



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**LOS MECANISMOS DE CONTROL INTERNO
ADMINISTRATIVO DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIOS – RUBRO ORGANIZACIÓN DE EVENTOS
SOCIALES EN LA CIUDAD DE PIURA, Y SU IMPACTO
EN LOS RESULTADOS DE GESTIÓN DEL AÑO 2015.**

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

AUTORA

BACH. DIANA CAROLINA DELGADO CHINGA

ASESORA

MGTR. MARIA FANY MARTÍNEZ ORDINOLA

PIURA – PERÚ

2016

**LOS MECANISMOS DE CONTROL INTERNO
ADMINISTRATIVO DE LAS EMPRESAS DEL
SECTOR SERVICIOS – RUBRO ORGANIZACIÓN
DE EVENTOS SOCIALES EN LA CIUDAD DE
PIURA, Y SU IMPACTO EN LOS RESULTADOS
DE GESTIÓN DEL AÑO 2015.**

JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESOR

Mgr. Donald Savitzky Mendoza
Presidente

Mgr. Jannyna Reto Gómez
Secretaria

Dr. Víctor Manuel Landa Machero
Miembro

Mgr. María Fany Martínez Ordinola
Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la vida y la fortaleza necesaria y así poder cumplir cada una de las metas trazadas.

A la Mgtr. CPC. María Fany Martínez Ordinola, mi asesora de tesis, quien con su profesionalismo, experiencia y paciencia, logró encaminarme hacia la investigación y concluir con éxito mi Tesis.

DEDICATORIA

A mis padres, a mi abuelito Julio en el cielo, por haber sido mi apoyo moral, espiritual y económico para seguir adelante.

A Uladech Católica por la oportunidad de crecer y convertirme en una profesional al servicio de mi país.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general: Describir las principales características de los mecanismos de control interno administrativo de las empresas del sector servicios – rubro organización de eventos sociales en la ciudad de Piura, y su impacto en los resultados de gestión del año 2015. La investigación tiene como variable independiente el control interno administrativo y como variable dependiente los resultados de gestión. La población y muestra fueron calculadas en base a las empresas del sector en estudio ubicadas en la ciudad de Piura. La metodología fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental, transeccional, descriptivo. Aplicando la técnica de la revisión bibliográfica y documental, y como instrumento de recolección de información la entrevista, la observación directa y el cuestionario pre estructurado con preguntas relacionadas a la investigación, aplicado al propietario, gerente y/o representante legal de las empresas materia de investigación, obteniéndose como conclusión más importante: Que el 98% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación implementaron un control interno que contribuyó a evitar gastos innecesarios.

Palabras Clave: Control interno administrativo, resultados de gestión, eventos sociales.

ABSTRACT

The research was general objective: To describe the main characteristics of the administrative mechanisms of internal control of companies in the service sector - category social events in the city of Piura and their impact on management results 2015. Research has as an independent variable the Administrative Internal Control and as the dependent variable management results. The population and sample were calculated based on the companies in the sector under study located in the city of Piura. The methodology was descriptive, quantitative level, no experimental design, transactional descriptive. Applying the technique of the literature and document review, and as a tool for information gathering interview, direct observation and pre-structured questions related to the investigation questionnaire, applied to the owner, manager and / or legal representative of the subject companies research, obtaining as most important finding: that 98% of companies organizing social events implemented an internal control research that contributed to avoid unnecessary costs.

Keywords: Administrative internal control, management results, social events.

CONTENIDO

TITULO.....	ii
JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESOR.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	5
2.1 Antecedentes.....	5
2.1.1 Internacionales	5
2.1.2 Nacionales.....	9
2.1.3 Locales	11
2.2 Bases Teóricas.....	13
2.3 Marco Conceptual.....	35
III.- METODOLOGÍA.....	61
3.1 Diseño de la investigación	61
3.2 Población y muestra:.....	61
3.2.1 Población:	61
3.2.2 Muestra	62
3.3 Técnicas e instrumentos.....	62
3.3.1 Técnica.....	62
3.3.2 Instrumento:	62
3.4 Operacionalización de variables	63
3.5 Matriz de consistencia	64
3.6 Plan de análisis.....	65
3.7 Principios Éticos	65
IV. RESULTADOS	66
4.1 Resultados.....	66
4.1.1 Respecto al objetivo específico 1.....	66
4.1.2 Respecto al objetivo específico 2.....	70
4.1.3 Respecto al objetivo específico 3.....	75
4.1.4 Respecto al objetivo específico 4.....	89
4.2 Análisis de los Resultados.....	98
4.2.1 Respecto al Objetivo específico 1.....	98
4.2.2 Respecto al Objetivo específico 2.....	99
4.2.3 Respecto al Objetivo específico 3.....	101
4.2.4 Respecto al Objetivo específico 4.....	105
V. CONCLUSIONES.....	108
5.1 Conclusiones.....	108
5.1.1 Respecto al Objetivo específico 1.....	108
5.1.3 Respecto al Objetivo específico 3.....	109
5.1.4 Respecto al Objetivo específico 4.....	110

VI. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	111
6.1 Referencias bibliográficas.....	111
Anexo 1.....	115
Anexo 2.....	123
Anexo 3.....	128

ÍNDICE DE TABLAS

4.1.1 Respecto al objetivo específico 1.....	66
Tabla 1 Edad de los propietarios y/ o representantes legales.....	66
Tabla 2 Sexo de los propietarios y/ o representantes legales.....	67
Tabla 3 Grado de instrucción de los propietarios y/ o representantes legales ...	68
Tabla 4 Años de experiencia en la actividad de los propietarios y/o representantes legales	69
4.1.2 Respecto al objetivo específico 2.....	70
Tabla 5 Años de constitución de las empresas	70
Tabla 6 Número de trabajadores que laboran en las empresas	71
Tabla 7 Objetivos de los propietarios de las empresas	72
Tabla 8 Llevado de contabilidad en las empresas.....	73
Tabla 9 Asesoramiento profesional en las empresas.....	74
4.1.3 Respecto al objetivo específico 3.....	75
Tabla 10 Conocimiento del control interno	75
Tabla 11 Implementación de acciones de control interno.....	76
Tabla 12 Implementación de acciones para control de pagos al personal	77
Tabla 13 Manual para el proceso administrativo y contable en las empresas ..	78
Tabla 14 Integridad y valores en el cumplimiento de los contratos.....	79
Tabla 15 Existe un código de ética en las empresas	80
Tabla 16 La empresa se ha planteado la “Misión” y “Visión”	81
Tabla 17 Estrategias para el logro de los objetivos operativos.....	82
Tabla 18 Verificación de cumplimiento de procedimientos y/o estrategias.....	83
Tabla 19 La organización de su empresas es adecuada para sus actividades ...	84
Tabla 20 Existe una adecuada organización en el área administrativa	85
Tabla 21 Existen mecanismos formales para revisión y actualización de los procedimientos en función a los riesgos existentes	86
Tabla 22 Existe una adecuada supervisión y monitoreo de las operaciones.....	87
Tabla 23 Existen procedimientos operativos y están incluidos en un manual...	88
4.1.4 Respecto al objetivo específico 4.....	89
Tabla 24 La adecuada implementación de los procedimientos de control interno influyeron en la liquidez de la empresa	89
Tabla 25 La implementación de control interno influyó en los estados financieros de las empresas	90
Tabla 26 La supervisión de las cuentas por cobrar en las empresas	91
Tabla 27 El control interno adecuado contribuyó a evitar gastos innecesarios ..	92
Tabla 28 Sus trabajadores se encuentran informados de la importancia de contar con un sistema de control interno en las empresas	93
Tabla 29 La implementación de un sistema de control interno benefició la gestión administrativa de la empresa	94
Tabla 30 El control interno adecuado contribuyó al logro de las metas y objetivos de las empresas	95
Tabla 31 La información que brindo el control interno contribuyó con la toma de decisiones de la gestión administrativa.....	96
Tabla 32 Considera que es imprescindible contar con personal de confianza...	97

ÍNDICE DE GRÁFICOS

4.1.1 Respecto al objetivo específico 1.....	66
Gráfico 1 Edad de los propietarios y/ o representantes legales	66
Gráfico 2 Sexo de los propietarios y/ o representantes legales.....	67
Gráfico 3 Grado de instrucción de los propietarios y/o representantes legales...	68
Gráfico 4 Años de experiencia en la actividad de los propietarios y/o representantes legales	69
4.1.2 Respecto al objetivo específico 2.....	70
Gráfico 5 Años de constitución de las empresas.....	70
Gráfico 6 Número de trabajadores que laboran en las empresas	71
Gráfico 7 Objetivos de los propietarios de las empresas	72
Gráfico 8 Llevado de contabilidad en las empresas	73
Gráfico 9 Asesoramiento profesional en las empresas	74
4.1.3 Respecto al objetivo específico 3.....	75
Gráfico 10 Conocimiento del control interno	75
Gráfico 11 Implementación de acciones de control interno	76
Gráfico 12 Implementación de acciones para control de pagos al personal	77
Gráfico 13 Manual para el proceso administrativo y contable en las empresas	78
Gráfico 14 Integridad y valores en el cumplimiento de los contratos	79
Gráfico 15 Existe un código de ética en las empresas	80
Gráfico 16 La empresa se ha planteado la “Misión” y “Visión”	81
Gráfico 17 Estrategias para el logro de los objetivos operativos.....	82
Gráfico 18 Verificación de cumplimiento de procedimientos y/o estrategias ...	83
Gráfico 19 La organización de su empresas es adecuada para sus actividades .	84
Gráfico 20 Existe una adecuada organización en el área administrativa.....	85
Gráfico 21 Existen mecanismos formales para revisión y actualización de los procedimientos en función a los riesgos existentes	86
Gráfico 22 Existe una adecuada supervisión y monitoreo de las operaciones ..	87
Gráfico 23 Existen procedimientos operativos y están incluidos en un manual	88
4.1.4 Respecto al objetivo específico 4.....	89
Gráfico 24 La adecuada implementación de los procedimientos de control interno influyeron en la liquidez de la empresa	89
Gráfico 25 La implementación de control interno influyó en los estados financieros de las empresas	90
Gráfico 26 La supervisión de las cuentas por cobrar en las empresas.....	91
Gráfico 27 El control interno adecuado contribuyó a evitar gastos innecesarios	92
Gráfico 28 Sus trabajadores se encuentran informados de la importancia de contar con un sistema de control interno en las empresas	93
Gráfico 29 La implementación de un sistema de control interno benefició la gestión administrativa de la empresa	94
Gráfico 30 El control interno adecuado contribuyó al logro de las metas y objetivos de las empresas.....	95
Gráfico 31 La información que brindo el control interno contribuyó con la toma de decisiones de la gestión administrativa.....	96
Gráfico 32 Considera que es imprescindible contar con personal de confianza	97

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, los eventos han adquirido una relevancia de tal envergadura que no se la puede comparar con la de ninguna otra época. Es una industria que, con el transcurso del tiempo, ha ido creciendo cada vez más, y se ha ido afianzando. De hecho, estamos hablando de “industria de los eventos”, algo impensable unos años atrás. Definitivamente estamos en la era de la organización global en donde no existen lugares físicos imposibles, no existen los límites tecnológicos, los eventos son socialmente más responsables, solidarios y ecológicos buscando el equilibrio entre el cumplimiento de los objetivos con la mejor rentabilidad, satisfaciendo así al cliente.

Un evento es un acto de comunicación que se celebra “en vivo y en directo” y aquí es donde precisamente, radica su principal complejidad: identificar cuáles son los principales problemas que se suelen plantear durante la organización y ejecución de un evento y sus correspondientes soluciones. **(Mouris, J. 2008).**

Uno de los principales problemas de las empresas organizadoras de eventos sociales es “la competencia” representada por los que brindan servicio de eventos de manera informal. Seguido de los gustos y preferencias de los usuarios y los clientes, la exigencia del mercado en cuanto a las telas y materiales para la ejecución de los eventos al gusto de los clientes, la buena atención y buen servicio que es el objetivo principal de las empresas organizadoras de eventos, conseguir la ausencia de problemas, tanto en la planificación como a lo largo de la ejecución del evento.

“Es evidente que cuanto mejor sea la labor de estudio y organización, menor es la posibilidad de que se presenten problemas. A pesar de que este trabajo esté bien hecho, es inevitable encontrarse con algunos inconvenientes, en la mayoría de los casos, derivados de otros tantos imprevistos”. **(Osuna, C. 2011).**

Una de las principales desventajas de la organización de eventos es el exceso de competencia: “El problema es más grave si sólo dedicas a actos para empresas, porque éste es un mercado más consolidado, con muchas empresas especializadas, y en el que las antiguas agencias de imagen, comunicación y publicidad están diversificando para ofrecer un servicio integral a sus clientes. Por el contrario, las

personas físicas ofrecen todavía muchas posibilidades pues representan un mercado poco desarrollado en España”. (De la Pisa 2009).

Según Vázquez (2010). “Actualmente en Colombia, la cantidad de personas que asisten a diversos eventos es bastante considerable, razón por la cual es ineludible la necesidad de buscar una serie de elementos para facilitar y estimular el incremento de la asistencia a cada uno de estos espectáculos. En vista de la carencia de empresas de “logística y organización de eventos” en el eje cafetero surgió la oportunidad de negocio, ya que es un factor importante para las empresas de hoy, ganar competitividad por medio de una buena organización, servicio y atención al cliente”. Es muy importante revisar el número de invitados, todas las veces que sea necesario, y además buscar ayuda de alguien cercano para que lleve la cuenta de quienes van llegando y te mantenga informado en todo momento para que así sea mucho más fácil añadir cantidades en algunos de los platos o salsas y de esa manera disimular el problema. (Valdizán s.f.).

Por lo anteriormente expuesto la investigación se formula a través del siguiente **Enunciado:** ¿Cuáles son las principales características de los mecanismos de control interno administrativo de las empresas del sector servicios – rubro organización de eventos sociales en la ciudad de Piura, y su impacto en los resultados de gestión del año 2015?

Objetivo general: Determinar y describir las principales características de los mecanismos de control interno administrativo de las empresas del sector servicios – rubro organización de eventos sociales en la ciudad de Piura, y su impacto en los resultados de gestión del año 2015.

Objetivos específicos:

1. Describir las principales características de los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.
2. Describir las principales características de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.

3. Describir las principales características de los mecanismos de control interno administrativo de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.

4. Describir el impacto en los resultados de gestión de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.

Finalmente la investigación se justifica:

Desde el punto de vista social:

La organización de eventos sociales es un dominio absolutamente necesario en la sociedad con el fin de reunir a la gente y permitir reencuentros donde a menudo, nuevos proyectos y nuevas relaciones toman nacimiento, brinda la oportunidad a las empresas y familias de llevar a cabo sus actividades planeadas, contando con una empresa encargada de la logística y organización de los eventos, que sea confiable y garantice el logro de los objetivos propuestos.

Lo que cuenta bien es el hecho de poder reunir la mayor cantidad de personas y lograr cubrir y superar sus expectativas en la organización del evento. **(Barrero & Vásquez 2010).**

Desde el punto de vista económico:

Los eventos sociales son un indicador más que permite conocer el grado de multiplicación que un determinado capital tiene una vez es introducido en el mercado. Sin duda, el cálculo del impacto económico de las empresas organizadoras de eventos sociales debería ser una de las herramientas habituales que el país considere como estudio a favor de la economía.

Conocer el impacto económico de un evento social no es complicado y se puede acceder a él desde diferentes métodos, en función del grado de fiabilidad que deseamos obtener.

Se puede establecer un conocimiento gradual, utilizando métodos cada vez más sofisticados aunque, eso sí, cada vez más costosos. Sin duda, una vez iniciado el

proceso ya no será una carga gastar un poco más del presupuesto en conocer mejor el impacto económico. De manera muy resumida, el impacto económico de un evento cultural se calcula a partir la suma de tres operadores básicos. El primero, el efecto directo, se refiere a la suma que la organización del evento gasta o invierte en una zona determinada del territorio sobre la que calcularemos el impacto. La organización de eventos social proporciona el impacto económico sobre la producción. A partir de este dato también se pueden calcular el número de puestos de trabajo que se generan y el valor añadido bruto en el área de referencia. (**González 2012**).

Desde el punto de vista académico: La investigación permitirá a los estudiantes obtener una base de datos y se constituye como un antecedente para desarrollar trabajos de investigación relacionados al control interno administrativo de las empresas organizadoras de eventos sociales en la ciudad de Piura, así como fuente de consulta para público en general.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes.

2.1.1 Internacionales

En esta investigación se entiende por antecedentes internacionales, a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en cualquier parte del mundo, menos Perú; que hayan utilizado las mismas variables y unidades de análisis de esta investigación.

Rivas (2012). En su tesis: “*Creación de una empresa organizadora de evento en la ciudad de Guayaquil*”. Concluyó que al estar firmados los contratos con los proveedores el área de compras informará al área de coordinación y control de eventos, enviado la información de los servicios o productos contratados con su respectivo proveedor, para que supervise el proceso de entrega de lo contratado, y a su vez recibirá por parte del asesor de ventas la información correspondiente a los detalles del evento, de aquí en adelante será el coordinador del evento el contacto con el cliente, ya que será el encargado de controlar que el montaje, la ambientación, la decoración, las bebidas, meseros, invitaciones, traslado de invitados, modelos animadores estén en el momento preciso y tendrá que cumplir con el cronograma del evento establecido por el cliente. El tiempo estimado para contar con los servicios y productos por parte de los proveedores dependerá de la fecha fijada para el evento por el cliente.

En caso de que los proveedores no cumplan con los contratos, se resolverá legalmente. El coordinador del evento puede hacer uso de otros proveedores para que la empresa no quede mal. Por lo que en conjunto con el asistente de compras procederá a contratar a un proveedor que ofrezca similares características. Cualquier inconveniente durante el evento, el encargado de solucionarlo será el coordinador del evento, en caso de ser necesario o que requiera la magnitud del evento se contará con personal de apoyo. El asesor de ventas-diseño inspeccionará antes y durante el evento para corroborar que no se haya omitido ningún detalle, para así mejorar la calidad del servicio prestado. Después de concluido el evento, el coordinador del evento llevará

a cabo de inmediato, una serie de trabajos que permitirán dar por terminado definitivamente el acontecimiento. Entre las cuales tenemos:

- Controlar el estado de los equipos en alquiler antes de su devolución, igualmente las instalaciones donde se realizó el evento.
- Recoger los objetos perdidos que puedan ser reclamados.
- Enviar cartas de agradecimiento a invitados especiales, oradores que participaron en el evento.
- Editar informe final.

Dos días después de haber concluido el evento, el asesor de ventas-diseño será el encargado de medir el grado de satisfacción del cliente por el servicio recibido, mediante una entrevista personal.

Querido Cevallos & Adalipza Ortiz (2011). En su proyecto de: *“Factibilidad para la creación de una empresa de servicios de convenciones y eventos sociales “Greetings” en la ciudad de nueva Loja”*. Concluyó que con la dotación de todos los requerimientos de muebles y enseres, materiales y recursos humanos, así como de una adecuada organización de trabajo la nueva empresa tendrá una capacidad instalada de 384 eventos al año. Iniciando sus operaciones con el 80% de la misma hasta lograr posicionarse en el mercado y utilizar el 100% de su capacidad.

Para el adecuado funcionamiento de la empresa se requiere contratar a 11 personas, de las cuales tres, serán encargados de la parte administrativa de la empresa y 8 se encargarán de la parte operativa, es decir serán quienes ejecutarán los eventos y convenciones que el cliente requiera.

Oyuela Moreno (2010). En su proyecto: *“Creación de una empresa de servicios en la ciudad de Bogotá d.c., dedicada a la logística y organización de eventos y celebraciones sociales, tomando como locación principal el lugar de residencia de los clientes”*. Concluyó que en el plan estratégico y organizacional se definieron los lineamientos estratégicos, teniendo en cuenta a dónde quiere llegar la empresa en un

tiempo determinado diseñando los objetivos para especificar lo que pretende conseguir la empresa y cómo va a lograrlo.

A partir del análisis técnico, se definieron los procesos necesarios y diagramas con todas las actividades que realiza FF&C en su operación con el fin de mantener un estándar y un mayor control sobre los procesos, además de determinar los tiempos estimados para cada actividad. Luego se realizó el análisis financiero, realizando una proyección de ventas e ingresos y desglosando cada uno de los gastos en los que incurrirá la empresa en los primeros cinco años de operación, para realizar los estados financieros y analizar la rentabilidad del negocio, obteniendo así un VPN favorable para la realización del proyecto y justificando la realización del mismo.

García y Estévez (2013). En su trabajo de grado: *“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de organización de eventos sociales ciudad de Ibarra”* manifiesta que según Bravo, Valdivieso & Mercedes (2007). “La función de control consiste en la medición y corrección del rendimiento de los componentes de la empresa, con el fin de asegurar que se alcancen los objetivos y los planes ideados para su logro.”

Es la función de medir y corregir el desempeño individual y organizacional para garantizar que los hechos se apeguen a los planes, implica la medición del desempeño basándose en metas y planes.

Así mismo, expresa que: “La planeación es la función administrativa que define objetivos y decide sobre los recursos y las tareas necesarias para alcanzarlos adecuadamente.”

La Planificación constituye hacer planes, no es más que un caso especial de toma de decisiones con una fuerte orientación hacia el futuro. Se considera que la planeación es una función administrativa general básica, ya que establece el marco y el rumbo de las funciones de organización, dirección y control.

Manifiesta que “la organización es la función administrativa relacionada con la asignación de tareas, la distribución de tareas a los equipos o departamentos y la asignación de los recursos necesarios a los equipos o los departamentos”.

Toda organización debe funcionar como un sistema integrado y cohesionado en que las partes se interrelacionan estrechamente para actuar como una totalidad que alcance determinado objetivo con éxito.

“La integración comprende el establecimiento de una estructura formalizada, permanente y la asignación de roles para las personas que integran la empresa. Su propósito es reunir armónicamente los recursos institucionales”.

El elemento administrativo de integración se ocupa de dotar de personal a la estructura de la organización a través de un adecuado y efectivo reclutamiento, selección, inducción, contratación y desarrollo de las personas.

“Es impulsar, coordinar y vigilar las acciones de cada miembro y grupo de un organismo social, con el fin de que el conjunto de todas ellas se realice del modo más eficaz”. La dirección es la manera de alcanzar los objetivos a través de la actividad de las personas y a la aplicación de los recursos que componen la organización. Dirigir significa interpretar los planes para las personas y dar las instrucciones y la orientación sobre como ejecutarlos y garantizar la consecución de los objetivos.

Robbins (2010). En *“La administración es el proceso de alcanzar metas trabajando con y por medio de la gente y de otros recursos de la organización.”* La administración es esencial en toda actividad organizada y en todos los niveles jerárquicos de un organismo social. Es una actividad que no solamente la desempeña un gerente de una empresa sino también el supervisor de un taller, es decir que la administración se desarrolla en cualquier actividad por pequeña que sea.

También es el proceso de lograr que las cosas se realicen por medio de la planeación, organización, delegación de funciones, integración de personal, dirección y control de otras personas, creando y manteniendo un ambiente en el cual la persona se pueda desempeñar entusiastamente en conjunto con otras, sacando a relucir su potencial.

“La administración brinda el éxito a cualquier organismo social ya que estos dependen directa o indirectamente de esta, porque necesitan administrar debidamente los recursos humanos y materiales que poseen.

Una adecuada administración hace que se mejore el nivel de productividad. La administración se mantiene al frente de las condiciones cambiantes del medio, ante esta situación proporciona previsión y creatividad. Indudablemente su gran emblema es el mejoramiento constante.”

Toda organización necesita mantener un enfoque claro de su razón de ser, de sus límites y de los recursos que posee, esto es posible gracias a la aplicación de la administración, la cual debe ser lo más moderna posible, que contenga técnicas y estrategias de acción favorables, con principios, políticas y normas que permitan establecer y aplicar procedimientos específicos para cada área que conforma la empresa.

2.1.2 Nacionales

En esta investigación se entiende por antecedentes nacionales, a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en cualquier parte del Perú, menos en la ciudad de Piura; que hayan utilizado las mismas variables y unidades de análisis de esta investigación.

Quispe (2015). En su tesis: *“La calidad del servicio de catering, en el sector Social, de la ciudad de Chiclayo, 2014”* .Concluyó que la calidad de los servicios, de las seis empresas de catering mencionadas, es regular, debido a la falta de conocimiento acerca del servicio; es por ello que no se sabe lo que el cliente espera por el desconocimiento del mercado al que se dirigen. La situación de las empresas de catering de la ciudad de Chiclayo, durante el año 2014, son pocas las empresas que se conocen, y no están al nivel de lo que exigen los clientes encuestados.

Las empresas de catering no capacitan a su personal, porque son contratados eventualmente, y los colaboradores realizan sus tareas de acuerdo a lo que ellos creen conveniente.

Las ventajas del servicio de catering, consiste en que es un negocio que no necesariamente puede disponer de un local, sino que se puede realizar en un hogar o la casa del mismo dueño del servicio de catering, es por ello que no requiere de una alta inversión, siendo las desventajas que se presentan en este caso, que no llegan a

tiempo con los pedidos, generando un problema de coordinación con los proveedores, y quedando mal con los clientes que contratan el servicio de catering. Los problemas que se presentan en este tipo de negocio, es la impuntualidad, también el problema que el personal no está capacitado, y no sabe brindar respuestas adecuadas a los comensales.

Álvarez Seijas & Rivasplata Tepo (2014). En su proyecto de inversión: *“Di Bar” Centro de asesoría empresarial y catering de bebidas.* Concluyó que después de haber definido la relación de cócteles a servir; se procede a hacer al lista de compra. Conjuntamente con una lista del almacén previamente actualizada se procede a revisar las existencias para evitar comprar productos que tengamos. Separamos los insumos en las categorías: insumos perecibles, licores y abarrotes. Los licores y abarrotes se adquieren hasta 4 días antes del evento, mientras que la fruta se adquiere hasta 1 día antes del evento para poder hacer la producción. Proceso de preparación de herramientas: Con la lista de cócteles definida, se procede a ordenar en cajas de madera las herramientas que los bartenders van a necesitar en el evento como barkeepers, bar organizers, licuadoras, cucharillas, cuchillos, etc. Cada vez que se guarda algo en la caja de herramientas se apunta en una hoja de inventariado de salida de almacén, la misma que tiene que ser chequeada a la hora de terminar el evento para verificar que no haya ningún olvido, y que debe ser verificada nuevamente cuando las cosas son ingresadas a almacén nuevamente. Descripción del proceso de preparación de cócteles:

Los cócteles son preparados en el área de cocina. Se llena la lista de requerimiento de insumos para ser sacados de almacén. Los insumos son colocados en orden en las mesas de trabajo de la cocina, las latas son abiertas y los jugos destapados. Después se procede a combinar los insumos según sea necesario.

Los desechos son separados para poder reciclarlos. Mientras que se preparan los pre-mixes se hacen las decoraciones para los cócteles y se envasan. Finalmente se congelan hasta que son llevados al evento.

Procedimientos en el evento: Siempre nos presentamos una hora antes de que empiece el evento para preparar todo. Si existen aperitivos o “welcome drinks” se sirven a la llegada de los invitados por ende tienen que estar listos en primer lugar cuando llegamos; de lo contrario empezamos a servir los cócteles después de la cena.

Al día siguiente las herramientas e insumos sobrantes se devuelven a almacén siendo estos debidamente registrados. La cristalería es lavada y contabilizada por motivos de control. Fin del evento: Nuestros servicios culminan cuando se terminan los cócteles. Ahí es cuando todas las herramientas e insumos que quedaron, son guardados en las cajas respectivas y llevadas nuevamente al local principal.

2.1.3 Locales

En esta investigación se entiende por antecedentes locales, a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en la región y ciudad de Piura; que hayan utilizado las mismas variables y unidades de análisis de esta investigación.

Pomarino Ángeles (2013). En su tesis: Plan de negocio “*Para el lanzamiento de una empresa de organización de eventos corporativos*” .Concluyó que el desarrollo de esta investigación ha permitido cumplir con los objetivos trazados y además, realizar el planeamiento necesario para definir estrategias y controles para la nueva empresa de organización de eventos corporativos, las principales conclusiones son:

- **Análisis Situacional.** La oferta de servicios de organización integral y/o parcial de eventos corporativos está diversificada. Hay alrededor de 113 competidores especializados que publicitan en la guía de eventos anual que llega a más de 6,000 ejecutivos encargados de eventos, de los cuales se analizó a las 11 que tienen la cartera de clientes más grandes. Por lo tanto, se conoce que su diferenciación se basa en el grado de conceptualización, la creatividad, el uso de tecnologías y el servicio. Otra fuente relevante de información fueron las entrevistas a 5 ejecutivos de eventos de prestigiosas empresas, que representan al cliente potencial. Estos expusieron que el profesionalismo, la calidad, la creatividad, la puntualidad y compromiso son muy

importantes para ser fidelizados. Asimismo es fundamental el impacto que tenga el evento en el público objetivo que se refleja en indicadores positivos.

- Propuesta de valor. El mercado de los eventos corporativos en el Perú está en crecimiento, lo que hace percibir muchas oportunidades de negocio. Sin embargo, el gran grado de informalidad de empresas competidoras, es un riesgo que debe contrarrestarse con la calidad de servicio ofrecida a los clientes. Un proveedor de eventos corporativos no debe trabajar al igual que un proveedor de eventos sociales. Este debe contar como herramientas de planificación más especializadas debido a la responsabilidad que tiene con el cumplimiento de objetivos económicos y de gestión como aumentar ingresos, reducir tiempos en procesos, mejor rendimiento de los empleados, mejorar el clima laboral, etc. Ya que la empresa invierte dinero y tiempo en la realización de un evento. Hay cosas que no se pueden tolerar como la impuntualidad, incumplimiento de tareas de un cronograma y desajustes de último momento que afectan la imagen de la empresa (el cliente). En otros países, el rubro de los eventos está muy desarrollado y se están aplicando herramientas tecnológicas. Las cuales representan una oportunidad para ofrecer un servicio más eficiente y eficaz.

- Imprevistos. Es necesario conocer cuáles son los principales problemas que se pueden presentar de improviso para así dar solución rápida y no interrumpir las diferentes actividades a ejecutarse en el evento. Los temas principales son catering, servicio, filmación, música y logística

2. 2 Bases Teóricas.

2.2.1 Teorías del Control Interno

La Teoría de la Agencia

Al igual que sugiere los potenciales conflictos que origina la separación entre la propiedad y el control que tienen lugar en las economías capitalistas modernas, también sugiere que esas mismas economías proporcionan los mecanismos adecuados para mitigar los problemas de agencia y de esta forma salvaguardar los intereses de la mayoría de los accionistas (Williamson, 1985). De esta manera el uso que los directivos hacen de la discrecionalidad cedida por los accionistas es disciplinada a través de diversos mecanismos externos e internos a la empresa, entre los que podemos destacar:

- a) El consejo de administración.
- b) Diseño de contratos de compensación.
- c) Accionistas.
- d) Estructura financiera.

Los mecanismos de control interno están estrechamente relacionados con los externos de manera que la eficiencia empresarial va a depender del acoplamiento entre ambos. Todos ellos, según la teoría de la agencia, representan instrumentos complementarios para disciplinar el comportamiento directivo.

Este abanico de posibilidades para disciplinar a los equipos directivos, es válido evidentemente para las sociedades anónimas, (en las que se produce la separación efectiva entre la propiedad y el control de los recursos corporativos, y puede surgir el conflicto accionistas directivos) y a su vez cotizadas (al ser más real para las mismas el importante control que impone el hecho de que se puedan negociar sus títulos en mercados especializados con las posibilidades que ello ofrece para la transferencia del control de los recursos corporativos).

Todos estos mecanismos configuran el gobierno de la empresa. Las características de estos mecanismos varían enormemente entre países, no sólo por el distinto cuerpo legal de cada uno de ellos sino también por las diferentes culturas empresariales vigentes (Franks y Mayer, 1991). Todo ello hace que este gobierno de empresas no sea uniforme en todas las economías, de manera que mientras en algunas como en los Estados Unidos y el Reino Unido la disciplina es alcanzada gracias al mercado, más concretamente a través de la amenaza de adquisición que representan las OPAs hostiles sobre la continuidad de los equipos directivos que no persiguen la maximización de la riqueza de los accionistas, siendo por este motivo las destituciones mucho más comunes. En los países de Europa Continental y en el Japón, la capacidad disciplinaria recae especialmente en los órganos internos de la empresa, y muy especialmente en el consejo de administración.

Estos mecanismos correctivos ayudan a alinear los intereses de los directivos con los de los accionistas, aunque no todos son igualmente eficientes en alcanzar tal fin. De manera que en la medida en la que consigan eliminar los problemas de agencia, se evitará la adopción de decisiones que no resulten beneficiosas para los accionistas. No obstante, los más críticos apuntan que todos esos mecanismos atenúan pero no llegan a eliminar la discrecionalidad gerencial (Williamson, 1985).

El consejo, en teoría, como mecanismo correctivo tiene capacidad para: seleccionar, sustituir y despedir a los directivos, ratificar y por tanto bloquear la realización de proyectos de especial relevancia para la empresa, y para incentivarlos a través del diseño de sistemas de compensación adecuados. Aunque en principio el consejo tiene un importante papel en su tarea de disciplinar a los gerentes, en la práctica su efectividad se ve afectada por el hecho de que en los miembros del consejo se puede dar una yuxtaposición de funciones, al poder ser algunos de ellos al mismo tiempo, representantes de los accionistas y los más altos dirigentes de la organización, con lo que su labor supervisora quedaría un tanto desvirtuada, ya que no tiene sentido que una persona se controle a sí misma (Hart, 1995b).

La capacidad del consejo para nombrar y despedir a los altos cargos supone que si un directivo es incompetente, lo correcto es reemplazarlo por otro mejor. Esta amenaza de despido ayuda a disciplinar el posible comportamiento divergente de los gerentes en relación a sus accionistas. Y si finalmente esto no fuese bastante y los resultados empresariales fuesen pobres durante un período continuado de tiempo, la efectiva sustitución del ejecutivo implicaría que el consejo ha desarrollado su labor supervisora correctamente.

Dado el rol supervisor que en teoría desarrolla el consejo a través de su capacidad para despedir a los directivos, es de esperar que el mercado de valores reaccione ante tales decisiones reflejando los diversos efectos que implica. Por un lado efectos positivos, dado que el despido supone que un mal directivo ha sido dado de baja en la empresa, y además que el consejo está desarrollando correctamente su labor inspectora. Y por otro lado efectos negativos, ya que esta decisión está trasluciendo que la empresa y el directivo no lo estaban haciendo bien. El que una de estas dos tendencias domine va a depender de las creencias a priori del mercado respecto a la calidad del directivo y a la vigilancia del consejo. Los resultados empíricos obtenidos son dispares. En unos se encuentra que en promedio el precio de las acciones reacciona positivamente al anuncio de despidos (Weisbach, 1988; Hirshleifer y Thakor, 1991), en otros se aprecia un efecto negativo sobre el precio de las acciones (Beatty y Zajac, 1987).

Estos efectos equívocos parecen confirmar los problemas a los que se enfrenta el consejo de administración en su tarea de controlar y supervisar a los altos ejecutivos. Los programas de compensación, según la Teoría de la agencia, deben ser diseñados para motivar a los directivos a seleccionar e implementar acciones que incrementen la riqueza de los accionistas (Jensen y Meckling, 1976). Este mecanismo correctivo consiste en la introducción de una serie de incentivos en los sistemas de compensación, al objeto de garantizar en la medida que sea posible, su alineamiento con los intereses del accionariado.

Por tanto, la característica fundamental de este sistema debería ser el establecimiento de un vínculo positivo entre los resultados empresariales y la retribución directiva, siendo múltiples las alternativas posibles para definir esta conexión: bonificaciones salariales dependientes de los beneficios, recompensas diferidas, revisión del sueldo, opciones sobre acciones de la empresa, planes de pensiones, planes de jubilación alternativos, etc. Evidentemente, la respuesta de los directivos a los programas de compensación va a depender no sólo de si los incentivos son los adecuados sino también de si los mismos están estructurados apropiadamente. Por consiguiente, el diseño de la remuneración de los directivos tiene dos aspectos claves: fijar la cuantía y definir su enlace con el resultado organizacional.

En la práctica este diseño ha generado una gran polémica, ya que si bien en principio no se ha cuestionado la deseabilidad de la conexión entre el sueldo y la rentabilidad empresarial, al existir una cierta unanimidad sobre el reconocimiento de los inconvenientes de establecer salarios fijos para los directivos, al incentivar éstos: a reducir el riesgo de la empresa por debajo de los niveles óptimos, a obstruir los procesos de adquisición beneficiosos para los accionistas, etc.; lo que sí está siendo especialmente complicado es la especificación de la variable más adecuada para reflejar el resultado corporativo y su porcentaje de vinculación con la compensación directiva.

Aunque la teoría de la agencia no plantea dudas sobre el papel correctivo de los programas de compensación, la evidencia empírica sin embargo, no ha sido unánime. Por un lado, un gran número de estudios ha confirmado la relación entre los problemas de agencia y el diseño de los planes de compensación (Lewellen et alías, 1987; Larcker, 1992; Garen, 1994; y Lippert y Moore, 1995). Esto se ha comprobado como la reducción de los problemas de agencia entre los directivos y los accionistas es uno de los motivos que inspira el diseño de los sistemas de compensación, aunque no es el único elemento a tener en cuenta. Además, existen otros trabajos que sin aproximarse al estudio de la compensación desde la perspectiva de la agencia, comprueban la existencia de una vinculación entre la compensación y los resultados empresariales medidos tanto en términos contables

como de mercado, en países como Estados Unidos (Rosen, 1990), Japón (Kaplan, 1994a).

Teoría de control interno de la contingencia

La aplicación de esta teoría requiere de adaptación particular al ramo específico, tamaño de la organización y condiciones del medio ambiente. Señala, como premisa fundamental, que las acciones administrativas apropiadas en una situación determinada, depende de los parámetros particulares de la situación. Busca identificar principios que orienten acciones a seguir de acuerdo con las características de la situación, en lugar de buscar principios universales que se apliquen a cualquier situación. Esta teoría es una manera de reconciliar dos enfoques opuestos, la teoría de la agencia y el enfoque de comportamiento humano. Esta teoría, destaca la influencia del medio ambiente en la estructura y dirección de las organizaciones, se requiere de investigaciones con el fin de mejorar los marcos teóricos conforme al ambiente en el cual se desenvolverá el futuro administrador.

Teoría de Control Interno de Organización funcional según Frederick Winslow Taylor

Esta teoría Frederick Winslow Taylor también se conoce como racionalización del trabajo y se centra en la maximización del trabajo humano mediante la búsqueda de la eficiencia con el uso de materias primas, herramientas, máquinas y productos, busca la máxima prosperidad del patrón y afirma que la prosperidad del patrono se puede ver reflejada en prosperidad del empleado ya que las ganancias del patrono pueden generar ganancias para el empleado las causas de una baja productividad radican en ausencia de una forma adecuada de administración algunas de las características de la administración de iniciativa incentivo son motivar al empleado para que haga uso de sus mejores esfuerzos; al ofrecer incentivos podemos aumentar la productividad, las formas de hacer las tareas sistematizadas y no están de acuerdo en transmitir el conocimiento en forma de información

Los principios en esta teoría son los siguientes:

a) Organización científica del trabajo: Este criterio se refiere a las actividades que deben utilizar los administradores para remplazar los métodos de trabajo ineficientes y evitar la simulación del trabajo, teniendo en cuenta. (tiempos, demoras, movimientos, operaciones responsables y herramientas.

b) Selección y entrenamiento del trabajador: La idea es ubicar al personal adecuado a su trabajo correspondiente según sus capacidades, propiciando una mejora del bienestar del trabajador. Cuando el trabajo se analiza metódicamente, la administración debe precisar los requisitos mínimos de trabajo para un desempeño eficiente del cargo, escogiendo siempre al personal más capacitado.

c) Cooperación entre directivos y operarios: La idea es que los intereses del obrero sean los mismos del empleador, para lograr esto se propone una remuneración por eficiencia o por unidad de producto, de tal manera que el trabajador que produzca más, gane más y evite la simulación del trabajo. Taylor propone varios mecanismos para lograr dicha cooperación: Remuneración por unidad de trabajo. Una estructura de jefes o (capataces) que debido a su mayor conocimiento puedan coordinar la labor de la empresa y puedan colaborar e instruir a sus subordinados. Para Taylor debían existir varias tareas para los diferentes jefes funcionales: Jefe de programación, de tiempos y costos, de mantenimiento de asignación de material, de instrucciones de producción de control de calidad, de desarrollo de trabajo y de relaciones de personal.
División del trabajo entre directivos y operarios:

d) Responsabilidad y especialización de los directivos en la planeación del trabajo: Los gerentes se responsabilizan de la planeación, del trabajo mental, y los operarios del trabajo manual, generando una división del trabajo más acentuada y mayor eficiencia.

Las organizaciones se parecen a sus dirigentes, experimentan grandes cambios y están en ambientes de incertidumbre. La clave del éxito está en compartir las miopías

organizacionales. Se basa en cuatro principios, el desarrollo de una ciencia de medición del trabajo de las personas, que reemplaza las viejas prácticas empíricas, selección científica, entrenamiento y desarrollo de los trabajadores, que sustituyen a los antiguos esquemas donde los trabajadores se entrenaban lo mejor que podían por sí mismos, esfuerzo cooperativo a los principios de la administración científica, la idea de que el trabajo y la responsabilidad son compartidos tanto por la administración como el trabajador. La mejor forma de organización es la que permite medir el esfuerzo individual.

Teoría de la contingencia según Chandler Muriel Bing:

La palabra contingencia significa algo incierto o eventual, que bien puede suceder o no. se refiere a una proposición cuya verdad o falsedad solamente puede conocerse por la experiencia o por la evidencia y no por la razón. Debido a esto el enfoque de contingencia marca una nueva etapa.

La teoría de contingencia nació a partir de una serie de investigaciones hechas para verificar cuáles son los modelos de estructuras organizacionales más eficaces en determinados tipos de industrias. Los investigadores, cada cual aisladamente, buscaron confirmar si las organizaciones eficaces de determinados tipos de industrias seguían los supuestos de la teoría clásica, como la división del trabajo, la amplitud del control, la jerarquía de autoridad, etc. Los resultados sorprendentemente condujeron a una nueva concepción de organización: La estructura de una organización y su funcionamiento son dependientes de la interface con el ambiente externo. En otros términos, no hay una única y mejor forma de organizar.

La teoría de la contingencia enfatiza que no hay nada absoluto en las organizaciones o en la teoría administrativa. Todo es relativo, todo depende. El enfoque contingente explica que existe una relación funcional entre las condiciones del ambiente y las técnicas administrativas apropiadas para el alcance eficaz de los objetivos de la organización.

En 1962 Chandler realizó una de las más serias investigaciones históricas sobre los cambios estructurales de las grandes organizaciones. La conclusión del autor es que

las grandes organizaciones pasaron por un proceso histórico, que involucra cuatro fases distintas: Acumulación de recursos, racionalización del uso de los recursos, continuación del crecimiento, racionalización del uso de los recursos en expansión.

El ambiente es todo aquello que envuelve externamente una organización. Es el contexto dentro del cual una organización está inserta. Como la organización es un sistema abierto, mantiene transacciones e intercambio con su ambiente. Esto hace que todo lo que ocurre externamente en el ambiente tenga influencia interna sobre lo que ocurre en la organización.

Como el ambiente es vasto y complejo, pues incluye “todo lo demás” además de la organización, Hall prefiere analizarlo en dos segmentos: El ambiente general y el ambiente de tarea.

1. Ambiente general: es el macro ambiente, o sea, el ambiente genérico y común a todas las organizaciones. Todo lo que ocurre en el ambiente general afecta directa o indirectamente a todas las organizaciones. El ambiente general está constituido por un conjunto de condiciones semejantes para todas las organizaciones. Las principales condiciones son las siguientes: condiciones tecnológicas, condiciones legales, condiciones políticas, condiciones económicas, condiciones demográficas, condiciones ecológicas, condiciones culturales

2. Ambiente de tarea es el ambiente más próximo e inmediato de cada organización. Es el segmento del ambiente general del cual una determinada organización extrae sus entradas y en el que deposita sus salidas. Es el ambiente de operaciones de cada organización. El ambiente de tarea está constituido por: Proveedores de entrada, clientes o usuarios, competidores, entidades reguladoras.

Cuando una empresa escoge su producto o servicios y cuando escoge el mercado donde pretende colocarlos, está definiendo su ambiente de tarea. Es en el ambiente de tarea donde una organización establece su dominio, o por lo menos busca establecerlo. El dominio depende de las relaciones de poder o dependencia de una organización en cuanto a sus entradas o salidas. Una organización tiene poder sobre

su ambiente de tarea cuando sus decisiones afectan las decisiones de los proveedores de entradas o los consumidores de salidas.

Para la teoría de la contingencia no existe una universalidad de los principios de administración ni una única mejor manera de organizar y estructurar las organizaciones. La estructura y el comportamiento organizacional son variables dependientes. El ambiente impone desafíos externos a la organización, mientras que la tecnología impone desafíos internos. Para enfrentarse con los desafíos externos e internos, las organizaciones se diferencian en tres niveles organizacionales, cualquiera que sea su naturaleza o tamaño de organización, a saber: Nivel institucional o nivel estratégico, nivel intermedio, nivel operacional.

La estructura y comportamiento organizacional son contingentes, por los siguientes motivos:

Las organizaciones enfrentan coacciones inherentes a sus tecnologías y ambientes de tarea. Como éstos difieren para cada organización, la base de estructura y de comportamiento difiere, no existiendo una mejor manera de estructurar las organizaciones complejas.

Dentro de esas coacciones, las organizaciones complejas buscan minimizar las contingencias y tratar con las contingencias necesarias, aislándolas para disposición local. Como las contingencias surgen de manera diferentes para cada organización, hay una variedad de reacciones estructurales y de comportamiento a la contingencia.

2.2.1.1 Tipos de Control interno

a) Controles preventivos: Los controles internos preventivos se ponen en marcha para evitar que se produzcan los errores e irregularidades. Mientras que los controles de detección, por lo general, ocurren irregularmente, los controles preventivos suelen ocurrir sobre una base regular. Van desde el bloqueo del edificio antes de la salida hasta la introducción de una contraseña antes de completar una transacción. Otros controles preventivos incluyen pruebas de precisión de oficina, copias de seguridad de datos informáticos, pruebas de drogas de los empleados, selección de empleados y programas de capacitación, separación de funciones, las vacaciones forzadas, la obtención de la

aprobación antes de procesar una transacción y tener el control físico sobre los activos (bloqueo de dinero en una caja fuerte, por ejemplo). (Furlong 2016) **b) Controles detectivos:** Los controles internos de detective están diseñados para encontrar errores después de que hayan ocurrido. Sirven como parte de un sistema de controles y contrapesos y determinan qué tan eficientes son las políticas. Los ejemplos incluyen arqueos sorpresivos, recuento del inventario, revisión y aprobación de los trabajos de contabilidad, las auditorías internas, revisión por pares y el cumplimiento de las descripciones y expectativas laborales. Los controles internos de detective también ayudan a proteger los activos. Por ejemplo, si el cajero no sabe cuándo se contará su cajón, puede ser más propenso a ser honesto. (Furlong 2016)

c) Controles correctivos: Como su nombre lo indica, los controles internos correctivos se ponen en marcha para corregir los errores que se encontraron en los controles internos de detectives. Cuando se comete un error, los empleados deben seguir cualquiera de los procedimientos que se han puesto en marcha para corregir el error, como informar del problema a su supervisor. Los programas de entrenamiento y disciplina progresiva de los errores son otros ejemplos de controles internos correctivos. (Furlong 2016)

2.2.1.2 Fases de Control interno

Tras aprender el concepto y las clases de control interno, en esta ocasión analizaremos las tres fases fundamentales que componen el control interno generalmente:

Revisión del sistema: Consiste en el conocimiento y comprensión de los procedimientos y métodos vigentes, es decir, si realmente existe el control interno y éste es el adecuado. El auditor tratará de formarse una opinión sobre el control interno a través de los papeles escritos y un cuestionario específico que formule. Esta fase se encuentra dentro de la planificación, ya que resulta imprescindible para que el auditor pueda programar su trabajo, además en esta primera aproximación se fijan los posibles puntos débiles del mismo.

La información básica se obtiene de:

- Entrevistas con el personal adecuado.
- Revisión de los manuales de procedimiento.
- Análisis de la descripción de puestos.
- Estudio de los diagramas de responsabilidades y centros de decisión.

La información obtenida se puede recoger en forma de respuestas a un cuestionario, memorándum descriptivo o un flujo grama.

Pruebas de cumplimiento. Es la seguridad de que se encuentran en uso y están operando tal y como se han planteado, es decir, el auditor revisa si se cumple lo que dice el control interno. Estas pruebas son necesarias si se va a confiar en los procedimientos de la empresa. La naturaleza de los procedimientos del control interno y las evidencias de que se han realizado determinan la naturaleza de las pruebas de cumplimiento.

Estas pruebas se realizan durante la fase de evaluación y han de considerarse dos aspectos:

- a) El propio sistema de control interno
- b) Las personas que lo ejecutan

La realización de estas pruebas consiste por parte del auditor, en verificar que se cumplen las normas establecidas por la gerencia. En lo que respecta a su extensión, las pruebas de cumplimiento han de aplicarse a las transacciones ejecutadas durante todo el periodo que se está auditando, de acuerdo a un muestreo.

Pruebas verificativas: Constatación del sistema, en los casos que éste no funcione, no se aplica o es insuficiente, es decir, qué va a hacer el auditor para comprobar qué está haciendo la empresa cuando el control interno no se cumple. Estas pruebas verificativas se encaminan a obtener la evidencia suficiente para soportar las conclusiones finales.

El auditor puede afrontar principalmente dos problemas:

- 1) Que sea una organización sin un control interno definido, pero en la que cada cual tiene unas responsabilidades y cumplen con eficacia su cometido
- 2) Que aunque exista un control interno definido, éste no se pone en práctica por los empleados.

2.2.1.3 Principios de control interno

La Constitución Política de 1991, estableció los principios que deben cumplirse en el ejercicio de la función pública de administrar el estado, constituyéndose en los preceptos fundamentales definidos para encaminar su desarrollo y otorgar orientación estratégica a la toma de decisiones. Están presentes en todos los procesos, actividades o tareas emprendidas por la entidad pública a fin de cumplir con su propósito institucional.

Lo anterior, relacionado con el cumplimiento de los objetivos de la institución pública, de los cuales el control interno se constituye en el medio para llegar a este fin, obliga a que estos principios deben tomarse como la base sobre la cual establecer el control interno, a fin de apoyar a la entidad a cumplir sus objetivos y coordinar sus actuaciones hacia el logro de los fines esenciales del estado.

Responsabilidad: Capacidad para cumplir los compromisos contraídos con la comunidad y demás grupos de interés, en relación con los fines esenciales del Estado o, en caso de no hacerlo, de hacerse cargo de las consecuencias de su

incumplimiento. Se materializa en dos momentos, el primero, al considerar aquellos aspectos o eventos capaces de afectar la gestión de la entidades estableciendo las acciones necesarias para contrarrestarlos; el segundo, al reconocer la incapacidad personal o institucional para cumplir los compromisos y en consecuencia, indemnizar a quienes se vieran perjudicados por ello.

Transparencia: Es hacer visible la gestión de la entidad a través de la relación directa entre los gobernantes, los gerentes y los servidores públicos con los públicos que atiende. Se materializa en la entrega de información adecuada para facilitar la participación de los ciudadanos en las decisiones que los afecten, tal como lo manda el artículo 2º de la constitución política. Para ello, las autoridades administrativas mantienen abierta la información y los documentos públicos, rinden informes a la comunidad y demás grupos de interés sobre los resultados de su gestión.

Moralidad: Se manifiesta, en la orientación de las actuaciones bajo responsabilidad del servidor público, el cumplimiento de las normas constitucionales y legales vigentes, y los principios éticos y morales propios de nuestra sociedad.

Igualdad: Es reconocer a todos los ciudadanos la capacidad para ejercer los mismos derechos para garantizar el cumplimiento del precepto constitucional según el cual "todas las personas nacen libres e iguales ante la ley, recibirán la misma protección y trato de las autoridades y gozarán de los mismos derechos, libertades y oportunidades sin ninguna discriminación por razones de sexo, raza, origen nacional o familiar, lengua, religión, opinión política o filosófica. Los servidores públicos están obligados orientar sus actuaciones y la toma de decisiones necesarias para el cumplimiento de los fines esenciales hacia la primacía del interés general.

Imparcialidad: Es la falta de designio anticipado o de prevención a favor o en contra de personas, a fin de proceder con rectitud, dictaminar y resolver los asuntos de manera justa. Se concreta cuando el servidor público actúa con plena objetividad e independencia en defensa de lo público, en los asuntos bajo su responsabilidad a fin de garantizar que ningún ciudadano o grupo de interés se afecte en sus intereses, producto de la actuación de la entidad pública.

Eficiencia: Es velar porque, en igualdad de condiciones de calidad y oportunidad, la entidad pública obtenga la máxima productividad de los recursos que le han sido asignados y confiados para el logro de sus propósitos. Su cumplimiento garantiza la combinación y uso de los recursos en procura de la generación de valor y la utilidad de los bienes y servicios entregados a la comunidad.

Eficacia: Grado de consecución e impacto de los resultados de una entidad pública en relación con las metas y los objetivos previstos. Se mide en todas las actividades y las tareas y en especial al concluir un proceso, un proyecto o un programa. Permite determinar si los resultados obtenidos tienen relación con los objetivos y con la satisfacción de las necesidades de la comunidad.

Economía: Se refiere a la austeridad y la mesura en los gastos e inversiones necesarios para la obtención de los insumos en las condiciones de calidad, cantidad y oportunidad requeridas para la satisfacción de las necesidades de la comunidad. Su operatividad está en la medición racional de los costos y en la vigilancia de la asignación de los recursos para garantizar su ejecución en función de los objetivos, metas y propósitos de la empresa.

Celeridad: Hace referencia a la prontitud, la rapidez y la velocidad en el actuar público. Significa dinamizar la actuación de la entidad con los propósitos de agilizar el proceso de toma de decisiones y garantizar resultados óptimos y oportunos. En aplicación de este principio, los servidores públicos se comprometen a dar respuesta oportuna a las necesidades sociales pertinentes a su ámbito de competencia.

Publicidad: Es el derecho de la sociedad y de los servidores de una entidad pública al acceso pleno, oportuno, veraz y preciso a las actuaciones, resultados e información de las autoridades estatales. Es responsabilidad de los gobernantes y gerentes públicos dar a conocer los resultados de su gestión y permitir la fiscalización por parte de los ciudadanos, dentro de las disposiciones legales vigentes.

Preservación del Medio Ambiente: Es la orientación de las actuaciones del ente público hacia el respeto por el medio ambiente, garantizando condiciones propicias

al desarrollo de la comunidad. Cuando el hacer de una entidad pueda tener un impacto negativo en las condiciones ambientales, es necesario valorar sus costos y emprender las acciones necesarias para su minimización.

2.2.1.4 Normas de Control interno

Mediante Resolución de Contraloría N°320-2006-CG.Resuelve aprobar las Normas de Control Interno, las mismas que son aplicadas a las entidades del estado de conformidad con lo establecido por la Ley N°28716,Ley del Control Interno de las Entidades del Estado.

Tenemos:

- Norma General para el Ambiente de Control.
- Norma General para la evaluación de Riesgos.
- Norma General para las Actividades de control gerencial.
- Norma General para la información y comunicación.
- Norma General para la Supervisión.

2.2.1.5 Componentes de Control interno

Tenemos los siguientes componentes: Ambiente de control, valoración de riesgos, actividades de control, información y comunicación, monitoreo.

1. Ambiente de control: La organización debe establecer un entorno que permita el estímulo y produzca influencia en la actividad del recurso humano respecto al control de sus actividades. Para que este ambiente de control se genere se requiere de otros elementos asociados al mismo los cuales son:

Integridad y valores éticos. Se deben establecer los valores éticos y de conducta que se esperan del recurso humano al servicio del ente, durante el desempeño de sus

actividades propias. Los altos ejecutivos deben comunicar y fortalecer los valores éticos y conductuales con su ejemplo.

Competencia. Se refiere al conocimiento y habilidad que debe poseer toda persona que pertenezca a la organización, para desempeñar satisfactoriamente su actividad.

Experiencia y dedicación de la alta administración. Es vital que quienes determinan los criterios de control posean gran experiencia, dedicación y se comprometan en la toma de las medidas adecuadas para mantener el ambiente de control.

Filosofía administrativa y estilo de operación. Es sumamente importante que se muestre una adecuada actitud hacia los productos de los sistemas de información que conforman la organización. Aquí tienen gran influencia la estructura organizativa, delegación de autoridad y responsabilidades y políticas y prácticas del recurso humano. Es vital la determinación actividades para el cumplimiento de la misión de la empresa, la delegación autoridad en la estructura jerárquica, la determinación de las responsabilidades a los funcionarios en forma coordinada para el logro de los objetivos.

"El ambiente de control" que significa la actitud global, conciencia y acciones de directores y administración respecto del sistema de control interno y su importancia en la entidad. El ambiente de control tiene un efecto sobre la efectividad de los procedimientos de control específicos. Un ambiente de control fuerte, por ejemplo, uno con controles presupuestales estrictos y una función de auditoría interna efectiva, pueden complementar en forma muy importante los procedimientos específicos de control. Sin embargo, un ambiente fuerte no asegura, por sí mismo, la efectividad del sistema de control interno. [NIA, 1998]

2. Valoración y Evaluación de riesgos: Los factores que pueden incidir interfiriendo el cumplimiento de los objetivos propuestos por el sistema (organización), se denominan riesgos. Estos pueden provenir del medio ambiente o de la organización misma. Se debe entonces establecer un proceso amplio que identifique y analice las interrelaciones relevantes de todas las áreas de la organización y de estas con el medio circundante, para así determinar los riesgos posibles.

Toda organización se encuentra sumergida en un medio ambiente cambiante y turbulento muchas veces hostil, por lo tanto es de vital importancia la identificación y análisis de los riesgos de importancia para la misma, de tal manera que los mismos puedan ser manejados. La organización al establecer su misión y sus objetivos debe identificar y analizar los factores de riesgo que puedan amenazar el cumplimiento de los mismos. La evaluación de riesgos presenta los siguientes aspectos sobresalientes:

Objetivos. Todos los recursos y los esfuerzos de la organización están orientados por los objetivos que persigue la misma. Al determinarse los objetivos es crucial la identificación de los factores que pueden evitar su logro. La administración debe establecer criterios de medición de estos riesgos para prevenir su ocurrencia futuro y así asegurar el cumplimiento de los objetivos previstos. Las categorías de los objetivos se relacionan directamente con los objetivos del control interno planteados anteriormente:

-Objetivos de información financiera, son aquellos relacionados con la obtención de información financiera suficiente y confiable.

-Objetivos de operación, son los que pretenden lograr efectividad y eficiencia de las operaciones.

-Objetivos de cumplimiento, son los que se orientan a la adhesión a las leyes, reglamentos y políticas emitidas por la administración.

Análisis de riesgos y su proceso.

Los aspectos importantes a incluir son entre otros:

-Estimación de la importancia del riesgo y sus efectos

-Evaluación de la probabilidad de ocurrencia

-Establecimiento de acciones y controles necesarios

-Evaluación periódica del proceso anterior

Manejo de cambios. Tiene relación con la identificación de los cambios que puedan tener influencia en la efectividad de los controles internos ya establecidos. Todo control diseñado para una situación específica puede ser inoperante cuando las circunstancias se modifican. Este elemento tiene estrecha relación con el proceso de análisis de riesgos, pues el cambio en sí implica un factor que puede incidir en el éxito de los objetivos. Además de los factores que puedan impedir el cumplimiento de los objetivos del sistema organizacional, se debe tener en cuenta el riesgo de auditoría, que consiste en que el auditor no detecte un error de importancia relativa que pueda existir en el sistema examinado. El riesgo de auditoría puede consistir en riesgo inherente, riesgo de control, y el riesgo de detección.

"Riesgo de auditoría" significa el riesgo de que el auditor de una opinión de auditoría inapropiada cuando los estados financieros están elaborados en forma errónea de una manera importante. El riesgo de auditoría tiene tres componentes: riesgo inherente, riesgo de control y riesgo de detección.

"Riesgo inherente" es la susceptibilidad del saldo de una cuenta o clase de transacciones a una representación errónea que pudiera ser de importancia relativa, individualmente o cuando se agrega con representaciones erróneas en otras cuentas o clases, asumiendo que no hubo controles internos relacionados.

"Riesgo de control" es el riesgo de que una representación errónea que pudiera ocurrir en el saldo de cuenta o clase de transacciones y que pudiera ser de importancia relativa individualmente o cuando se agrega con representaciones erróneas en otros saldos o clases, no sea prevenido o detectado y corregido con oportunidad por los sistemas de contabilidad y de control interno.

"Riesgo de detección" es el riesgo de que los procedimientos sustantivos de un auditor o detecten una representación errónea que existe en un saldo de una cuenta o clase de transacciones que podría ser de importancia relativa, individualmente o

cuando se agrega con representaciones erróneas en otros saldos o clases. [NIA, 1998].

3. Actividades de control: Las actividades de una organización se manifiestan en las políticas, sistemas y procedimientos, siendo realizadas por el recurso humano que integra la entidad. Todas aquellas actividades que se orienten hacia la identificación y análisis de los riesgos reales o potenciales que amenacen la misión y los objetivos y en beneficio de la protección de los recursos propios o de los terceros en poder de la organización, son actividades de control. Estas pueden ser aprobación, autorización, verificación, inspección, revisión de indicadores de gestión, salvaguarda de recursos, segregación de funciones, supervisión y entrenamiento adecuado.

4. Información y comunicación: La capacidad gerencial de una organización está dada en función de la obtención y uso de una información adecuada y oportuna. La entidad debe contar con sistemas de información eficientes orientados a producir informes sobre la gestión, la realidad financiera y el cumplimiento de la normatividad para así lograr su manejo y control.

Los datos pertinentes a cada sistema de información no solamente deben ser identificados, capturados y procesados, sino que este producto debe ser comunicado al recurso humano en forma oportuna para que así pueda participar en el sistema de control. La información por lo tanto debe poseer unos adecuados canales de comunicación que permitan conocer a cada uno de los integrantes de la organización sus responsabilidades sobre el control de sus actividades. También son necesarios canales de comunicación externa que proporcionen información a los terceros interesados en la entidad y a los organismos estatales.

5. Supervisión y Monitoreo: Planeado e implementado un sistema de control interno, se debe vigilar constantemente para observar los resultados obtenidos por el mismo.

Todo sistema de control interno por perfecto que parezca, es susceptible de deteriorarse por múltiples circunstancias y tiende con el tiempo a perder su efectividad. Por esto debe ejercerse sobre el mismo una supervisión permanente para producir los ajustes que se requieran de acuerdo a las circunstancias cambiantes del entorno.

La administración tiene la responsabilidad de desarrollar, instalar y supervisar un adecuado sistema de control interno. Cualquier sistema aunque sea fundamentalmente adecuado, puede deteriorarse sino se revisa periódicamente. Corresponde a la administración la revisión y evaluación sistemática de los componentes y elementos que forman parte de los sistemas de control. La evaluación busca identificar las debilidades del control, así como los controles insuficientes o inoperantes para robustecerlos, eliminarlos o implantar nuevos. La evaluación puede ser realizada por las personas que diariamente efectúan las actividades, por personal ajeno a la ejecución de actividades y combinando estas dos formas.

El sistema de control interno debe estar bajo continua supervisión para determinar si:

Las políticas descritas están siendo interpretadas apropiadamente y si se llevan a cabo los cambios en las condiciones de operación no han hecho estos procedimientos obsoletos o inadecuados y es necesario tomar oportunamente efectivas medidas de corrección cuando sucedan tropiezos en el sistema.

El personal de auditoría interna es un factor importante en el sistema de control interno ya que provee los medios de revisión interna de la efectividad y adherencia a los procedimientos prescritos.

El papel de supervisor del control interno corresponde normalmente al departamento de auditoría interna, pero el auditor independiente al evaluarlo periódicamente, contribuye también a su supervisión.

2.2.2 El Control interno en el sector organización de eventos sociales

Según **Vizcaíno (2013)**. Una empresa que brinda un servicio de alimentos y bebidas, se hace necesario que posea un control de cada uno de los eventos que realizará cada semana, ya que podrá conocer de manera precisa cuáles serán los costos (ingresos y egresos) necesarios para la producción y ejecución de dicho evento. Aunando a lo anterior, la empresa no posee un control, el cual se define, según Hanse & Mowen (2006) como: El proceso de supervisar la implementación de un plan y de tomar la acción correctiva a medida que sea necesario, recibe el nombre de control.

De lo contrario se puede afirmar que actualmente la empresa no lleva control de alimentos y bebidas, pues no posee un plan o formato estándar que le permita realizar con efectividad sus labores. Según lo afirmado por el autor anterior, la empresa de catering, no maneja un control que le permita conocer, cuales son los pasos que se deben llevar a cabo para una correcta gestión de alimentos y bebidas.

De igual manera, la empresa maneja un promedio de seis (6) eventos cada semana, lo cual significa un gran manejo de compras, en el mismo orden de ideas, dicho egreso no es registrado ni llevado a control de manera separada, por lo que las compras se realizan sin orden específico, es decir: alimentos, bebidas, suministros, papelería e insumos de mantenimiento, son presupuestados en uno o más eventos sin seguir un estándar establecido, es decir que cada evento, por parecido e igual que sea a otro, no se determina en cuanto a insumos por estándares, sino de manera improvisada.

En consecuencia, se incrementan las pérdidas en alimentos, el monto de presupuestos, las fugas en el proceso de control de costos y disminuye la calidad del servicio prestado, por ende, la satisfacción del cliente. Por lo antes mencionado, emerge la iniciativa de presentar una propuesta para la optimización de un proceso de control de costos, a través de formatos estándares utilizados en alimentos y bebidas, que garanticen la obtención de las metas requeridas por la organización.

Para llevar a cabo una buena administración de recursos financieros, el control de costos de una empresa es indispensable, ya que garantiza la ganancia o pérdida que obtendrá la empresa por sus servicios prestados. De tal manera, es imprescindible que una empresa ya sea de alimentos y bebidas, mobiliaria y/o transporte, posea y utilice un sistema de control de costos.

Cuando la empresa organizadora de eventos sociales aumentado la prestación de sus servicios, en consecuencia, ya no sólo proporciona el alquiler de mobiliario, sino también alimentos y bebidas, en donde se expende comida para eventos a través del catering. Precizando de una vez, un servicio de alimentos y bebidas, debe tener una planificación, organización y evaluación en el proceso del mismo, en donde el control de costos es imperante para que sea rentable y perdure en el tiempo como organización.

De todo esto se desprende, que la investigación busca desarrollar mediante el programa de tareas financieras y contables, Microsoft Excel un control costos que supervise las entradas, salidas y pérdidas de alimentos y bebidas que la empresa maneja por cada evento. Esto permitirá que la empresa obtenga, un control detallado de los costos que amerite cada evento realizado por el catering, lo cual contribuye a que el departamento administrativo, presente el estado financiero de costo final, de una manera rápida y concisa, ya que no necesitara distribuir costos entre eventos sino que, los formatos de solicitud de presupuesto y rendición de costos junto con el sistema, facilitaran la información precisa del cálculo de costos por evento.

La relevancia social que representa la optimización del sistema de control de costos, radica en la necesidad de prestar un servicio de calidad uniforme en todos los eventos que realice la empresa, asimismo, la implementación de una receta estándar para los platos permitirá satisfacción en los clientes y el personal de la empresa estará más segura al momento de preparar las recetas y de implantar las mismas, ya que se estará trabajando bajo parámetros de estándares.

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Control Interno

2.3.1.1 Definición (según varios autores)

Según **IMCP (1982)**. El control interno comprende de plan de organización con todos los métodos y procedimientos que en forma coordinada se adoptan en un negocio para la protección de sus activos, la obtención de información financiera correcta y segura, la promoción de eficiencia de operación y la adhesión a políticas prescritas por la dirección.

Según **Blanco (1988)**. El control interno es el plan de organización y todos los métodos y procedimientos que adoptan la administración de una entidad para ayudar al logro del objetivo administrativo de asegurar, en cuanto sea posible, la conducción ordenada y eficiente de su negocio, incluyendo la adherencia a las políticas administrativas, la salvaguarda de los activos, la prevención y detección de fraudes y errores, la corrección de los registros contables y preparación oportuna de la información financiera contable.

Según **CTCP (1999)**. El control interno es un proceso, ejecutado por la junta directiva o consejo de administración de una entidad, por su grupo directivo (gerencia) y por el resto del personal, diseñado específicamente para proporcionarles seguridad razonable de conseguir en la empresa las tres siguientes categorías de objetivos:

- Efectividad y eficiencia en las operaciones.
- Suficiencia y confiabilidad de la información financiera.
- Cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables

De acuerdo a las anteriores definiciones, se puede construir el siguiente concepto de control interno: Es el proceso conformado por las diversas disposiciones y métodos creados por la alta dirección, desarrollado por el recurso humano de la organización con el fin de dar seguridad y confiabilidad a la información que se genera en las transacciones económicas, promover la eficiencia y la eficacia de las operaciones del

ente económico y asegurar el conocimiento y cumplimiento de la normatividad interna y externa de la Entidad.

Según **Ramón (2004)**. El control interno de las empresas privadas se ha convertido últimamente en uno de los pilares en las organizaciones empresariales, pues nos permite observar con claridad la eficiencia y la eficacia de las operaciones, y la confiabilidad de los registros y el cumplimiento de las leyes, normas y regulaciones aplicables. El control interno se sustenta en la independencia entre las unidades operativas, en el reconocimiento efectivo de la necesidad de contar con un control interno y la fijación de responsabilidades. Sólo así podrá tener éxito.

En consecuencia podríamos decir que el control interno es de vital importancia, ya que promueve la eficiencia y asegura la efectividad y, sobre todo, previene que se violen las normas y los principios contables.

2.3.2 Resultados de Gestión

2.3.2.1 Concepto

Los Resultados de Gestión: Constituye el control y manejo de determinadas metodologías y técnicas, para lograr consistencia y coherencia entre los objetivos estratégicos y los planes de cada organización. En el control de gestión es el proceso administrativo que sirve para evaluar el grado de cumplimiento de los objetivos organizacionales previstos por la dirección o gobierno corporativo.

Existen diferencias importantes entre las concepciones clásica y moderna de control de gestión. La primera es aquella que incluye únicamente al control operativo y que lo desarrolla a través de un sistema de información relacionado con la contabilidad de costos, mientras que la segunda integra muchos más elementos y contempla una continua interacción entre todos ellos. El nuevo concepto de control de gestión centra su atención por igual en la planificación y en el control, y precisa de una orientación estratégica que dote de sentido sus aspectos más operativos.

El sistema de control de gestión cuenta con el diagnóstico o análisis para entender las causas raíces que condicionan el comportamiento de los sistemas físicos, permite establecer los vínculos funcionales que ligan las variables técnicas-organizativas-sociales con el resultado económico de la empresa y es el punto de partida para la mejora de los estándares; mediante la planificación orienta las acciones en correspondencia con las estrategias trazadas, hacia mejores resultados; y, finalmente, cuenta con el control para saber si los resultados satisfacen los objetivos trazados.

El control de gestión, considera como elementos a evaluar, no solo aspectos cuantitativos sino también cualitativos, además, utiliza la visión interna y externa de la organización, para lo cual asigna un valor agregado a la cultura organizacional. Se puede señalar como diferencia principal entre control de gestión y control interno que el primero evalúa los tres niveles de las organizaciones: nivel estratégico, nivel táctico y nivel operativo, y el segundo, se limita solo a los dos últimos niveles. (Wikipedia 2016)

Según García (1975). El control de gestión (CG) es ante todo un método, un medio para conducir con orden el pensamiento y la acción, lo primero es prever, establecer un pronóstico sobre el cual fijar objetivos y definir un programa de acción. Lo segundo es controlar, comparando las realizaciones con las previsiones al mismo tiempo que se ponen todos los medios para compensar las diferencias constatadas.

Blanco (1984). Planteó que la moderna filosofía del CG presenta la función de control como el proceso mediante el cual los directivos se aseguran de la obtención de recursos y del empleo eficaz y eficiente de los mismos en el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

La gestión es una mezcla de decisiones locales con objetivos globales de la compañía, según lo ve Goldratt (1990), desde su teoría sobre gestión de las limitaciones (TOC), precisando que el control es una parte del sistema de información que responde a una de las preguntas gerenciales más perturbadoras:

¿cómo medir objetiva y constructivamente el desempeño local pasado?

Según **Jordan (1995)**. El control de gestión es un instrumento de la gestión que aporta una ayuda a la decisión y sus útiles de dirección van a permitir a los directores alcanzar los objetivos; es una función descentralizada y coordinada para la planificación de objetivos, acompañada de un plan de acción y la verificación de que los objetivos han sido alcanzados.

2.3.3. Evento Social

2.3.3.1 Definición:

Por evento social se entiende un evento organizado y planificado por gente y para gente, el cual es ilustrado por contenidos multimedia, creados por las personas que atienden a dicho evento, compartidos en redes sociales. Así, la detección de eventos sociales es el proceso mediante el cual se clasifican y agrupan en distintos eventos un conjunto de datos multimedia dados previamente. (Wikipedia 2016).

Los eventos sociales son parte de la vida de la mayoría de la gente, ya que es muy común asistir de invitados a fiestas de cumpleaños, de bodas, a eventos culturales y otros tipos de eventos sociales. Cuando hablamos de eventos sociales nos estamos refiriendo a un suceso importante y programado que puede abarcar cualquier área social, artística, deportiva y los mismos pueden presentarse como seminarios, talleres, conferencias, inauguraciones, exposiciones entre otros.

El tipo de evento determinará la finalidad del mismo, aunque generalmente los eventos sociales se organizan con el principal objetivo de que la gente invitada se relacione entre sí. Como bien dijimos, son muchos los tipos de eventos sociales como bien dijimos, son muchos los tipos de eventos sociales con los que nos podremos encontrar, pero sin lugar a duda, los más habituales son las fiestas. En este caso debemos decir que aunque la mayoría de ellas tienden a realizarse en un ambiente algo más privado, poseen todas las características para que puedan considerarse como tal, además, una fiesta no solo es motivo de celebración, sino que también es mucha la gente que interactúa entre sí, y precisamente por esta razón, las fiestas son consideradas eventos sociales. De todos modos es preciso que se consideren las

características de la misma a la hora de la organización, ya que no es lo mismo organizar una fiesta de boda que organizar una fiesta de cumpleaños, pero aun así, los factores que se deben tener en cuenta durante su planeamiento son básicamente los mismos.

El significado más común de la palabra evento es el que se refiere a un acontecimiento. No se trata de cualquier tipo de acto, sino que se aplica a hechos que tienen una especial relevancia. Un evento no tiene habitualmente un carácter privado y dentro de un ámbito familiar, sino que implica una proyección social. Esto quiere decir que es un acontecimiento celebrado por un número limitado de personas (por ejemplo una boda) pero es considerado como evento si puede interesar a un sector de la sociedad.

Un evento es una actividad social determinada, un festival, una fiesta, una ceremonia, una competición, una convención, entre otros, y que ,ya sea por las personas que acudirán a la misma o por el valor y la carga emotiva que un individuo le ponga a una de estas (por ejemplo, el casamiento de una amiga),ostentan un carácter de acontecimiento importantísimo e imperdible al cual se debe asistir, si estamos ante el segundo caso o en el caso de , por ejemplo, una ceremonia de entregas de premios, como pueden ser los Oscars de la Academia Americana, por lo menos ,seguir el evento por televisión.

Entonces, dentro de lo que es un evento nos encontramos con aquellos que se desarrollan en una ocasión especial y que tienen un significado de ritual, ceremonias. Entre estos episodios se encuentran las ceremonias religiosas, como un bautismo ,un funeral o una boda, así como eventos de otra índole y alto impacto en el grupo familiar ,como puede resultar un nacimiento o una graduación escolar o universitaria, entre otros.(definición. ABC)

2.3.3.2 Clasificación de Eventos sociales

Ortiz (2008). Argumenta: Los eventos se pueden clasificar de la siguiente manera:

- Social (Instalación y protocolo matrimonios, nacimientos, cumpleaños, aniversarios).
- Cultural (exposición, danza, teatro)
- Académico (seminario, conferencia, científico)
- Recreativo (festival, espectáculo)
- Deportivo (prueba, campeonato, juegos)

La clasificación de eventos se separa según su tipo o temática, esta clasificación se encuentra dividida por: Su tamaño; en pequeños, medianos, grandes y mega eventos, El lugar de desarrollo, eventos sociales, cuando son al aire libre o en lugares cerrados, de tipo populares, religiosos, los culturales, los deportivos, los empresariales o corporativos”.

A la hora de organizar un evento hay que definir muy claramente unas cuestiones básicas, tales como, qué tipo de acto se requiere realizar, a quien va dirigido, que objetivo se requiere conseguir o que fecha sería la idónea.

Una vez claro el tipo de evento comienza la etapa de preparación, que son todas las acciones que se han de realizar antes de la ejecución del acto para que este se desarrolle satisfactoriamente. Es la fase más costosa porque hay que encargarse de cosas diferentes.

2.3.3.3 Tipos de eventos sociales

Los eventos se pueden clasificar de la siguiente manera:

- Matrimonios
- Bautizos
- Fiestas infantiles
- Primeras comuniones
- Cumpleaños

2.3.3.4 Organización de eventos sociales

Definición

Según **Contreras (2010)**. “La organización de eventos es el proceso de diseño, planificación y producción de congresos, festivales, ceremonias, fiestas, convenciones u otro tipo de reuniones, cada una de las cuales puede tener diferentes finalidades”.

Algunas de las tareas que incluye la organización de un evento , es la de realizar el presupuesto y el cronograma, la selección y reserva del espacio en el que se desarrollará el encuentro, la tramitación de permisos y autorizaciones, la supervisión de los servicios de transporte, los servicios gastronómicos, la coordinación logística integral, entre otros.

Gido & Clements (2007). Manifestaron: “Es una actividad social determinada, un festival, una fiesta, una ceremonia, una competición, una convención. Aquella actividad que se desarrolla en un momento puntual en el tiempo, con un principio y un final previamente conocido, independientemente de que pueda poseer una periodicidad establecida”.

Suceso o acontecimiento realizado con diferentes fines, algunos de ellos para realizar negociaciones, hacer reconocimientos, entre otros.

Para lograr organizar un evento se deben tener en cuenta muchos aspectos que van desde reunir personas o asistentes, tener en cuenta la parte logística, invitaciones, crear cronograma de actividades, es decir, hacer una planeación cuidadosa que facilite el desarrollo de la actividad o evento.

Los eventos sociales o populares tienen como motivo la diversión, en cambio los corporativos tienen como mecanismo la vinculación para la negociación, incentívación, la capacitación y el trabajo

Nassar (2005). Indicó: “Un evento le da muy buena imagen a una empresa, da la opción de respirar marca y ayuda a congregar en un mismo espacio un grupo de interés específico. Sin embargo, hacerlo bien es muy difícil, por lo que, si no se tienen los recursos para hacerlo por lo alto, es mejor no acudir a ellos, ya que todo lo

que pase en el evento será el reflejo de lo que es la marca. Si se pone un equipo deficiente en iluminación o sonido, la marca se va a presentar como deficiente. El evento tiene la ventaja de reflejar una marca como poderosa frente a la competencia o la desventaja de que la marca se vea inferior por no hacer una buena inversión. Un evento es una oportunidad única para generar una experiencia memorable”.

Las empresas usualmente utilizan los eventos como estrategia de mercadeo para lanzar productos nuevos, relanzar productos que no han tenido mucha acogida o para realizar eventos promocionales, como conciertos, conectando así emocionalmente a un público con una marca. Pero si no lo hacen bien, el resultado puede terminar lesionando gravemente la imagen de la marca y de la compañía. Los expertos hacen énfasis en que los eventos son únicos e irrepetibles, por lo que se debe pensar en todos los detalles.

MANUAL INTERNO DE TRABAJO

Para empresas organizadoras de eventos Sociales.

La organización de un evento social, requiere de experiencia en la planificación de los preparativos, ya que todo el trabajo debe realizarse a poco tiempo de la celebración del evento. En toda ocasión, la organización debe funcionar como un reloj, para que la programación se desarrolle según lo planificado, contando con más de un plan alternativo pre diseñados para casos netamente necesarios, que puedan poner el riesgo el normal desenvolvimiento de las actividades. Según los expertos, *“La planificación anticipada es la clave para que todo evento alcance el éxito”*.

I. Etapas

1.1 Planificación y organización: Etapa de previa al evento:

El propósito de la planificación consiste en coordinar los esfuerzos y los recursos dentro de la organización, con el firme propósito de minimizar el riesgo, reduciendo la incertidumbre que siempre rodea al mundo de los negocios, definir las consecuencias de una acción administrativa determinada y elevar el nivel de éxito organizacional.

A la hora de organizar un evento hay que definir muy claramente unas cuestiones básicas, tales como qué tipo de acto se quiere realizar, a quién va dirigido, qué objetivo se quiere conseguir o qué fecha sería la idónea.

1.2 Dirección: Etapa de la ejecución del evento:

Es la fase en la que, estando los participantes del evento reunidos en el mismo lugar y al mismo tiempo, comparten las actividades planificadas y demás.

1.3 Evaluación: Etapa de post – evento:

La evaluación es el proceso de verificación del evento. A través de la evaluación, el equipo puede festejar sus fortalezas e identificar sus debilidades para poder corregirlas. A través de evaluaciones cuidadosas, los eventos pueden ser más y más exitosos cada año. Guardemos estos resultados para comparar con el siguiente evento y así poder establecer mejoras y evoluciones, sobre todo si el evento es repetitivo.

II. Procedimientos operativos:

2.1 Planificación y organización del evento

- a) Se definen los objetivos del evento social.
- b) Las políticas generales
- c) La temática del evento
- d) Se nombra el comité organizador

2.1.1 Comité organizador

Coordinador General: Es el responsable general del desarrollo del evento social, tiene como principales funciones:

- a) Supervisar las labores de las comisiones.
- b) Es el enlace de las comisiones con la máxima autoridad de institución responsable del evento social.
- c) Elaborar el presupuesto para la realización del evento social.

Comisiones de trabajo: Organización de personas que contribuyen a cumplir los pasos del evento social sistematizadamente.

Comisión de Logística: Se encarga de todas aquellas actividades inherentes al apoyo que operativiza y hace posible la ejecución de los eventos sociales, tiene como Principales funciones:

- a. Supervisar y controlar los recursos materiales.
- b. Adquisición o Contratación de materiales, equipos y servicios.
- c. Realizar inventarios mensuales.
- d. Mantener actualizada directorio de sus proveedores.
- e. Cotizar los mejores precios con proveedores.
- f. Mantener en custodia y óptimas condiciones los materiales que se utilizan en los eventos sociales.

Comisión de Organización: Se encarga de todas las actividades organizativas antes de la ejecución del evento, tiene como principales funciones:

- a) Verificar la fecha: Se debe tener en cuenta lo siguiente:
- b) Si hay suficiente margen de tiempo para la organización requerida del evento social.
- c) Evitar que coincida con la fecha de una actividad similar.
- d) Horario y frecuencia de los transportes.
- e) Si es mejor programar las actividades en días de semana o en fin de semana.

Determinar el número y el tipo de asistentes al evento.

- a) Los participantes: Personas que asisten al evento social en calidad de público.
- b) Acompañantes: No están directamente relacionados con el agasajado
- c) Invitados Especiales: Se les confiere notoriedad en el evento.
- d) Seleccionar el lugar o lugares de realización.
- e) Supervisar las instalaciones específicas donde se realizara el evento social.
- f) Verificar la capacidad, la comodidad, la iluminación, los equipos, el acceso.
- g) Instalar cámaras de seguridad en lugares estratégicos del local de realización del evento social.

Estimación de recursos:

- a) **Humanos:** Personal profesional, especializado y obrero que se requiere para la realización del evento.
- b) **Materiales:** Implementos necesarios y las instalaciones a utilizar para la realización del evento social.
- c) **Técnicos:** Equipos de sonido, grabación, audiovisuales.
- d) Selección y Capacitación del personal.

2.2 Desarrollo y Dirección del evento.

Se ejecutan todas las actividades que se planificaron durante la etapa de pre-evento.

- a) Se asegura la reunión de todas las personas involucradas en el mismo, lugar y hora estimada guiadas por la programación que el comité organizador preparó para el evento social.

Procedimientos:

- a) Recepción de los participantes y traslado.
- b) Registro de los participantes
- c) Realización de los actos ceremoniales
- d) Realización coctel de bienvenida
- e) Apertura de baile
- f) Atención catering
- g) Realización de hora loca
- h) Clausura y palabras de despedida

2.3 Evaluación del evento.

Se realiza la comparación cualitativa y cuantitativa entre lo programado, lo ejecutado y lo alcanzado en el servicio de evento social brindado.

Procedimientos:

- a) **Recopilación y archivo de la información pertinente al evento social:**
Conclusiones, elaboración de la memoria, información de tipo administrativa.
- b) **Recopilar opiniones de:**
Los participantes, invitados, acompañantes, comité organizador.
- c) **Agradecimientos:**
Auspiciadores, proveedores, trabajadores, otros colaboradores.
- d) **Cumplimiento de compromisos:**
Cancelación de obligaciones con proveedores
Pago recurso humano contratado para trabajar durante el evento.
Devolución de cualquier material o equipo que se haya solicitado en préstamo.

3. Funciones del personal de las empresas organizadoras de eventos sociales.

3.1 Gerente

1. Determinar el tipo de evento social a organizar
2. Verificar fecha del evento social
3. Hora de inicio y duración
4. Servicios requeridos por el cliente
5. Elaborar presupuesto estimado
6. Fijar personal de servicio
7. Precio de los servicios
8. Políticas de pago. (50% del contrato - Facturación)

3.2. Área Administrativa – Contable

1. Elaboración de Presupuesto y/o Cotización del servicio a brindar.
2. Aperturas de cuentas bancarias
3. Firmar contrato del servicio y Facturación.
4. Establecen las prioridades de gastos
5. Implementan políticas de pagos
6. Modalidad de pago a trabajadores: concluyendo el evento social.
7. Registro de las operaciones contables.
8. Control de los ingresos y gastos efectuados.
9. Realizar arqueos de caja.

3.3 Área de Tesorería - Caja

1. Control y custodia del exigible (efectivo y equivalentes).
2. Depositar en cuentas bancarias de la empresa.
3. Administrar el fondo fijo – caja chica para pago autorizado.
4. Vigilar que la documentación sustente la salida de efectivo.
5. Los comprobantes de pago cumplan los requisitos de control interno.
6. Realizar acciones de gestión y cobro.

7. Administrar y controlar la disponibilidad de las cuentas bancarias
8. Informar al área contable las operaciones de caja
9. Cumplir con las políticas de pagos (proveedores, personal, otros)
10. Control de los ingresos y gastos efectuados.
11. Realizar conciliaciones bancarias y arqueo de fondos

3.4 Área de Logística

1. Supervisión y reservación del lugar de realización del evento social.
2. Cotización y compra de telas a utilizar en el evento social.
3. Montaje de la temática en el lugar de celebración.
4. Alquiler de muebles (sillas, mesas).
5. Cotización y compra de menaje (cristalería, platería, cubertería)
6. Cotización y compra de alimentos, bebidas.
7. Contratar servicios de entretenimiento: sonido, animador, hora loca.
8. Supervisión y control de todo el activo fijo de las empresas
9. Realizar inventarios mensuales.

3.5 Área de Personal

1. Selección y capacitación del personal.
2. Control de asistencia
3. Supervisión las labores
4. Elaboración de contratos
5. Garantizar el cumplimiento del contrato
6. Elaboración de planilla de remuneraciones
7. Brindar seguridad a los trabajadores.

Modalidad de los contratos del personal

a) Contrato de trabajo sujeto a modalidad

Grupos musicales o artistas: contratos para obra o servicio en fechas determinadas

b) Contrato para servicio específico

Celebrado para la realización de una obra o servicio previamente establecido y con una duración, la misma que estará sujeta a la conclusión o terminación de la obra o del servicio, en forma total o parcial. El plazo será el que resulte necesario, pudiendo celebrarse las renovaciones que resulten igualmente necesarias para la conclusión de la obra o servicio respectivos.

c) Contrato a tiempo parcial

Se celebran cuando el horario de trabajo no supera las cuatro horas diarias. Este tipo de contrato, a diferencia de los contratos por plazo indeterminado o fijo, no cuentan con el beneficio de vacaciones, pago de CTS y del derecho a la indemnización por despido arbitrario. El contrato se debe presentar por escrito y registrar ante el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo dentro de los 15 días posteriores a su celebración. (Artículo 54°, 55° y 56° del Decreto Supremo N° 003-97-TR).

3.6 Área de Seguridad

1. Coordinar el operativo de seguridad a los participantes, como a los invitados especiales.
2. Vigilancia de las instalaciones.
3. Constatar el buen funcionamiento de los sistemas de prevención de incendios.
4. Instalar cámaras de seguridad ocultas en lugares estratégicos.
5. Coordinar los servicios de ambulancias y primeros auxilios.

3.7 Área de Recepción y registro

1. Recibir y dar bienvenida a los invitados.
2. Registro de invitados, verificación y toma de datos personales.

2.3.3.5 Terminología

2.3.3.5.1 Control Interno

Acción Correctiva.- Las acciones implementadas por la administración de una organización para eliminar o disminuir la probabilidad de ocurrencia de un riesgo potencial basadas en las recomendaciones de una auditoría o acción de control.

Conclusiones y Recomendaciones.- Son hechos evidentes, que resultan de la aplicación de pruebas objetivas reunidas por el auditor interno y de gestión para cumplir los objetivos de la auditoría. Las conclusiones son declaraciones deducidas por el auditor a partir de esos hechos y las recomendaciones son medidas sugeridas por el auditor atendiendo a los objetivos de la auditoría.

Control.- Función del sistema de dirección por medio del cual una entidad busca mantener su funcionamiento dentro de ciertos límites mitigando los riesgos. La dirección planifica, organiza y dirige la realización de las acciones suficientes para proporcionar una seguridad razonable de que se alcanzarán los objetivos y metas establecidas.

Dominio.- Poder que tiene uno para usar y disponer de lo suyo. Poder que se ejerce sobre otra u otras personas en una entidad.

Eficacia.- Obtención del logro de los objetivos en los procesos, programas o labor de auditoría interna sin considerar los tiempos ni costos involucrados.

Eficiencia.- Obtención del logro de los objetivos en los procesos programas o labor de auditoría interna en el menor tiempo posible a costos razonables.

Evidencia de Auditoría.- Es la información que obtiene el auditor interno y de gestión producto del examen realizado en torno a un objetivo de auditoría. Estas pruebas constituyen la información que sustenta la opinión del auditor interno y de

gestión. Para obtener la evidencia, se utilizan diversas técnicas de auditoría, conforme a la experiencia y juicio del profesional.

Fiscalizar.- Es investigar o criticar las acciones u obras de otro. La fiscalización se relaciona con el control interno y externo en la auditoría.

Fraude.- Cualquier acto ilegal caracterizado por engaño ocultación o violación de confianza. Estos fraudes son perpetrados sin violencia física por individuos o por organizaciones para apropiarse en forma indebida de dinero bienes o servicios para evitar pagos o perdidos de servicios o para asegurarse ventajas personales o de negocio

Hallazgos.-Son el resultado de un proceso de recopilación o síntesis de información: la suma y la organización lógica de información relacionada con la entidad, actividad, situación o asunto que se haya revisado o evaluado para llegar a conclusiones al respecto o para cumplir alguno de los objetivos de la auditoria. Sirven de fundamento a las conclusiones del auditor y a las recomendaciones que formula para que se adopten las medidas correctivas.

Inspección.- Es el examen físico de registros, bienes materiales o de documentos con el objeto de cerciorarse de la autenticidad de un activo o de la autenticidad de una operación registrada en la contabilidad o presentada en los estados financieros y presupuestarios.

Intervención.- Consiste en examinar las cuentas con autoridad suficiente. Se relaciona con la auditoría de estados presupuestarios y financieros de una entidad.

Papeles de Trabajo.- Los documentos (físicos y electrónicos) que respaldan el trabajo, que son preparados y guardados por los auditores internos y de gestión. Estos papeles de trabajo deben registrar la información obtenida y los análisis efectuados para servir de base en las observaciones y recomendaciones.

2.3.3.5.2 Eventos sociales – Terminología

Abastecedor: Proveedor.

AC: Aire acondicionado.

Accesibilidad: Hotel, espacio o modo de transporte adaptado a las necesidades de personas con problemas de movilidad o alguna incapacidad.

Acreditación: Certificación, mediante un documento, de que una persona es quien dice ser o que posee las facultades necesarias para desempeñar un cometido; un proceso voluntario mediante el cual una organización; un reconocimiento formal, mediante un documento, por parte de un organismo oficial.

Acto: Celebración pública, política o formal; una parte de un evento más grande.

Adeaza: Asociación nacional de empresas de azafatas.

Aeese: Asociación española de empresas de servicios para eventos.

Agencia de eventos: Empresa que organiza parcial o totalmente un evento.

Alta cocina: Tipo de cocina practicada en los grandes restaurantes y hoteles, caracterizada por la meticulosa elaboración y cuidada presentación de los platos preparados con los mejores ingredientes y acompañados por los vinos más exquisitos.

Altura del techo: La distancia entre el suelo y el techo de un lugar de celebración.

Ambientación: Recreación de un determinado ambiente o entorno en el lugar de celebración de un evento.

Amenización: Animación, Animador.

Animación: Actividades organizadas para entretener a los participantes de un evento.

Animador: Persona encargada para entretener a los participantes de un evento.

ASPEC: Asociación Nacional de Empresarios Explotadores de Carpas y Estructuras Móviles.

Atrezzo: Conjunto de objetos, accesorios o vestuario que se utilizan para decorar o amueblar un escenario o espacio; los objetos o accesorios que utilizan ponentes, actores o animadores.

Atril: Soporte, que descansa en el suelo o en una mesa, que un ponente utiliza para sostener sus notas.

Azafata: Persona que atiende al público en un congreso, evento o feria de muestras, o en un avión, tren, etc.

Azafata bilingüe: Persona que, además de realizar las tareas de una azafata, también domina un segundo idioma.

Azafata de congresos: Persona cuyo cometido consiste en desarrollar una serie de funciones, tales como la recepción de ponentes o asistentes, la entrega de credenciales, la recogida de invitados VIP, etc.

Azafata de ferias: Persona cuyo cometido consiste en prestar servicios de atención al público, informando a los visitantes a un stand sobre la empresa que representa y sus productos o servicios, entre otras tareas.

Azafata de imagen: Persona con buena presencia que promociona la imagen y filosofía de una empresa en congresos, ferias, eventos acciones comerciales, presentaciones de productos, grandes almacenes, etc.

Azafata de protocolo: Persona cuyo cometido consiste en recibir a las autoridades en actos oficiales, inauguraciones, ceremonias, etc., y actuar de enlace entre éstas y los jefes de protocolo, medios de comunicación, etc.

Azafata relaciones públicas: Persona cuyo cometido consiste en acoger, orientar y ayudar en nombre de una organización o institución a otras personas ajenas a la misma.

Base de datos: Colección de información sobre participantes o expositores potenciales.

Buffet: Término utilizado en restauración para referirse a un servicio donde alimentos fríos y calientes se exponen en mesas para el libre acceso del cliente.

Canal de marketing: Camino por el que discurre bienes y servicios desde el vendedor al consumidor.

Canal de voz: Término que se utiliza para referirse a cualquier transacción en la que la voz es el principal modo de comunicación o interacción entre dos o más personas.

Carpa: Estructura temporal con techo rígido o de lona que se utiliza para acoger eventos varios.

Cátering: Provisión de comida y bebida para eventos.

Celebración: Evento o acto en el cual se festeja algo.

Cena de etiqueta: Función en la que los hombres deben llevar smoking y las mujeres vestidos largos.

Cena de gala: Principal acto social de un evento, que se suele celebrar por la noche, con entretenimiento y discursos antes, durante o después.

Ceremonia de clausura: Ceremonia que marca el final de un evento y que suele formar parte de la sesión de clausura.

Cocina en vivo: Modalidad culinaria en la que los cocineros o chefs preparan los platos delante de los comensales o el público.

Cocktail: Anglicismo que viene a significar cóctel.

Cóctel: Acto social similar a una recepción, aunque a veces más informal.

Comité organizador: Grupo de personas que diseñan e implementan las estrategias y políticas establecidas para la organización de un evento.

Congreso: Reunión o serie de reuniones formales para el debate entre delegados de un partido político, sindicato o sector de actividad.

Contrato: Instrumento jurídicamente vinculante en el que el cliente acepta los términos y condiciones establecidos por un lugar de celebración, agencia, proveedor, etc.

Corporativo: Pertenciente a una empresa u organización.

Cotización: Acción de preparar y enviar un presupuesto a un cliente para un servicio o paquete de servicios.

Cronología: Programación de tareas a realizar para organizar un evento, ordenadas cronológicamente por fecha de inicio y destacando la fecha de finalización.

Cuestionario: Serie de preguntas que se utilizan para recopilar información para una encuesta.

Cuota de inscripción: Cantidad que se paga para asistir a una conferencia o un evento.

De etiqueta: Indumentaria (masculina) necesaria para acudir a determinados actos o celebraciones.

Decoración: Todos los elementos, como iluminación, mobiliario, atrezzo, etc., utilizados para tematizar un evento o crear un ambiente o estado de ánimo determinado.

Desayuno buffet: Tipo de desayuno que consiste en alimentos fríos y calientes expuestos en mesas para el libre acceso del cliente.

Desayuno completo: Desayuno equilibrado que consiste en zumo, cereales, pan, fruta y café o té, así como opcionalmente algún plato caliente, como por ejemplo huevo con panceta.

Desayuno continental: Ligera comida que incluye zumo, café o té, cereales, bollería o pan.

Empresa de catering: Empresa dedicada a la provisión de comida y bebida para eventos.

Equipo: Término que se suele utilizar para referirse al personal de producción de un evento, incluyendo a técnicos, tramoyistas, transportistas, etc.; útiles, atrezzo, material audiovisual, etc.

Escenario: Plataforma elevada en la que se realizan obras de teatro, espectáculos o ponencias.

Esmoquín: Traje de etiqueta masculina (chaqueta, pantalones y pajarita negras, y camisa blanca) para lucir en fiestas nocturnas como entregas de premios, cócteles y otros actos sociales.

Espacio: Lugar de celebración interior o exterior de un evento; el área ocupada por un expositor en la zona de exposición de una feria.

Estrado: Sitio de honor, algo elevado sobre el suelo, donde en un salón de actos se sitúa la presidencia, el ponente, etc.

Evento: Acto organizado, tal como una cena de gala, conferencia, congreso, feria de muestras, incentivo, reunión, etc., Que puede consistir en varias actividades distintas aunque relacionadas.

Evento corporativo: Evento de empresa.

Evento de empresa: Evento organizado por una empresa para una variedad de motivos, tales como la formación de su equipo comercial, el lanzamiento de un producto, la incentivación y motivación de sus empleados, clientes o proveedores, etc.

Lluvia de ideas: Técnica de grupo que aprovecha la capacidad creativa de los participantes para generar ideas en un ambiente relajado.

Logística: Planificación, organización e implementación de cualquier tarea compleja, como un evento importante.

Lugar de celebración: Espacio o lugar utilizado para acoger cualquier tipo de evento.

Marketing 360°: Formato de marketing que integra todos los medios al alcance del público objetivo para una misma campaña; es decir, un enfoque integrado + aplicaciones de la Web 2.0.

Marketing de recomendación: Conjunto de técnicas de marketing cuyo objetivo es conseguir que todos los clientes satisfechos actúen como prescriptores de los productos o servicios que han adquirido.

Marketing social: Aplicación sistemática del marketing comercial, junto con otros conceptos y técnicas, para influir en el comportamiento voluntario del público objetivo a fin de mejorar su bienestar personal y el de la sociedad.

Organizador: Entidad o persona que produce un evento.

Organizador de bodas: Persona especializada en la planificación, organización y puesto en escena de bodas.

Organizador de eventos: Profesional cualificado y acreditado responsable de la planificación, organización, gestión, coordinación y puesto en escena parcial o total de un evento.

Productora de eventos: Empresa que organiza parcial o totalmente un evento.

Programa: Agenda de un evento, destacando espacios o sedes y horarios.

Programa social: Serie de actos o actividades diseñados para complementar un evento, ofreciendo a los participantes la posibilidad de relacionarse, realizar el

networking, descubrir el destino o contribuir a la comunidad local a través de acciones de RSC, entre otras cosas.

Promotor: Persona o empresa encargada de promocionar un evento.

Proveedor: Empresa o persona de la que se piden suministros que se utilizarán durante una reunión o evento.

Proveedor de actividades: Empresa o persona ubicada en un destino que organiza actividades locales únicas para turistas de ocio o negocios.

Recepción: Acto social donde a los invitados, que suelen permanecer de pie, se les sirven canapés y bebidas; un mostrador o zona donde se reciben a los clientes de un hotel.

Recinto ferial: Conjunto de edificios o instalaciones para la celebración de ferias de muestras, exposiciones, etc.

Refrigerios: Bebidas y alimentos ligeros que se toman entre comidas, normalmente entre reuniones o sesiones.

Retiro corporativo: Evento, que se suele celebrar en un espacio que ofrece un mínimo de distracciones, como un hotel rural o resort apartado, donde ejecutivos y empleados participan en seminarios, actividades de team building y sesiones de lluvia de ideas.

Sala de banquetes: Sala o salón de un hotel u otro espacio disponible para la celebración de eventos de empresa o privados en los que suele servirse comida.

Salón: Espacio diseñado para acoger diferentes tipos de eventos; una feria de muestras.

Tecnología para eventos: Cualquier requisito técnico o tecnológico de una reunión o evento, como audiovisuales, ordenadores, software, conectividad (Wi-Fi, ADSL, ancho de banda), control de accesos, generación de credenciales o entradas, señalética, video streaming, equipos de teleconferencia, corriente eléctrica, etc.

Usuario final: Persona que utiliza un producto o servicio.

III. - METODOLOGÍA

3.1 Diseño de la investigación

La investigación utilizó el diseño no experimental- transeccional - descriptivo.

No experimental

Aquella investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para analizarlos con posterioridad. En este tipo de investigación no hay condiciones ni estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural.

Transeccional

Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un sólo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

Descriptivo

La investigación descriptiva, tiene como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiestan las variables y proporcionar su descripción.

3.2 Población y muestra:

3.2.1 Población:

La Población considerada correspondió a 80 empresas del sector en estudio

Criterios de inclusión:

Empresas ubicadas en la ciudad de Piura

Empresas formalmente constituidas

Empresas con más de un año de actividad en el rubro.

3.2.2 Muestra

La muestra representativa correspondió a 40 empresas pertenecientes a la población del sector en estudio y que reúnen los criterios de inclusión.

3.3 Técnicas e instrumentos

3.3.1 Técnica

La técnica para el recojo de la información pertinente fue la revisión bibliográfica y documental, así como la observación directa y la entrevista.

3.3.2 Instrumento:

Para el recojo de la información de la muestra se utilizó un cuestionario, pre diseñado el cual estuvo compuesto por 32 Preguntas de tipo cerrada, las respuestas estuvieron condicionadas a SI o NO, y redactadas de manera sencilla para que sean comprendidas con facilidad por los encuestados, las cuales fueron administradas por el investigador.

3.4 Operacionalización de variables

Variable a Investigar	Definición Conceptual	Indicador de variables	Tipo de Variable	Escala de Medición
<p>Variable independiente</p> <p>Control interno Administrativo</p>	<p>Es toda acción que garantice que los principios, funciones, actividades y operaciones de la administración se cumplan, de acuerdo con las normas constitucionales y legales; dentro de las políticas, objetivos, planes y proyectos establecidos y con el ánimo de satisfacer las necesidades de la sociedad (Responsabilidad social).</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Eficiencia y Eficacia de controles administrativos -Reporte de pérdidas -Faltantes y/o sobrantes 	<p>Cuantitativa</p>	<p>Ordinal</p>

Variable a Investigar	Definición Conceptual	Indicador de variables	Tipo de Variable	Escala de Medición
<p>Variable dependiente</p> <p>Resultados de Gestión</p>	<p>Constituye el control y manejo de determinadas metodologías y técnicas, para lograr consistencia y coherencia entre los objetivos estratégicos y los planes de cada organización. En el control de gestión es el proceso administrativo que sirve para evaluar el grado de cumplimiento de los objetivos organizacionales previstos por la dirección o gobierno corporativo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplimiento de los objetivos generales. - Eficiencia - Eficacia - Rentabilidad 	<p>Cuantitativa</p>	<p>Ordinal</p>

3.6 Plan de análisis

Una vez obtenido los datos se procedió a procesarlos.

Los datos recolectados en la investigación se analizaron haciendo uso de la estadística descriptiva y para la tabulación de los datos se utilizó como soporte los programas de Word y Excel.

3.7 Principios Éticos

Durante el desarrollo de la investigación se ha considerado en forma estricta el cumplimiento de los principios éticos que permitan asegurar la originalidad de la investigación. Asimismo, se han respetado los derechos de propiedad intelectual de los libros de texto y de las fuentes electrónicas consultadas, necesarias para estructurar el marco teórico.

De otro lado, considerando que gran parte de los datos utilizados son de carácter público, y pueden ser conocidos y empleados por diversos analistas sin mayores restricciones, se ha incluido su contenido sin modificaciones, salvo aquellas necesarias por la aplicación de la metodología para el análisis requerido en esta investigación.

Igualmente, se conserva intacto el contenido de las respuestas, manifestaciones y opiniones recibidas de los trabajadores y funcionarios que han colaborado contestando las encuestas a efectos de establecer la relación causa-efecto de las variables. Además, se ha creído conveniente mantener en reserva la identidad de los mismos con la finalidad de lograr objetividad en los resultados.

IV. RESULTADOS

4.1 Resultados

4.1.1 Respecto al objetivo específico 1

Describir las principales características de los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación.

Tabla 1

Edad de propietario y/o representante legal

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
De 18 a 23 años	4	10%
De 24 a 29 años	11	28%
De 30 a 35 años	18	45%
De 36 a más años	7	17%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 1

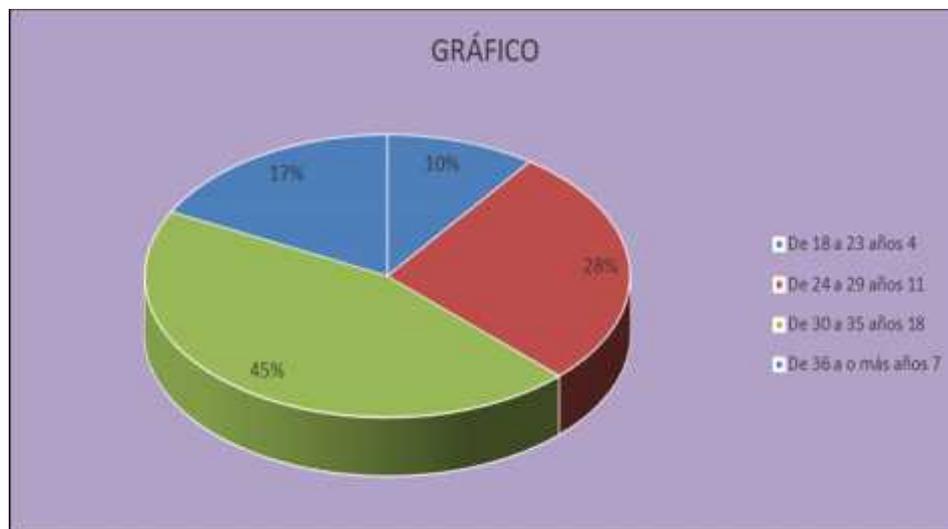


Gráfico 1: Distribución porcentual de la edad de los encuestados.

Fuente: Tabla 1

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 1: Las edades de los propietarios, gerentes y/o representantes de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, fluctúan entre 30 a 36 años. Siendo el 10% de 18 a 23 años, el 28% de 24 a 29 años, el 45% de 30 a 35 años y el 17% de 36 a más años.

Tabla 2

Sexo de propietario y/o representante legal

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Femenino	28	70%
Masculino	12	30%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 2

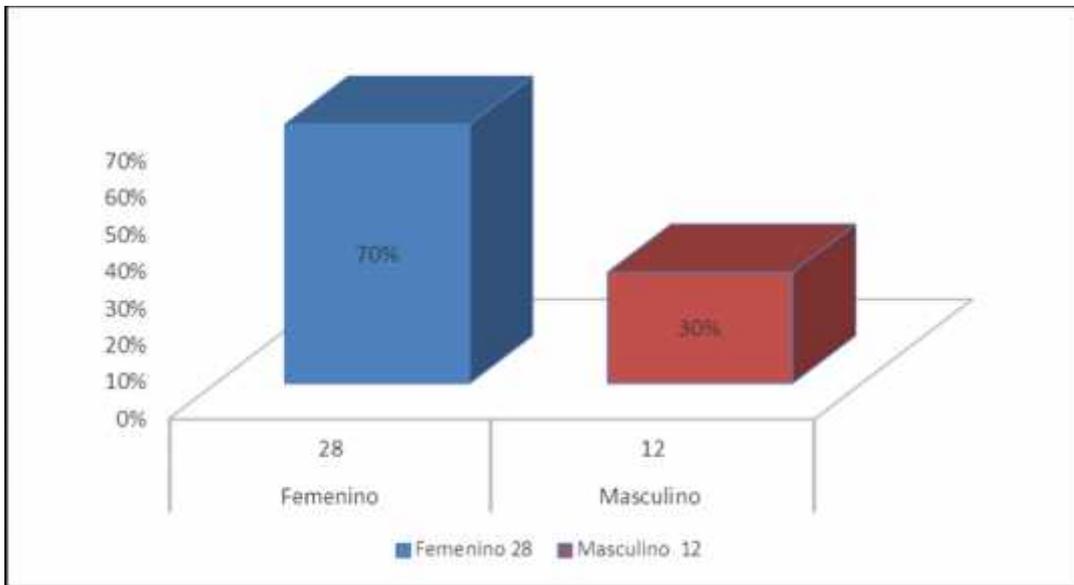


Gráfico 2: Distribución porcentual del sexo de los encuestados.
Fuente: Tabla 2

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 2: El 70% de los propietarios, gerentes y/o representantes de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, son de sexo femenino y el 30% son de sexo masculino.

Tabla 3

Grado de instrucción de propietario y/o representante legal

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Primaria	1	2%
Secundaria Completa	16	40%
Secundaria Incompleta	1	2%
Técnico	17	43%
Superior	5	13%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 3

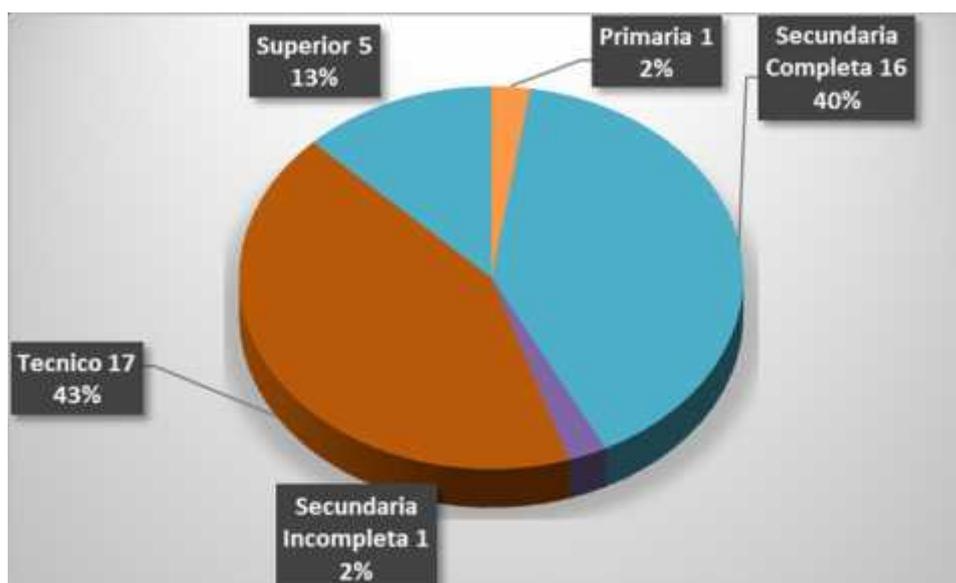


Gráfico 3: Distribución porcentual del grado de instrucción de los encuestados.

Fuente: Tabla 3

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 3: El grado de instrucción de los propietarios, gerentes y/o representantes de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, el 43% son de nivel técnico, el 40% tienen el grado de instrucción de secundaria, el 13% tiene el grado de superior y un 2% representan a los que tienen el grado de primaria y de secundaria incompleta respectivamente.

Tabla 4

Experiencia en la actividad de propietario y/o representante legal

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Menos de 2 años	12	30%
De 2-6 años	21	53%
Más de 6 años	7	17%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 4



Gráfico 4: Distribución porcentual de la Experiencia de los encuestados.

Fuente: Tabla 4

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 4: La experiencia en la actividad de los propietarios, gerentes y/o representantes de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, fluctúan entre 2 a más de 6 años. Siendo el 53% de 2 a 6 años, el 30% menos de 2 años y un 17% más de 6 años.

4.1.2 Respecto al objetivo específico 2

De las principales características de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación.

Tabla 5

Años de constitución de la empresa

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Un año	11	28%
dos años	5	12%
tres años	14	35%
más de tres años	10	25%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 5

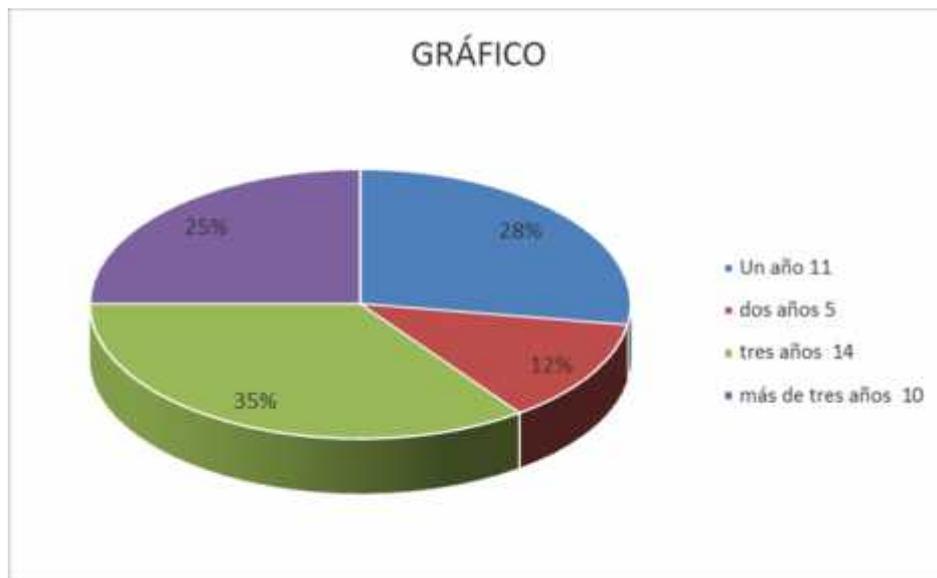


Gráfico 5: Distribución porcentual de año de constitución de los encuestados.

Fuente: Tabla 5

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 5: Los años de constitución de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, fluctúan entre 1 año a más de 3 años. Siendo el 35% de 3 años de constitución, el 28% son de 1 año, el 25% de las empresas constituidas más de 3 años y un 12% representan a 2 años de constituidas.

Tabla 6

Número de trabajadores que laboran en la empresa

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
1	2	5%
2 a 4	20	50%
5 a 10	13	33%
más de 10	5	12%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 6



Gráfico 6: Distribución porcentual del número de trabajadores de los encuestados.

Fuente: Tabla 6

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 6: Los números de trabajadores que laboran en las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, son entre 1 a más de 10. El 5% tiene un trabajador, el 50% de 2 a 4, el 33% de 5 a 10 y el 12% más de 10 trabajadores.

Tabla 7

Objetivo de la empresa

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Incrementar contratos del servicio	27	68%
Brindar servicios de calidad	2	5%
Fidelizar a los clientes	1	2%
Todos	10	25%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 7

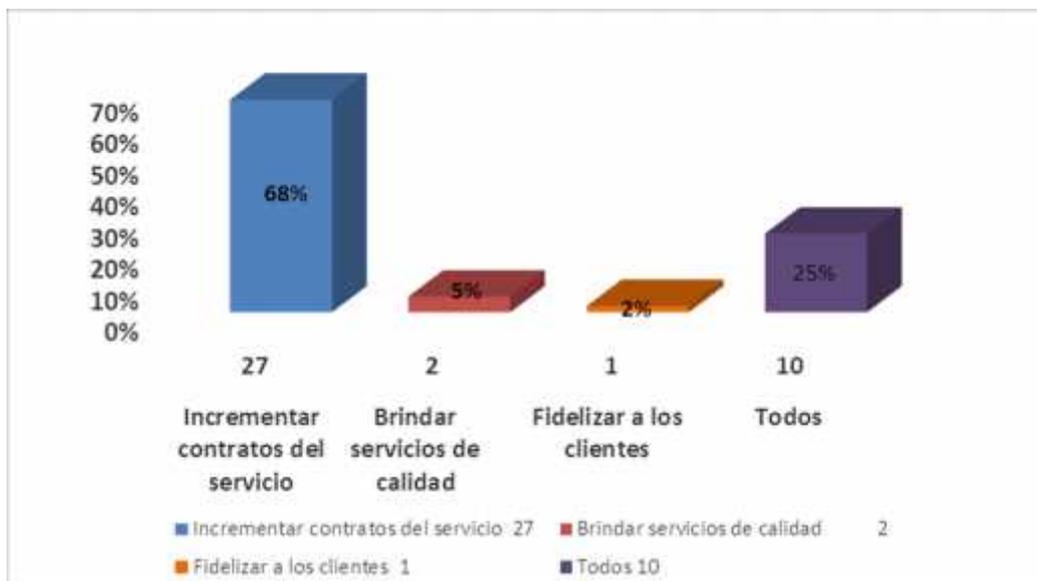


Gráfico 7: Distribución porcentual del objetivo de los encuestados.

Fuente: Tabla 7

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 7: El 68% de las empresas en investigación indicaron que su objetivo es incrementar contratos del servicio, el 5% señala que es brindar servicios de calidad, el 2% manifestaron que su objetivo es fidelizar a los clientes y el 25% señalaron que todas las alternativas son sus objetivos.

Tabla 8

Su empresa lleva contabilidad

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Si	31	77%
No	9	23%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 8

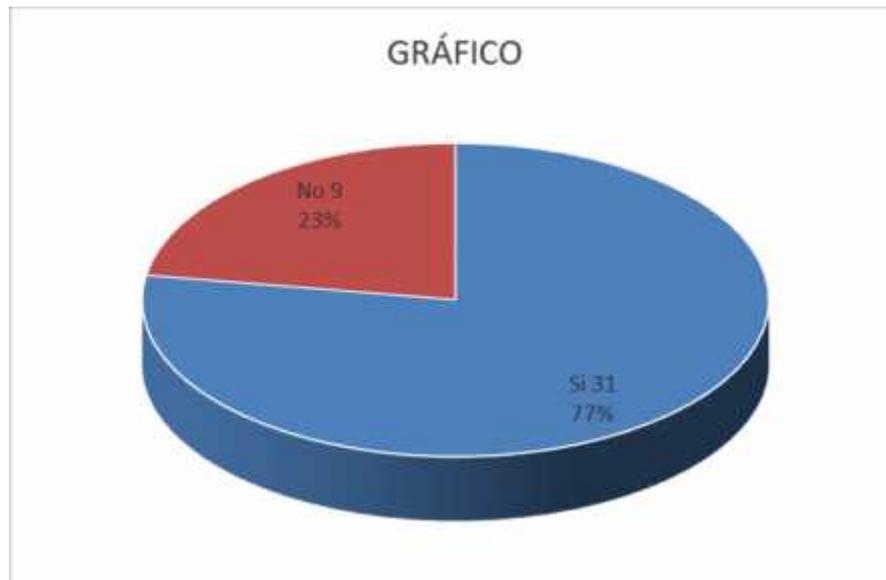


Gráfico 8: Distribución porcentual del llevado de contabilidad de los encuestados.
Fuente: Tabla 8

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 8: El llevado de contabilidad de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, el 77% indicaron que si llevan contabilidad y el 23% manifestaron que no llevan contabilidad.

Tabla 9

Asesoramiento de un profesional

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Contador	7	17%
Administrador	27	67%
Economista	1	3%
Otro profesional (Abogado)	5	13%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 9

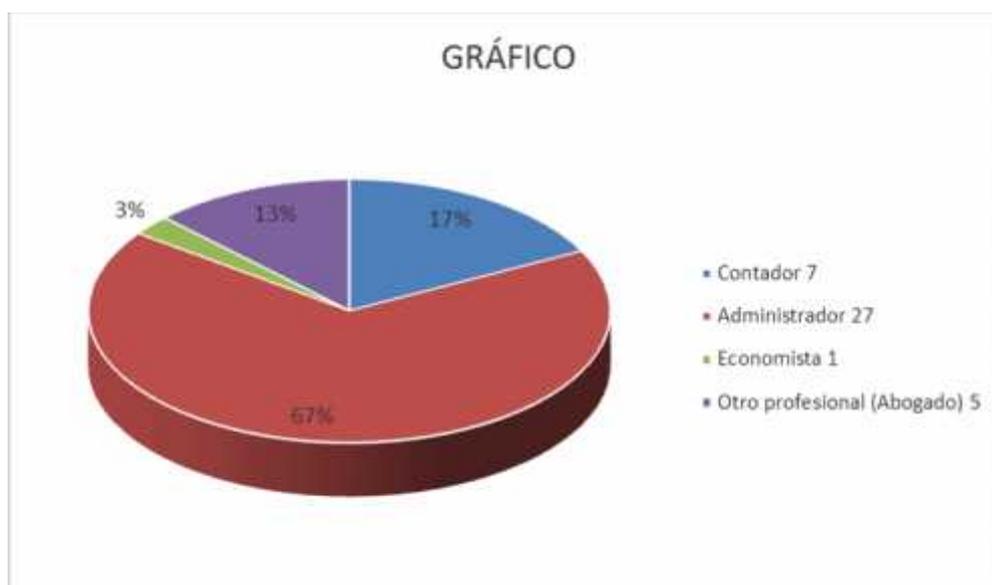


Gráfico 9: Distribución porcentual del asesoramiento profesional de los encuestados.

Fuente: Tabla 9

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 9: El asesoramiento del profesional de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, un 67% señalaron que son asesorados por un administrador, el 17% indicaron que reciben asesoría de un contador, el 3% indicaron que son asesorados por economista y el 13% por otro profesional.

4.1.3 Respecto al objetivo específico 3

De las principales características de los mecanismos de control interno administrativo de la empresas organizadoras de eventos sociales en investigación.

Tabla 10

Tiene conocimiento de lo que es control interno

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Si	38	95%
No	2	5%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 10



Gráfico 10: Distribución porcentual del conocimiento de control interno de los encuestados.

Fuente: Tabla 10

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 10: Conocimiento del control interno de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, un 95% indicó que si sabe lo que es control interno y un 5% manifestó que no sabe del control interno.

Tabla 11

Implementa acciones de control interno que garanticen eficiencia en las operaciones

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Si	32	80%
No	8	20%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 11

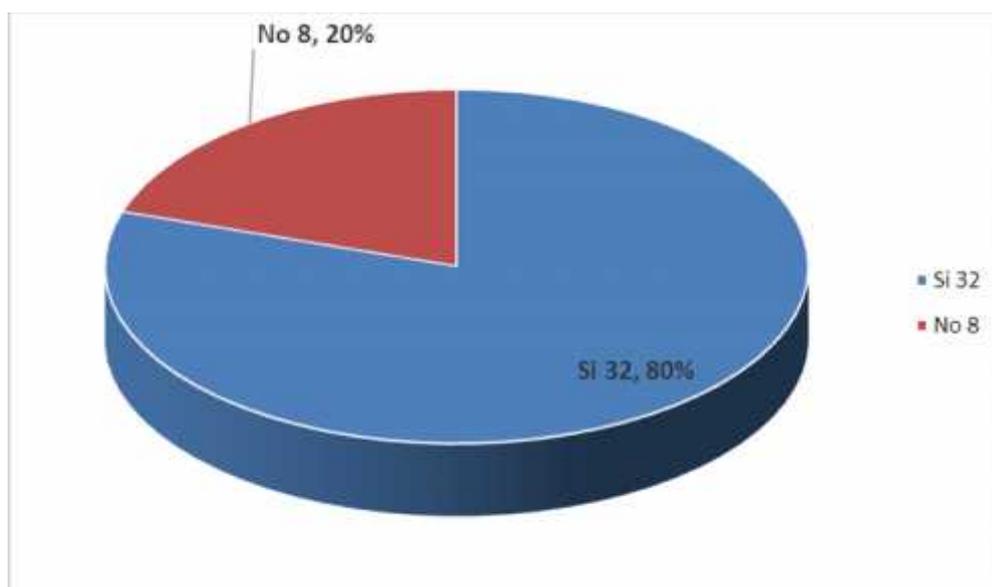


Gráfico 11: Distribución porcentual de las acciones de control en la empresa de los encuestados.

Fuente: Tabla 11

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 11: Las acciones de control que garantizan eficiencia en las operaciones de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, un 80% afirman que hay acciones de control y el 20% no siguen acciones de control.

Tabla 12

Implementa controles para el pago del personal

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Si	37	93%
No	3	7%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 12

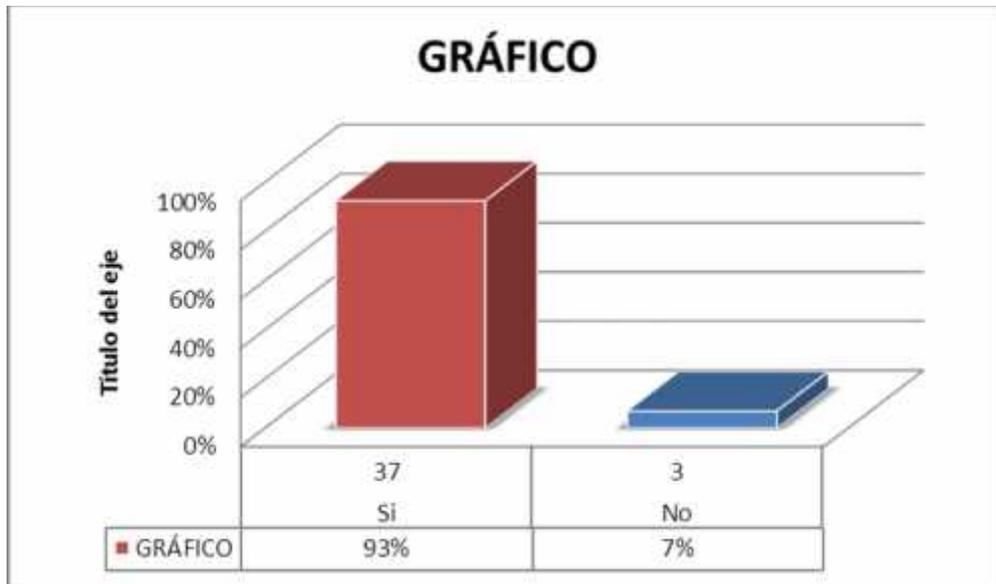


Gráfico 12: Distribución porcentual de implementación de controles para el pago del personal de los encuestados.

Fuente: Tabla 12

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 12: El 93% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, manifestaron que implementan controles para el pago del personal y un 7% indicaron que no implementan controles para el pago del personal.

Tabla 13

Cuenta la empresa con un manual para el proceso administrativo y contable

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Si	17	43%
No	23	57%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 13

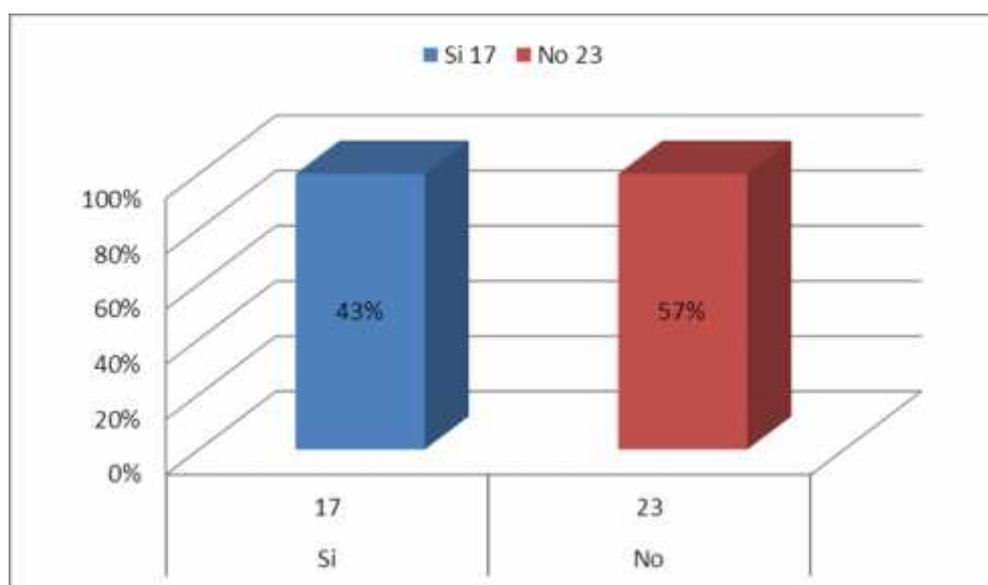


Gráfico 13: Distribución porcentual del manual para el proceso administrativo y contable de los encuestados.

Fuente: Tabla 13

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 13: El 43% de las empresas en investigación, cuentan con un manual para el proceso administrativo y contable y el 57% indicaron que no cuentan con dicho manual.

Tabla 14

La administración muestra integridad y valores éticos en el cumplimiento de los contratos

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Si	32	80%
No	8	20%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 14

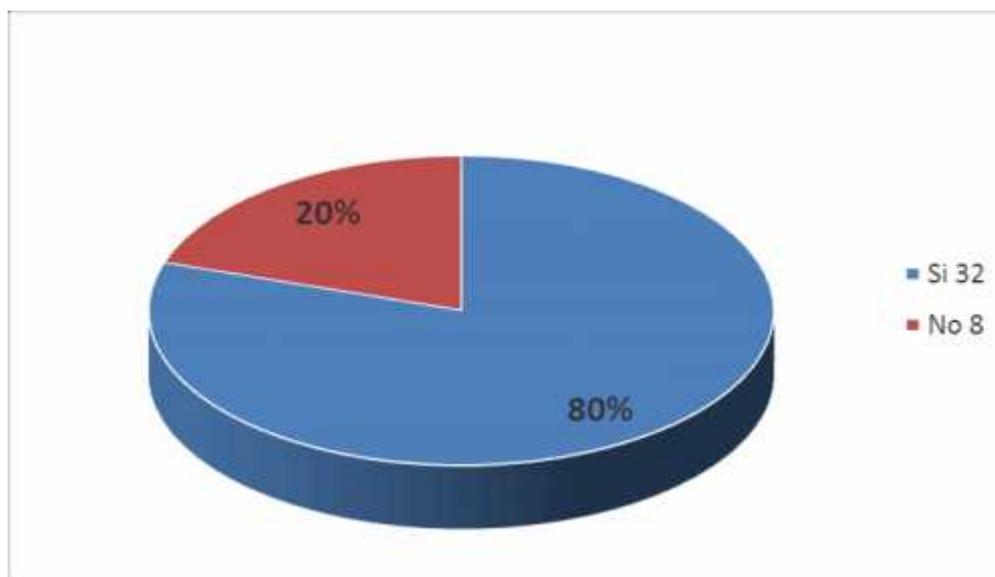


Gráfico 14: Distribución porcentual de la integridad y valores éticos en el cumplimiento de los contratos de los encuestados Fuente: Tabla 14

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 14: El 80% de las empresas en investigación, manifestaron que si muestra integridad y valores éticos en el cumplimiento de los contratos y un 20% no muestra integridad y valores en el cumplimiento de los contratos.

Tabla 15

Existe un código de ética en la empresa

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Si	23	58%
No	17	42%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 15

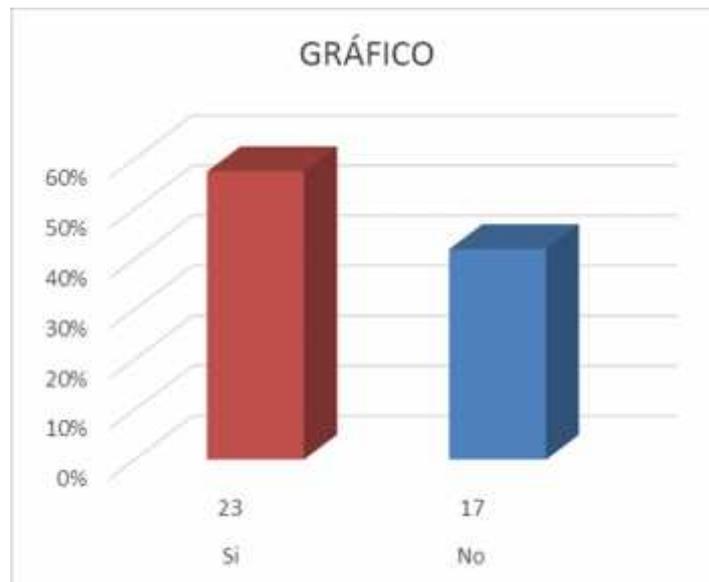


Gráfico 15: Distribución porcentual de la existencia de un código de ética en la empresa de los encuestados.

Fuente: Tabla 15

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 15: El 58% de las empresas en investigación, indicaron que tienen el código de ética y el 42% señaló que no tienen dicho código en la empresa.

Tabla 16

La empresa se ha planteado la “Misión” y “Visión”

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Si	40	100%
No		0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 16

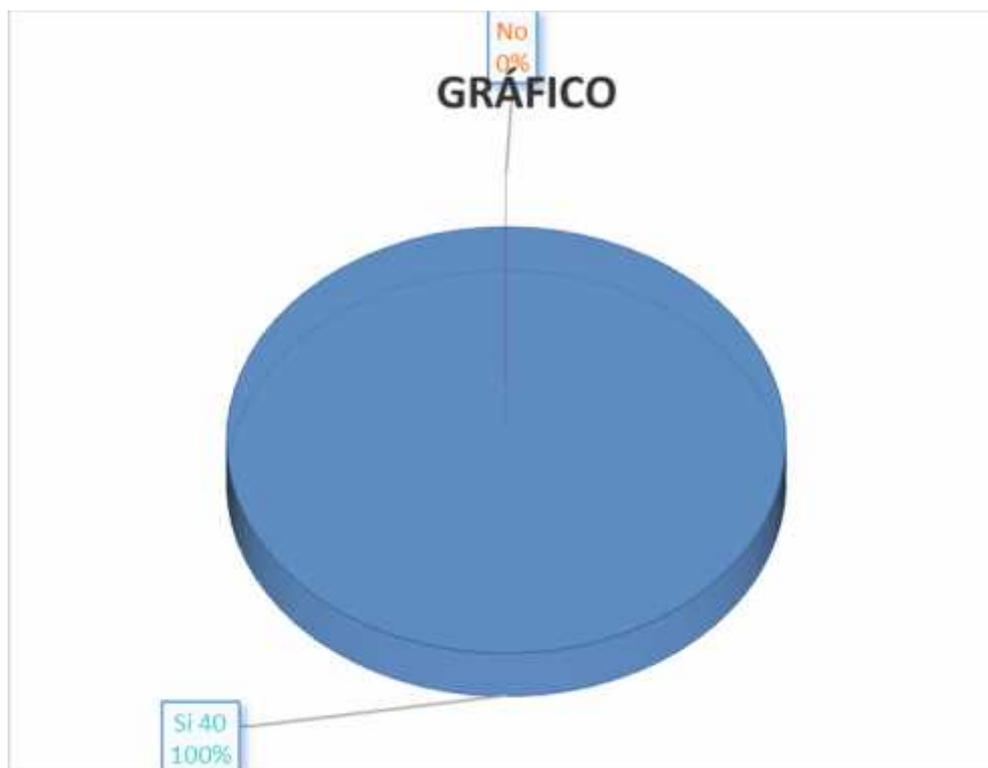


Gráfico 16: Distribución porcentual de la misión y visión de las empresas de los encuestados.

Fuente: Tabla 16

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 16: El 100% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, manifestaron que se han planteado su misión y visión.

Tabla 17

Se han establecido estrategias para el logro de los objetivos operativos

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Si	40	100%
No		0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 17

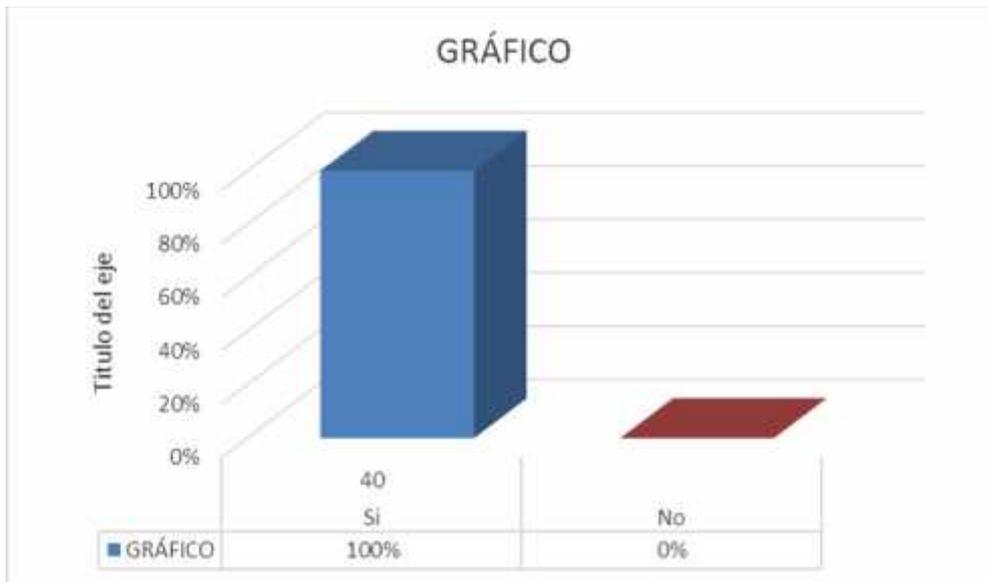


Gráfico 17: Distribución porcentual de las estrategias para el logro de objetivos en las empresas de los encuestados.

Fuente: Tabla 17

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 17: El 100 % de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, manifestaron que se han establecido estrategias para el logro de sus objetivos operativos.

Tabla 18

Se verifica el cumplimiento de un procedimiento y/o estrategia

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Si	34	85%
No	6	15%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 18

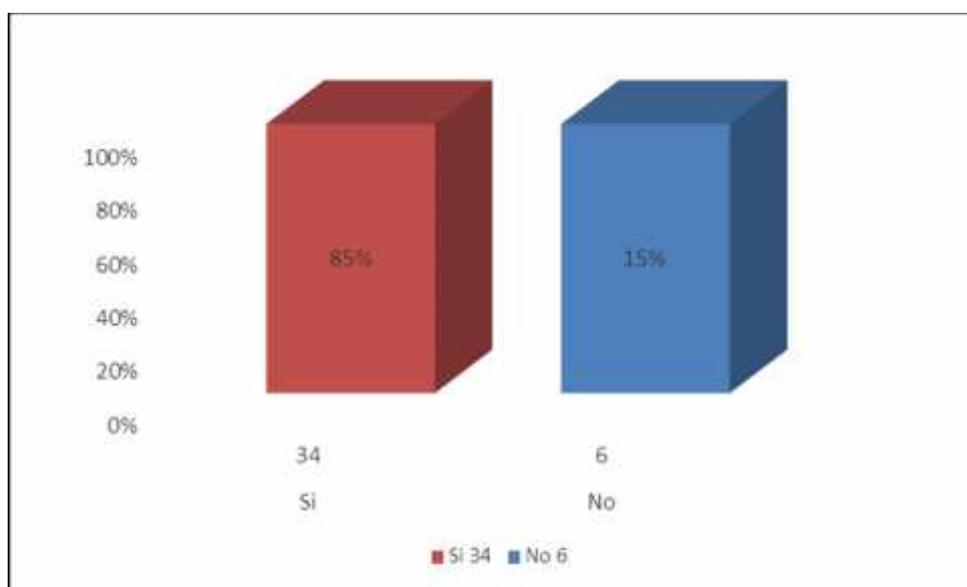


Gráfico 18: Distribución porcentual de la verificación del cumplimiento de un procedimiento y/o estrategia en las empresas de los encuestados.

Fuente: Tabla 18

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 18: El 85% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, afirmaron que verifican el cumplimiento de un procedimiento y/o estrategia y el 15% indicaron que no se verifica el cumplimiento de los procedimientos y/o estrategias.

Tabla 19

La organización de su empresa es adecuada para el tamaño y las actividades de sus operaciones

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Si	40	100%
No		0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 19

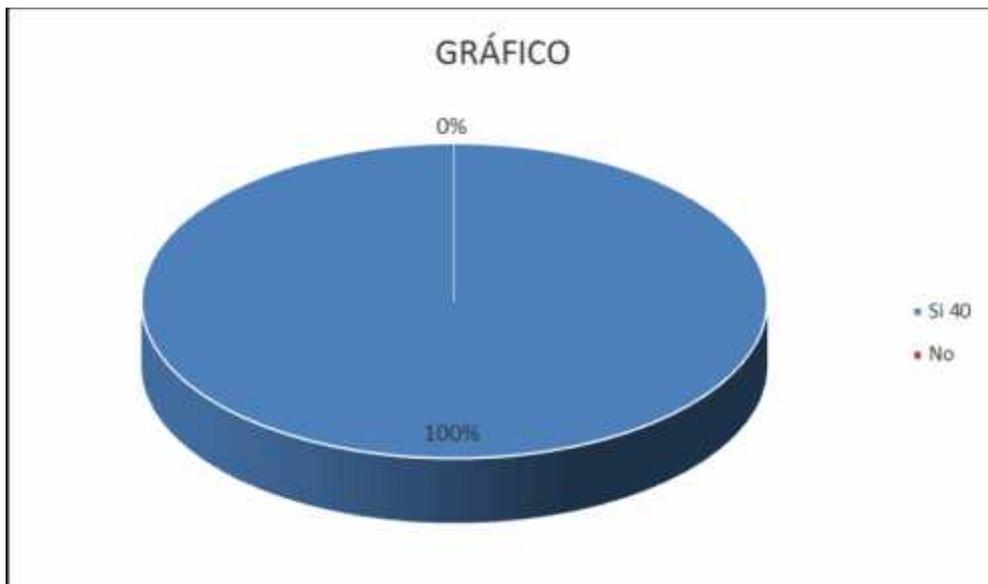


Gráfico 19: Distribución porcentual de la organización adecuada para el tamaño y actividades de las operaciones de los encuestados.

Fuente: Tabla 19

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 19: El 100% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, afirmaron que su organización es adecuada para el tamaño y actividades de sus operaciones.

Tabla 20

Existe una adecuada organización del área administrativa y operativa para el cumplimiento de los objetivos de gestión

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Si	40	100%
No		0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 20

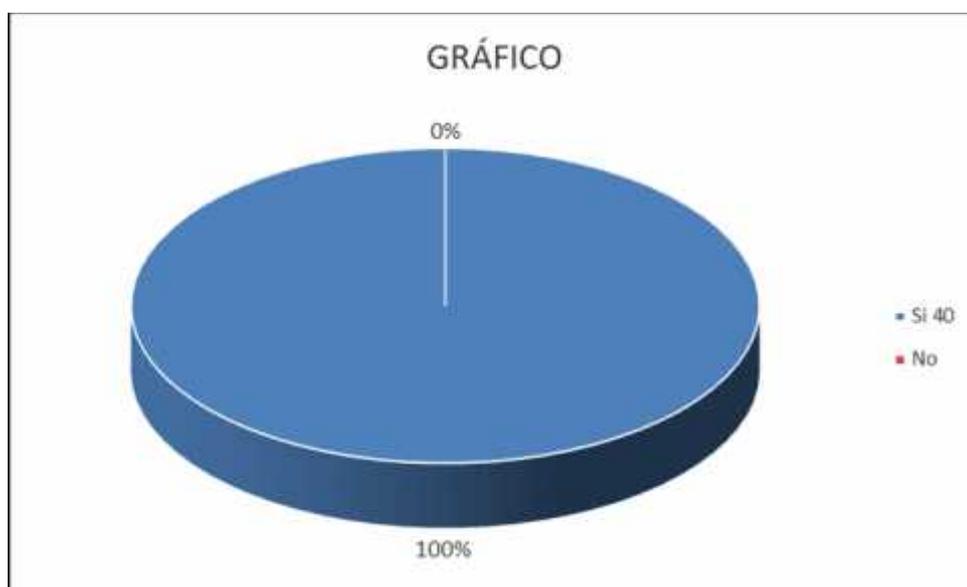


Gráfico 20: Distribución porcentual de la Existencia de una adecuada organización del área administrativa y operativa para el cumplimiento de los objetivos de gestión en la empresa de los encuestados.

Fuente: Tabla 20

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 20: El 100% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, afirmaron que existe una adecuada organización del área administrativa y operativa para el cumplimiento de los objetivos de gestión.

Tabla 21

Existen mecanismos formales para la revisión y actualización de los procedimientos en función a los riesgos existentes

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Si	35	88%
No	5	12%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 21

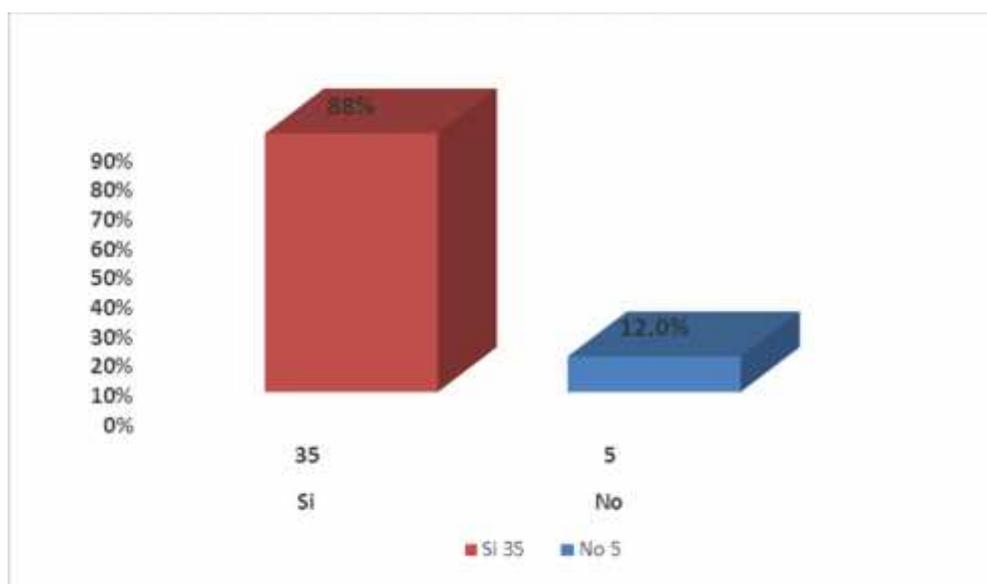


Gráfico 21: Distribución porcentual de la existencia de mecanismos formales para la revisión y actualización de los procedimientos en función a los riesgos existentes.

Fuente: Tabla 21

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 21: El 88% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, afirmaron que existen mecanismos formales para la revisión y actualización de los procedimientos en función a los riesgos existentes y el 12% manifestaron que no existen dichos mecanismos.

Tabla 22

Existe una adecuada supervisión y monitoreo de las operaciones de las áreas de la empresa

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Si	37	93%
No	3	7%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 22

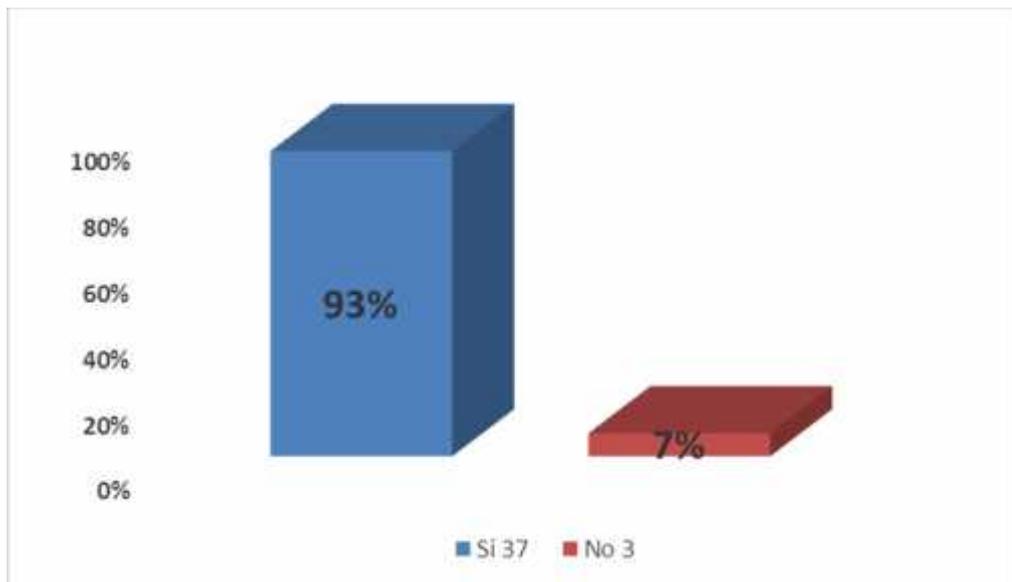


Gráfico 22: Distribución porcentual de la existencia de una adecuada supervisión y monitoreo de las operaciones de las áreas de la empresa.

Fuente: Tabla 22

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 22: El 93% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, afirmaron que existe una adecuada supervisión y monitoreo de las operaciones de las áreas y el 7% indicó que no existe dichas supervisión en la empresa.

Tabla 23

Existen procedimientos operativos y éstos están incluidos en un manual de procesos

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Si	25	63%
No	15	37%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 23

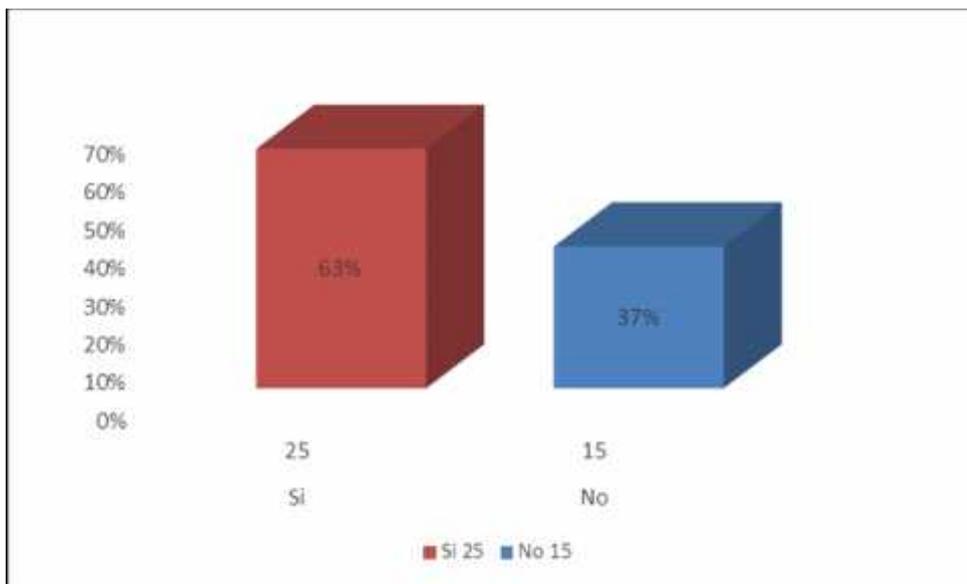


Gráfico23: Distribución porcentual de la existencia de procedimientos operativos y éstos están incluidos en un manual de procesos de la empresa.

Fuente: Tabla 23

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 23: El 63% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, indicaron que existen procedimientos operativos y estos están incluidos en un manual de procesos y el 37% indicaron que no existen.

4.1.4 Respecto al objetivo específico 4

Del impacto en los resultados de gestión de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación.

Tabla 24

La adecuada implementación de los procedimientos del control interno influyeron en la liquidez de la empresas.

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Si	39	98%
No	1	2%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 24



Gráfico24: Distribución porcentual de la adecuada Implementación de los procedimientos del control interno influyeron en la liquidez de las empresas.

Fuente: Tabla 24

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 24: El 98% de empresas organizadoras de eventos sociales en investigación afirmaron que la adecuada implementación de los procedimientos del control interno influyeron en la liquidez de su empresa y un 2% indicaron que no influyeron.

Tabla 25

**Considera que la implementación del control interno
influyó en los estados financieros de la empresa**

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Si	35	88%
No	5	12%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 25

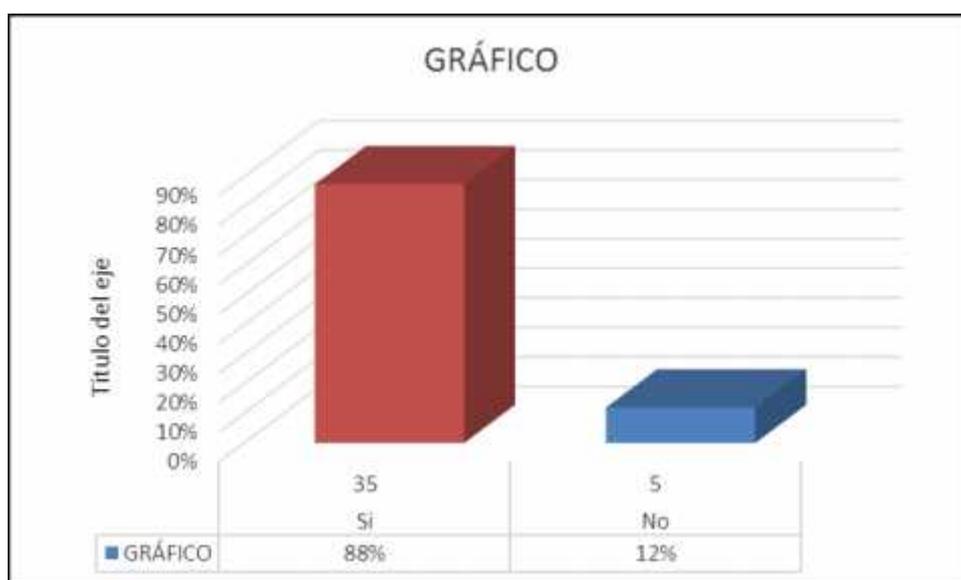


Gráfico 25: Distribución porcentual de la implementación del control interno influyó en los estados financieros en las empresas.

Fuente: Tabla 25

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 25: El 88% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, si consideraron que la implementación del control interno influyó en los estados financieros en su empresa y el 12% no.

Tabla 26

Considera Ud. que es importante la supervisión en las cuentas por cobrar de la empresa

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Si	39	98%
No	1	2%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 26

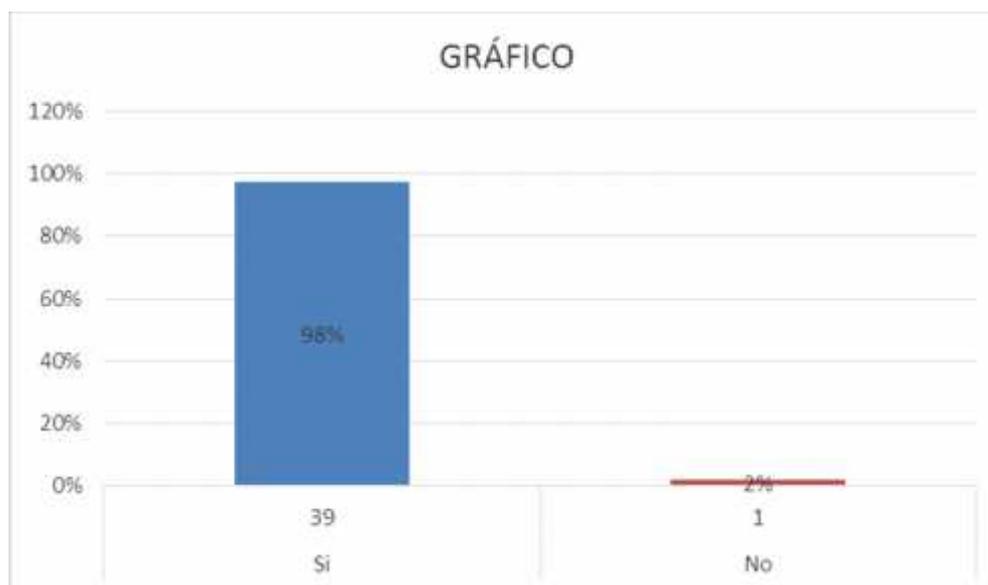


Gráfico 26: Distribución porcentual de la importancia de supervisión en las cuentas por cobrar en la empresa.

Fuente: Tabla 26

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 26: El 98% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, afirmaron que es importante la supervisión en las cuentas por cobrar de su empresa y un 2% manifestaron que no es importante.

Tabla 27

Considera que el control interno adecuado contribuyó a evitar gastos innecesarios en la empresas.

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Si	39	98%
No	1	2%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 27

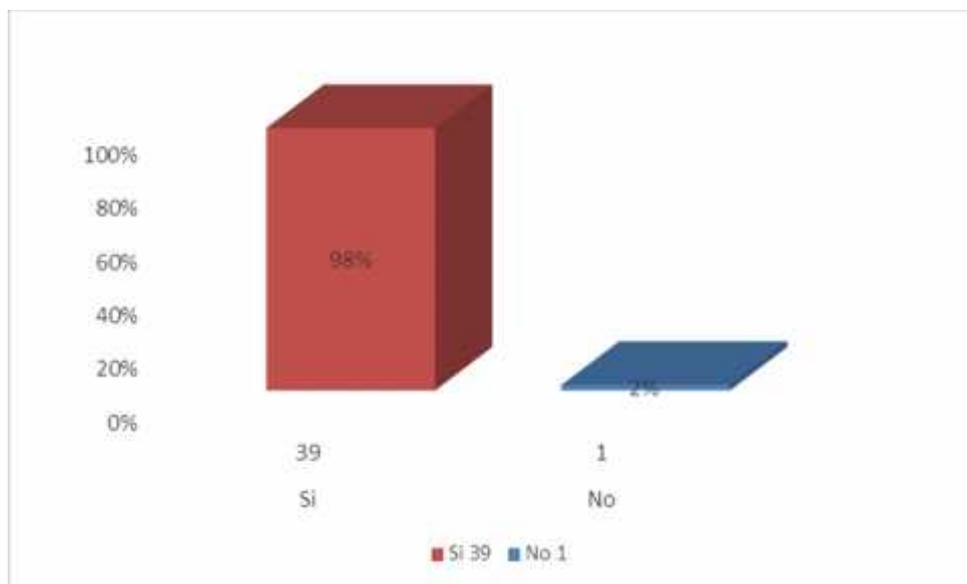


Gráfico 27: Distribución porcentual del control interno adecuado contribuyó a evitar gastos innecesarios en las empresas de los encuestados.

Fuente: Tabla 27

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 27: El 98% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, afirmaron que el control interno adecuado contribuyó a evitar gastos innecesarios en las empresas y un 2% no lo consideran.

Tabla 28

Sus trabajadores se encuentran informados de la importancia de contar con un sistema de control interno en la empresa.

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Si	40	100%
No		0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 28

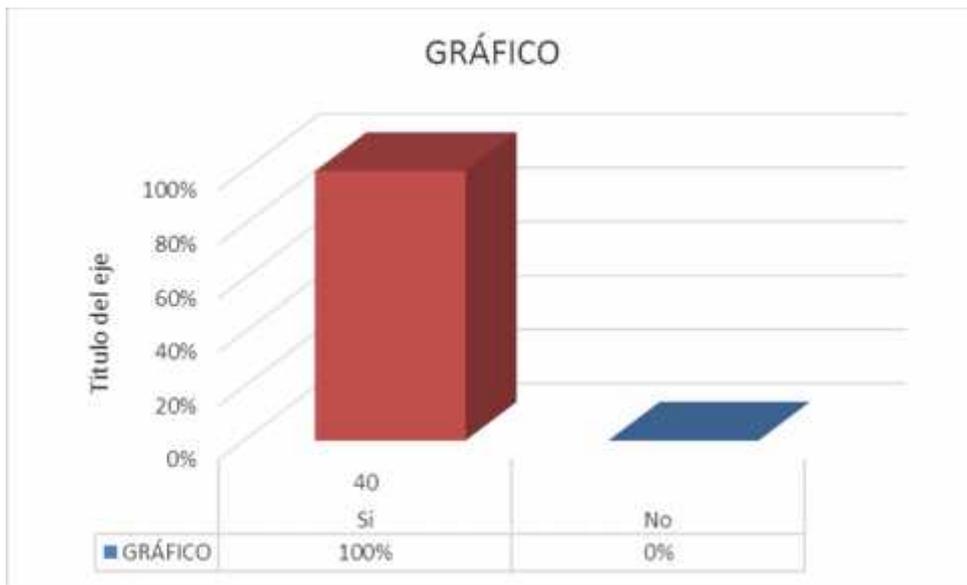


Gráfico 28: Distribución porcentual de que los trabajadores se encuentran informados de la importancia de contar con un sistema de control interno

Fuente: Tabla 28

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 28: El 100% de las empresas en investigación afirmaron que sus trabajadores se encuentran informados de la importancia de contar con un sistema de control interno en la empresa.

Tabla 29

Considera usted que la implementación de un sistema de control interno benefició la gestión administrativa de la empresa

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Si	40	100%
No		0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 29

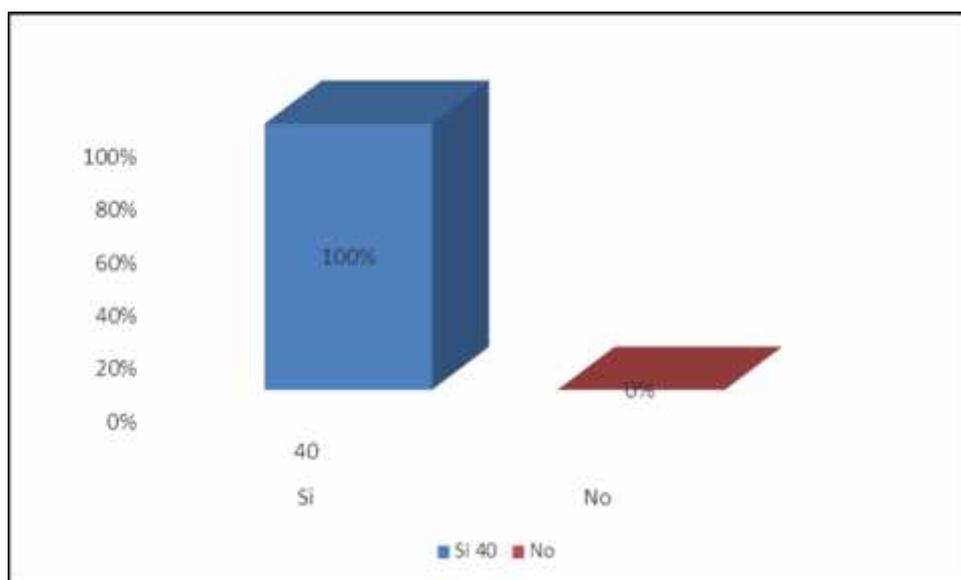


Gráfico 29: Distribución porcentual de que la implementación de un sistema de control interno benefició la gestión administrativa de las empresas de los encuestados.

Fuente: Tabla 29

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 29: El 100% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, afirmaron que la implementación del sistema de control interno benefició la gestión administrativa de la empresa.

Tabla 30

Considera usted que el control interno adecuado contribuyó al logro de las metas y objetivos de la empresa

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Si	40	100%
No		0%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 30

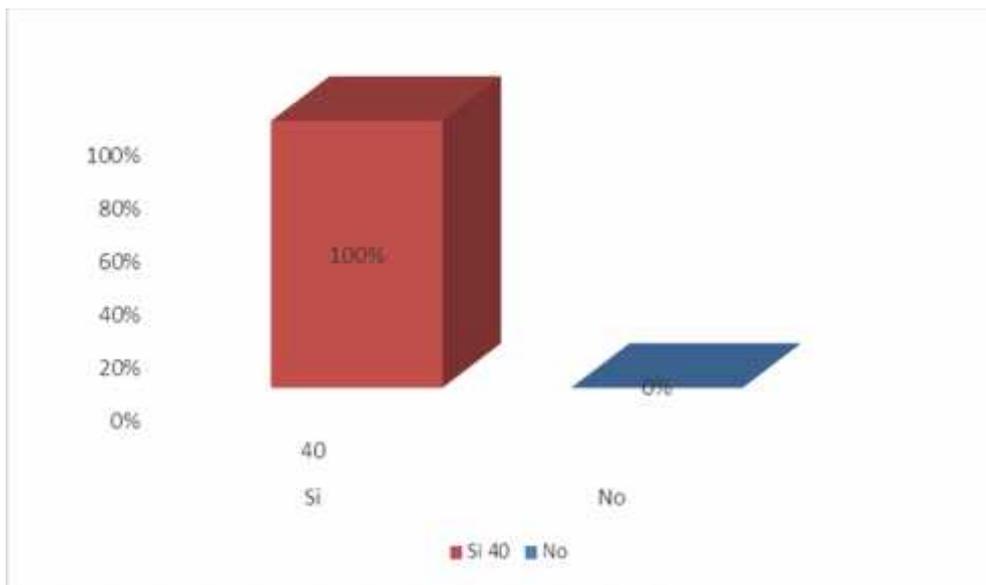


Gráfico 30: Distribución porcentual del control interno adecuado contribuyó con lograr las metas y objetivos de las empresas de los encuestados.

Fuente: Tabla 30

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 30: El 100% de las empresas organizadoras de eventos en investigación, consideraron que el control interno adecuado contribuyó con lograr las metas y objetivos.

Tabla 31

Considera usted que la información que brindó el sistema de control interno contribuyó con la toma de decisiones de la gestión administrativa de la empresa

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Si	39	97%
No	1	3%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 31

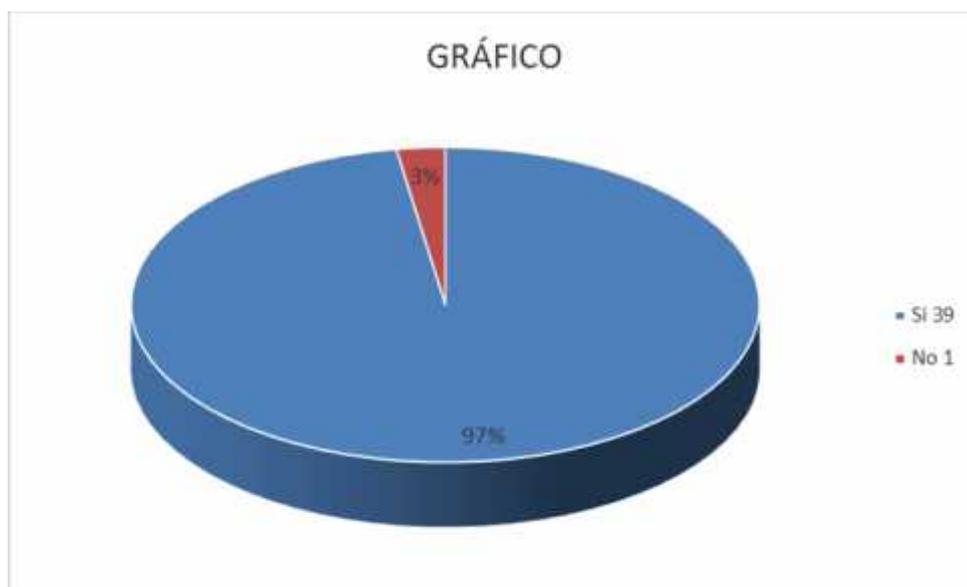


Gráfico 31: Distribución porcentual de la información que brinda el sistema de control interno contribuyó con la toma de decisiones de la gestión Administrativa de la empresa.

Fuente: Tabla 31

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 31: El 97% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, afirmaron que la información que brinda el sistema de control interno contribuyó con la toma de decisiones de la gestión administrativa y el 3% no lo consideran.

Tabla 32

Considera usted que es imprescindible contar con personal de confianza para el buen cumplimiento de los objetivos de la empresa

Alternativas	Frec. Relativa	Frec. Absoluta
Si	37	93%
No	3	7%
TOTAL	40	100%

Fuente: Cuestionario aplicado.

Gráfico 32

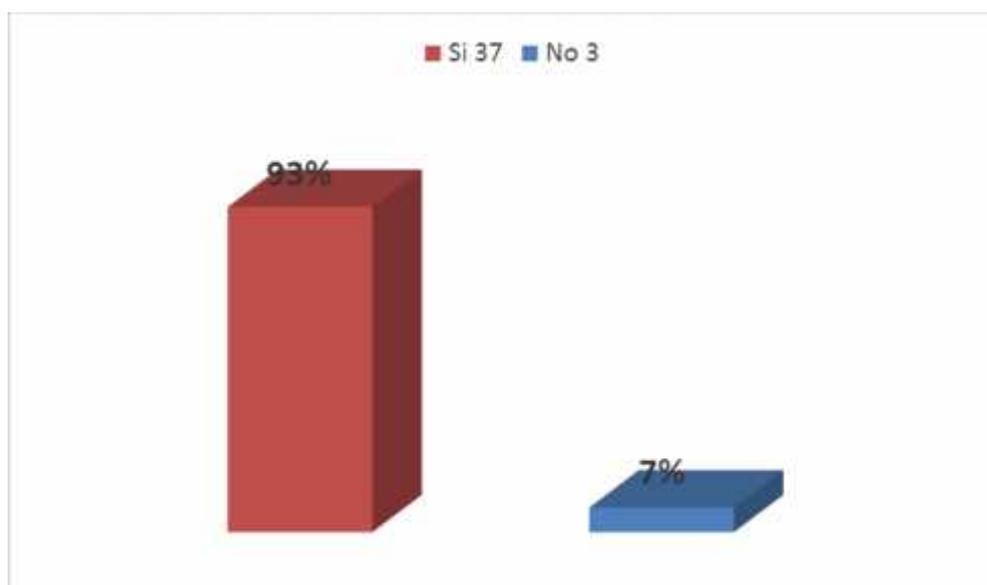


Gráfico 32: Distribución porcentual lo imprescindible que es contar con personal de confianza para el buen cumplimiento de los objetivos de la empresa.

Fuente: Tabla 32

Interpretación:

Según la Tabla y Gráfico 32: El 93% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, consideraron que es imprescindible contar con personal de apoyo para el buen cumplimiento de las normas y procedimientos del control interno de la empresa y el 7% no lo consideran imprescindible.

4.2 Análisis de los Resultados

4.2.1 Respecto al Objetivo específico 1

De los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación.

Tabla 1: El 45% de los propietarios, gerentes y/o representantes de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación sus edades, fluctúan entre 30 a 35 años. El 28% de 24 a 29 años, el 17% de 36 a más años y el 10% de 18 a 23 años. Lo confirma que hoy en día los empresarios dedicados a la organización de eventos son personas jóvenes. Lo que coincide con la teoría de Cruz (2009). Quien determinó que la población empresarial tiene una edad relativamente joven, siendo el 72% de las edades comprendidas entre los 26 y los 55 años.

Tabla 2: El 70% de los propietarios, gerentes y/o representantes de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, son de sexo femenino, mientras que el 30% son de sexo masculino. Lo que evidencia que la participación femenina prevalece en este tipo de empresas, lo que coincide con la teoría de Rodríguez, & Santos (2008). Quien concluyó que la participación de las mujeres en el mercado de trabajo, ya sea como asalariadas o como empresarias, es esencial para impulsar el crecimiento y el desarrollo económico.

Tabla 3: El 43% de los propietarios, gerentes y/o representantes de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, tienen el grado de instrucción de nivel técnico, mientras el 40% tienen el grado de instrucción de secundaria, el 13% tiene el grado de superior y un 2% representan a los que tienen el grado de primaria y de secundaria incompleta respectivamente. Lo que pone en manifiesto que los propietarios tienen un alto nivel educativo, lo que coincide con la

teoría de Medina (2009). Quien concluyó que el 41.67% de los gerentes poseen un grado de instrucción a nivel técnica, seguida por un 25% de instrucción primaria por parte de estos gerentes; el grado de instrucción de las personas que ocupan los puestos claves en la organización corresponde a que un 50% tiene instrucción técnica y 25% educación secundaria.

Tabla 4: La experiencia en la actividad de los propietarios, gerentes y/o representantes de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, fluctúan entre 2 a más de 6 años. Siendo el 30% menos de 2 años, el 52% de 2 a 6 años, y un 18% más de 6 años. Lo que expone los años de experiencia en el sector y rubro. Lo que coincide con el análisis de Oranday & Isaac (2012). Quienes manifestaron que en cuanto a años de experiencia de los empresarios en su ámbito de negocios, tenemos que el 31% está situado en un rango de experiencia entre los 0 y 6 años. En promedio se tiene que los empresarios tienen 11 años de experiencia en el área de negocios en el que están actualmente.

4.2.2 Respecto al Objetivo específico 2

De las principales características de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación.

Tabla 5: Los años de constitución de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, fluctúan: El 28% tiene 1 año de constitución, un 12% tienen 2 años de constituidas, el 35% tienen años de constitución y el 25% de las empresas constituidas más de 3 años. Lo que confirma que han venido trabajando de manera informal hace tres años, lo que coincide en su investigación Aguilar (2015). En sus resultados concluye que durante 04 años trabajo de manera informal, en abril del 2013 recién se formalizó la empresa.

Tabla 6: Los números de trabajadores que laboran en las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, fluctúan entre 1 a más de 10. Siendo un 5% de tienen 1 trabajador, el 50% de 2 a 4, el 33% de 5 a 10, mientras un 13% más de 10. Lo que pone en manifiesto que las empresas no cuentan con muchos trabajadores, lo que contrasta en su evaluación Chacaltana (2008) que el empleo registrado en empresas de 10 y más trabajadores ha empezado a crecer a tasas aceleradas, y a abril de 2008, ya había acumulado cerca de 80 meses de crecimiento.

Tabla 7: El 68% de las empresas en investigación indicaron que su objetivo es incrementar contratos del servicio, un 5% señala que es brindar servicio de calidad, el 2% manifiesta que su objetivo es fidelizar a los clientes y el 25% señalan que todas las alternativas son sus objetivos. Lo que confirma que son emprendedores en el logro de sus objetivos, lo que coincide en su proyecto Álvarez & Rivasplata (2014) indicando que su objetivo es maximizar el patrimonio de la empresa a largo plazo.

Tabla 8: El 77% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación indicaron que si llevan contabilidad y el 23% señalaron que no llevan contabilidad. Lo que confirma que la mayoría de las empresas cuentan con asesoría contable, lo que coincide la teoría de Palacios & Quito (2013) en su tesis que las empresas organizadoras llevan contabilidad para mejor control de sus operaciones financieras.

Tabla 9: El 67% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación indicaron que son asesorados por un administrador, el 17% de las empresas reciben asesoría de un contador, el 3% indicaron que son asesorados por economista y el 13% por otro profesional. Lo que evidencia que las empresas en su mayoría son asesoradas por

administradores, lo que coincide en su teoría Barrero & Vásquez (2010) manifiesta que la ejecución del plan de negocio se realiza aplicando conocimientos de administradores.

4.2.3 Respecto al Objetivo específico 3

De las principales características de los mecanismos de control interno administrativo de la empresas organizadoras de eventos sociales en investigación.

Tabla 10: Respecto al conocimiento del control interno de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, el 95% indicó que conoce lo que es control interno y el 5% manifestó que no conoce de control interno. Lo que confirma que las empresas tienen claro el concepto de control interno, lo que contrasta en su teoría Montero (2013). Quien indicó que actualmente, las empresas organizadoras de eventos carecen del conocimiento de lo que es control interno.

Tabla 11: Respecto a la implementación de acciones de control que garanticen eficiencia en las operaciones de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, un 80% afirmaron que se han implementado acciones de control y un 20% no implementan acciones de control. Lo que evidencia que las empresas implementan dichas acciones para lograr eficacia en el desempeño de sus operaciones, lo que coincide con la teoría de CCBY-SA. (2015). El objetivo principal de este comité es el control de todos los comités que integren el equipo para la generación de un evento. Tienen siempre la mayor responsabilidad y depende finalmente de ellos y de su criterio que tan exitoso pueda llegar a ser el evento. Control general de tiempos y movimientos de la planeación Y puesta en marcha del evento, control de etapas del evento.

Tabla 12: Respecto a la implementación de controles para el pago del personal de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, un 93% manifestaron que existe implementación de controles para el pago del personal, mientras un 7% indicaron que no implementan controles para el pago del personal. Lo que confirma que se controla el pago al personal, lo que coincide con la teoría de Contreras & Zerna (2015), en su plan de negocio siguen el control de pagos en base a un tabla en la que se describe el cargo y las remuneración que les corresponde al personal que trabaja, asimismo fijan reconocen comisiones de 0.10% por cada evento realizado.

Tabla 13: El 43% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, señalaron que cuentan con un manual para el proceso administrativo y contable y un 57% indicaron que no cuentan con dicho manual. Lo que pone en manifiesto que no todos conocen el papel que deben cumplir y la forma en que sus funciones se relacionan unas con otras.

Tabla 14: El 80% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, manifestaron que muestran integridad y valores éticos en el cumplimiento de los contratos por parte de la administración y un 20% no muestra integridad y valores en el cumplimiento de los contratos. Lo que confirma que las empresas garantizan el cumplimiento de las obligaciones contenidas en un contrato, y que existe una relación de trabajo sea seguro y productivo.

Tabla 15: El 58% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, indicaron que tienen el código de ética y el 42% señalaron que no tienen dicho código en la empresa. Lo que evidencia que fomentan una cultura de transparencia y legalidad en las relaciones con sus empleados, clientes, proveedores.

Tabla 16: El 100% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, manifestaron que se han planteado la misión y visión empresarial. Lo que confirma que conocen su razón de ser y lo que quieren ser en el futuro.

Tabla 17: El 100% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, manifestaron que se han establecido estrategias para el logro de los objetivos operativos. Lo que evidencia que se aplican estrategias para lograr la buena marcha de su empresa.

Tabla 18: El 85% de las empresas organizadores de eventos sociales en investigación afirmaron que verifican el cumplimiento de procedimientos y/o estrategias y un 15% indicaron que no se verifica el cumplimiento de los procedimientos y/o estrategias. Lo que confirma que obtienen la seguridad de que el riesgo que enfrenta, es manejado apropiadamente dentro de sus operaciones.

Tabla 19: El 100% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, afirmaron que la organización es adecuada para el tamaño y actividades de sus operaciones. Lo que evidencia que los elementos integradores son suficientes para el desarrollo de las actividades en la organización.

Tabla 20: El 100% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, afirmaron que existe una adecuada organización del área administrativa y operativa para el cumplimiento de sus objetivos de gestión. Lo que confirma el buen nivel de guía, conducción y control de sus esfuerzos en conjunto como áreas.

Tabla 21: El 88% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación indicaron que existen mecanismos formales para la revisión y actualización de los procedimientos en función a los riesgos existentes y el 12% manifestaron que no existen dichos mecanismos. Lo que evidencia la rápida identificación de controles, para riesgos y poder probar los desempeños en las actividades de la empresa.

Tabla 22: El 93% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, afirmaron que existe una adecuada supervisión y monitoreo de las operaciones de las áreas y el 7% indicaron que no existe dicha supervisión en la empresa. Lo que confirma el aseguramiento razonable en el desempeño de sus labores de los integrantes de la organización, quienes garantizan la eficiencia total.

Tabla 23: El 63% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, afirmaron que existen procedimientos operativos en la prestación de servicios y el 37% indicaron que no se han implementado. Lo que garantiza un buen servicio, eficiente y satisfactorio.

4.2.4 Respecto al Objetivo específico 4

Del impacto en los resultados de gestión de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación.

Tabla 24: El 98% de empresas organizadoras de eventos sociales en investigación afirmaron que la adecuada implementación de los procedimientos del control interno influyó en la liquidez de su empresa y un 2% no están de acuerdo. Lo que evidencia que se lleva a cabo la planificación, organización, coordinación y control de los recursos financieros; y de ese modo logran la liquidez en su empresa.

Tabla 25: El 88% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, afirmaron que los objetivos de la implementación del control interno influyó en los estados financieros de su empresa y el 12% no. Lo que evidencia que implementar mecanismos de control interno en registros contables y financieros, aseguran el logro de los objetivos, planes y metas empresariales.

Tabla 26: El 98% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, afirmaron que es importante la supervisión en las cobranzas de la empresa, mientras un 2% manifestaron que no es importante. Lo que confirma la importancia del control interno en el exigible de la empresa, para salvaguardar los activos.

Tabla 27: El 98% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, implementan un control interno adecuado contribuye a evitar gastos innecesarios en las empresas y un 2% no están de acuerdo. Lo que evidencia la custodia de los recursos para ser utilizados en lo que genere beneficio a la empresa.

Tabla 28: El 100% de los trabajadores de la empresa consideran que es importante contar con un sistema de control interno en la empresa organizadora de eventos sociales en investigación. Lo que confirma el interés de cumplir con los procedimientos de control interno, gracias a la valoración de su importancia.

Tabla 29: El 100% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, consideran que la implementación de un sistema de control interno beneficiará la gestión administrativa de las empresas. Lo que evidencia la responsabilidad de la organización en coordinar y encaminar todas las actividades eficazmente a la consecución de las actividades.

Tabla 30: El 100% de las empresas organizadoras de eventos en investigación, si consideran que un control interno adecuado contribuirá con lograr las metas y objetivos. Lo que evidencia el trabajo de la organización en el uso eficiente y eficaz de los recursos que dispone para así de esta manera lograr optimizar los objetivos planteados.

Tabla 31: El 97% de las empresas organizadoras de eventos sociales si consideran que la información que brinda el sistema de control interno contribuyó con la toma de decisiones de la gestión administrativa y el 3% no lo consideran.

Tabla 32: El 93% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, consideran que si es imprescindible contar con personal de apoyo para poder certificar el buen cumplimiento de las normas y procedimientos del control interno de la empresa, mientras el 7% no lo consideran imprescindible. Lo que confirma , que todos los integrantes cumplen un papel muy importante en la efectividad del control interno, los mismos que deben conocer sus responsabilidades y sus límites de autoridad, tener claro la forma como se materializa su eficiencia y el cumplimiento de los objetivos que pretende la empresa.

V. CONCLUSIONES

5.1 Conclusiones

5.1.1 Respecto al Objetivo específico 1

El 45% de los propietarios, gerentes y/o representantes de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación, sus edades fluctúan entre 30 a 35 años, el 28% de 24 a 29 años, el 17% de 36 a más años y el 10% de 18 a 23 años. Se determinó que el 70% son de sexo femenino y el 30% son de sexo masculino. El 43% tienen el grado de instrucción técnica, el 40% secundaria, el 13% superior y el 2% cuentan con secundaria incompleta. Respecto a la experiencia, el 30% cuenta con menos de 2 años, el 52% de 2 a 6 años, y el 18% cuenta con más de 6 años de experiencia en el sector y rubro. (Ver Tablas 1, 2,3 y 4).

5.1.2 Respecto al Objetivo específico 2

El 28% de las empresas organizadoras de eventos sociales en investigación tienen 1 año de constitución, el 12% cuenta con 2 años, el 35% con 3 años y el 25% fueron constituidas hace más de 3 años. Respecto al personal, el 5% cuenta con 1 trabajador, el 50% tienen de 2 a 4; el 33% de 5 a 10 y el 13% cuenta con más de 10 trabajadores. Según su objetivo el 68% tiene como objetivo incrementar sus contratos del servicio, el 5% brindar servicios de calidad, el 2% fidelizar a los clientes y el 25% todas las alternativas anteriores. Se determinó que el 77% de las empresas llevan contabilidad y el 23% no. Que el 67% son asesorados por un administrador, el 17% por un contador, el 3% por economista y el 13% por otro profesional. (Ver Tablas 5, 6, 7, 8, y 9).

5.1.3 Respecto al Objetivo específico 3

- a. Respecto a los mecanismos de control interno se concluye que el 95% de las empresas del sector servicios rubro organización de eventos sociales en la ciudad de Piura, en el año 2015 tiene conocimiento de las normas de control interno y el 5% no. Por tanto sólo el 80% implementan acciones de control interno. Siendo su principal control el de los pagos al personal. El 43% cuenta con un manual de procedimientos para el proceso administrativo y contable. El 80% de las empresas ha cumplido responsablemente sus contratos en el año 2015 mientras el 20% no mostró integridad y valores en el cumplimiento de los contratos. (Ver Tablas 10, 11, 12,13 y14).

- b. El 58% de estas empresas cuentan con un código de ética que rige sus procedimientos, mientras el 42% no. El 100% de las empresas en estudio tienen misión, visión y han establecido estrategias para el logro de sus objetivos. Determinándose que el 85% verificaron el cumplimiento de sus procedimientos y estrategias empresariales en el 2015. El 100% de las empresas tienen una adecuada organización en el área administrativa y operativa, de acuerdo con sus objetivos. En el 88% de empresas, se han establecido mecanismos formales para la revisión y actualización de los procedimientos en función a los riesgos existentes. El 93% de empresas aplicaron una adecuada supervisión y monitoreo de las operaciones por las áreas. El 63% cuenta con procedimientos operativos en la prestación de servicios, mientras que el 37% no han implementado los procedimientos operativos para la prestación de los servicios. (Ver Tablas de la 15 a la 23).

5.1.4 Respecto al Objetivo específico 4

- a. Respecto al impacto del control interno en los resultados de gestión de las empresas del sector servicios, rubro organización de eventos sociales en la ciudad de Piura, en el año 2015. La investigación determinó que se obtuvieron resultados positivos en el 80% de las empresas que son las que tienen conocimiento de las normas de control interno y cumplen con los procedimientos operativos y administrativos para una correcta prestación de los servicios, como se puede apreciar en el objetivo específico 2.

- b. Estas empresas lograron establecer una adecuada implementación de procedimientos del control interno, en el área administrativa y operativa, de acuerdo con sus objetivos, asegurando el cumplimiento de sus contratos y calidad de servicios, estableciendo mecanismos formales para la revisión y de igual forma la restricción en gastos innecesarios y la correcta utilización de los recursos, evitaron pérdidas o deterioros de los materiales de decoración, en el 98% de las empresas materia de estudio, lo que contribuyó a que no disminuya el capital de trabajo, mediante una adecuada supervisión y monitoreo de las operaciones por áreas. Lo que incrementó la venta de servicios, favoreciendo sus resultados de gestión en el año 2015.

- c. Finalmente la elección del personal idóneo y de confianza, satisfecho e identificado con la empresa, determinó el éxito en los resultados de gestión en el 93% de las empresas en el año 2015 al cumplirse los objetivos propuestos. (Ver Tablas de la 24 a la 32).

VI. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

6.1 Referencias bibliográficas

- Aguilar, J. (2015). *En su tesis denominada: "Caracterización de la formalización de las micro y pequeñas empresas del Perú: Caso de la empresa D'LIZE, CHIMBOTE -2013"*. Obtenido de http://tesis.uladech.edu.pe/bitstream/handle/ULADECH_CATOLICA/189/U002-Repositorio-Tesis-Uladech_Catolica.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ángeles, P. (2013). *En su tesis: Plan de Negocio "Para el Lanzamiento de una empresa de Organización de Eventos Corporativos"*. Obtenido de <http://pirhua.udep.edu.pe/handle/123456789/1660>
- Barrero, V. (2010). *En el proyecto de tesis en la página 20 de su mencionado proyecto acerca de "La creación de una empresa de logística y organización de los eventos públicos los eventos de Colombia"*. Disponible en: Obtenido de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/11059/2170/1/65811B272.pdf>
- Cevallos, Q., & Ortiz, A. (2011). *Proyecto de "Factibilidad para la creación de una empresa de servicios de convenciones y eventos sociales "Greetings" en la ciudad de nueva Loja"*. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/3180>
- Chacaltana. (2010). *En su trabajo denominado: "Una Evaluación del Régimen laboral especial para la microempresa en Perú, al cuarto año de vigencia"*. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Juan_Chacaltana/publication/228660574_Una_evaluacin_del_rgimen_laboral_especial_para_la_microempresa_en_Per_al_cuarto_ao_de_vigencia/links/0046352d9c51b02bb3000000.pdf
- Contreras, & Zerna. (2015). *En su Proyecto denominado: "Plan de Negocios para la creación de una empresa organizadora de eventos en la Ciudad de Guayaquil"*. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10849/1/Plan%20de%20Negocios%20para%20la%20creaci%C3%B3n%20de%20una%20empresa.pdf>
- Cruz, & Francisco. (2009). *En su investigación "Los empresarios de Huelva: Rasgos sociológicos y actitudes empresariales"*. Obtenido de <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/2933/b15138689.pdf?sequence=1>
- García, & Estévez. (2013). *En su Trabajo de Grado "Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Organización de Eventos Sociales Ciudad de Ibarra"*. Obtenido de <http://fccea.unicauca.edu.co/old/tgarf/tgarfse88.html>

- Gonzales. (2012). *Directora general de “Power Axle Consejeros de Comunicación”*. Obtenido de <http://www.topcomunicacion.com/pasarela/945/torres-y-carrera-consultores-de-comunicacion-elegir-agencia-de-comunicacion>
- Martin, C. (2010). *En su trabajo de tesis denominado: “Tesis de empresa de banquete y eventos sociales. Quito”*. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1908/2/T-ESPE-026816.pdf>
- Medina. (2009). *En su trabajo de Investigación denominado: “La competitividad Sistemática sugerida por el Instituto Alemán de desarrollo aplicado a la pequeñas y medianas empresas del Municipio Diego Ibarra”*. Obtenido de http://www.laccei.org/LACCEI2009-Venezuela/Papers/EA182_Medina.pdf
- Montero. (2013). *En su proyecto de grado denominado: “Evaluación de la calidad de los Servicios de las empresas organizadoras de eventos y su influencia en la satisfacción de los clientes del Cantón Milagro”*. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/2566/1/EVALUACI%C3%93N%20DE%20LA%20CALIDAD%20DE%20LOS%20SERVICIOS%20DE%20LAS%20EMPRESAS%20ORGANIZADORAS%20DE%20EVENTOS%20Y%20SU%20INFLUENCIA%20EN%20LA%20SATISFACCI%C3%93N%20DE%20LOS%20C.pdf>
- Moreno, O. (2010). *En su Proyecto “Creación de una empresa de servicios en la ciudad de Bogotá d.c., dedicada a la Logística y Organización de Eventos y Celebraciones Sociales, tomando como locación principal el lugar de residencia de los clientes”*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/10079#sthash.TZVrzQ5s.dpuf>
- Mouris, J. (2008). *Director de marca, comunicación y publicidad, Cetelem España del Grupo BNP Paribas en su Blog Virtual “Comunicación Corporativa”*. Obtenido de <http://mouriz.wordpress.com/2008/11/27/sobre-la-organizacion-de-eventos/>
- Oranday, & Isaac. (2012). *En su trabajo de investigación denominada: “Análisis del perfil en la comarca lagunera en 2012. Un instrumento para la toma de decisiones”*. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2012/odig.pdf>
- Osuna, C. (2011). *“Foro Iberoamericano de economía Social”* Obtenido de <http://empresaytrabajo.coop/internacional/cooperacion/la-escuela-de-economia-social-de-osuna-acogio-el-foro-iberoamericano-de-economia-social/>
- Palacios, & Quito. (2013). *En su tesis denominada. “Creación de una empresa de organización de eventos en la ciudad de Cuenca en el periodo 2012-2016”*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/448>

- Pisa, B. V. (2009). *Director del lado positivo de la vida en su portal de "Emprendedores.es"*. Obtenido de <http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/como-montar-agencia-organizacion-eventos>
- Quispe. (2015). *En su tesis: "La calidad del Servicio de Catering, en el sector Social, de la ciudad de Chiclayo, 2014"*. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/422/1/TL_Quispe_Tocto_FranciscaJeannet.pdf
- Rivas. (2012). *Tesis "Creación de una empresa organizadora de evento en la ciudad de Guayaquil"*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/2123#sthash.Fg11OEdK.dpuf>
- Robbins. (2010). *En su estudio "La administración es el proceso de alcanzar metas trabajando con y por medio de la gente y de otros recursos de la organización."*. Obtenido de <http://queaprendemoshoy.com/el-proceso-contable-de-la-empresa-el-control-interno-iii-fases-del-proceso/>
- Santos, R. (2008). *En su trabajo de investigación denominada: "La actividad emprendedora de las mujeres y el proceso de creación de empresas"*. Obtenido de <http://www.revistasice.com/cachepdf/ICE84111713267EE5F31803C91CF9CCD4A7A146116B6.pdf>
- Seijas, À., & Tepo, R. (2014). *En su proyecto de inversión: "Di Bar" Centro de asesoría empresarial y catering de bebidas"*. Obtenido de <http://repositorio.upn.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/11537/6233/Alvarez%20Seijas,%20Karen%20-%20Rivasplata%20Tepo,%20Katia.pdf?sequence=1>
- Valdizan. (2009). *Portal de "Etiqueta Para Eventos"*. Obtenido de <http://recetasfiestas.about.com/od/Etiquetaparaeventos/a/Consejos-Pr-Acticos-Al-Planear-Un-Evento.htm>
- Yoshimura, J. (2013). *En su investigación denominada: "Innovación en la Gastronomía Peruana: El Rol de las Redes Sociales en la Consolidación de la Marca Cocina Peruana"*. Obtenido de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/4449>

Linografía

http://aplicaciones007.jne.gob.pe/sci/MarcoNormativo/RC_320_2006_CG.pdf

https://es.wikipedia.org/wiki/Control_de_gesti%C3%B3n

http://www.ehowenespanol.com/cuales-son-tipos-controles-internos-info_316775/

[Definición de evento - Qué es, Significado y Concepto](http://definicion.de/evento/#ixzz4DSNAVsQY)

<http://definicion.de/evento/#ixzz4DSNAVsQY>

<http://www.fiestasdeboda.com/eventos-sociales/>

<http://definicion.mx/evento/>

<http://www.definicionabc.com/social/evento.php>

<http://hotelescuela.no-ip.org/anexos/14/02/25/1035.pdf>

<http://www.eventplannerspain.com/glosario>

<http://www.fiestasdeboda.com/eventos-sociales/>

<http://www.ambientacionyeventos.com/?p=886>

<http://www.matrimonio.com.pe/alquiler-toldos/carpas-y-toldos-ravello--e106616>

<http://www.definicionabc.com/general/entretenimiento.php#ixzz2SB7>

<http://www.slideshare.net/Banquetes/evento-social>

http://es.moreieeee.wikia.com/wiki/La_Organizaci%C3%B3n_del_Evento

<https://rrppfu.files.wordpress.com/2012/08/lectura-n-1-introduccion-a-la-organizacion-de-eventos.pdf>

Anexo 1



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

CUESTIONARIO

La información que usted proporcionará será utilizado sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece su valiosa información y colaboración para desarrollar mi informe de tesis titulado: **“MECANISMOS DE CONTROL INTERNO ADMINISTRATIVO DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS – RUBRO ORGANIZACIÓN DE EVENTOS SOCIALES EN LA CIUDAD DE PIURA Y SU IMPACTO EN LOS RESULTADOS DE GESTIÓN DEL AÑO 2015.”**

Encuestador(a): Diana Carolina Delgado Chinga

Fecha: Julio del 2016

INSTRUCCIONES: Marcar dentro del paréntesis con una “X” la alternativa correcta (solo una):

I. DATOS GENERALES DE LOS PROPIETARIOS Y/O REPRESENTANTES LEGALES

1. Edad:

- a) 18 – 23 ()
- b) 24 – 29 ()
- c) 30 – 35 ()
- d) 36 – o más ()

2. Sexo:

F ()

M ()

3. Grado de instrucción:

- a) Primaria ()
- b) Secundaria Completa ()
- c) Secundaria Incompleta ()
- d) Técnico ()
- e) Superior ()

4. Experiencia en la actividad:

- a) Menos de 2 años ()
- b) De 2 a 6 años ()
- c) Más de 6 años ()

II. DATOS DE LA EMPRESA.

5. ¿Cuántos años de constituida tiene su empresa?

Un año () dos años () tres años () más de tres años ()

6. ¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa?

1 () 2 a 4 () 5 a 10 () más de 10 ()

7. ¿Cuál es el objetivo de su empresa?

Incrementar contratos del servicio () Fidelizar a los clientes ()

Brindar servicios de calidad () Todos ()

8. ¿Su empresa lleva Contabilidad?

Si () No ()

9. Tiene asesoramiento profesional de un:

Contador. () - Administrador. ()

Economista. () - Otro profesional..... ().

III. ASPECTO DE CONTROL INTERNO

10. ¿Tiene conocimiento de lo que es control interno?

SI () NO ()

11. ¿Implementa acciones de control interno que garanticen eficiencia en las operaciones?

SI () NO ()

❖ Área de personal.

12. ¿Implementa controles para el pago del personal?

SI () NO ()

13. ¿Cuenta la empresa con un manual para el proceso administrativo y contable?

SI () NO ()

14. ¿La Administración muestra integridad y valores éticos en el cumplimiento de los contratos?

SI () NO ()

15. ¿Existe un Código de Ética en la empresa?

SI () NO ()

❖ **Área de Administración.**

16. ¿La empresa se ha planteado la “Misión “y “Visión”?

SI () NO ()

17. ¿Se han establecido estrategias para el logro de los objetivos operativos?

SI () NO ()

18. ¿Se verifica el cumplimiento de un procedimiento y/o estrategia?

SI () NO ()

19. ¿La organización de su empresa es adecuada para el tamaño y las actividades de sus operaciones?

SI () NO ()

20. ¿Existe una adecuada organización del área administrativa y operativa para el cumplimiento de los objetivos de gestión?

SI () NO ()

❖ **Área de Logística y Caja.**

21. ¿Existen mecanismos formales para la revisión y actualización de los procedimientos en función a los riesgos existentes?

SI () NO ()

22. ¿Existe una adecuada supervisión y monitoreo de las operaciones de las áreas de la empresa?

SI () NO ()

23. ¿Existen procedimientos operativos y éstos están incluidos en un manual de procesos?

SI () NO ()

IV. ASPECTO DEL IMPACTO EN LOS RESULTADOS DE GESTION

24. ¿La adecuada implementación de los procedimientos del control interno influyeron en la liquidez de las empresas?

SI () NO ()

25. ¿Considera que la implementación del control interno influyó en los estados financieros de la empresa?

SI () NO ()

26. ¿Considera Ud. que es importante la supervisión en las cuentas por cobrar de la empresa?

SI () NO ()

27. ¿Considera que el control interno adecuado contribuyo a evitar gastos innecesarios en la empresa?

SI () NO ()

28. ¿Sus trabajadores se encuentran informados de la importancia de contar con un sistema de control interno en la empresa?

SI () NO ()

29. ¿Considera usted que la implementación de un sistema de control interno beneficia la gestión administrativa de la empresa?

SI () NO ()

30. ¿Considera usted que un control interno adecuado contribuirá con lograr las metas y objetivos de las empresas?

SI () NO ()

31. ¿Considera usted que la información que brinda el sistema de control interno contribuye con la toma de decisiones de la gestión administrativa de la empresa?

SI () NO ()

32. ¿Considera usted que es imprescindible contar con personal de confianza para el buen cumplimiento de los objetivos de la empresa?

SI () NO ()

Gracias por su apoyo en la investigación

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. DATOS DEL EXPERTO

Nombre y Apellidos : ALEJANDRO ARTURO SAAVEDRA CHIROQUE.

Profesión : Contador Público Colegiado, Abogado

Grado Académico : Magister

Centro Trabajo : ULADECH, OTROS

DNI : 02618490

Nº Matricula : 07-484

2.- RESPONSABLE DE LA INVESTIGACIÓN

DOCENTE TUTOR INVESTIGADOR: Mgtr. CPC. María Fany Martínez Ordínola

3.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. OBJETIVO GENERAL:

Determinar y describir las principales características de los mecanismos de control interno administrativo de las empresas del sector servicios – rubro organización de eventos sociales en la ciudad de Piura, y su impacto en los resultados de gestión del año 2015.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Describir las principales características de los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.
2. Describir las principales características de los propietarios, gerentes y/o representantes legales de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.
3. Describir las principales características de los mecanismos de Control interno Administrativo de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.
4. Describir el Impacto en los resultados de gestión de las empresas del ámbito de estudio en el año 2015.

4.- JUICIO DEL EXPERTO RESPECTO AL CUESTIONARIO DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Considera que las dimensiones de las variables están inmersas en el contexto teórico, de forma:

- a) Suficiente () b) Medianamente suficiente (X) c) Insuficiente ()

4.2 Considera que los indicadores de las variables están inmersos en el contexto teórico, de manera:

- a) Suficiente (X) b) Medianamente suficiente () c) Insuficiente ()

4.3 Considera que las preguntas del cuestionario miden los indicadores seleccionados por las variables de manera:

- a) Suficiente (X) b) Medianamente suficiente () c) Insuficiente ()

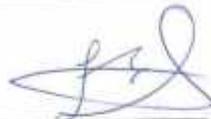
4.4 El instrumento diseñado mide las variables de manera:

- a) Suficiente (X) b) Medianamente suficiente () c) Insuficiente ()

4.5 El instrumento diseñado a su juicio es:

- a) Válido (X) b) No Válido ()

Observaciones: _____



Firma del experto
INGENIERO PÚBLICO COLGADO CERTIFICADO
N° 07-484 CPCC N° 000

Anexo 2

DIRECTORIO DE EMPRESAS EN INVESTIGACIÓN

N°	RAZÓN SOCIAL	RUC	DIRECCION
1	JENNY CECILIA SARANGO	10026176251	MZG LT 01 URB LOS ROSALES PIURA
2	AA EVENTOS ESPECIALES ANA LOURDES GARCIA BENITES	10026570994	MZA.B LOTE 11 DPTO 2PISO A.H 18 DE MAYO 1 ET. PIURA
3	ORGANIZADORA DE EVENTOS CECILIA LITANO	10028123693	CALLE AYACUCHO, 647. PIURA, PIURA.
4	GARCIA GUTIERREZ JUNIORS JAVIER JUNIORS PARTY PLANNER	10731839781	AV. GRAU 591 - FRENTE AMERICA TV
5	EVENTOS SOCIALES MANUEL AREVALO	10802238024	CAL.JUAN NOEL MZA E9 LOTE 13 A.H. SAN MARTIN – PIURA
6	CLUB GRAU PIURA	20115889720	AV. LOS COCOS NRO. 120 URB. CLUB GRAU PIURA - PIURA – PIURA
7	ORGANIZACION DE EVENTOS INFANTILES SHOW DE JULY	20481128626	
8	MARIA PATRICIA CARDOZA DE PEÑA EIRL	20525729673	JR.ICA N° 358- PIURA
9	SEGUNDO'S EVENTOS E.I.R.L.	20525944728	CAL.ALFONSO ANCAJIMA MZA. B LOTE. 6 A.H. JACOBO CRUZ VILLEGAS (PARALELA CUADRA 1 AV. CHORRILLOS)PIURA - PIURA – CATACAOS
10	EVER GLAD S.R.L. - PIURAEVER GLAD S.R.L. - PIURA	20526065868	AVENIDA LAS CASUARINAS - MZ. G LT. 29 URB. LOS GERANIOS. PIURA, PIURA

11	DILUC S.A.C.	20526279400	CILAS BEGONIAS 140 URB.MIRAFLORES PIURA
12	CATERING JEALAN SRL	20526412410	AV. GRAU NRO. 425 (UNA CUADRA DE LA IGLESIA DE TRANSITO)PIURA - PIURA – CASTILLA
13	CATERING GOURMET CMP S.R.L.	20526521545	CAL.TACNA NRO. 786 PIURA - PIURA - PIURA
14	"PLANETA D´ FRUTAS SRL"	20526533471	AV.LORETO SUR N° 167 – PIURA
15	CALMET EVENTOS E.I.R.L	20526673990	MZA. 225 LOTE. 05 ZONA INDUSTRIAL (CERCA AL GRIFO FTB)PIURA - PIURA – PIURA
16	SERVI EVENTOS PIURA E.I.R.L.	20529921846	MZA. F LOTE. 33 A.H. 18 DE MAYO (A 2 CDRAS DE AV. CIRCUNVALACION)PIUR A - PIURA – PIURA
17	4M S ORGANIZADORA DE EVENTOS Y CATERING EIRL	20530004016	MZ .N2 LTE .43 URB. IGNACIO MERINO II ET. – PIURA
18	AYPA COMUNICACION VISUAL Y EVENTOS E.I.R.L.	20530054544	CAL.CALLAO NRO. 666 INT. 203 CENTRO PIURA (FRENTE A IDAT EN SEGUNDO PISO)PIURA - PIURA – PIURA
19	JL PARRILLAS EVENTOS Y REPRESENTACIONES S.R.L.	20530055940	JL PARRILLAS EVENTOS Y REPRESENTACIONES S.R.L.
20	JL PARRILLAS EVENTOS Y REPRESENTACIONES S.R.L. - EL CUADRIL	20530055940	AV. CESAR VALLEJO 172 MZA. A3 LOTE. 30 URB. PIURA PIURA - PIURA – PIURA

21	PIURA EVENT'S EIRL	20530127444	MZA. 224 LOTE. 11 Z.I. ZONA INDUSTRIAL (FRENTE A TRANSPORTES CARTER)PIURA - PIURA – PIURA
22	CATERING ALQUILERES Y CORREDORES SAC - CALCOR SAC	20600139607	MZA. D2 LOTE. 9B CAS. LA MARIPOSA PIURA - PIURA – PIURA
23	KASA BLANCA PLANEACION ORGANIZACION Y REALIZACION DE EVENTOS E.I.R.L.	20600247116	CAL.PACAIPAMPA NRO. 140 A.H. SANTA ROSA IV ETAPA (CERCA MINICOLISEO DE SANTA ROSA)PIURA - PIURA - VEINTISEIS DE OCTUBRE
24	PUBLI EVENTOS SAN CARLOS E.I.R.L.	20600311001	BQ. NRO. E-09 INT. 502 C.H. MIRAFLORES (PARALELA AL COLEGIO SAN IGNACIO)PIURA - PIURA – CASTILLA
25	THANYI CATERING & EVENTOS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	20600520360	1 ETAPA MZA. LL LOTE. 41 URB. SANTA MARIA DEL PINAR PIURA - PIURA – PIURA
26	PROMOTORA DE EVENTOS CAPITAN S.A.C	20600761332	MZA. 223 LOTE. 11 Z.I. ZONA INDUSTRIAL (ESPALDAS DE EPPO)PIURA - PIURA – PIURA
27	PROMOTORA DE EVENTOS CAPITAN S.A.C	20600761332	MZA. 223 LOTE. 11 Z.I. ZONA INDUSTRIAL (ESPALDAS DE EPPO)PIURA - PIURA – PIURA

28	CATERING GOOD FOOD GOURMET S.R.L.	20601004446	MZA. W LOTE. 11 A.H. CONSUELO DE VELAZCO (CERCA A LA CHIFLERIA KASANDRA)PIURA - PIURA - VEINTISEIS DE OCTUBRE
29	CATERING Y EVENTOS KAROLINA S.A.C.	20601171989	MZA. B LOTE. 25 URB. 21 DE AGOSTO P.N.P. (FRENTE AL CLUB 7 DE AGOSTO DE LA POLICIA)PIURA - PIURA – PIURA
30	CONALISERVIS HOTELERIA Y CATERING E.I.R.L.	20601243009	CAL.FELIPE ROTALDE NRO. 135 URB. LAS MERCEDES (A ESPALDAS DE COLEGIO BASILIO)PIURA - PIURA – PIUR
31	SABOR Y FIESTA LA CASCADA EVENTOS Y CATERING SAC	20601307503	AV. GRAU NRO. 1732(A UNA CDRA DE AV. VICE)PIURA - PIURA – PIURA
32	MICA CATERING E.I.R.L.	20601426561	MZA. N10 LOTE. 21 A.H. NUEVA ESPERANZA 2 ETAPA (A ESPALDAS DEL EX CANTARITO ROJO)PIURA - PIURA - VEINTISEIS DE OCTUBRE
33	SOFI CATERING E.I.R.L.	20601426570	CAL.MIGUEL GRAU NRO. 43 CAS. PAREDONES (A 10 CASAS DE MURO DE PAREDONES)PIURA - PIURA – CATACAOS
34	ENERGI PERU CATERING Y SERVICIOS GENERALES E.I.R.L.	20600430999	AV. GRAU NRO. 1643 SEC. CASTILLA PIURA - PIURA – CASTILLA

35	EVENTOS CREATIVOS DEL NORTE SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA	20601323541	CAL.APURIMAC NRO. 535 CENTRO PIURA (A ESPALDAS DE RIPLEY)PIURA - PIURA – PIURA
36	AQUALUNA (PIURA)		EJIOS NORTE, 96976, PIURA,
37	BIBYS PARTY		
38	BK DECORACIONES		
39	BRESMIK GOURMET		MZ. C4 LOTE 15 - A.A.H.H. MICAELA BASTIDAS. PIURA, PIURA.
40	BUFFET Y DECORACIONES DANNY SOUND EVENTOS (PIURA)		CHIRICHIGNO 212 URB PIURA, 100, PIURA

Anexo 3

CRONOGRAMA GANTT

I.- ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	Meses / 2016				
	JUN	JUL	AGO	SET	OCT
Recolección de información	X	X			
Trabajo de campo	X	X			
Elaboración del informe de Tesis		X	X	X	
Presentación del Informe de Tesis					X
Presentación de Artículo Científico					X
Empastado de la tesis					X
Sustentación y Defensa de la Tesis					X

II.- PRESUPUESTO

BIENES

Detalle	Cantidad	Unidad de Medida	Precio S/.
Dispositivo USB	01	Unidad	35
Laptop	1	Unidad	3,500
TOTAL S/.			3,535

SERVICIOS

Detalle	Cantidad	Unidad de Medida	Precio	
			Unitario	Total
Internet	25	Horas	1.00	25.00
Movilidad	20	Pasajes	4.00	80.00
Fotocopias	536	Unidad	0.05	26.80
Impresiones	142	Unidad	0.20	28.40
Grabación de CD	1	Unidad	2.00	2.00
Empastado	1	Unidad	20	20.00
TOTAL S/.				182.20

III.- RESUMEN DEL PRESUPUESTO

RUBRO	IMPORTE
Bienes	3,535.00
Servicios	182.20
TOTAL S/.	3,717.20

IV. FINANCIAMIENTO

Totalmente Autofinanciado por el alumno investigador.