UNA CORPORACIÓN FARMACÉUTICA, LA VICTORIA – 2023**

Presentado por el bachiller:  
**CARLOS HUMBERTO ESTEVES PEREZ**

Para obtener el **Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas**; luego de escuchar la sustentación de la misma y resueltas las preguntas del jurado se procedió a la calificación individual, obteniendo el dictamen de **Aprobado** con una calificación de **ONCE (11)**.

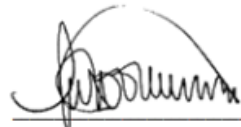
En fe de lo cual firman los miembros del jurado, el 28 de noviembre del 2024.



**PRESIDENTE**  
MAG. PABLO ENRIQUE  
CABRAL BYRNE



**SECRETARIO**  
MAG. JUAN ALBERTO  
BACIGALUPO POZO



**VOCAL**  
MAG. VICTOR GERARDO  
GASPARRINI CAÑAS

**FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIONES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**

En la ciudad de Lima, el jurado de sustentación de tesis conformado por: el MAG. PABLO ENRIQUE CABRAL BYRNE como presidente, el MAG. JUAN ALBERTO BACIGALUPO POZO como secretario y el MAG. VICTOR GERARDO GASPARRINI CAÑAS como vocal, reunidos en acto público para dictaminar la tesis titulada:

**AUDITORÍA VIRTUAL Y GESTIÓN DE VENTAS EN UNA CADENA DE BOTICAS DE  
UNA CORPORACIÓN FARMACÉUTICA, LA VICTORIA - 2023**

Presentado por la bachiller:  
**ERIKA MARLENE MICHUY GRIJALVA**

Para obtener el **Título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas**; luego de escuchar la sustentación de la misma y resueltas las preguntas del jurado se procedió a la calificación individual, obteniendo el dictamen de **Aprobado** con una calificación de **ONCE (11)**.

En fe de lo cual firman los miembros del jurado, el 28 de noviembre del 2024.



**PRESIDENTE**  
MAG. PABLO ENRIQUE  
CABRAL BYRNE



**SECRETARIO**  
MAG. JUAN ALBERTO  
BACIGALUPO POZO



**VOCAL**  
MAG. VICTOR GERARDO  
GASPARRINI CAÑAS

## ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD

Yo MARIO EDGART CHURA ALEGRE docente de la Facultad de Ciencias de Gestión y Comunicaciones de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, en mi condición de asesor de la tesis titulada:

AUDITORÍA VIRTUAL Y GESTIÓN DE VENTAS EN UNA CADENA DE BOTICAS DE UNA CORPORACIÓN FARMACÉUTICA, LA VICTORIA - 2023

De los bachilleres CARLOS HUMBERTO ESTEVES PEREZ y ERIKA MARLENE MICHUY GRIJALVA, certifico que la tesis tiene un índice de similitud de 20% verificable en el reporte de similitud del software Turnitin que se adjunta.

El suscrito revisó y analizó dicho reporte a lo que concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender el trabajo de suficiencia profesional cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Autónoma del Perú.

Lima, 17 de febrero de 2025



---

MARIO EDGART CHURA ALEGRE

43486931



## **DEDICATORIA**

A mi familia que ha sido un pilar fundamental en mi formación académica.

A todas las personas que me acompañaron en mi carrera universitaria.

Carlos Humberto Esteves Perez

A mis padres quienes son mi ejemplo de dedicación y perseverancia. A mis amigos y docentes que estuvieron ahí en mi formación profesional.

Erika Marlene Michuy Grijalva

### **AGRADECIMIENTOS**

A Dios por la sabiduría y constancia para lograr nuestro más grande sueño de ser profesionales. A la Universidad con poner a los mejores profesionales en cada uno de los cursos que desarrollamos. A nuestros compañeros de aula por todas las alegrías vividas en las aulas universitarias. Finalmente, a nuestro asesor de tesis por su orientación y aporte en cada etapa del desarrollo del proyecto.

## ÍNDICE

<b>DEDICATORIA</b> .....	2
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	3
<b>LISTA DE TABLAS</b> .....	5
<b>LISTA DE FIGURAS</b> .....	6
<b>RESUMEN</b> .....	7
<b>ABSTRACT</b> .....	8
<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN</b> .....	9
<b>CAPÍTULO II: METODOLOGÍA</b> .....	29
2.1 Tipo y diseño de investigación .....	30
2.2 Población, muestra y muestreo .....	31
2.3 Hipótesis .....	31
2.4 Variables y operacionalización .....	32
2.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	33
2.6 Procedimientos .....	35
2.7 Análisis de datos .....	36
2.8 Aspectos éticos .....	36
<b>CAPÍTULO III: RESULTADOS</b> .....	38
<b>CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN</b> .....	45
<b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES</b> .....	48
<b>CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES</b> .....	50
<b>REFERENCIAS</b>	
<b>ANEXOS</b>	

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1	Operacionalización de la auditoría virtual
Tabla 2	Operacionalización de la gestión de ventas
Tabla 3	Validación por criterio de jueces expertos
Tabla 4	Fiabilidad del cuestionario de la variable auditoría virtual
Tabla 5	Fiabilidad del cuestionario de la variable gestión de ventas
Tabla 6	Porcentajes de las variables de estudio
Tabla 7	Porcentajes de las dimensiones de la auditoría virtual
Tabla 8	Porcentajes de las dimensiones de la gestión de ventas
Tabla 9	Prueba de normalidad de las variables y dimensiones
Tabla 10	Correlación entre la auditoría virtual y la gestión de ventas
Tabla 11	Correlación entre la auditoría virtual y el enfoque hacia el cliente
Tabla 12	Correlación entre la auditoría virtual y el proceso de ventas
Tabla 13	Correlación entre la auditoría virtual y el equipo de ventas

**LISTA DE FIGURAS**

- Figura 1 Tabla cruzada de las variables
- Figura 2 Gráfico de dispersión de puntos entre las variables

# AUDITORÍA VIRTUAL Y GESTIÓN DE VENTAS EN UNA CADENA DE BOTICAS DE UNA CORPORACIÓN FARMACÉUTICA, LA VICTORIA - 2023

CARLOS HUMBERTO ESTEVES PEREZ

ERIKA MARLENE MICHUY GRIJALVA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ

## RESUMEN

La finalidad del estudio consistió en examinar los procesos de auditoría virtual y su incidencia en la gestión de ventas en una cadena de boticas ubicada en el distrito de La Victoria. El estudio tiene la connotación de los estudios de tipo aplicado, diseño no experimental considerando que los datos se recogieron en un momento único. La investigación no considera una muestra sino se trabajó con toda la población que comprende los 36 trabajadores a quienes se les aplicó una encuesta tipo Likert. Los cuestionarios fueron sometidos a las consideraciones de criterio de jueces expertos y tiene un nivel de consistencia interna satisfactorio lo que demuestra que fueron idóneos para el recojo de información. La normalidad de los datos indica que los puntajes no provienen de una distribución normal. Por otro lado, los resultados demostraron que existe una correlación altamente significativa entre las variables auditoría virtual y gestión de ventas ( $\rho = .758$ ;  $\text{Sig.} = ,000$ ). Lo que permitió concluir que las variables están asociadas, entendiéndose que mientras se desarrolle adecuadamente los procesos de auditorías en la cadena de boticas, se gestiona mejor la gestión de ventas de la cadena de boticas.

**Palabras claves.** gestión de ventas, auditoría virtual, riesgo, control

**VIRTUAL AUDIT AND SALES MANAGEMENT IN A PHARMACY CHAIN OF A  
PHARMACEUTICAL CORPORATION, LA VICTORIA - 2023**

**CARLOS HUMBERTO ESTEVES PEREZ**

**ERIKA MARLENE MICHUY GRIJALVA**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL PERÚ**

**ABSTRACT**

The purpose of the study was to examine the virtual audit processes and their impact on sales management in a pharmacy chain located in the district of La Victoria. The study has the connotation of applied type studies, non-experimental design considering that the data were collected at a single moment. The research does not consider a sample but rather worked with the entire population that includes the 36 workers to whom a Likert-type survey was applied. The questionnaires were submitted to the criteria of expert judges and have a satisfactory level of internal consistency, which demonstrates that they were suitable for collecting information. The normality of the data indicates that the scores do not come from a normal distribution. On the other hand, the results showed that there is a highly significant correlation between the virtual audit and sales management variables ( $\rho=.758$ ;  $\text{Sig}=.000$ ). Which allowed us to conclude that the variables are associated, understanding that as long as the audit processes in the pharmacy chain are adequately developed, the sales management of the pharmacy chain is better managed.

**Keywords.** sales management, virtual audit, risk, control

**CAPÍTULO I**  
**INTRODUCCIÓN**



En el marco de esta investigación, se ha explorado la forma en que la aplicación de la auditoría virtual contribuye a la disminución de incidencias en las boticas farmacéuticas y al planteamiento de estrategias de mejoras de los procedimientos, aspectos cruciales en la gestión de una cadena de boticas perteneciente a una corporación farmacéutica. El control que se realiza en la empresa permitió identificar un problema importante como un número importante de acciones poco honestas lo que afecta de forma significativa la forma en que se realiza las ventas y las formas de atención al público. Estas acciones deshonestas deben controlarse porque es un riesgo potencial de la merma poco conocida.

La auditoría virtual en los mecanismos de ventas presenta diversos desafíos y dificultades poco específicas que deben explicarse y tratarse de tal forma que se entienda y garantice su nivel de efectividad. Los problemas más conocidos son la poca protección de la información, el poco cuidado en el tratamiento de datos sensibles para la empresa durante el proceso de auditoría que son agentes potenciales de riesgo de seguridad. En esa línea es importante salvaguardar información sensible que pertenece a la empresa como a los clientes (Cocarro, 2021).

La obtención de información necesaria para desarrollar la auditoría es un proceso complicado y muchas veces engorroso, y la eficacia en el proceso de revisión documentaria está limitada por el acceso a la clave del sistema pues depende de los accesos y la capacidad tecnológica de la empresa. Los aspectos limitantes de una adecuada auditoría son las pocas condiciones tecnológicas, el personal poco capacitado, la insuficiente información, la poca comprensión de la cultura de la empresa por parte de los clientes internos, la poca dinámica de las ventas, la deficiente comunicación, tanto verbal como no verbal, hace que se pierda información en el entorno virtual. En esa línea es importante la precisión de la información y es

fundamental contar con mecanismos que permitan verificar la integridad de la información recabada durante el proceso de auditoría como la falta de acceso directo a documentos físicos relevantes, dado que, en entornos virtuales, puede ser complicado acceder a estos documentos, como contratos impresos o formularios en papel, la ausencia de estos documentos puede afectar la exhaustividad de la auditoría.

El entendimiento del problema vinculado a los tramites de la auditoría virtual comprende los procesos de cambios de la empresa especialmente los que integran el personal encargado de las ventas, considerando que perciben a la auditoría como una amenaza de los procesos normales. La superación de estos problemas es importante porque permite tener una buena seguridad mediante la aplicación de herramientas tecnológicas que tengan la capacidad de brindar a los trabajadores los diseños adecuados que les faciliten el ordenamiento y recojo de la información de forma efectiva en un entorno virtual. Un aspecto importante en el proceso de auditoría es la comunicación efectiva y la transparencia que son aspectos preocupantes y resistentes dentro de un proceso auditor al equipo especialmente de ventas. En tal sentido, este estudio analiza los mecanismos que contempla la realización de la auditoría virtual disminuyendo los acontecimientos que se generan en la gestión de ventas en un rubro importante como la cadena de farmacias.

Estos dos aspectos son cruciales en el desarrollo de una cadena de boticas perteneciente a una corporación farmacéutica, dado que orientan las acciones hacia la garantía de eficiencia, precisión y cumplimiento normativo en las operaciones comerciales. Una revisión general de la empresa ha identificado una problemática significativa, ante el aumento notable de actos deshonestos, esto señala la presencia de falencias en la administración de ventas y en el procedimiento de atención al

público. Esta circunstancia no está siendo gestionada de manera adecuada, avizorándose el incremento de riesgos potenciales.

Habiendo abordado la problemática, y al haber revisado la base teórica e investigaciones previas, se tuvo como problema general de investigación ¿Cuál es la relación entre la auditoría virtual y la gestión de ventas de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023? Los problemas específicos considerando en función de sus dimensiones son ¿Cuál es la relación entre la auditoría virtual y el enfoque hacia el cliente de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica La Victoria - 2023?, ¿Cuál es la relación entre la auditoría virtual y el proceso de ventas de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023? y ¿Cuál es la relación entre la auditoría virtual y el equipo de ventas de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023? El

Esta investigación pretender brindar explicaciones primordiales que permitan entender y explicar los procesos de la auditoría virtual y como esta se encuentra relacionada con la gestión de ventas de la empresa. Estas explicaciones pretenden ser un aporte a las investigaciones venideras que busquen encontrar explicaciones a estas variables.

Justificación teórica con este estudio, el campo académico tendrá a su disposición las variables documentadas en cuanto a las variables auditoría virtual y gestión de ventas. En el mismo orden, se proveen argumentos de validez en cuanto a las variables y problemática de estudio, esperando sirvan como pilar de posteriores investigaciones sobre el tema. Del mismo modo, se profundiza la variable de auditoría virtual es considerado los criterios de Santillana y en referencia a la gestión de venta se considera a Hernández.

Desde el entorno práctica, este estudio se justifica debido a que se requiere implementar la auditoría virtual para mejorar la eficiencia y seguridad en los estados financieros en una cadena de boticas de una corporación farmacéutica en el distrito de La Victoria. Actualmente, se cuenta con pocos artículos y bibliografías que aborden este tema, y el propósito de estos estudios es permitir que los futuros profesionales u organización consideren importante conocer la incidencia que tiene la auditoría virtual en los procesos de gestión de ventas.

Desde el entorno metodológico, este estudio proporciona dos instrumentos para recopilación de datos que servirán para futuras investigaciones. Siendo el primero para la medición de la variable auditoría virtual desglosado en tres dimensiones y el instrumento de gestión de ventas en desagregado también en tres dimensiones. Estos instrumentos fueron sujetos a un análisis de censo y gozan de validez y confiabilidad, lo que faculta a la recopilación de datos para establecer resultados y conclusiones.

El objetivo de investigación consiste en establecer la relación entre la auditoría virtual y gestión de ventas de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023. Los objetivos específicos son: Establecer la relación entre la auditoría virtual y el enfoque hacia el cliente de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023, establecer la relación entre la auditoría virtual y el proceso de ventas de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria – 2023 y establecer la relación entre la auditoría virtual y el equipo de ventas de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023.

Las limitaciones encontradas en este estudio estuvieron asociadas a la escasez de evidencias e investigaciones previas, ya que el tema de la auditoría virtual

ha ganado relevancia hace poco, especialmente debido a los cambios laborales exigidos e implementados por la pandemia de COVID-19. Otras limitaciones incluyeron la falta de documentos normativos que hayan evidenciado que se han realizado previamente algunas auditorías al ámbito de las ventas en boticas dificultando el proceso de encuesta.

Abordar de manera apropiada la investigación exigió la revisión de investigaciones anteriores a nivel internacional, tal como la llevada a cabo por Bustamante y Villavicencio (2022) estos académicos llevaron a cabo una investigación centrada en la auditoría de gestión en una compañía de servicios en Ecuador. Su objetivo principal fue evaluar el proceso de auditoría en esta empresa, teniendo en cuenta la normativa existente. Los resultados se enfocaron en base a las dimensiones de la variable auditoría habiéndose hallado que respecto a la identificación de riesgo el 55% calificó como regular, sobre la supervisión de actividades el 45% lo calificó como mala, y el 67% indicó que el enfoque de control era regular dado que no se logra identificar falencias de manera oportuna. Respecto a la gestión de ventas se halló que el equipo de venta fue calificado como regular por el 78%, el proceso de ventas también fue calificado como regular por el 85% y el enfoque hacia el cliente fue regular con un 45% lo que demuestra la asociación de las variables.

Carvajal (2021) en Colombia realizó un estudio que abordó el tema de auditorías virtuales y los posibles riesgos de pérdida de datos, planteando como objetivo de investigación determinar cómo afecta una auditoría virtual en los procesos de comercialización de una empresa. La muestra incluyó a 65 empleados del departamento de comercialización de la empresa, utilizando una técnica de muestreo no probabilístico. Los principales resultados evidenciaron que la identificación de

riesgo presenta un nivel regular correspondiente al 68% lo que significa que se identificaron riesgos de pérdida de información dado que no existe un sistema seguro para realizar los procesos de auditoría de forma adecuada; sobre el enfoque de control se halló que el nivel regular con un 65% dado que existen dificultades para identificar eventos. Asimismo, se pudo deducir que hay una correlación entre la auditoría virtual y los procesos de comercialización, evidenciado por un coeficiente de Spearman de 0.641 y una significancia bilateral de 0.01. Este estudio es importante porque explica la incidencia de las auditorías virtuales disminuyen los riesgos de pérdida de datos de las empresas.

Rojas y Escobar (2021) desarrollaron un artículo donde analizan los aportes de la auditoría externa en función de las tecnologías que tiene la empresa. Este es un estudio de revisión que buscó indagar y comprender la forma en que la Tic's aportan al correcto desarrollo de la auditoría externa. En este estudio se analizó una serie de 50 manuscritos extraídos principalmente de la base de datos de Scopus de un total de 3649 investigaciones. En estos documentos se identificaron las herramientas que aporta la tecnología a los diferentes procesos o etapas de la auditoría, así como las formas en que deben abordarse explicados por diferentes investigadores. También se consideraron los resultados y hallazgos presentados. La mayoría de los autores coinciden en que estas tecnologías digitales pueden transformar el enfoque tradicional de la auditoría, pasando de revisiones periódicas a un monitoreo continuo, lo que podría resultar en mayores eficiencias y optimización del proceso general de auditoría.

Camacho y Beltrán (2021) realizó una investigación en Colombia sobre la aplicación de las técnicas y herramientas de auditoría de sistemas interna en tiempos de pandemia, planteando como objetivo determinar la relación entre las variables

estudiadas, por ende, la recolección de datos e información se deriva de la naturaleza cualitativa de la investigación del presente artículo, en el cual se optó por la realización de entrevistas, investigación documental y observación con el fin de analizar a profundidad y presentar las herramientas y técnicas que aplican en las auditorías del sistema internas remotas en Colombia.

Cruz (2020) desarrolló una investigación sobre la auditoría en las organizaciones y los cambios producidos en los procesos a raíz de la pandemia por COVID-19. El propósito de la investigación consistió en explorar las respuestas tecnológicas de la auditoría ante los desafíos surgidos a raíz de la pandemia. Los resultados más relevantes muestran la efectividad de la respuesta técnica, el trabajo desde casa en auditorías remotas, el monitoreo continuo y el uso de tecnologías que incluyen Inteligencia artificial, automatización robótica y big data son factores cruciales. El impacto del COVID-19 en el riesgo contable se concentra en posibles errores sustanciales en los estados financieros, teniendo en cuenta la evaluación de supuestos relacionados con la continuidad operativa de la empresa, los cambios en las actividades de los consumidores y la introducción de tecnología.

Asimismo, a nivel nacional se consideró investigaciones como la desarrollada por Pantoja (2023) desarrolló una investigación en Lima donde analizó el nivel de incidencia que tiene el control de auditoría operativa en la mejora continua de la empresa, tanto en las ventas, como en las cobranzas. En esta ocasión se empleó encuestas dirigidas a los 15 colaboradores de dicha empresa, colaboradores pertenecientes al área de ventas, marketing, operaciones, créditos y cobranzas. En sus conclusiones se indica que la auditoría operativa es importante para las empresas porque permite realizar inspecciones, evaluaciones, análisis y desarrollar propuestas de mejora en áreas clave como la gestión de ventas y cobranzas. Además, la auditoría

operativa no solo se limita a estas áreas, sino que puede extenderse a otras funciones dentro de la organización, lo que favorece una visión integral. Por otro lado, una correcta aplicación de la auditoría operativa facilita la identificación de problemas y la implementación de medidas correctivas que optimizan tanto las ventas como las cobranzas. Esto genera una relación directa y significativa entre ambas áreas, contribuyendo a mejorar la eficiencia operativa general de la empresa, impulsar la productividad y asegurar una mayor rentabilidad.

Rojas y Sanches (2023) desarrollaron un trabajo de investigación enfocado en una problemática que afecta directamente los procesos de auditoría financiera, el considerable tiempo invertido en el procesamiento, análisis y revisión de la información financiera de los encargos de auditoría. La finalidad del estudio comprende el abordar la transformación digital de forma significativa de tal modo que sea un aporte importante y facilite el proceso de auditoría financiera. La información se desarrolló mediante entrevistas en profundidad y análisis de diversas fuentes documentales. El análisis de los documentos que realizan los auditores y el aporte de la tecnología mejoran los procesos de ventas de las empresas. El estudio reveló que las tecnologías que tiene una empresa aportan y facilitan de forma eficiente los procedimientos auditables de la empresa, lo que propicia que los auditores realicen un mejor análisis de los procesos en un menor tiempo en lugar de desarrollar tareas repetitivas. Además, se concluyó que la transformación digital ofrece una solución efectiva para reducir la carga de trabajo rutinaria, optimizando los tiempos y mejorando el servicio financiero de la empresa. En consecuencia, esta evolución tecnológica no solo beneficia la productividad del equipo auditor, sino que también eleva los estándares de precisión y calidad en los informes financieros con los que tiene que contar la empresa.



Durand (2022) llevado a cabo en la ciudad de Lima, en la que se centró en examinar el impacto de la auditoría interna en la gestión de ventas, especialmente en una empresa financiera. La meta de la investigación consistió en verificar si la auditoría tiene influencia en la dirección de la empresa y, por consiguiente, en todos sus procedimientos administrativos. La muestra estuvo conformada por 50 empleados a quienes se les administró una encuesta. Los resultados revelaron que el 74% de los empleados calificó como bueno a la identificación de riesgos, dado que cuentan con lineamientos y directivas que se aplican adecuadamente; sobre la supervisión de actividades el 55% considera que es regular porque el monitoreo en los procesos no se realiza con frecuencia. Y sobre la gestión administrativa se halló que el proceso de ventas fue calificado como regular obteniendo un porcentaje de 54%. Se identificó una conexión entre la auditoría y las dimensiones de la gestión de ventas. En lo que respecta a la relación con el proceso de ventas, se confirmó la existencia de una correlación, obteniendo un coeficiente de correlación de Spearman de 0.512 y una significancia bilateral de 0.01. En cuanto a la dimensión centrada en el cliente, el coeficiente de correlación fue de 0.612, mientras que la relación con el equipo de ventas fue de 0.432, demostrando claramente la existencia de una relación. En resumen, se estableció que la auditoría interna guarda relación con la gestión administrativa, evidenciando un coeficiente de correlación de Spearman de 0.745 y una significancia bilateral de 0.02.

Huamanñahui (2021) desarrolló una investigación en una empresa comercializadora en Lima con el propósito de implementar estrategias y controles que mejoren los problemas identificados en la organización. El objetivo principal del estudio consiste en reducir los tiempos de atención al cliente y los costos operativos. El enfoque de la investigación fue de tipo mixto lo que garantizó tener un análisis de

información más general de los problemas identificados porque se analizaron datos cuantitativos y cualitativos. Asimismo, se realizaron entrevistas a cuatro colaboradores del área de ventas con la finalidad de obtener una perspectiva más amplia. Finalmente, tras un análisis conjunto de los ejes críticos, se propone la implementación de un sistema web adecuado que permita optimizar el tiempo de los procesos. Esto se basa en las últimas tendencias tecnológicas en desarrollo de software. Este sistema permitirá optimizar tiempos, reducir costos y aumentar la productividad.

Pomachagua (2020) realizó una investigación sobre los sistemas de auditoría para verificar la seguridad de los procesos de la organización, planteando como objetivo general evaluar los procesos de la auditoría entendiendo cada una de sus dimensiones. La muestra comprendió a 30 empleados a quienes se les administró una encuesta. Los resultados principales obtenidos revelaron que el 87% opina que la identificación de riesgos es efectiva, el 57% calificó al enfoque de control como bueno, y el 45% indicó que la supervisión de actividades fue regular. En conclusión, se determinó que en promedio la auditoría es calificada como buena entendiéndose que es desarrollada bajo los lineamientos establecidos y debidamente normado.

Luego de haber revisado investigaciones previas, es preciso profundizar en materia de bases teóricas donde se encontró material bibliográfico que permite analizar la teoría existente respecto al tema estudiado. En ese sentido, la auditoría virtual se refiere al proceso de examinar y evaluar los registros, sistemas y procesos de una organización de manera remota, utilizando tecnologías de la información y comunicación (Santillana, 2013). La forma de realización de la auditoría remota ha ganado importancia con la gestión tecnológica facilitando la tarea de los auditores sin estar presente físicamente en las instalaciones de la organización.

El abordaje teórico de la auditoría remota parte de la teoría de las tecnologías de información (TI) que fundamenta que este tipo de auditorías se desarrollan mediante los aportes que generan las TIC's. La TI pone de relieve como estas tecnologías aportan con procesos que hacen del proceso auditor una linealidad positiva y eficiente en todos sus procedimientos. Los sistemas de información consisten en herramientas cuya tarea es el análisis de datos y la inclusión de software que hacen que la auditoría sea un proceso automatizado, entendiéndose que la tecnología facilita el desarrollo de los procesos auditables de una empresa. (Lefcovich, 2003).

Otra de las teorías importantes son las teorías de los sistemas de información, que consiste básicamente en el examen de los procesos internos relacionados con la tecnología de la información. En esa línea, la auditoría remota es un proceso fundamental para examinar y conocer la información con la finalidad de asegurar la información, así como la seguridad financiera.

Asimismo, se consideró la teoría de la auditoría continua en la cual se explica que la auditoría virtual permite una mayor frecuencia y continuidad en la evaluación de los controles internos. Esta teoría sugiere que la auditoría no debe ser un evento único, sino un proceso continuo que brinda a los auditores la capacidad de monitorear constantemente los controles y detectar anomalías en tiempo real de la empresa (Gómez, 2003).

Posteriormente, se tiene la teoría de la auditoría remota, esta teoría se enfoca en la capacidad de llevar a cabo auditorías sin requerir la presencia física en las instalaciones de la entidad sometida a auditoría. La auditoría remota implica la utilización de herramientas de comunicación en línea, acceso a sistemas de forma remota y el intercambio de documentos electrónicos.

Diversas teorías explican la auditoría virtual como es la teoría del cuidado de la información, que explica los procedimientos del uso y la viabilidad de los datos mediante canales digitales seguros convirtiendo en un proceso adecuado para las empresas. En un proceso de auditoría es importante la seguridad, confidencialidad, y disponibilidad de la información pues es la única manera de garantizar la veracidad de los procesos de auditoría digital

Asimismo, se tiene a la teoría de globalización, que explica que las empresas se han distribuido en entornos geográficos, esta teoría destaca la necesidad de las empresas de adaptarse a los entornos empresariales que rompan fronteras físicas, tal es así que la auditoría virtual tenga las condiciones de desarrollar sus procesos de supervisión desde diversos ámbitos geográficos (García, 2012).

En conclusión, la auditoría basa sus procesos en teorías que explican cómo desarrollarlos mediante sus procesos tecnológicos de información. Las diferentes teorías como las que sistemas de información, la continuidad de la auditoría, la auditoría a distancia y la seguridad y soporte de información han dado sus aportes para perfeccionar los procesos del auditor virtual. Las teorías brindan el marco conceptual suficiente para desarrollar de forma eficiente la auditoría mediante entornos virtuales (Sánchez, 2008).

A continuación, se definen las dimensiones de la auditoría virtual entre las que se tienen:

A. La identificación del riesgo en la auditoría. Comprende el proceso de reconocimiento y evaluación de todos los factores que pueden potencialmente afectar la capacidad de una empresa en el cumplimiento de sus metas y objetivos. En el contexto de la auditoría, estos riesgos pueden estar relacionados con la posibilidad de que los estados financieros contengan errores significativos o fraudes. El proceso

de identificación del riesgo en la auditoría implica una evaluación exhaustiva de diversos aspectos, incluyendo el entorno empresarial que consiste en comprender el entorno en el que opera la entidad, incluyendo factores económicos, regulatorios, tecnológicos y competitivos. Asimismo, en este proceso se entiende la necesidad de reconocer la naturaleza del rubro del negocio, sus formas de operar, la forma como está estructurada, las políticas de contabilidad que tiene y los sistemas de control con los que vienen operando.

El análisis de estados financieros anteriores consiste en revisar los estados financieros anteriores para identificar áreas que podrían presentar riesgos como cambios significativos en las políticas contables o fluctuaciones inusuales en los resultados financieros. El proceso de control interno consiste en evaluar y examinar la efectividad del sistema de control con la finalidad de evitar errores y fraudes. En este proceso es importante que la comunicación será fluida entre todos los entes de la administración ya que son responsables para comprender las percepciones y conocimientos que se tenga sobre los riesgos de información adicional de su entorno operacional de la empresa. Luego que se haya identificado los riesgos de la empresa, el auditor tiene que analizar e implementar estrategias adecuadas y óptimas para gestionarlo y mermar todos los riesgos durante la auditoría.

La ejecución de las pruebas adicionales comprende la asignación de recursos suficientes para las áreas de riesgo y las adaptaciones de los procesos de auditoría. Un primer paso es la identificación de los riesgos que permita desarrollar acciones de planificación y ejecución de auditoría efectiva que permitan la centralización y por ende la ejecución de una auditoría efectiva de las áreas más críticas proporcionando información sólida y opiniones razonables sobre el estado financiero de la institución auditada (Bernal, 2009).

B. El enfoque de control en la auditoría. Este proceso está relacionado con la evaluación y el control de la empresa, es una parte importante e integral de todo proceso auditor. Este proceso auditable comprende las políticas, procesos y prácticas de la dirección que la empresa establece para mejorar la efectividad de sus procesos y como consecuencia el logro de sus objetivos, así como la confianza en los informes financieros y la alineación con las regulaciones pertinentes.

El enfoque de control en la auditoría implica los siguientes aspectos clave como la evaluación del control interno, durante esta fase el auditor examina la efectividad de los procesos de control interno de una empresa. En este procedimiento se realiza un análisis tanto del diseño como de la implementación de los controles internos relevantes, con la finalidad de prevenir o identificar posibles errores significativos o fraudes en los estados financieros. Otro proceso es el riesgo y materialidad, en este proceso el auditor emplea la evaluación del control interno como herramienta para comprender los riesgos vinculados con los estados financieros de la entidad.

El entendimiento facilita el entendimiento de la naturaleza, alcance y timing de los procesos de auditoría, así como el establecimiento de la materialidad; es decir, la significancia relativa de posibles errores que pueden estar contemplados en los estados financieros. Las pruebas de controles se desarrollan cuando el auditor realiza pruebas de controles para evaluar si los controles internos diseñados por la entidad están operando de manera efectiva durante el período bajo revisión.

Estas pruebas pueden incluir inspecciones, observaciones, indagaciones y confirmaciones. Respecto a la documentación, el auditor documenta el entendimiento del control interno, las evaluaciones de riesgo y materialidad, así como los resultados de las pruebas de controles. La documentación ofrece pruebas de que la auditoría fue realizada conforme a las normas de auditoría, proporcionando así un fundamento

robusto que le permite emitir opiniones fundadas sobre los estados financieros. La perspectiva de control en la auditoría es crucial para brindar una seguridad que no contemple errores ni fraudes sobre los estados financieros de una empresa. Además, contribuye a la planificación y ejecución eficiente de la auditoría al focalizarse en áreas de mayor riesgo y alinear los procesos auditables con la efectividad que deben tener los procesos y controles internos de la empresa.

La supervisión de actividades en la auditoría implica la revisión y monitoreo por parte de los encargados de la auditoría, como supervisores o gerentes de auditoría, sobre el trabajo que realiza el equipo auditor. Los procesos de auditoría garantizan la calidad, eficacia e integridad de los procedimientos de una auditoría.

C. La supervisión de actividades aborda diversos aspectos esenciales como la revisión del trabajo del personal, en este proceso los supervisores revisan las actividades desarrolladas por los auditores de tal modo que pueda asegurarse que se hayan seguido los procedimientos adecuados, se hayan aplicado las normas de auditoría y se haya recopilado evidencia suficiente y competente.

Asimismo, se considera la coordinación de tareas. Este proceso de supervisión implica coordinar las actividades de auditoría para garantizar que se cumplan los plazos y que todos los aspectos relevantes de la auditoría se aborden de manera adecuada. Asimismo, se consideró la evaluación de competencia en la cual los supervisores evalúan la competencia y la habilidad técnica de los miembros del equipo de auditoría para asegurarse de que estén capacitados y calificados para realizar las tareas asignadas. También se consideró la comunicación con el equipo, en la cual los supervisores se comunican con el equipo de auditoría para proporcionar orientación, responder preguntas y asegurarse de que todos comprendan los objetivos y finalidades que tiene la auditoría dentro de los procesos de una empresa.

Otro proceso importante es el monitoreo del progreso, aquí la supervisión implica el seguimiento continuo del progreso de la auditoría para identificar posibles problemas o desviaciones con respecto al plan original y tomar medidas correctivas si es necesario. Asimismo, se considera el seguimiento de la materialidad y riesgos, que consiste en que los supervisores revisan la evaluación de la materialidad y los riesgos identificados durante la auditoría para asegurarse de que se hayan abordado adecuadamente. Finalmente, se desarrolla el aseguramiento de la calidad, en este proceso la supervisión resulta primordial para garantizar un trabajo de calidad de la auditoría en el marco del cumplimiento de todas las regulaciones previstas en los reglamentos y normas.

Es importante mencionar que los procesos de monitoreo de las actividades en la auditoría contribuyen en la confianza en los resultados que se obtiene producto de estos procesos auditables opinando de forma independiente el estado real de los estados financieros que tiene una entidad. Es una práctica clave para mantener la integridad y la eficiencia en el proceso de auditoría.

La segunda variable analizada en el estudio es la gestión de ventas, respecto a esta variable se sabe que es un factor preponderante que garantiza el éxito de cualquier organización, puesto que impulsa los ingresos y contribuye al crecimiento a largo plazo. Aquí hay algunas teorías clave que pueden proporcionar un marco sólido para la gestión de ventas.

La teoría de relaciones a largo plazo. Esta teoría se enfoca en el establecimiento de conexiones sólidas y perdurables con los clientes. La gestión de ventas no solo se trata de cerrar una venta, sino de establecer conexiones que generen lealtad a largo plazo. La satisfacción del cliente y la atención postventa son esenciales (Hernández, 2011).



La teoría de la venta consultiva. Según esta teoría, los vendedores actúan como asesores, comprendiendo las necesidades del cliente y ofreciendo soluciones personalizadas. La gestión de ventas implica capacitación continua para que los representantes comprendan a fondo los productos y puedan abordar las preocupaciones específicas de los clientes.

La teoría del valor del cliente. Consiste en enfocarse en el valor del cliente que implica entender que no todas las ventas son iguales y que algunos clientes pueden generar más valor a lo largo del tiempo que otros. La gestión de ventas debe identificar y priorizar clientes potenciales de alto valor y mantener relaciones estratégicas con ellos (Darromán & Velázquez, 2011).

La teoría de incentivos y motivación. Según esta teoría, la gestión de ventas debe centrarse en motivar a los representantes mediante incentivos adecuados. Esto podría incluir comisiones, reconocimientos y oportunidades de desarrollo profesional. Un equipo motivado tiende a ser más productivo.

La teoría del proceso de ventas. Esta teoría destaca la importancia de tener un proceso estructurado para las ventas, desde la prospección hasta el cierre. La gestión de ventas implica analizar y mejorar continuamente este proceso para maximizar la eficiencia y la efectividad.

La teoría de la segmentación de mercado. Segmentar el mercado implica entender que diferentes clientes tienen necesidades y características distintas. La gestión de ventas debe personalizarse para abordar estas diferencias y adaptarse a diversos segmentos de clientes.

La teoría de la tecnología en ventas. El avance de la tecnología exige que la gestión de ventas también se ha beneficiado. Las herramientas aplicadas de CRM, análisis de datos y automatización de procesos son eficaces y proporcionan

información importante para la toma de decisiones de forma estratégica para el mejor cumplimiento de las metas.

La gestión de ventas implica una serie de actividades clave que abarcan la planificación, organización, coordinación, dirección y supervisión del proceso de ventas dentro de una organización. Este enfoque sistemático busca optimizar los recursos y estrategias para alcanzar los objetivos comerciales, asegurando un control efectivo y promoviendo el crecimiento de la empresa. Se resalta que la gestión de ventas no se limita a la ejecución, sino que también requiere un amplio análisis continuo del mercado, la capacitación del personal, y el seguimiento del desempeño, asegurando que todas las actividades que estén en línea con las metas de la corporación (Chiavenato, 2020).

La gestión de ventas abarca la planificación, dirección y supervisión de los procesos relacionados con la comercialización de productos de una empresa. Se trata de coordinar todos los elementos de la función de ventas con la finalidad de alcanzar los objetivos requeridos por la organización. La gestión de ventas abarca una variedad de actividades y funciones, desde la planificación estratégica hasta la implementación táctica y el análisis de resultados. Aquí hay algunos aspectos importantes considerados en las ventas como:

A. Enfoque hacia el cliente. Consiste en la planificación estratégica que consiste en definir los objetivos de ventas a corto y largo plazo, identificando los mercados objetivo y segmentos de clientes, lo que permite desarrollar estrategias para alcanzar y superar los objetivos de ventas. También se considera la organización del equipo de ventas que establece la estructura del equipo de ventas, incluyendo roles y responsabilidades, se asignan vendedores y sus roles, quienes son previamente capacitados (Franco & Velásquez, 2000). El desarrollo de estrategias de

ventas, en esta fase se analiza el mercado y la competencia para identificar oportunidades. En esta fase, se determinan los precios y las condiciones de venta de acuerdo con los objetivos de la empresa.

B. Implementación de procesos de ventas. Se desarrollan y ejecutan procesos eficientes para la generación de clientes potenciales, la presentación de productos, las negociaciones y el cierre de ventas. Franco y Velásquez (2000) mencionan: “Se emplean sistemas de gestión de la relación con el cliente para registrar y dar seguimiento a las interacciones con los clientes” (p. 39). El monitoreo y evaluación del rendimiento en la cual se establece métricas claves de rendimiento (KPI) que garanticen el éxito de los procesos de ventas. Aquí se realiza análisis de ventas y ajusta estrategias según sea necesario, también se proporciona retroalimentación y evaluaciones regulares al equipo de ventas (Greitemann et al., 2015).

C. Gestión de relaciones con clientes. Aquí se construye y mantiene relaciones sólidas con los clientes. Esta fase responde a las exigencias que tienen los clientes. El uso de tecnología implementa herramientas y tecnologías como los sistemas CRM y software de automatización de ventas que les permita ser más efectivos. Adopta nuevas tecnologías que puedan mejorar las operaciones de ventas (Delfín & Acosta, 2016).

**CAPÍTULO II**  
**METODOLOGÍA**

## 2.1. Tipo y diseño de investigación

El tipo de estudio es aplicado, enfocado en la aplicación de los conocimientos esenciales en una ciencia con la finalidad de buscar alternativas de solución viables para que los problemas identificados sean resueltos, priorizando su aplicación inmediata en el ámbito social ni intervenir en la realidad (Ñaupas et al., 2018).

Este estudio es de alcance correlacional, ya que busca establecer si hay una relación entre las variables analizadas y comprender sus características estadísticas. En este sentido, Cancela et al. (2010) sugieren: “Los estudios de correlación emplean coeficientes como herramientas matemáticas para describir y esclarecer las relaciones entre variables. Estos coeficientes ofrecen información sobre la magnitud, intensidad y dirección de las relaciones entre las variables” (p. 13).

Es de enfoque cuantitativo que consiste en identificar leyes naturales y sociales mediante métodos estadísticos, recolectando y analizando datos numéricos. Al respecto, Jiménez (2020) indica: “Es un conjunto de estrategias que se usan en investigación para obtener información expresada en datos numéricos. De esta forma, se puede analizar un tema o un objeto de estudio teniendo en cuenta sus características medibles” (p. 34).

Por otro lado, el presente trabajo tiene como diseño de investigación no experimental, ya que no buscamos manipular a ninguna de sus variables, y es transversal, ya que se estudia un tiempo determinado. Palella y Martins (2010) definen: “La investigación no experimental, aquel que se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable. En este diseño, el investigador no realiza ninguna intervención deliberada en las variables independientes” (p. 87). En estos estudios los investigadores no cambian deliberadamente las variables independientes, sino por el contrario primero analizan el contexto y deciden tomar en un determinado momento

los hallazgos tal y como se presentan, por ello se sugiere en estos tipos de investigaciones realizar pruebas piloto que analicen puntos específicos a analizarse en el estudio.

## **2.2. Población, muestra y muestreo**

Arias (2006) indican: “La población es la suma de elementos que son cuantificables, y que tienen características similares que los hace pertenecer a este conjunto, permitiendo el análisis” (p. 81). En este estudio, la población está conformada por 36 colaboradores del área de gestión de ventas de la cadena boticas de una corporación farmacéutica en La Victoria, que actualmente laboran en las boticas periodo 2023. Por otro lado, en los criterios de inclusión se consideró a los integrantes de la población que tenían un mínimo de 2 años labrando en la empresa. Por otro lado, en cuando a los criterios de exclusión se descartaron a los colaboradores que habían sido sancionados por alguna falta cometida, así como los que tenían actitudes no participativas o poca predisposición para participar en el estudio con finalidad de no tener un sesgo que limite los resultados del estudio desarrollado.

Asimismo, Arias (2006) indica: “La muestra es un segmento de la población, que tiene todas las características del conjunto total. Para el cálculo de la muestra estadística se aplica diversas fórmulas” (p. 45). En este sentido, se consideró desarrollar el estudio en todas las unidades consideradas en la población por la accesibilidad que se tiene para el estudio.

## **2.3. Hipótesis**

### ***Hipótesis general***

Existe relación entre la auditoría virtual y la gestión de ventas de la cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023.

### ***Hipótesis específicas***

Existe la relación entre la auditoría virtual y el enfoque hacia el cliente de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023.

Existe la relación entre la auditoría virtual y el proceso de ventas de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023.

Existe la relación entre la auditoría virtual y el equipo de ventas de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023.

### **2.4. Variables y operacionalización**

La operacionalización de variables transforma conceptos abstractos en elementos medibles al dividirlos en dimensiones e indicadores, asegurando así la validez y precisión de los datos, así como de los resultados obtenidos producto del procesos estadísticos desarrollados.

**Tabla 1**

#### *Operacionalización de la auditoría virtual*

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
La auditoría virtual se refiere al proceso de examinar y evaluar los registros, sistemas y procesos de una organización de manera remota, utilizando tecnologías de la información y comunicación (Santillana, 2013)	La auditoría virtual fue medida en tres dimensiones: Identificación de riesgo, enfoque de control y supervisión de actividades; así como indicadores de medición.	Identificación de riesgo Enfoque de Control Supervisión de Actividades	- Ambiente control - Establecimiento de objetivos - Identificación de eventos - Evaluación de riesgos - Actividades control - Supervisión monitoreo	de Ordinal

**Tabla 2***Operacionalización de la gestión de ventas*

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
La gestión de ventas consiste en la secuencia de actividades que incluyen la planificación, organización, coordinación, dirección y supervisión de las ventas de una organización (Chiavenato, 2020)	La variable de gestión de ventas fue medida por medio de tres dimensiones como el enfoque hacia el cliente, el proceso de ventas y el equipo de ventas; así como indicadores de medición.	Enfoque hacia el cliente  Proceso de ventas  Equipo de ventas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratación de talentos en ventas</li> <li>- Procesos de planificación</li> <li>- Control del proceso de entrega</li> <li>- Calidad en Atención al cliente</li> <li>- Porcentaje de Ingresos</li> <li>- Ingreso por Producto</li> <li>- Liderazgo en costos y presupuestos</li> <li>- Capacitación del equipo</li> <li>- Evaluación de desempeño</li> </ul>	Ordinal

**2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

En la investigación se empleó la técnica de encuesta por ser una técnica propia de las investigaciones cuantitativas. Asimismo, se aplicó el cuestionario construido en una escala de Likert.

Los cuestionarios aplicados fueron contruidos por los investigadores mediante un proceso adecuado de operacionalización de las variables. Asimismo, estos cuestionarios pasaron por procesos de validez a través del método Delphi,



también conocido como juicio de expertos. Estos expertos en el campo evaluaron su pertinencia y consistencia con los indicadores e ítems propuestos.

**Tabla 3**

*Validación por criterio de jueces expertos*

Jueces	Cuestionario de auditoría virtual	Cuestionario de gestión de ventas
Dr. Luis Marcelo Quispe	Adecuado	Adecuado
Mg. Danny Retamozo Rioja	Adecuado	Adecuado
Mg. Jorge Ramos Chang	Adecuado	Adecuado

Según los resultados de la tabla, los jueces determinaron que los cuestionarios son adecuados para medir las variables de forma objetiva pues consideran que los ítems realmente miden la variable de estudio.

Por otro lado, se desarrolló la confiabilidad de los cuestionarios; es decir, si es consistente y preciso, se midió utilizando indicadores estadísticos como el coeficiente alfa de Cronbach que son adecuados para cuestionarios que se construyen en una escala de Likert.

**Tabla 4**

*Fiabilidad del cuestionario de la variable auditoría virtual*

	Alfa de Cronbach	N de elementos
Identificación de riesgo	,854	4
Enfoque de control	,845	4
Supervisión de actividades	,952	4
Total	,955	12

Los resultados indican que tanto las dimensiones como el total del cuestionario presentan niveles óptimos de consistencia. En el caso del total de la prueba presenta un resultado de ,955 siendo un valor que demuestra una excelente confiabilidad. Por otro lado, las dimensiones que conforman el cuestionario también demuestran una confiabilidad excelente, lo que hace una prueba idónea para medir la auditoría virtual.

**Tabla 5***Fiabilidad del cuestionario de la variable gestión de ventas*

	Alfa de Cronbach	N de elementos
Identificación de riesgo	,768	6
Enfoque de control	,738	6
Supervisión de actividades	,909	6
Total	,875	18

Los resultados indican que tanto las dimensiones como el total del cuestionario presentan niveles adecuados de consistencia. En el caso del total de la prueba presenta un resultado de ,875 siendo un valor que demuestra una excelente confiabilidad. Por otro lado, las dimensiones que conforman el cuestionario también demuestran una confiabilidad excelente, lo que hace una prueba adecuada para medir el proceso de gestión de ventas.

Finalmente, es preciso indicar que en ambos instrumentos se obtuvo indicadores de confiabilidad del alfa de Cronbach adecuados siendo los instrumentos aceptables y confiables.

## **2.6. Procedimientos**

Los procesos de recolección de información se desarrollaron con la debida autorización del personal de la cadena de boticas sujeta de medición. La aplicación fue de manera presencial, es decir, los investigadores tuvieron que acceder a las instalaciones de las boticas con la finalidad de encuestar con esto se garantizó la idoneidad de la información. Estos datos permitieron obtener los resultados adecuados para contrastar las hipótesis y discutir los resultados se llevó a cabo mediante el análisis de datos obtenidos de fuentes previas, la base teórica y los descubrimientos de la investigación. Las conclusiones se elaboraron en concordancia con los objetivos de investigación que se han establecido previamente.

## **2.7. Análisis de datos**

La exploración de datos se desarrolló utilizando el programa estadístico SPSS en su versión 26. Antes de esto, se construyó la base de datos en Excel, para luego ser pasado a este software, en el cual se realizó la obtención de indicadores de frecuencia o estadísticos descriptivos. También se analizó la normalidad de los datos, y la tabla descriptiva cruzada de tal modo que se obtenga correlaciones adecuadas mediante el coeficiente Rho de Spearman.

## **2.8. Aspectos éticos**

Las connotaciones axiológicas de una investigación son fundamentales para garantizar la idoneidad y la integridad de un estudio de acuerdo con las exigencias de una institución. Estos procesos éticos son primordiales porque garantizar la originalidad de la información, así como el resguardo de todos los derechos y la adecuación de las partes, tanto de los investigadores como de la institución. Es importante, antes de desarrollar el estudio revisar minuciosamente las pautas éticas que exige la institución donde se va a desarrollar el estudio.

El principio de justicia en este estudio se traduce en la evaluación imparcial de cada participante, sin discriminación de ningún tipo, de acuerdo con los criterios establecidos por los investigadores al aplicar la herramienta.

Se ha observado un criterio ético fundamental de confidencialidad en relación con las respuestas de los encuestados, respetando sus elecciones y sin alterar sus respuestas. Dado que la investigación se basa en teorías de otros autores, se presta especial atención al respeto de la propiedad intelectual, citando adecuadamente de acuerdo con las normas establecidas.

Estas consideraciones permiten indicar que este estudio cumple con las consideraciones éticas que pide la universidad, en términos de calidad de redacción,

originalidad de información, la citación en el estilo APA, propia de estudios sociales, así como el consentimiento de las personas que brindaron desinteresadamente información sobre las variables.

**CAPÍTULO III**  
**RESULTADOS**

### 3.1. Resultados descriptivos de las variables

**Tabla 6**

*Porcentajes de las variables de estudio*

VARIABLES	ESCALAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Auditoría virtual	Malo	4	11,1
	Regular	25	69,4
	Bueno	7	19,4
Gestión de ventas	Malo	7	19,4
	Regular	17	47,2
	Bueno	12	33,3
Total		36	100%

En la tabla 6, en los resultados descriptivos de la auditoría virtual, se evidencia que el 69,4% indican que este proceso se realiza de forma regular, el 19,4% indican que se realiza de forma buena y el 11,1% indican que se realiza de forma mala. Por otro lado, respecto a la gestión de ventas, el 47,2% indican que esta gestión se realiza de forma regular, el 33,3% indican que se realiza de forma buena y finalmente, el 19,4% indican que se realiza de forma mala.

### 3.2. Resultados descriptivos de las dimensiones

**Tabla 7**

*Porcentajes de las dimensiones de la auditoría virtual*

VARIABLES	ESCALAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Identificación de riesgo	Malo	5	13,9
	Regular	27	75,0
	Bueno	4	11,1
Enfoque de control	Malo	5	13,9
	Regular	23	63,9
	Bueno	8	22,2
Supervisión de actividades	Malo	3	8,3
	Regular	26	72,2
	Bueno	7	19,4
Total		36	100%

En la tabla 7, se presentan los resultados descriptivos de las dimensiones de la auditoría virtual. En cuanto a la dimensión identificación del riesgo, el 75% indican que se realiza de forma regular, el 13,9% indican que se realiza de forma mala y el 11,1% indican que se realiza de forma buena. En cuanto al enfoque de control, el 63,9% indican que se realiza de forma regular, el 22,2% indican que se realiza de forma buena y el 13,9% indican que se realiza de forma mala. Finalmente, respecto a la supervisión de actividades, el 72,2% indican que se realiza de forma regular, el 19,4% indican que se realiza de forma buena y el 8,3% indican que es de forma mala.

**Tabla 8**

*Porcentajes de las dimensiones de la gestión de ventas*

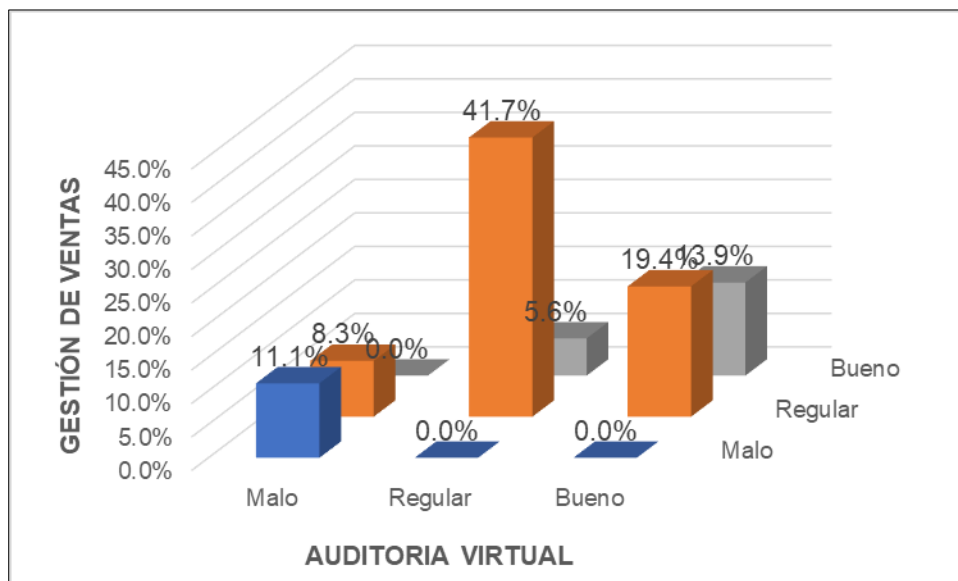
Variables	Escalas	Frecuencia	Porcentaje
Enfoque hacia el cliente	Malo	10	27,8
	Regular	15	41,7
	Bueno	11	30,6
Proceso de ventas	Malo	10	27,8
	Regular	21	58,3
	Bueno	5	13,9
Equipo de ventas	Malo	12	33,3
	Regular	12	33,3
	Bueno	12	33,3
Total		36	100%

En la tabla 8, se presentan los resultados descriptivos de las dimensiones de la gestión de ventas. En cuanto a la dimensión enfoque hacia el cliente, el 41,7% indican que es regular, el 30,6% indican que es buena y el 27,8% indican que es mala. En cuanto al proceso de ventas, el 58,3% indican que es regular, el 27,8% indican que es mala y el 13,9% indican que es buena. Finalmente, respecto al equipo de ventas, el 33,3% indican que es regular, el 33,3% indican que se realiza de forma buena y el 33,3% indican que es mala.

### 3.3. Resultados de la tabla cruzada

Figura 1

Tabla cruzada de las variables



En la figura 1, los resultados de la tabla cruzada indican que las variables se relacionan en un nivel medio en un 11,1%, el 41,7% indican que se asocian de forma regular y el 3,9% indican que las variables se asocian en un nivel bueno.

### 3.4. Prueba de normalidad

H<sub>0</sub>. La auditoría virtual y la gestión de ventas presenta una distribución normal.

H<sub>a</sub>. La auditoría virtual y la gestión de ventas difieren de una distribución normal.

Tabla 9

Prueba de normalidad de las variables y dimensiones

	Estadístico	gl	Sig.
Auditoría virtual	,764	36	,000
Identificación de riesgo	,737	36	,000
Enfoque de control	,852	36	,000
Supervisión de actividades	,694	36	,000
Gestión de ventas	,948	36	,041
Enfoque hacia el cliente	,904	36	,005
Proceso de ventas	,934	36	,032
Equipo de ventas	,823	36	,000



Los resultados de la normalidad indican que las puntuaciones no provienen de un contraste normal, pues su probabilidad es de 0.05. Estos resultados determinan que se debe aplicar una prueba no paramétrica.

### 3.5. Prueba de hipótesis

#### *Prueba de hipótesis general*

H<sub>0</sub>. No existe relación entre la auditoría virtual y la gestión de ventas de la cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023.

H<sub>a</sub>. Existe relación entre la auditoría virtual y la gestión de ventas de la cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023.

**Tabla 10**

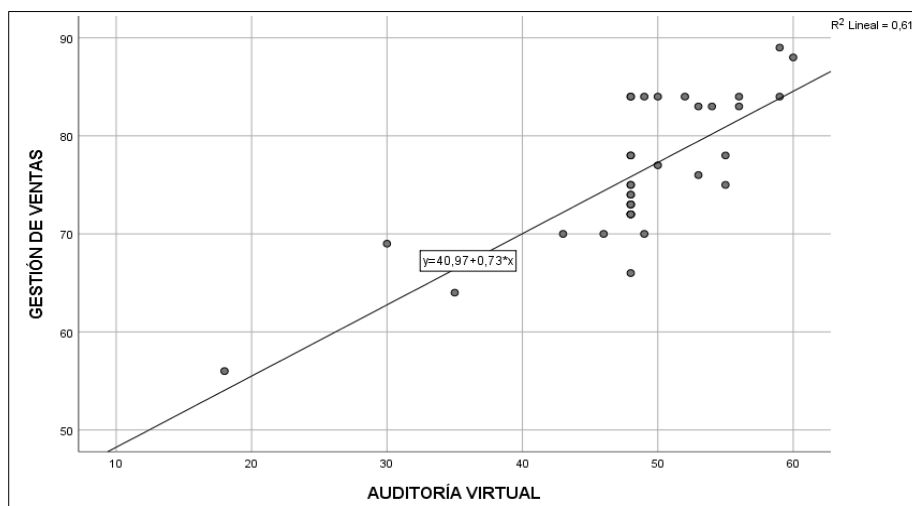
*Correlación entre la auditoría virtual y la gestión de ventas*

			Gestión de ventas
Rho de	Auditoría	Coeficiente de correlación	,758**
Spearman	virtual	Sig. (bilateral)	,000
		N	36

Los resultados indican que la auditoría virtual y la gestión de ventas se relacionan de forma alta pues el resultado Rho de Spearman fue de ,758. Asimismo, la significancia de ,000 permite aceptar la hipótesis de investigación.

**Figura 2**

*Gráfico de dispersión de puntos entre las variables*



### **Prueba de hipótesis específica 1**

H<sub>0</sub>. No existe la relación entre la auditoría virtual y el enfoque hacia el cliente de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023.

H<sub>a</sub>. Existe la relación entre la auditoría virtual y el enfoque hacia el cliente de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023.

**Tabla 11**

*Correlación entre la auditoría virtual y el enfoque hacia el cliente*

		Enfoque hacia el cliente	
Rho de	Auditoría	Coefficiente de correlación	,583**
Spearman	virtual	Sig. (bilateral)	,000
		N	36

Los resultados indican que la auditoría virtual y el enfoque hacia el cliente se relacionan de forma moderada pues el resultado Rho de Spearman fue de ,583. Asimismo, la significancia de ,000 permite aceptar la hipótesis de investigación.

### **Prueba de hipótesis específica 2**

H<sub>0</sub>. No existe la relación entre la auditoría virtual y el proceso de ventas de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023.

H<sub>2</sub>. Existe la relación entre la auditoría virtual y el proceso de ventas de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023.

**Tabla 12**

*Correlación entre la auditoría virtual y el proceso de ventas*

		Proceso de ventas	
Rho de	Auditoría	Coefficiente de correlación	,756**
Spearman	virtual	Sig. (bilateral)	,000
		N	36

Los resultados indican que la auditoría virtual y el proceso de ventas se relacionan de forma alta pues el resultado Rho de Spearman fue de ,756. Asimismo, la significancia de ,000 permite aceptar la hipótesis de investigación.

### ***Prueba de hipótesis específica 3***

H<sub>0</sub>. No existe la relación entre la auditoría virtual y el equipo de ventas de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023.

H<sub>a</sub>. Existe la relación entre la auditoría virtual y el equipo de ventas de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023.

**Tabla 13**

*Correlación entre la auditoría virtual y el equipo de ventas*

			Equipo de ventas
Rho de	Auditoría	Coeficiente de correlación	,593**
Spearman	virtual	Sig. (bilateral)	,000
N			36

Los resultados indican que la auditoría virtual y el equipo de ventas se relacionan de forma moderada pues el resultado Rho de Spearman fue de ,593.

Asimismo, la significancia de ,000 permite aceptar la hipótesis de investigación.

**CAPÍTULO IV**  
**DISCUSIÓN**

En este estudio, se determinó que hay una relación alta entre las variables de estudio como la auditoría virtual y la gestión de ventas, ya que se identificó un coeficiente de ,758 y una significancia bilateral de 0.000. Estos resultados son comparables con los resultados presentados en la investigación de Carvajal (2021) donde se determinó que la auditoría virtual tiene una incidencia alta con la gestión de venta, pues presentan un coeficiente de ,680. En cuanto a los resultados comparables con este estudio lo único que se diferencia a los resultados hallados es que las empresas estudiadas tienen diferente giro; sin embargo, se demuestra lo indicado en las teorías cuando se informa que es importante la auditoría de tal modo que se optimice la gestión de ventas.

En relación con la auditoría virtual y el enfoque hacia el cliente, se demostró que existe relación moderada habiéndose encontrado un coeficiente de 0.583 y una significancia estadística de 0.000. Estos resultados son comparables con la investigación de Pantoja (2023) quien halló que la auditoría virtual se asocia de forma moderada con el enfoque hacia el cliente de la gestión de ventas, pues existe un coeficiente de correlación de 0.512 y una significancia bilateral de 0.000. Estos resultados confirman la teoría cuando se afirma que la auditoría virtual aporta de forma significativa en la gestión de ventas específicamente en el enfoque hacia el cliente.

En relación con la auditoría virtual y el proceso de ventas, se encontró evidencia que demuestran la existencia de una correlación alta, ya que el coeficiente de 0.756 y la significancia bilateral fue de 0.000. Estos resultados se comparan con la investigación de Durand (2022) quien demostró un nivel de asociación moderado de ,512 y una significancia bilateral de 0.01 la relación existente entre la auditoría y el proceso de ventas. Estos resultados son similares por lo que se valida el resultado

obtenido, siendo importante el proceso de venta en todo tipo de ventas dado que se traduce en ingresos efectivos.

Finalmente, respecto a la relación entre la auditoría virtual y el equipo de ventas se evidenció una asociación moderada, dado el coeficiente de ,593 y la significancia bilateral de 0.000. Este resultado es comparable con los hallados por Bustamante y Villavicencio (2022) quienes obtuvieron como resultados que la variable auditoría virtual se asocia de forma alta con el equipo de ventas considerado que existe un coeficiente de ,780 y un nivel de significancia menor del 0.05. Estos resultados confirman que la auditoría realiza una función integral en todos los procesos de la gestión de ventas, tal es así que presente una incidencia importante en el equipo de ventas de la empresa.

**CAPÍTULO V**  
**CONCLUSIONES**

Habiéndose realizado el análisis de resultados en base a los objetivos de investigación planteados se llegó a las siguientes conclusiones:

Primero. Existe una asociación alta entre las variables auditoría virtual y gestión de ventas en una cadena de boticas del distrito de La Victoria - 2023, debido que se obtuvo un coeficiente de correlación de Spearman de ,758 y una significancia bilateral de ,000 siendo menor a 0.05.

Segundo. Existe una asociación moderada entre la auditoría virtual y el enfoque hacia el cliente en una cadena de boticas del distrito de La Victoria - 2023, debido que se obtuvo un coeficiente de correlación de Spearman de ,583 y una significancia bilateral de ,000 siendo menor a 0.05.

Tercero. Existe una asociación alta entre la auditoría virtual y el proceso de ventas en una cadena de boticas del distrito de La Victoria - 2023, debido que se obtuvo un coeficiente de correlación de Spearman de ,756 y una significancia bilateral de ,000 siendo menor a 0.05.

Cuarto. Existe una asociación moderada entre la auditoría virtual y el equipo de ventas en una cadena de boticas del distrito de La Victoria - 2023, debido que se obtuvo un coeficiente de correlación de Spearman de ,593 y una significancia bilateral de ,000 siendo menor a 0.05.



**CAPÍTULO VI**  
**RECOMENDACIONES**

Primera. Se sugiere a la cadena de boticas objeto de análisis situada en el distrito de La Victoria, generar un plan de capacitación en la cual se aborde temas propios del proceso de venta y de auditoría financiera.

Segunda. Se recomienda a los equipos de trabajo planificar adecuadamente sus actividades con la finalidad de disminuir la probabilidad de errores en el proceso de venta, principalmente al que es realizado en canales digitales.

Tercera. Se aconseja al área de control interno elaborar una normativa interna que guíe el proceso de auditoría virtual, tomando en cuenta la teoría existente y las experiencias previas.

Cuarta. Se recomienda fortalecer la relación con el cliente, sensibilizando al personal de ventas respecto al trato y la empatía, principalmente debido al giro de la empresa, que lidia con personas enfermas o con sus familiares, que se encuentran pasando por momentos de tensión.

## **REFERENCIAS**

- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigacion*. Episteme.
- Bernal, F. (2009). *Enfoque de la auditoría interna*. Actualidad Empresarial.
- Bustamante, J., & Villavicencio, M. (2022). *Auditoría de gestión a la empresa de servicios de encomienda Urbano Express, de la provincia de Los Ríos, Cantón Quevedo periodo 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Cotopaxi]. Repositorio de la Universidad Técnica de Cotopaxi. <https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/8528/1/UTC-PIM-%20000446.pdf>
- Camacho, A., & Beltrán, S. (2021). *Técnicas y herramientas de auditoría de sistemas interna* [Tesis de pregrado, Universidad Antonio Nariño]. Repositorio de la Universidad Antonio Nariño. [https://redcol.minciencias.gov.co/Record/UAntonioN2\\_d7103997181d13ccc56f92421ef43a4b](https://redcol.minciencias.gov.co/Record/UAntonioN2_d7103997181d13ccc56f92421ef43a4b)
- Cancela, R., Cea, N., Galindo, G., & Valilla, S. (2010). *Metodología de la investigación educativa: Investigación ex post facto*. Universidad Autónoma de Madrid.
- Carvajal, J. (2021). *Las auditorías virtuales y riesgos de pérdida de datos privados* [Tesis de maestría, Universidad Militar Nueva Granada]. Repositorio de la Universidad Militar Nueva Granada. <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/39951/CarvajalAlvaradoJenniferPaola2021.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Chiavenato, I. (2020). *Comportamiento organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones*. McGraw-Hill.
- Cocarro, L. (2021). *Manual de auditorio de gestión virtual*. Pirámide.

- Cruz, J. (2020). La auditoría en entorno COVID-19: Uso de tecnología y enfoque de riesgos. *Podium*, 38(12), 67-86.  
<https://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/518/464>
- Darromán, S., & Velázquez, L. (2011) El proceso de gestión y la gestión económica en las empresas. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 145 (30), 145-152. <https://ideas.repec.org/a/erv/observ/y2011i1457.html>
- Delfín, F., & Acosta, M. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. *Pensamiento & Gestión*, 15(40), 184-202.  
<https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/8810>
- Durand, D. (2022). *Efecto de la auditoría interna en la administración de riesgos crediticios de las empresas microfinancieras de Lima Metropolitana, 2019-2020* [Tesis de maestría, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio de la Universidad San Martín de Porres.  
[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/10553/tinoco\\_bkc.pdf?sequence=1](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/10553/tinoco_bkc.pdf?sequence=1)
- Franco, C., & Velásquez, F. (2000). Cómo mejorar la eficiencia operativa utilizando el trabajo en equipo. *Estudios Gerenciales*, 16(76), 27-35.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21207602>
- García, J. (2012). *Manual de procedimientos de auditoría interna*. Actualidad Empresarial.
- Gómez, R. (2003). *Generalidades en la auditoría*. Eumed.
- Greitemann, J., Stahl, B., Schönmann, A., Lohmann, B., & Reinhart, G. (2015). Strategic production technology planning using a dynamic technology chain calendar. *Production Engineering*, 9(3), 417-424.  
<https://link.springer.com/article/10.1007/s11740-015-0617-8>

- Hernández, H. (2011). La gestión empresarial, un enfoque del siglo XX, desde las teorías administrativas científica, funcional, burocrática y de relaciones humanas. *Escenarios*, 9(1), 38-51.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3875234.pdf>
- Huamánahui, E. (2021). *Sistema web para la optimización de la gestión de ventas de una empresa comercializadora en Lima, 2021* [Tesis de pregrado, Universidad Norbert Wiener]. Repositorio de la Universidad Norbert Wiener.  
[https://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13053/5544/T061\\_70021798\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13053/5544/T061_70021798_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Jiménez, I. (2020). *Metodología de la investigación: Triángulos para su construcción*. Ediciones de la U.
- Lefcovich, M. (2003). *Auditoría interna*. Ediciones Gerencia.
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación Cuantitativa – Cualitativa y Redacción de tesis*. Ediciones de la U.
- Parella, S., & Martins, F. (2010). *Metodología de investigación cuantitativa*. Pedupel.
- Pantoja, R. (2023). *La auditoría operativa y la mejora continua de las ventas y cobranzas en la Empresa MP Institucional S.A.C. de Lima Metropolitana* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana Los Andes]. Repositorio de la Universidad Peruana Los Andes. <https://repositorio.upla.edu.pe/handle/20.500.12848/7163>
- Pomachagua, J. (2020). *Desarrollo de un sistema de auditoría de equipos de seguridad de redes* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio de la Pontificia Universidad Católica del Perú.  
<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/19072/po>

machagua\_sotomayor\_jorge\_desarrollo\_sistema\_auditor%c3%8da.pdf?sequence=1&isallowed=y

Rojas, C., & Sanches, D. (2023). *Impacto de la transformación digital en el trabajo de auditoría financiera de una sociedad de auditoría externa, bajo la NIA 230* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <http://hdl.handle.net/10757/669940>

Rojas, J., & Escobar, M. (2021). Beneficios del uso de tecnologías digitales en la auditoría externa: Una revisión de la literatura. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 29(2), 45-65. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90969428004>

Sánchez, A. (2008, mayo). *Fundamentos teóricos de la auditoría vinculados a la calidad: Antecedentes históricos de la auditoría*. <http://www.gestiopolis.com/fundamentos-teoricos-auditoria-ysu-calidad/>

Santillana, J. (2013). *Auditoría interna* (3ª ed.). Pearson.

Urrego, J., & Morales, V. (2020). La auditoría forense: Herramienta estratégica para combatir el fraude en las empresas. *Ágora Revista Virtual de Estudiantes*, 1(9). Pag. 125-140. [https://nuevo.metarevistas.org/Record/metarevistapublica\\_tdea\\_agora\\_69\\_article\\_738](https://nuevo.metarevistas.org/Record/metarevistapublica_tdea_agora_69_article_738)

## **ANEXOS**



## Anexo 1. Matriz de consistencia

Auditoría virtual y gestión de ventas en una cadena de boticas de una Corporación Farmacéutica, La Victoria - 2023

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores					
<p><b>Problema general</b> ¿Cuál es la relación entre la auditoría virtual y la gestión de ventas de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023?</p> <p><b>Problemas específicos</b> ¿Cuál es la relación entre la auditoría virtual y el enfoque hacia el cliente de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica La Victoria - 2023?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la auditoría virtual</p>	<p><b>Objetivo general</b> Establecer la relación entre la auditoría virtual y gestión de ventas de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023.</p> <p><b>Objetivos específicos</b> Establecer la relación entre la auditoría virtual y el enfoque hacia el cliente de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023.</p> <p>Establecer la relación entre la auditoría virtual</p>	<p><b>Hipótesis general</b> Existe relación entre la auditoría virtual y la gestión de ventas de la cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b> Existe la relación entre la auditoría virtual y el enfoque hacia el cliente de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023.</p> <p>Existe la relación entre la auditoría virtual y el</p>	<b>Variable 1: Auditoría virtual</b>					
			<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>			
			Identificación de riesgo	- Ambiente de control - Establecimiento de objetivos	Likert			
			Enfoque de Control	- Identificación de eventos - Evaluación de riesgos				
			Supervisión de Actividades	- Actividades de control - Supervisión y monitoreo				
						<b>Variable 2: Gestión de ventas</b>		
			<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>			
Enfoque hacia el cliente	- Contratación de talentos en ventas - Procesos de planificación	Likert						

<p>y el proceso de ventas de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023? ¿Cuál es la relación entre la auditoría virtual y el equipo de ventas de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023?</p>	<p>y el proceso de ventas de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria – 2023. Establecer la relación entre la auditoría virtual y el equipo de ventas de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023.</p>	<p>proceso de ventas de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023. Existe la relación entre la auditoría virtual y el equipo de ventas de una cadena de boticas de una corporación farmacéutica, La Victoria - 2023.</p>	<p>Proceso de ventas</p> <p>Equipo de ventas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Control del proceso de entrega</li> <li>- Calidad en Atención al cliente</li> <li>- Porcentaje de Ingresos</li> <li>- Ingreso por Producto</li> <li>- Liderazgo en costos y presupuestos</li> <li>- Capacitación del equipo</li> <li>- Evaluación de desempeño</li> </ul>	
<p><b>Tipo:</b> Aplicado <b>Diseño:</b> No experimental <b>Enfoque:</b> Cuantitativo</p>	<p><b>Población:</b> 36 colaboradores del área de gestión de ventas de la cadena boticas de una corporación farmacéutica. <b>Muestra:</b> No se considera muestra</p>	<p><b>Variable 1:</b> Auditoría virtual <b>Técnicas:</b> Encuesta <b>Instrumentos:</b> Cuestionario <b>Variable 2:</b> Gestión de ventas <b>Técnicas:</b> Encuesta <b>Instrumentos:</b> Cuestionario</p>	<p><b>Estadísticos descriptivos:</b> Tablas y gráficos de frecuencia <b>Estadísticos inferenciales:</b> Rho de Spearman</p>		

## Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos

### CUESTIONARIO DE AUDITORÍA VIRTUAL

**Instrucciones.** Lea cada una de las preguntas y marque con una X en el cuadro correspondiente que considere sea su mejor opinión:

#### Datos demográficos:

Edad: \_\_\_\_\_

Ocupación: Profesional ( )                      Técnico ( )                      Auxiliar ( )

Otros ( )

La valoración presentada corresponde a la siguiente escala:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Ítem	Valoración				
	1	2	3	4	5
1. Se aplica un código de ética para el buen desempeño de los trabajadores					
2. Se aplica la normativa interna vigente para el control del proceso de ventas					
3. Se realizan reuniones mensuales para determinar el porcentaje vendido con relación a lo presupuestado					
4. Existe formalmente una misión establecida para el área de ventas					
5. Se ha identificado incidencias recurrentes en el proceso de ventas					
6. La botica regularmente interviene con medidas para reducir el número de incidencias en el área de ventas					
7. La botica cuenta con planes de contingencia para tener alguna reacción inmediata en caso de presencia de riesgos previamente identificados					

8. La frecuencia de identificación de riesgos se realiza por cada turno de atención de la botica.					
9. El personal supervisor realiza sus labores diariamente en cada turno					
10. El líder toma acciones establecidas por la empresa para cumplir con las políticas y procedimientos					
11. El personal es supervisado y monitoreado por su jefe directo de manera constante					
12. El personal del área de ventas está capacitado para su correcto desempeño					

## CUESTIONARIO DE GESTIÓN DE VENTAS

**Instrucciones:** Lea cada una de las preguntas y marque con una X en el cuadro correspondiente que considere sea su mejor opinión:

**Datos demográficos:**

Edad: \_\_\_\_\_

Ocupación: Profesional ( )                      Técnico ( )                      Auxiliar ( )

Otros ( )

La valoración presentada corresponde a la siguiente escala:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Ítem	Valoración				
	1	2	3	4	5
1. Es recomendable la contratación de nuevo personal para elevar el nivel de ventas					
2. La contratación de nuevo personal debería ser más rigurosa					
3. La adecuada planificación contribuye al logro de los objetivos					
4. Existe un equipo dedicado exclusivamente a la planificación empresarial					
5. El incremento de supervisión del proceso de entrega contribuye a aumentar las ventas					
6. La supervisión del proceso de entrega aumenta la eficacia de la empresa					
7. El protocolo de atención al cliente es aplicado oportuna y correctamente por del personal					
8. El área de operaciones está preparada para brindar soporte en caso de clientes críticos					
9. En el último trimestre se ha reducido el porcentaje de ventas respecto al año anterior					
10. Se cumplen los objetivos de ventas por cada línea de producto					

11. Las principales líneas de producto mayormente vendidas son las relacionadas al cuidado de bebés					
12. Se ha reducido el número de ventas en productos relacionados a suplementos vitamínicos para adulto mayor					
13. La gestión de costos y presupuestos desempeña un papel fundamental en el desarrollo y expansión de la empresa					
14. La administración más efectiva de los gastos y presupuestos contribuye al aumento de las ventas					
15. Reforzar la formación de los equipos de trabajo es esencial para elevar el desempeño de la empresa					
16. El considerar una formación adecuada posibilita un aumento en las ventas					
17. Es necesario llevar a cabo la evaluación del rendimiento de todos los empleados					
18. La evaluación del desempeño contribuirá a aumentar la eficacia de los empleados					

### Anexo 3. Ficha de validación de juicio de expertos

#### Validación del instrumento: AUDITORIA VIRTUAL

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [ X ]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: Dr. Luis Alberto Marcelo Quispe

DNI: 40612463

Especialidad del validador: Temático [ ]      Metodológico [ X ]      Estadístico [ ]

- \***Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- \***Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- \***Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
Firma del Experto Informante.

#### Validación del instrumento: GESTIÓN DE VENTAS

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [ X ]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: Dr. Luis Alberto Marcelo Quispe

DNI: 40612463

Especialidad del validador: Temático [ ]      Metodológico [ X ]      Estadístico [ ]

- \***Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- \***Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- \***Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
Firma del Experto Informante.

**Validación del instrumento: AUDITORIA VIRTUAL**

**Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA**

**Opinión de aplicabilidad:**

**Aplicable [ X ]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]**

**Apellidos y nombres del juez validador. Dr./Mg./Lic./Ing.:**

**MG. RETAMOZO RIOJAS DANNY**

**DNI: 03695192**

**Especialidad del validador: Temático [ X ] Metodológico [ ] Estadístico [ ]**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo



**Validación del instrumento: GESTIÓN DE VENTAS**

**Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA**

**Opinión de aplicabilidad:**

**Aplicable [ X ]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]**

**Apellidos y nombres del juez validador. Dr./Mg./Lic./Ing.:**

**Mg. RETAMOZO RIOJAS DANNY**

**DNI: 03695192**

**Especialidad del validador: Temático [ X ] Metodológico [ ] Estadístico [ ]**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo





**Validación del instrumento: AUDITORIA VIRTUAL**

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_ Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [ x ]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: \_\_\_\_\_ Mg. Jorge Alonso Ramos Chang

DNI: 40968849

Especialidad del validador:    Temático [ x ]      Metodológico [ ]      Estadístico [ ]

- <sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- <sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- <sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



\_\_\_\_\_  
**Firma del Experto Informante.**

**Validación del instrumento: GESTIÓN DE VENTAS**

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_ Hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [ x ]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: \_\_\_\_\_ Mg. Jorge Alonso Ramos Chang

DNI: 40968849

Especialidad del validador:    Temático [ x ]      Metodológico [ ]      Estadístico [ ]

- <sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- <sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- <sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



\_\_\_\_\_  
**Firma del Experto Informante.**

## Anexo 4. Informe de turnitin

CARLOS HUMBERTO ESTEVES PEREZ ERIKA MARLENE MICHUY GRIJALVA  
TESIS PARA REPOSITORIO \_ CARLOS ESTEVES PÉREZ & ERIKA MICHUY GRIJALVA.docx

Similitud 20% Marcas de alerta Escritura con IA +%

**TESIS**  
AUDITORIA VIRTUAL Y GESTIÓN DE VENTAS EN UNA CADENA DE BOTICAS  
DE UNA CORPORACIÓN FARMACÉUTICA, LA VICTORIA - 2023

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE**  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**AUTORES**  
CARLOS HUMBERTO ESTEVES PEREZ  
ORCID: 0000-0002-4000-9101

ERIKA MARLENE MICHUY GRIJALVA  
ORCID: 0000-0002-1557-0079

**ASESOR**

Página 1 de 69 11866 palabras 128% GRE

**20% Similitud General** Filtros

Fuentes  
Mostrar las fuentes solapadas

1 Internet  
repositorio.autonoma.edu.pe 5%  
45 bloques de texto 536 palabra que coinciden

2 Trabajos enviados  
University of Zakho on 2024-01-10 1%  
2 bloques de texto 124 palabra que coinciden

3 Internet

### Anexo 5. Base de datos

N°	CONSENTIMIENTO INFORMADO	AUDITORIA VIRTUAL											
		AV1	AV2	AV3	AV4	AV5	AV6	AV7	AV8	AV9	AV10	AV11	AV12
1	Si	4	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	4
2	Si	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4
3	Si	4	4	1	1	4	1	2	1	1	1	1	4
4	Si	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	3	5
5	Si	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
6	Si	4	4	5	5	4	4	3	4	3	4	4	3
7	Si	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
8	Si	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4
9	Si	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3
10	Si	4	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	4
11	Si	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
12	Si	4	4	4	5	5	5	5	2	2	2	5	2
13	Si	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
14	Si	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	Si	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	Si	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	Si	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
18	Si	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	Si	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	Si	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	Si	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	Si	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	Si	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	Si	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4
25	Si	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
26	Si	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
27	Si	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4
28	Si	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
29	Si	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
30	Si	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
31	Si	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
32	Si	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
33	Si	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
34	Si	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
35	Si	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	Si	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5

N°	CONSENTIMIENTO INFORMADO	GESTIÓN DE VENTAS																	
		GV1	GV2	GV3	GV4	GV5	GV6	GV7	GV8	GV9	GV10	GV11	GV12	GV13	GV14	GV15	GV16	GV17	GV18
1	Si	3	3	4	5	5	3	3	4	4	5	5	3	4	4	3	4	5	4
2	Si	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	5	5	4	4	3	4	4	4
3	Si	1	1	1	1	1	3	4	4	4	3	4	1	4	3	2	4	4	4
4	Si	5	4	4	5	4	5	5	1	5	5	4	4	5	5	1	5	5	3
5	Si	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
6	Si	2	2	3	3	2	2	2	3	1	4	4	4	4	3	3	3	4	3
7	Si	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
8	Si	4	4	4	4	4	4	2	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4
9	Si	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	2	3
10	Si	3	3	4	3	4	5	3	1	5	4	4	4	4	4	5	3	3	4
11	Si	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
12	Si	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	4	4
13	Si	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	2	3	4	4
14	Si	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
15	Si	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	Si	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
17	Si	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	2	2	4	3	4	4
18	Si	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	Si	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	Si	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3
21	Si	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	Si	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
23	Si	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
24	Si	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4
25	Si	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4
26	Si	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4
27	Si	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3
28	Si	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4
29	Si	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4
30	Si	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
31	Si	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
32	Si	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
33	Si	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4
34	Si	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
35	Si	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	Si	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4