



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD
PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES
RELEVANTES DEL CONTROL INTERNO EN EL
AREA DE VENTAS: CASO DE LA MICROEMPRESA
GLAMOUR SALON & SPA– PIURA, 2021**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

AUTORA

**YARLEQUE CORDOVA JUDITH DEL ROCÍO
ORCID: 0000-0002-6396-1875**

ASESORA

**MANRIQUE PLACIDO JUANA MARIBEL
ORCID: 0000-0002-6880-1141**

CHIMBOTE – PERÚ

2022



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES
RELEVANTES DEL CONTROL INTERNO EN EL
AREA DE VENTAS: CASO DE LA MICROEMPRESA
GLAMOUR SALON & SPA– PIURA, 2021**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

AUTORA

**YARLEQUÉ CÓRDOVA JUDITH DEL ROCÍO
ORCID: 0000-0002-6396-1875**

ASESORA

**MANRIQUE PLÁCIDO JUANA MARIBEL
ORCID: 0000-0002-6880-1141**

CHIMBOTE – PERÚ

2022

1. Título de la tesis

PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DEL
CONTROL INTERNO EN EL ÁREA DE VENTAS: CASO DE LA
MICROEMPRESA GLAMOUR SALON & SPA– PIURA, 2021

1. Equipo de Trabajo

AUTORA:

Yarlequé Córdova, Judith Del Rocío

Orcid: 0000-0002-6396-1875

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado, Chimbote,
Perú

ASESORA:

Mgtr. Manrique Plácido, Juana Maribel

ORCID: 0000-0002-6880-1141

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,
Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de Contabilidad, Chimbote, Perú

JURADO

Dr. Espejo Chacón, Luis Fernando

ORCID: 0000-0003-3776-2490

Mgtr. Baila Gemin, Juan Marco

ORCID: 0000-0002-0762-4057

Mgtr. Yépez Pretel, Nidia Erlinda

ORCID: 0000-0001-6732-7890

2. Hoja de firma del jurado y asesor

Dr. Espejo Chacón, Luis Fernando
Presidente

Mgr. Baila Gemin, Juan Marco
Miembro

Mgr. Yépez Pretel, Nidia Erlinda
Miembro

Mgr. Manrique Plácido, Juana Maribel
Asesora

3. Agradecimiento

Mi agradecimiento está dirigido a Dios y a la Virgen María por darme vida y salud para poder alcanzar mi meta, a mis padres por haberme apoyado incondicionalmente durante mis estudios, a la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote donde me imbuyeron los conocimientos de mi carrera profesional transmitidos por los docentes, a mi asesora Mgtr. Manrique Plácido Juana Maribel quien fue mi guía para realizar la presente tesis y a la Microempresa Glamour Salón & Spa– Piura, 2021, la misma que me brindó su información que fue necesaria para elaborar la presente tesis para obtener el Título Profesional de Contador Público.

4. Dedicatoria

A Dios y a la Virgen María:

Por bendecirme siempre y darme
su infinita bondad y amor para
lograr mis objetivos y haber
culminado con éxito mi anhelo
profesional.

A mi familia:

Con inmenso cariño a mis padres,
hermano, esposo e hijas por su
apoyo y motivación constante e
incondicional durante mi formación
profesional.

5. Resumen

La presente investigación lleva por objetivo general: Identificar las oportunidades del Control Interno en el área de ventas que mejoren las posibilidades de la Microempresa Glamour Salón & Spa– Piura, 2021, Para alcanzar dicho objetivo se implementó una metodología de enfoque cualitativo, descriptivo. La población de este estudio será por conveniencia. Para obtener la información se empleó como técnica la entrevista y el análisis documental y como instrumento fue el cuestionario. Los resultados reportados fueron los siguientes: la microempresa en estudios presenta dificultades de control interno en sus cinco componentes, las dificultades más importantes están referidas al personal que no practica valores como la honradez y la honestidad. Se han identificado los riesgos, pero no cuenta con una estrategia para hacerles frente, razón por la cual se producen pérdidas, tampoco cuenta con políticas de control. Al mismo tiempo los canales de comunicación empleados no son los más adecuados. Del mismo modo, la supervisión y monitoreo no cuenta con indicadores ni tampoco una planificación adecuada de la producción. Por ello se concluyó que el control interno mejorará las posibilidades de mejora de la microempresa Glamour Salón & Spa– Piura, 2021.

Palabra clave: Control interno, área de ventas y microempresas.

Abstract

The present investigation has as a general objective: Identify the opportunities of Internal Control in the sales area that improve the possibilities of the Microenterprise Glamour Salón & Spa– Piura, 2021, to achieve this objective; a methodology of qualitative, descriptive approach was implemented. The population of this study will be for convenience. To obtain the information, the interview and documentary analysis were used as a technique and the questionnaire was used as an instrument. The reported results were the following: the microenterprise under study presents internal control difficulties in its five components, the most important difficulties are referred to personnel who do not practice values such as honesty and honesty. The risks have been identified, but it does not have a strategy to deal with them, which is why losses occur, nor does it have control policies. At the same time, the communication channels used are not the most appropriate. Similarly, supervision and monitoring do not have indicators or proper production planning. For this reason, it was concluded that internal control will improve the possibilities of improvement of the microenterprise Glamour Salón & Spa– Piura, 2021

Keywords: Internal control, sales area and micro-enterprises.

Contenido

| | |
|--|-----|
| 1. Título de la Tesis | i |
| 2. Equipo de Trabajo | ii |
| 3. Hoja y Firma del Jurado y Asesor | iii |
| 4. Hoja Agradecimiento y/o dedicatoria..... | iv |
| 5. Resumen y Abstract..... | v |
| 6. Contenido | vi |
| 7. Índice de Gráficos, tablas y cuadros | vii |
| I. Introducción..... | 1 |
| II. Revisión de la literatura | 3 |
| 2.1. Antecedentes..... | 3 |
| 2.1.1 Antecedentes a Nivel Internacional..... | 4 |
| 2.1.2 Antecedentes a nivel Nacional..... | 4 |
| 2.1.3 Antecedentes a nivel Regional | 5 |
| 2.1.4 Antecedentes a nivel Local..... | 6 |
| 2.2. Bases Teóricas | 6 |
| 2.2.1. Teorías del control interno..... | 6 |
| 2.2.2. C.O.S.0 | 8 |
| 2.2.3. Componentes del control interno..... | 8 |
| 2.2.4. Informe C.O.S.O..... | 9 |
| 2.2.5 Elementos principales del control interno | 9 |
| 2.2.6. Importancia del control interno | 10 |
| 2.2.7. Control interno para el área de ventas | 11 |
| 2.2.8. Objetivos del control interno en cuanto al área de ventas | 11 |
| 2.2.9. Ventas al plazo..... | 12 |
| 2.2.1.0. Control interno de las ventas a plazo..... | 12 |

| | |
|---|----|
| 2.2.1.1. Gestión de Ventas | 12 |
| 2.2.1.2 Enfoque al cliente | 12 |
| 2.2.1.3. Preparación del Equipo..... | 13 |
| 2.2.1.4. Evaluación del desempeño | 13 |
| 2.3. Marco Conceptual | 13 |
| 2.3.1. Definición de Control interno..... | 13 |
| 2.3.2 Importancia del Control interno | 13 |
| 2.3.3 Área de Ventas | 13 |
| 2.3.4. Equipo de Ventas..... | 14 |
| 2.3.5 Impacto del COVID19 para enfatizar las ventas Online | 14 |
| 2.3.6. Experiencia virtual..... | 14 |
| III. HIPOTESIS | 15 |
| IV. METODOLOGIA | 15 |
| 4.1. Diseño de Investigación | 15 |
| 4.2. Población y Muestra | 16 |
| 4.2.1. Población | 16 |
| 4.2.2. Muestra | 16 |
| 4.3. Definición y Operacionalización de variables e indicadores | 17 |
| 4.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos | 19 |
| 4.5. Plan de Análisis | 19 |
| 4.6. Matriz de Consistencia | 20 |
| 4.7. Principios Éticos..... | 21 |
| V. Resultados | 21 |
| 5.1 Resultados..... | 21 |
| 5.1.1. Respecto al Objetivo 1 | 21 |
| 5.1.2. Respecto al Objetivo 2 | 22 |
| 5.1.3. Respecto al Objetivo 3 | 24 |
| 5.2. Análisis de resultados | 25 |

| | |
|-------------------------------------|----|
| 5.2.1. Respecto al Objetivo 1 | 25 |
| 5.2.2. Respecto al Objetivo 2 | 25 |
| 5.2.3. Respecto al Objetivo 3 | 25 |
| VI. Conclusiones | 26 |
| 6.1. Respecto al Objetivo 1..... | 26 |
| 6.2. Respecto al Objetivo 2..... | 26 |
| 6.3. Respecto al Objetivo 3..... | 26 |
| Aspectos Complementarios | 27 |
| Recomendaciones | 27 |
| Referencias Bibliográficas..... | 27 |
| ANEXOS | 34 |

7. índice de Gráficos, tablas y cuadros

| | |
|---|----|
| Grafico 1: Diagrama simbólico..... | 16 |
| Tabla 1: Operacionalizacion de la variable..... | 17 |
| Tabla 2: Matriz de consistencia | 20 |
| Tabla 3: Resultados según antecedentes | 21 |
| Tabla 4: Resultados del cuestionario..... | 23 |
| Tabla 5: Propuestas de mejora | 24 |

Introducción

Diferentes organizaciones enfrentan muchos tipos de riesgo, pero cuando faltan sistemas de control interno, surge la oportunidad para el fraude, el uso indebido de los activos de la organización y la corrupción de los empleados o el lugar de trabajo. Parte de la función de un contador es comprender y ayudar a mantener el control interno en la organización. Los controles internos son los sistemas utilizados por una organización para gestionar el riesgo y disminuir la ocurrencia de fraude, hace varios años, el Comité de Organizaciones Patrocinadoras (COSO), que es un grupo independiente del sector privado cuyas cinco organizaciones patrocinadoras identifican y abordan periódicamente problemas o proyectos contables específicos, se reunió para abordar el problema de control interno en operaciones y la contabilidad. Sistemas de organizaciones.

El Control Interno, es fundamental para todas las Áreas de una Microempresa y de las personas encargadas que la conforman para realizar una buena gestión de todas las actividades cotidianas.

Martínez (2017) indica que es un proceso implementado por la administración que ayuda a una entidad a enfrentarse a entornos cambiantes, demandas en evolución, riesgos cambiantes y nuevas prioridades.

En Piura a lo largo de los años, el negocio de los salones ha prosperado, existe una gran demanda de los servicios de un estilista o cosmetólogo. La transformación que experimentan las personas después de visitar un salón hace que los salones sean un negocio altamente patrocinado y una de las inversiones a largo plazo que cualquiera puede tener.

La Microempresa Glamour Salón & Spa, creada el año 2010, con RUC 10423708285, funcionaba en la Av. Grau N° 2095 de la Urb. Piura, del Distrito, Provincia y Departamento de Piura, luego el 01 de Abril del 2022, por motivos personales la propietaria Jennifer del Carmen GARCIA HERRERA, la transfirió a su hijo Axel Gabriel JIMENEZ GARCIA, con RUC: 10740248460, actualmente funciona en el Jr. Huancavelica C19- Urb. Banco de la Nación - Distrito, Provincia y Departamento de Piura, no es ajena a esta problemática ya que no posee una política sobre el uso de productos personales, no posee política sólida de ventas, asimismo existe una suerte de competencia ilegal de modo que los ex empleados ven a los clientes del salón como sus clientes, no piensan en el tiempo y el dinero que la empresa en mención ha invertido para conseguir a estas personas. Sin medidas proactivas, nada les impide abrirse camino con una cartera de clientes ya comprada o pagada por Microempresa Glamour Salón & Spa– Piura, 2021.

Por lo tanto el enunciado del problema es:

¿Las oportunidades del control interno en el área de ventas mejoran las posibilidades de la Microempresa Glamour Salón & Spa– Piura, 2021?

Se da el siguiente objetivo general: Identificar las oportunidades del Control Interno en el área de ventas que mejoren las posibilidades de la Microempresa Glamour Salón & Spa– Piura, 2021.

Para poder alcanzar el objetivo general se proponen los siguientes objetivos específicos:

1. Establecer las oportunidades del control interno en el área de ventas que mejoren las posibilidades de la Microempresa Glamour Salón & Spa– Piura, 2021.
2. Describir las oportunidades del control interno en el área de ventas que mejoren

las posibilidades de la Microempresa Glamour Salón & Spa– Piura, 2021.

3. Explicar la propuesta de mejora del control interno en el área de ventas que mejoren las posibilidades de la Microempresa Glamour Salón & Spa– Piura, 2021.

La investigación se justifica en los siguientes aspectos:

- En el aspecto teórico, se basa en el desarrollo de la teoría y el avance en la teoría existente en el control interno en el área de ventas, este estudio se ha centrado en los factores relevantes relacionados con el control interno por ello se realizó la revisión narrativa de la literatura, este estudio pondrá en relieve lo que es el control interno y cómo pueden contribuir los autores en teoría.
- En el aspecto práctico, la presente investigación va a beneficiar a la Microempresa Glamour Salón & Spa, con RUC 10740248460, que está ubicada en el Jr. Huancavelica C19- Urb. Banco de la Nación - Distrito, Provincia y Departamento de Piura, al permitirles contar con una mejora en el control interno para brindar protección razonable sobre la ejecución de los procedimientos establecidos para desenvolverse bien en todas las áreas.
- Aspecto académico , debido a que, en el desarrollo de la investigación, se utilizaran distintos tipos de técnicas, tales como la entrevista y el análisis documental, los cuales serán aplicados al personal de la Microempresa Glamour Salón & Spa– Piura.
- En el aspecto social se justifica ya que beneficiará a todas las empresas, de modo que al permitirles contar con un control interno adecuado puedan mejorar sus procedimientos. Asimismo, es importante porque el estudio servirá como guía para futuras investigaciones, a modo de tomarla como un modelo en otras

microempresas para planificar, implementar y controlar los recursos de una organización.

El resultado de la investigación se basa en mejorar el control interno en el área de ventas, y así poder lograr una estructura interna y con la ayuda de un buen plan de trabajo se fortalece una gestión estratégica para la toma de buenas decisiones para la microempresa.

Teniendo como conclusión que a la microempresa le falta un sistema de control interno, por lo tanto puede verse perjudicada y estará propensa a posibles riesgos afectando el cumplimiento de los objetivos establecidos como microempresa, se sugiere tener un modelo de control interno con el fin de lograr los objetivos trazados y poder defender los capitales y bienes de la microempresa”.

II. Revisión de la literatura

2.1 Antecedentes

Se mostrarán investigaciones realizadas en la búsqueda de recolección de datos en tesis, revistas científicas, repositorios nacionales e internacionales con la finalidad de fortalecer el trabajo de investigación apoyados en el planteamiento del problema.

2.1.1. Antecedentes a nivel internacional

Villalva & Espinoza (2018) en su tesis denominada “Propuesta de procedimiento para el control interno en el libro de ingresos y egresos del centro estético y cosmetólogo Elizabeth - 2017”. Cuyo objetivo fue desarrollar un sistema básico que mejore el control interno en el registro de ingresos y egresos. Por ser un estudio de caso no posee población. La presente investigación tiene enfoque cualitativo. El autor concluyó que una óptima gestión de inventarios identifica oportunidades de mejora de control interno,

una buena gestión de inventarios es necesaria para la toma de decisiones para ofrecer información importante para el análisis técnico.

Franco & Rengifo (2020) en su tesis denominada “Cartilla de orientación administrativa y contable para las peluquerías del barrio los samanes de Palmira”. Cuyo objetivo es diseñar una cartilla de orientación conytable para mejorar el control interno en una peluquería. Por ser un estudio de caso no posee población. La presente investigación tiene enfoque cualitativo. El autor concluyó que los controles internos nunca debe minimizarse, ya que son un aspecto esencial de la gestión de riesgos, la salud financiera y el cumplimiento en las operaciones comerciales asimismo ayudan al propietario de una empresa (o a la persona o personas responsables) a monitorear las operaciones financieras con informes precisos y supervisión total.

Cordero & Valdéz (2019) en su tesis denominada “Control interno y prevención de fraude en ciclo transaccional de ingresos de Beauty Care Spa S.A”. Cuyo objetivo fue identificar esatretgias de prevención y detectar posibles fraudes corporativos. Contó con una población de 108 colaboradores y una muestra de 83 colaboradores encargados del efectivo de la empresa. La presente investigación tiene enfoque cuantitativo. El autor concluyó que si bien el riesgo es una parte inevitable de las operaciones de cualquier organización, los controles internos ayudan a mitigar ese riesgo cuando se trata de operaciones financieras, al mismo tiempo, los controles internos hacen que sea difícil (e idealmente casi imposible) que los empleados o directores defrauden a una empresa.

2.1.2. Antecedentes a nivel nacional

Flores & Olivera (2016) en su tesis denominada “Implementación de un sistema de control interno en los almacenes, para la gestión de existencias de la empresa Oz Salón Spa S.A.C- Surco, Periodo 2015”. Cuyo objetivo es determinar como la ausencia de control interno en la mercadería de almacenes inciden en las pérdidas de la empresa. Por

ser un estudio de caso posee con población. La presente investigación tiene enfoque cualitativo. El autor concluyó que la importancia de los controles internos no puede subestimarse, si bien el valor central para todas las empresas es minimizar el riesgo financiero de prácticas financieras y contables poco estrictas, los controles internos pueden evitar pérdidas catastróficas.

Cedano & Ramos (2021) en su tesis denominada “Modelo de inventario de periodo fijo para el control del stock en la empresa HKH & Crown S.A.C Salón & Spa – Trujillo”. Cuyo objetivo elaborar un modelo de inventario para controlar el stock en la empresa mencionada. Por ser un estudio de caso no posee población. La presente investigación tiene enfoque cualitativo. El autor concluyó que las actividades de control preventivo tienen como objetivo impedir que ocurran errores o fraudes en primer lugar e incluyen prácticas exhaustivas de documentación y autorización, los controles de detección son procedimientos de respaldo que están diseñados para capturar elementos o eventos que la primera línea de defensa no ha detectado.

2.1.3. Antecedentes a nivel regional

Gonzáles & Modesto (2017) en su tesis denominada “Sistema de control interno operativo y gestión de inventarios en la empresa Backstage Salón & Spa, Jesús María - 2016”. Cuyo objetivo demostrar que ejecutando un control interno operativo mejorará la gestión en los almacenes. Por ser un estudio de caso no posee población. La presente investigación tiene enfoque cualitativo. El autor concluyó que la separación de funciones, es parte clave del proceso de control interno preventivo, asegura que ningún individuo esté en condiciones de autorizar, registrar y custodiar una transacción financiera y el activo resultante.

Mendoza (2018) en su tesis denominada “Auditoría financiera en la utilidad neta de la empresa Montalvo spa peluquería S.A.C. en el distrito de San Miguel - 2017”. Cuyo objetivo fue evaluar si el control interno influye en utilidad neta de la mencionada empresa. Por ser un estudio de caso no posee población. La presente investigación tiene enfoque cualitativo. El autor concluyó que los buenos controles internos ayudan a las organizaciones a brindar valor a sus partes interesadas y lograr sus objetivos estratégicos mientras se alinean con las mejores prácticas, leyes y regulaciones de la industria para administrar los riesgos que enfrentan.

2.1.4. Antecedentes a nivel local

López (2018) en su tesis denominada “La gestión de calidad y el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas sector salones de bellezas y peluquerías en el centro del distrito de Sullana - 2018”. Cuyo objetivo fue determinar las características de la gestión de calidad de las mype del rubro salones de belleza y peluquerías. Por ser un estudio de caso no posee población. La presente investigación tiene enfoque cualitativo. El autor concluyó que los controles internos son fundamentales para lograr los objetivos operativos, estratégicos, de cumplimiento y de informes asimismo los controles internos implementados brindan una seguridad razonable de la mitigación de riesgos y el logro de los objetivos operativos.

Alipio (2018) en su tesis denominada “Control interno y su influencia en el área de ventas de la empresa Inversiones Humberto EIRL”. Cuyo objetivo fue describir la influencia del control interno en la gestión administrativa de la empresa en mención. Por ser un estudio de caso no posee población. La presente investigación tiene enfoque cualitativo. El autor concluyó que el propósito de evaluar implica identificar las debilidades dentro de su entorno para que puedan fortalecerse, además un entorno de

control que puede considerarse fuerte para una pequeña empresa emergente puede ser inadecuado para una empresa.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Teorías del control interno

Montoya (2006) indica que es un proceso diseñado para otorgar una seguridad idónea, asimismo es un proceso, más que un evento único, que forma parte de cada actividad emprendida por la empresa e inherente a la forma en que opera la administración, dentro de cada negocio o proceso son políticas y procedimientos que definen la declaración de gestión de requisitos relativos a los controles de la actividad, los procesos de control serán integrado en los procesos de negocio y continuamente revisado y adaptado para que no impidan la eficiencia del proceso comercial.

Barquero (2013) manifiesta que un sistema de controles internos proporciona una seguridad razonable, en lugar de una seguridad absoluta, en términos de la consecución de los objetivos de fondo, la seguridad razonable reconoce que no son limitaciones inherentes a todo sistema de control interno tales como errores humanos, errores de juicio e incertidumbres económicas y se enfoca en el logro de objetivos en las áreas de operaciones, reporte y cumplimiento.

Aguirre (2007) indica que los controles internos se utilizan para gestionar los riesgos y, como resultado, son fundamentales para la forma en que opera la empresa, se diseñan, implementan y adaptan continuamente a las necesidades de la empresa y sus procesos, en particular son una parte inseparable de las actividades diarias de una organización,

desde tecnología de la información y viajes hasta transacciones de contratación y procesamiento.

Los controles crean un entorno que ayuda a la gerencia a administrar eficientemente los recursos y lograr metas y objetivos operativos; los controles internos están diseñados para ayudar a los integrantes de la microempresa con el cumplimiento de sus responsabilidades y los controles están integrados dentro de los procesos de control interno, que consisten en directrices y procedimiento.

Cepeda (2007) manifiesta que los controles internos también incluyen las medidas que toma una empresa para garantizar que sus empleados cumplan con todas las leyes y reglamentos y no roben activos de la empresa, esto abarca los controles físicos como cerraduras de puertas, restricciones de área, cajas fuertes y equipos de vigilancia también son controles internos.

Fernández (2015) asevera que estas actividades son necesarias para mitigar los riesgos, por ello la implementación de los controles tendrá en cuenta que el diseño de cualquier control o proceso de control será adaptable a la estructura de la empresa y la naturaleza dinámica del entorno de riesgo en el que opera en la empresa.

2.2.2. C.O.S.O

García & Lara (2001) manifiestan que el marco COSO es un sistema utilizado para establecer controles internos que se integrarán en los procesos comerciales. En conjunto, estos controles brindan una seguridad idónea de que la empresa está operando de manera ética, transparente y de acuerdo con los estándares establecidos de la industria.

Hortiguela (2013) asevera que el COSO es un acrónimo de Comité de Organizaciones Patrocinadoras, asimismo el comité creó el marco en 1992, dirigido por el vicepresidente ejecutivo y consejero general, James Treadway, Jr. junto con varias organizaciones del sector privado.

El marco COSO se actualizó en 2013 para incluir el cubo COSO, un diagrama tridimensional que demuestra cómo se relacionan todos los elementos del control interno. En 2017, el comité presentó su marco de gestión de riesgos empresariales COSO. El marco COSO ERM tiene como objetivo ayudar a las organizaciones a comprender y priorizar los riesgos y crear un vínculo sólido entre el riesgo, la estrategia y el rendimiento de una empresa.

2.2.3. Componentes del Control Interno

Lazti (2014) manifiesta que los cinco componentes de COSO son ambiente de control, evaluación de riesgos, información y comunicación, supervisión y monitoreo y actividades de control existentes, a menudo se denominan con el acrónimo CRIME para aprovechar al máximo el cumplimiento de SOC 1.

Cada uno de los componentes se puede identificar con las siguientes preguntas:

- Ambiente de control: ¿Cómo ha implementado la administración las políticas y los procedimientos de una organización? ¿Qué tipo de tono ha establecido la gerencia en la organización para que todos sepan que se supone que deben asegurarse de que sus controles funcionen de manera efectiva y estén logrando los resultados que esperan?
- Evaluación de riesgos: ¿Cómo evalúa el riesgo su organización para identificar las cosas que amenazan el logro de sus objetivos?

- Información y comunicación: ¿Cómo comunica la administración a sus usuarios internos y externos lo que se espera de ellos? ¿Cómo te aseguras de recibir el reconocimiento de esas personas de que entienden lo que les estás pidiendo que hagan?
- Supervisión y Monitoreo: ¿Cómo supervisa la dirección el funcionamiento de toda la organización? ¿Cómo identifica cuando las cosas no funcionan correctamente y corrige esas deficiencias lo más rápido posible?
- Actividades de control existentes: ¿Cuáles son los controles que tiene actualmente? ¿Estuvieron en su lugar y operando de manera efectiva durante un período de tiempo?

2.2.4. Informe COSO

Mendívil (2016) indica que el informe COSO representa un hito en la evolución del control interno, las reacciones de la comunidad empresarial y de la profesión contable al informe COSO han sido positivas en los Estados Unidos, las disposiciones del informe COSO ayudan a las organizaciones a comprender y apreciar mejor el valor y la importancia del control; también amplían los elementos y componentes del mismo y proporcionan pautas para establecer criterios contra los cuales todas las entidades pueden evaluar la adecuación y eficacia de sus sistemas de control interno.

Nelson (2005) comenta que el informe COSO debería proporcionar una gran implicación para las funciones de auditoría interna de las organizaciones y tener un impacto positivo significativo en el mejor reconocimiento del papel proactivo de los auditores internos.

Pérez (2013) indica que el informe COSO ayuda a efectuar controles sobre actividades y procesos; asimismo mejora la comunicación que es la difusión de información

internamente para asegurar el logro de objetivos y cumplimiento de políticas y procedimientos.

2.2.5. Elementos principales del Control Interno

Portilla & Ríos (2012) manifiestan que los controles internos son sistemas y procesos diseñados para salvaguardar los activos de una organización. Además, los controles crean una base para informes financieros precisos, operaciones eficaces y cumplimiento de leyes y reglamentos.

Barquero (2013) indican que la base de los controles internos es el tono de su negocio a nivel de gestión y responsabilidad se encuentran bajo el paraguas del entorno de control.

Inga (2017) asevera que la evaluación de riesgos implica evaluar el flujo de su negocio y la exposición al riesgo, es decir una serie de riesgos están presentes para todas las organizaciones a diario, en ese sentido las actividades de control son las políticas y procedimientos de su negocio, asimismo las actividades incluyen revisiones de alto nivel y segregación de funciones.

Bahilo & Pérez (2017) indican que los elementos del control interno implican nuevos procedimientos y establecen una percepción de control para que el flujo de responsabilidades y transacciones se diversifique entre el personal, tanto como sea posible, este es el intercambio de información dentro de su negocio, en ese contexto las evaluaciones periódicas del sistema de control interno y los controles están adecuadamente diseñados y son efectivos pero este componente incluirá el seguimiento de la remediación de brechas de control o deficiencias identificadas en las evaluaciones de control.

Alvarado (2015) afirma que los objetivos de los elementos del control interno están dirigidos al monitoreo que es el proceso de evaluar el desempeño de su control interno, por ende, los directivos deben evaluar las actividades de gestión y supervisión, el presupuesto y todos los demás documentos financieros, es necesario que reclute miembros de la junta que sean independientes de la organización y que tengan la experiencia financiera para hacerlo.

2.2.5. Importancia del Control Interno

Balbín (2017) indica que existen los controles preventivos diseñados para evitar que ocurra una pérdida en primer lugar, por ejemplo, una empresa podría segregarse ciertas funciones e instalar protecciones físicas para los activos, idealmente estos controles están completamente integrados en un proceso, para que puedan aplicarse de forma continua, asimismo los controles preventivos se emplean más comúnmente cuando el riesgo percibido de pérdida es alto; el uso de los controles en estas situaciones reduce el riesgo de que ocurra una pérdida.

Campos (2017) manifiesta que los controles de detección están destinados a identificar problemas después de que hayan ocurrido, una vez que se han identificado estos problemas, los gerentes pueden tomar medidas para evitar el riesgo de que ocurran nuevamente, generalmente alterando el proceso subyacente.

Por ejemplo, un recuento de inventario físico puede detectar casos en los que las cantidades reales de inventario son inferiores a las registradas en los registros contables. O bien, se usa una conciliación bancaria para detectar retiros inexplicables de una cuenta de ahorros.

2.2.6. Control Interno para el Área de Ventas

Incluye procesos, métodos con la finalidad de lograr políticas establecidas en la empresa, para un buen control en el Área de Ventas, por lo que se debe tener en cuenta y priorizar el uso de Facturas, Notas de Crédito, Notas de Despacho, Recibos de Ingreso de Caja y Orden de Entrega o Guía de Despacho.

2.2.7. Objetivos del control interno en cuanto al área de ventas

- Custodiar para cumplir con las políticas establecidas.
- Cuidar los recursos atribuidos al área comercial.
- Asegurar que las políticas sean dadas a conocer a todos los colaboradores
- Reguardar los recursos de la empresa se utilicen de manera eficiente.
- Gestionar cultura de control.
- Evaluación del control interno para el área de ventas
- Mantener un ámbito de confianza y seguridad.
- Emplear los recursos de la empresa de manera prudente.
- Sostener de manera eficiente la contabilidad y documentación.
- Evadir disconformidades de interés.
- Asegurar el nivel de las autorizaciones y aprobaciones de manera adecuada

2.3. Ventas a Plazo

Referida a las ventas realizadas mediante el cobro de un inicial de las mismas, el restante queda pendiente en cuotas de manera mensual, quincenal o semanal.

2.3.1. Control Interno de las ventas a plazos

El encargado de la aprobación de un crédito, se asegura que las ventas a plazos o saldos serán concluidas satisfactoriamente, conlleva a la aplicación de diversos procesos del control interno como:

- Realiza variedad de análisis de capacidad económica, pagos y garantías, deudor, aval, prestados por el cliente.

- Se efectúa condiciones inherentes del sistema de ventas como del control interno, de esa manera asegurar y recuperar el crédito prestado con todos los documentos que facilita el deudor para garantizar el pago.

2.3.2. Gestión en las Ventas

Cruz (2016), lo definió como el que atrae al consumidor a realizar su compra, teniendo en cuenta las estrategias comerciales puestas en marcha, muchas veces se cree que compran productos cuando en la realidad compra servicios que satisface necesidades, por lo que es necesario el enfoque de las empresas en cuanto al marketing de servicios, las ventas es dirigida a diversos procesos de gestión, incluye el que todo el equipo de ventas se involucre en el mismo fin, teniendo un buen control dentro del área, para el logro de todos los objetivos planteados llevando un buen control ya que esto depende del éxito de la empresa.

2.3.3. Enfoque hacia el Cliente

Todas las empresas deben enfatizar el realizar relaciones a un amplio plazo, con el fin de que los consumidores regresen a realizar más compras, segmentando una relación duradera y continua con su cliente, de esa manera será un cliente leal y estable.

Varghese, Edward y George (2017), dan por cierto en cuanto a un colaborador que encuentra la satisfacción en sus labores, incide satisfactoriamente en el trato que les da a los clientes asimismo la capacitación que brinde la empresa para que el colaborador pueda llegar y orientar con mayor aceptación y que los clientes se sientan satisfechos al realizar su compra.

2.4. Preparación del Equipo

Wald (2017), concluyó que se debería controlar y evaluar al equipo de ventas, midiendo el desempeño de cada uno de ellos en el que deben priorizarse tres objetivos: Adquirir capacidades específicas, aprender técnicas innovadoras de ventas, contar con mejores actitudes en cuanto a dar el servicio al cliente.

2.5. Evaluación del desempeño.

Navarro (2012), aseguró que al evaluar y controlar el grupo de ventas, se debe creación de elementos y procesos para la medición del desempeño de la fuerza de ventas, si no resulta lo que se espera, se puede realizar el acoplamiento del programa de ventas, reconsiderar estrategias de mercadotecnia, al evaluar el desempeño del grupo de ventas, puede conllevar al éxito de comercio de una empresa y tener satisfechos a nuestros clientes.

2.6. Marco conceptual

2.6.1. Definición del control interno

Es un proceso diseñado para enfrentar los riesgos y para dar seguridad razonable y alcanzar los objetivos de la misma, es decir, es la gestión misma orientada a minimizar los riesgos.

2.6.2. Importancia del Control Interno

El Control Interno trae consigo una serie de beneficios para la entidad. Su implementación y fortalecimiento promueve la adopción de medidas que redundan en el logro de sus objetivos.

2.6.3. Área de Ventas

Es la fuerza motriz que impulsa las estrategias de una microempresa, siendo la responsable de marcar el ritmo de producción, evitando que la microempresa sufra problemas económicos.

2.6.4. Equipo de Ventas

Un buen control de personal de ventas es esencial para el incremento de las mismas y una mayor satisfacción del cliente, una buena administración en cuanto a un equipo de ventas se hace necesario cuatro actividades a mencionar:

- **Implantar objetivos:** plantean objetivos dirigidos a poder captar nuevos clientes y fidelizar a los que ya se tiene, los mismos objetivos que deberían ligarse a las habilidades de cada colaborador.
- **Medida de énfasis de ventas:** debe ser calculado de manera precisa que cantidad de colaboradores deberían establecerse en el área de ventas para la realización de tareas encomendadas por la empresa para evitar perjuicios, desmanes o pérdidas económicas.
- **Incorporar y Preparación de Personal de Ventas:** Es necesario contar con un buen equipo de trabajo, no en mayor cantidad si no lo necesario e idóneo para el área de ventas, preparados para el logro los objetivos propuestos de la empresa eso se llega a conseguir con una buena elección y capacitación de los colaboradores.
- **Retroacción de la fuerza de ventas:** Se hace necesario la comparación objetivos establecidos inicialmente, con todos lo que se logren en un periodo establecido.

2.6.5. El Impacto del Covid-19 para Enfatizar las Ventas Online

El Covid-19 ha conllevado a cambios inesperados en nuestra vida cotidiana en todo el mundo, asimismo la creación de nuevas oportunidades, mercados y enfoques en las ventas.

Al realizar estrategias al investigar se brinda información verídica a tiempo real, de cada necesidad del cliente lo que desean en su momento, lo que no consiguen en tiempo real y lo que consiguen en la competencia.

2.6.6. Experiencia Virtual

La tecnología inversiva, redes sociales son realizaciones ejemplares de como los consumidores reúnen posicionarse en el ámbito virtual.

Antes de la pandemia Covid-19 las personas en su mayoría realizaban compras en tienda, ahora con los implementos, sistemas y demás estrategias establecidas por las empresas donde ofrecen la venta de productos anexando sus catálogos de venta por internet, donde eliges tus productos y realizas el pago mediante tarjeta de crédito o débito, donde se decepciona los productos en tienda ya listos o también por delivery donde te agregan el cobro por el servicio, otras empresas utilizan las redes sociales donde se efectúa la venta y acuerdan la manera del pago, en la actualidad muchas personas eligen realizar sus compras de esta manera online y evitar contagios.

III. Hipótesis

Por ser una investigación de tipo descriptivo y estudio de caso, no formularé hipótesis, basándome en:

Galán (2009), manifiesta que es posible que no se formule una hipótesis explícitamente, pero la naturaleza de las herramientas estadísticas que utiliza para llegar a su interpretación implicará un conjunto de hipótesis y suposiciones bastante

rígidas, es decir que se debe ser consciente de esas hipótesis y también de esas suposiciones.

Martinez (2006), asevera que, si está en un proceso de investigación cualitativo que se basa en el razonamiento inductivo como método de su lógica, entonces no tiene ninguna hipótesis, sin embargo, puede tener una predicción o proposición, basada en sus perspectivas teóricas.

IV. Metodología

4.1. Diseño de la investigación

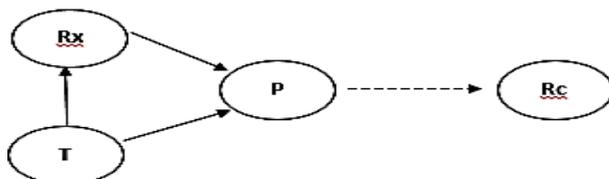
Martínez (2016) indica que según el tipo de investigación fue de tipo cualitativo, porque implicó la recopilación y analizó datos no numéricos.

Hernández, Fernández & Baptista, (2014) indicó que el diseño no experimental, no involucro un grupo de comparación, en ese sentido, los diseños no experimentales pueden incluir estudios previos y posteriores a la intervención sin grupo de control o de comparación, enfoques de estudio de casos y enfoques solo posteriores a la intervención, entre otros.

Tamayo y Tamayo (1997) indicaron que la característica clave de un diseño no experimental es la falta de un grupo de control. Si bien es probable que los estudios de evaluación no experimental produzcan hallazgos procesables con respecto a los resultados del programa, las mejores prácticas y la mejora del desempeño, no pueden

controlar los factores extraños que podrían influir en los resultados, como los factores contextuales de la comunidad o el sesgo de selección.

Diagrama simbólico



Donde:

Rx: Diagnóstico de la realidad

T: Aportes teóricos

P: Propuesta

Rc: Realidad cambiada

4.2. Población y muestra

4.2.1. Población

Para la presente investigación de la población se utilizó a la microempresa GLAMOUR SALON & SPA– PIURA, tomada de los registros de las y/o pequeñas empresas del sector seleccionado.

4.2.2. Muestra

Para la presente investigación de la muestra poblacional de este estudio fue por conveniencia, por lo tanto, la muestra involucrará al representante legal.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.

| VARIABLE | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | DIMENSIONES | INDICADORES | ESCALA DE MEDICIÓN |
|--------------------------------------|---|--|----------------------------|--|---------------------------|
| Control interno en el área de ventas | El control interno es un conjunto de normas, procedimientos y actividades para lograr la efectividad, eficiencia en las operaciones, así como la suficiencia y confiabilidad en la empresa. | se conoce como control interno al procedimiento realizado por la junta directiva y por los colaboradores | Ambiente de control | Estructura organizacional | Ordinal |
| | | | | Obligaciones y autorizaciones | |
| | | | | Infraestructura | |
| | | | | Administración de los recursos humanos | |
| | | | Evaluación del Riesgo | Identificar y analizar los riesgos | |
| | | | | Control de productos de belleza | |
| | | | Actividad de control | verificación de documentos | |
| | | | Información y comunicación | comunicación interna | |
| Supervisión y monitoreo | Actividades de prevención y monitoreo | | | | |
| Glamour Salón & Spa | | Datos de la empresa | Datos de la empresa | Reseña histórica | Entrevista |
| | | | | Misión | |
| | | | | Visión | |
| | | | | Estructura orgánica | |

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se utilizó la técnica de la entrevista a profundidad y como instrumento el cuestionario, aplicado al representante legal de la Microempresa Glamour Salón & Spa., para obtener la información sobre el control interno y procedimientos de la microempresa en mención.

En la presente investigación se utilizò preguntas cerradas, se implemento un cuestionario de 15 preguntas presentes en los anexos de este trabajo de investigación.

Lara & García (2010) corroboran que un cuestionario es un instrumento que consta de preguntas homogéneas con información valiosa y objetiva de una población.

4.5. Plan de análisis

- Para obtener los resultados del objetivo específico 1, se utilizó la técnica de la entrevista y como instrumento el cuestionario, en el cuál se entrevistó al representante legal de la Microempresa Glamour Salón & Spa– Piura, de modo que permitió obtener información para establecer las oportunidades del control interno en el área de ventas que mejoren las posibilidades de la Microempresa Glamour Salón & Spa– Piura.

- Para cumplir con el objetivo específico 2, se describió las oportunidades del control interno en el área de ventas que mejoren el orden de la microempresa Glamour Salón & Spa– Piura, 2022, a partir de los resultados producto de la aplicación de la entrevista.

- Para obtener los resultados del objetivo específico 3, se realizó la propuesta de mejora del control interno en el área de ventas con la finalidad de mejorar sus ingresos de la microempresa.

4.6. Matriz de consistencia

| Enunciado | Objetivos | | Variable en estudio | Metodología |
|---|---|---|---------------------|--|
| | General | Específicos | | |
| ¿Las oportunidades del control interno en el área de ventas mejoran las posibilidades de la microempresa Glamour Salón & Spa– Piura, 2022.? | Identificar las oportunidades del control interno en el área de ventas mejoren las posibilidades de la microempresa Glamour Salón & Spa– Piura, 2022. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Establecer las oportunidades del control interno en el área de ventas mejoren las posibilidades de la Microempresa Glamour Salón & Spa– Piura, 2022. 2. Describir las oportunidades del control interno en el área de ventas mejoren las posibilidades de la Microempresa Glamour Salón & Spa– Piura, 2022. 3. Explicar la propuesta de mejora del control interno en el área de ventas mejoren las posibilidades de la Microempresa Glamour Salón & Spa– Piura, 2022. | Control Interno | Tipo: cualitativo, nivel: descriptivo, diseño: no experimental Técnica: entrevista Instrumento: cuestionario |

4.7. Principios éticos

En todo momento, al elaborar la investigación se respetó:

- a) El consentimiento informado: Es un instrumento donde se le invita a personas con la finalidad de participar en alguna investigación a quienes se les entrevista haciéndole saber los lineamientos que crea la aprobación del mismo
- b) Respeto al anonimato y confidencialidad: El anonimato vendría a ser prescindir la identidad de las personas con quienes se trate y confidencialidad es acuerdo del investigador con el entrevistado acerca de cómo se tratará, dirigirá y difundirá la información.
- c) Respeto a la privacidad: Que, las personas entrevistadas no deben ser objeto de maltratos de su vida privada y de su familia

Sin embargo, tanto la naturaleza de la investigación se ha centrado en el cuidado, la prevención del daño y la protección de la dignidad de los involucrados.

V. Resultados

5.1 Respecto al objetivo específico 1.

Establecer las oportunidades del control interno en el área de ventas que mejoren las posibilidades de la Microempresa Glamour Salón & Spa– Piura, 2021.

Para poder establecer las oportunidades del control interno en el área de ventas, se hizo una entrevista al gerente de la empresa Glamour Salón & Spa– Piura, 2021. se aplicó la entrevista basada en un cuestionario previamente diseñado.

| Preguntas | RESPUESTA | | OBSERVACIONES |
|---|-----------|----|---|
| | SI | NO | |
| <i>Ambiente de control</i> | | | |
| 1. ¿Cuenta con un manual de organización y funciones? | X | | |
| 2. ¿Su local cuenta con el Libro de Reclamaciones | X | | |
| 3. ¿Su local cuenta con licencia de funcionamiento? | X | | |
| 4. ¿La empresa Cuenta con políticas de fidelización del cliente? | | X | Considero que debe haber para hacer frente a la competencia, fidelizar el cliente como empresa. |
| 5. ¿La empresa tiene establecido procedimientos en el área de ventas? | | X | |
| 6. ¿Su local cuenta con un área exclusiva para atender a los niños? | | X | |
| 7. ¿Cuenta con equipos modernos en su establecimiento? | X | | Para lograr la eficiencia de su trabajo |
| 8. ¿Su local cuenta con un área exclusiva de Sistema de Cómputo para el registro y control de sus ventas? | | X | |
| 9. ¿Capacita constantemente a su personal? | X | | |
| 10. Hoy en día vivimos una realidad que es la pandemia, ¿Sus trabajadores cuentan con las vacunas correspondientes? | X | | |
| 11. ¿Cumplen con los protocolos de bioseguridad? | X | | |
| 12. ¿El trabajo de su personal con las ocho horas diarias establecidas? | X | | |
| <i>Evaluación del riesgo</i> | | | |
| 13. ¿Ud. Hizo un préstamo para iniciar con su negocio? | X | | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 14. ¿El establecimiento cuenta con un sistema de Control Interno? | X | | Sin embargo, considero que falta mejorar. |
| 15. ¿Ud. Cree que el Control Interno es fundamental en un negocio? | X | | Es importante para realizar bien las actividades, se evite robos, fraudes asi como ordenar y llevar un control para mejorar las ventas. |
| 16. ¿Se tiene registrado los productos de belleza en algún archivo o físico? | | X | |
| 17. Usted cumple con entregar comprobantes de pago? | X | | Los comprobantes son Manuales. |
| 18. ¿La empresa tiene documentación donde se trace las actividades de ventas? | | X | |
| Actividad de control | | | |
| 19. ¿Se cumple el procedimiento de verificación de los comprobantes de pago emitidos? | X | | |
| Información y comunicación | | | |
| 20. ¿La información y comunicación es fluida? | X | | |
| Supervisión y Monitoreo | | | |
| 21. ¿Realiza supervisión a su personal? | X | | |
| 22. ¿Cuenta con cámaras de video vigilancia en su establecimiento? | | X | |

5.2. Respecto al objetivo específico 2: Describir las oportunidades del control interno en el área de ventas que mejoren las posibilidades de la microempresa Glamour Salón & Spa– Piura, 2021.

Tabla 4: Resultados oportunidades del Control Interno.

| Resultados y Oportunidad | Descripción de las Oportunidades |
|--|--|
| Control Interno Área de Ventas | Se establece que la Microempresa Glamour Salón & Spa– Piura, tiene oportunidades de mejoramiento del control interno en el área de ventas para que optimicen sus ingresos económicos. |
| Procedimientos, políticas y documentación de un proceso de ventas | La empresa no realiza un procedimiento de ventas, no cuenta con procesos, ni políticas donde se incluya las políticas de fidelización del cliente ni tiene la documentación necesaria para el cumplimiento del mismo. |
| Atención exclusiva para niños | Se establece que la empresa Glamour Salón & Spa– Piura, no cuenta con un área exclusivo para la atención de niños, con la cual obtendría mejores ingresos. |
| Implementar un sistema de cómputo para el registro de las ventas. | Establecen la oportunidad de la microempresa Glamour Salón & Spa– Piura de mejora de instalar un sistema de cómputo que ayude a llevar un registro de las cantidades de los productos de belleza, teniendo en cuenta el vencimiento de los productos para así determinar su nivel de movimiento de cada producto de belleza, asimismo entregaría Boletas y Facturas Electrónicas a sus clientes. |

| | |
|--|--|
| Cámaras de video vigilancia interna y externa | La Microempresa en sus instalaciones no cuenta con cámaras de video vigilancia interna y externa ni sistema de seguridad, que minimice los riesgos por robos y pérdidas. |
|--|--|

5.3. Respecto al Objetivo Específico 3

Explicar la propuesta de mejora del control interno en el área de ventas que mejoren las posibilidades de la Microempresa Glamour Salón & Spa– Piura, 2021.

Tabla 6: Resultados propuesta de mejora

| Propuestas de mejora | Explicación de la propuesta |
|---|---|
| Procedimientos, políticas y documentación de un proceso de ventas de servicios y productos de belleza | Se propone elaborar un manual de procedimientos sobre los servicios brindados y venta de productos, políticas así como diseñar la documentación necesaria para el cumplimiento del proceso de ventas. Dicha propuesta consiste en políticas de ventas, y políticas de fidelización del cliente, flujogramas de los procesos de venta. Documentación necesaria es: notas de pedido, notas de venta, facturación. |
| Implementar un área solo para la atención exclusiva de niños (as) | Consiste en ambientar un lugar para darles la atención especial de su edad con juegos educativos videos, sillas personalizadas, y con la atención de un personal capacitado. Para su publicidad, publicar o hacer mención que implementara un área adecuada para brindar el servicio hacia los más |

| | |
|---|--|
| | <p>pequeños de casa en este caso para los niños, y así los clientes puedan a llevar a sus hijos para que reciban los servicios, por ejemplo, corte de cabello, peinados entre otros.</p> <p>Así habrá más ventas las cuales beneficiará a la microempresa con más ingresos.</p> |
| <p>Implementar un sistema de computo para el registro de las ventas.</p> | <p>Consiste en un equipo de cómputo y un software para el control y registro de ventas y ambientar un lugar donde para establecer el área.</p> <p>Propuesta viable para un mejor desempeño y atención al cliente ya que se le podría brindar no solo boletas sino también facturas digitalizadas o electrónicas, llevando un mejor control de los egresos e ingresos a la Microempresa Glamour Salón & Spa– Piura.</p> |
| <p>Implementar cámaras de video vigilancia interna y externa del establecimiento.</p> | <p>La cámara de video vigilancia es una instalación de equipos, que se obtiene mediante un sistema de seguridad, que generan un circuito de imágenes, que solo puede ser visto por un grupo autorizado de personas en la empresa, para minimizar el riesgo por robos o perdidas, se propone su instalación en la parte interna y externa en lugares estratégicos</p> |

5.2 Análisis de los resultados

5.2.1 Respecto al objetivo específico 1

En ambiente de control:

La gerencia manifiesta que la micro empresa Glamour Salón & Spa– Piura, si cuenta con un manual de organización y funciones, la capacitación al personal es contante, local si cumple con libro de reclamaciones y licencia de funcionamiento.

Cuenta con equipos modernos para la realización eficiente de su trabajo,

Se preocupa por los más importante que es la salud de sus trabajadores en la pandemia del COVID, 19 y al mismo tiempo cumple con todos los protocolos para proteger a sus trabajadores y a sus clientes, minimizado así el riesgo de contagio. Sus colaboradores trabajan 8 horas diarios.

La gerencia da a conocer que las deficiencias son que no cuenta con políticas de fidelización y no tiene establecido los procedimientos de ventas y el local no cuenta con un área exclusiva para atender los niños. La gerencia considera que debe haber las políticas de fidelización para hacer frente a la competencia, establecer los procedimientos para que se cumpla con todas las actividades respecto a las ventas y de esta manera llevar un mejor control de la misma.

No cuenta con un Área con un sistema de cómputo donde para llevar el registro y control de los productos de belleza y las ventas

Evaluación de Riesgos

La gerencia considera que el control interno es fundamental para llevar a cabo las actividades con total normalidad y evitar riesgos ya sea por robo o fraudes y al mismo tiempo el control ayuda a optimizar las ventas.

Por lo que la microempresa a optado por tener un sistema de control interno, el cual señala que falta mejorar.

Hace entrega de comprobantes de pago, pero son manuales,

Como deficiencias se observa que no cuenta con documentación donde se registren las actividades de todo el proceso de ventas, no lleva un registro y control de los productos de belleza.

Actividad de control

La gerencia manifiesta que si verifica los comprobantes de pago para revisar si están emitidos como corresponde.

Información y comunicación.

La empresa brinda la información requerida y la comunicación es fluida.

Supervisión y monitoreo

La empresa si realiza actividades de supervisión a sus trabajadores, sin embargo, es necesario una cámara de video vigilancia que sirva no solo para personas deshonestas externas sino también internas.

Diagnostico general

Según el diagnostico de control interno se ha encontrada muchas fortalezas en el área del ambiente de control y los demás componentes sien embargo faltan establecer oportunidades importantes para el control interno como: la falta de procedimientos, políticas faltas de documentación, políticas de fidelización, no cuenta más área para atención a niños, falta de un sistema de cómputo para el registro y control de las ventas,

asi como la falta de un sistema de vigilancia para evitar robos o perdidas de bienes o productos

5.2.2 Respecto al objetivo específico 2

- **la Microempresa Glamour Salón & Spa– Piura no cuenta con el manual de procedimientos para la venta de servicios o productos de belleza, y políticas** donde incluya las políticas de fidelización del cliente. Asi como la documentación requerida en un proceso de ventas, el cual es necesario la realización de las operaciones de manera eficiente.
- **Se determina que la microempresa no cuenta con áreas establecidas para niños,** para que pueda mantener por separado área de niños y de adultos, a cada quien brindarle una atención exclusiva y el ambiente adecuado a cada área.
- **la Microempresa Glamour Salón & Spa– Piura, no cuenta con un sistema de cómputo;** que registre, controle las ventas, llevar un control de los productos de belleza y evitar productos vencidos, asi como la emisión de comprobantes de pago digitalizado o electrónicos para su contabilización. El no contar con un sistema digitalizado no te permite prospectar clientes para ventas futuras ventas o hacer seguimiento para la fidelización de los mismos.
- **La Microempresa Glamour Salón Spa- Piura no cuenta con cámaras de video vigilancia interna y externa,** el cual corre el riesgo de sufrir robos o pérdidas por personas externas, clientes o los mismos trabajadores. Es necesario que se coloquen en lugares estratégicos, esto ayudaría a trabajar con mayor confianza.

5.2.2 Respeto al objetivo específico 3

La propuesta de mejora del control interno en las ventas ofrece optimizar el control en dicha área que ayude al aumentar las ventas.

- La propuesta de mejora respecto al manual de procedimientos, políticas y documentación para en el proceso de ventas; consiste en políticas de ventas fidelización del cliente flujo de procesos de ventas, documentación como notas de pedido, notas de venta, facturación, se propone con la finalidad de llevar un mejor control en la ejecución y eficiencia de las actividades, de tal manera que la gerencia tenga mayor confiabilidad de las labores de sus trabajadores, evitando así acciones sorpresivas.
- La propuesta de implementar el área exclusiva para niños se basa en ambientar y brindar un servicio exclusivo para su edad, y darle a cada área tanto adultos como a niños la atención adecuada, como juegos educativos, videos y sillas de personales agradables para niños, con la debida atención de un personal capacitado.
- La propuesta de implementación de un sistema de computo para el control y registro de las ventas consiste el registro de todas las operaciones de ventas, emisión de comprobantes digitalizados y electrónicos, incluye al control de ingresos y salidas de dinero, dicha información va ayudar no solo a controlar las ventas, sino también saber quiénes son los clientes recurrentes para hacerles seguimiento y fidelizarlos.
- La propuesta de implementación de cámaras de videovigilancia, esta compuesta por equipos que generan un circuito de imágenes, se debe colocar en puntos donde alcance mayor amplitud panorámica así como en lugares específicos de mayor riesgo. Las imágenes van a ser visto por personal autorizado.

VI. Conclusiones

6.1.1 Respecto al objetivo específico 1

- Las deficiencias encontradas por el diagnóstico realizado a la empresa son oportunidades para mejorar el control interno en el área de ventas.
- Según el cuestionario realizado se observa que las fortalezas son de mucho beneficio para la empresa, y las deficiencias se deben implementar para potenciar y obtener un control interno eficiente en el área de ventas, de tal manera que sus resultados se vean en el incremento de sus ingresos.
- Hacer un diagnóstico y establecer las oportunidades es importante porque permite ver los errores o carencias de algún control que necesita mejorar o implementar la empresa en el área de ventas.

6.1.2 Respecto al objetivo específico 2

- Un manual de procedimientos y políticas, es fundamental ya que son las bases o estándares para llevar a cabo la ejecución de las actividades o labores de la empresa, de manera eficiente.
- La documentación sirve para tener plasmado las operaciones, y llevar un control de los mismos de manera física o digital
- los flujos de procesos de venta sirven para saber cómo llegar a realizar tus ventas que concierne desde la captación del cliente hasta la transacción final.
- Un área de atención exclusiva para niños es importante ya que los niños son un gran grupo de clientes en la empresa, y por su edad se debe tener un trato especial, separado de los adultos, es decir con un trato adecuado para cada área, generando de esta manera mayor perspectiva, con el fin de captar más clientes por lo tanto aumentarían los ingresos.

- El sistema de cómputo va servir para registrar y controlar las ventas, va permitir la emisión de los comprobantes de pago digitalizados y contabilizar las operaciones, con el fin de ordenar y saber la realidad de la empresa.
- Con el registro y control de la venta se va poder prospectar los clientes recurrentes y llegar hasta fidelizar los mismos.
- Con el sistema de vigilancia, vas a poder tener video cámaras de vigilancia que deben colocarse en lugares estratégicos, es importante para minimizar los riesgos de robo o pérdida, así trabajar con menor temor de ser atacado por personas externas o en todo caso saber si la empresa tenemos personas deshonestas.
- Se concluye que las oportunidades descritas son puntos necesarios implementar para mejorar el control interno en el área de ventas.

6.1.3 Respecto al objetivo específico 3

- Con la propuesta de mejorar se va ejecutar las actividades con total normalidad, con eficiencia y con mayor confiabilidad.
- El implementar un área exclusiva para niños es una estrategia para dedicarse a ese sector de menores ya que son un grupo importante el cual permitirá mayores ingresos y crecimiento económico de la empresa.
- El sistema de cómputo es parte necesaria en el control interno del área de ventas.
- Las cámaras de video vigilancia, mediante un sistema de vigilancia es preciso implementar para que la empresa se encuentre resguarda de personas deshonestas que pueden ser internas o externas.

Aspectos complementarios

Recomendaciones

- Se recomienda a la representante legal implementar un área exclusiva para niños.
- Contratar personal especializado para la atención adecuado a los niños.
- Implementación de un equipo de cómputo e instalación de cámaras de video vigilancia para el establecimiento para beneficio de la empresa, seguridad del personal, clientes de la microempresa.
- Implementación del Ambiente para el Área de Computo para un mejor control de las ventas e ingreso y salida de dinero.
- Brindar a sus trabajadores capacitaciones frecuentes para que ofrezcan servicios eficientes.

Referencias bibliográficas

Aguirre, O. (2007). Auditoría III. Madrid: Cultural.

Alama, L. (2016). IMPLEMENTACIÓN DEL CONTROL INTERNO EN LAS OPERACIONES DE TESORERÍA EN LA EMPRESA DE SERVICIOS SUYELU S.A.C. DEL DISTRITO CERCADO DE LIMA EN EL AÑO 2013. Lima: Universidad de Ciencias y Humanidades.

Albines, L. (2018). LOS MECANISMOS DE CONTROL INTERNO EN EL AREA DE TESORERÍA DE LAS MUNICIPALIDADES DISTRITALES EN EL PERÚ.CASO: MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE 26 DE OCTUBRE PIURA, 2017. Piura: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

Alvarado, M. (2015). Sistema Nacional de Tesorería. . Lima: Instituto Pacífico S.A.C.

Bahilo, M., & Perez, B. (2017). Gestion de la documentacion juridica y empresarial. Madrid: Paraninfo.

Balbín, L. (2017). Control Interno y su incidencia en el área de tesorería de las empresas mineras del distrito de Ate, año 2017. Lima: Universidad Cesar Vallejo.

- Barquero, M. (2013). Manual práctico de control interno. Barcelona: Bresca.*
- Bernal, C., & Sierra, H. (2017). Proceso administrativo para las organizaciones del siglo XXI. 2 ed. Cali: Pearson.*
- Campos, J. (2017). SUPERVISION DE CONTROL INTERNO EN LA OPERACIÓN DE TESORERIA EN LA EMPRESA ANDALYZ DISTRITO DE CHINCHA ALTA, 2016. Ica: Universidad Privada de Ica.*
- Cedano, A., & Ramos, C. (2021). Modelo de inventario de periodo fijo para el control del stock en la empresa HKH & Crewm S.A.C Salón & Spa – Trujillo. Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego.*
- Cepeda, G. (2007). Auditoría y Control Interno. México DF: McGran-Hill .*
- Cordero, K., & Valdéz, A. (2019). Control interno y prevención de fraude en ciclo transaccional de ingresos de Beauty Care Spa S.A. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.*
- Espinoza, O. (2013). Propuesta de un Sistema de Control Interno en la Area de Tesoreria, Cartera y Recursos Humanos de la Empresa Medicina Pregrado Cruzblanca S.A. Ecuador: Escuela Politecnica del Ejercito.*
- Fernández, Z. (2015). Manual para Formación del Auditor en Prevención de Riesgos Laborales. Madrid: Editorial Lex Nova S.A.*
- Flores, C., & Olivera, M. (2016). Implementación de un sistema de control interno en los almacenes, para la gestión de existencias de la empresa Oz Salón Spa S.A.C.; en el distrito de Surco Periodo-2015. Lima: Universidad Tecnológica del Perú.*
- Flores, J. (2013). Flujo de Caja, Estados Financieros Proyectados, Estados de Flujo de Efectivo Concordado con las Normas Internacionales de Información Financiera. Lima: Instituto Pacífico S.A.C.*
- Franco, Y., & Rengifo, M. (2020). Cartilla de orientación administrativa y contable para las peluquerías del barrio los samanes de la ciudad de Palmira. Nariño: Universidad Antonio Nariño.*

- Galan, M. (24 de 08 de 2009). *manuelgalan.blogspot.com*. Obtenido de *LAS HIPOTESIS EN LA INVESTIGACION*: <http://manuelgalan.blogspot.com/2009/08/las-hipotesis-en-la-investigacion.html>
- García, L., & Lara, P. (2001). *Diseño Estadístico de Experimentos. Análisis de la Varianza*. México DF.: Universitario.
- González, M., & Modesto, P. (2017). *Sistema de control interno operativo y gestión de inventarios en la empresa backstage Salon & Spa, Jesús María, 2016*. Lima: Universidad Peruana de las Américas.
- Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ta ed.). Lima.: Mc Graw - Hill.
- Hortiguera, M. (2013). *Análisis y Gestión de los Instrumentos de Cobro y pago*. Madrid: Paraninfo.
- Inga, K. (2017). *LOS MECANISMOS DE CONTROL INTERNO EN EL AREA DE TESORERÍA DE LOS HOSPITALES DEL PERÚ. CASO: AREA DE TESORERÍA DEL HOSPITAL DE LA AMISTAD PERÚ - COREA SANTA ROSA II – 2 PIURA, 2016*. Piura: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.
- Laztzi, S. (2014). *Contabilidad e inflación*. Buenos Aires.: Granica.
- Martínez, M. (2017). *Los mecanismos de control interno en el área de tesorería de las municipalidades del Perú*. Piura: Universidad Los Angeles de Chimbote.
- Martínez, P. (01 de 06 de 2006). *researchgate*. Obtenido de *El método de estudio de caso: Estrategia metodológica de la investigación científica*.: https://www.researchgate.net/publication/28195979_El_metodo_de_estudio_de_caso_Estrategia_metodologica_de_la_investigacion_cientifica
- Mendivil, V. (2016). *Elementos de Auditoría*. (7ª ed.). México DF.: Cengage.
- Montoya, W. (2006). *La Contabilidad como base del Control Interno en las Instituciones Financieras*. Lima: Universidad San Martín de Porres.
- Nelson, A. (2005). *Introducción al Sistema de Control Interno*. México DF: Océano.
- Pérez, C. (2013). *Tesorería y Funciones Elementales*. Lima: Esic Business & School.

- Portilla, U., & Rios, M. (2012). Implementación de Controles Internos en la Empresa SABIJOUX S.A. Guayaquil: Universidad Estatal del Milagro.*
- Ruiz, F. (28 de 05 de 2017). Su empleado le roba, ¿qué debería hacer para no acabar en un juicio? Diario Gestión, pág. 2.*
- Tamayo y Tamayo, M. (1997). El Proceso de la Investigación científica. . México DF: Limusa S.A.*
- Villalva, F., & Espinoza, M. (2018). PROPUESTA DE PROCEDIMIENTO PARA EL CONTROL INTERNO EN EL LIBRO DE INGRESOS Y EGRESOS DEL CENTRO ESTÉTICO Y COSMETÓLOGO ELIZABETH 2017. Guayaquil: Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.*
- Zarpan, A. (2013). Evaluación del Sistema de Control del área de Abastecimiento para Detectar Riesgos Operativos en la Municipalidad Distrital de Pomalca. Lima: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.*

Anexo 01: Instrumento de evaluación



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CUESTIONARIO

Recibamos el cordial saludo, y a la vez pedimos su apoyo para aplicar una entrevista, la misma que permitirá obtener información real para el trabajo de investigación denominado:

PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DEL CONTROL INTERNO EN EL ÁREA DE VENTAS: CASO DE LA MICROEMPRESA GLAMOUR SALÓN & SPA– PIURA, 2021.

Lea detenidamente, responda con veracidad y marque con “x” en el ()

Fecha de aplicación de entrevista: Abril del 2022

Entrevista realizada a gerente de la empresa

| Preguntas | RESPUESTA | | OBSERVACIONES |
|---|-----------|----|---------------|
| | SI | NO | |
| <i>Ambiente de control</i> | | | |
| 1. ¿Cuenta con un manual de organización y funciones? | | | |
| 2. ¿Su local cuenta con el Libro de Reclamaciones | | | |
| 3. ¿Su local cuenta con licencia de funcionamiento? | | | |
| 4. ¿La empresa Cuenta con políticas de fidelización | | | |

| | | | |
|---|--|--|--|
| del cliente? | | | |
| 5. ¿La empresa tiene establecido procedimientos en el área de ventas? | | | |
| 6. ¿Su local cuenta con un área exclusiva para atender a los niños? | | | |
| 7. ¿Cuenta con equipos modernos en su establecimiento? | | | |
| 8. ¿Su local cuenta con un área exclusiva de Sistema de Cómputo para el registro y control de sus ventas? | | | |
| 9. ¿Capacita constantemente a su personal? | | | |
| 10. Hoy en día vivimos una realidad que es la pandemia, ¿Sus trabajadores cuentan con las vacunas correspondientes? | | | |
| 11. ¿Cumplen con los protocolos de bioseguridad? | | | |
| 12. ¿El trabajo de su personal con las ocho horas diarias establecidas? | | | |
| <i>Evaluación del riesgo</i> | | | |
| 13. ¿Ud. Hizo un préstamo para iniciar con su negocio? | | | |
| 14. ¿El establecimiento cuenta con un sistema de Control Interno? | | | |
| 15. ¿Ud. Cree que el Control Interno es fundamental en un negocio? | | | |
| 16. ¿Se tiene registrado los productos de belleza en algún archivo o físico? | | | |
| 17. Usted cumple con entregar comprobantes de pago? | | | |
| 18. ¿La empresa tiene documentación donde se trace las actividades de ventas? | | | |
| <i>Actividad de control</i> | | | |
| 19. ¿Se cumple el procedimiento de verificación de los comprobantes de pago emitidos? | | | |

| | | | |
|--|--|--|--|
| Información y comunicación | | | |
| 20. ¿La información y comunicación es fluida? | | | |
| Supervisión y Monitoreo | | | |
| 21. ¿Realiza supervisión a su personal? | | | |
| 22. ¿Cuenta con cámaras de video vigilancia en su establecimiento? | | | |

¡MUCHAS GRACIAS POR SU APOYO!

Anexo 02: Consentimiento informado



CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENTREVISTAS

Estimado/a participante

Le pedimos su apoyo en la realización de una investigación en Ciencias Sociales, conducida por YARLEQUÉ CÓRDOVA JUDITH DEL ROCÍO., que es parte de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

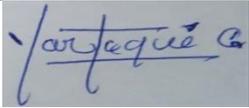
La investigación denominada: PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DEL CONTROL INTERNO EN EL ÁREA DE VENTAS: CASO DE LA MICROEMPRESA GLAMOUR SALÓN & SPA– PIURA, 2021

La entrevista durará aproximadamente 10 minutos y todo lo que usted diga será tratado de manera anónima.

- La información brindada será grabada (si fuera necesario) y utilizada para esta investigación.
- Su participación es totalmente voluntaria. Usted puede detener su participación en cualquier momento si se siente afectado; así como dejar de responder alguna interrogante que le incomode. Si tiene alguna pregunta sobre la investigación, puede hacerla en el momento que mejor le parezca.
- Si tiene alguna consulta sobre la investigación o quiere saber sobre los resultados obtenidos, puede comunicarse al siguiente correo electrónico:

judithyarlequecordova@gmail.com; o al número 966521676. Así como con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad, al correo electrónico.

Complete la siguiente información en caso desee participar:

| | |
|-------------------------|---|
| Nombre completo: | Jenifer del Carmen GARCIA HERRERA |
| Firma del participante: |  |
| Firma del investigador: |  |
| Fecha: | 29/11/21 |

Área exclusiva para niños

- Con juegos didácticos



- Sillas con juegos de niños y videos de entreteniendo.

