



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**EL CONTROL INTERNO Y SU INCIDENCIA EN EL
AREA DE VENTAS EN LA PEQUEÑA EMPRESA FALFE
GLASSS.A.C LA VICTORIA 2021.**

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

AUTOR

CAYCHO CARRILLO, MAGNO NELL

ORCID: 0000-0002-8719-1123

ASESOR

MANRIQUE PLACIDO, JUANA MARIBEL

ORCID: 0000-0002-6880-1141

CHIMBOTE – PERÚ

2022



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**EL CONTROL INTERNO Y SU INCIDENCIA EN EL
AREA DE VENTAS EN LA PEQUEÑA EMPRESA FALFE
GLASSS.A.C LA VICTORIA 2021.**

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

AUTOR

CAYCHO CARRILLO, MAGNO NELL

ORCID: 0000-0002-8719-1123

ASESOR

MANRIQUE PLACIDO, JUANA MARIBEL

ORCID: 0000-0002-6880-1141

CHIMBOTE – PERÚ

2022

1 Título de tesis

**EL CONTROL INTERNO Y SU INCIDENCIA EN EL
AREA DE VENTAS EN LA PEQUEÑA EMPRESA FALFE
GLASSS.A.C LA VICTORIA 2021.**

2 Equipo de trabajo

AUTOR

Caycho Carrillo, Magno Nell

ORCID:0000-0002-8719-1123

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

ASESOR

Manrique Plácido, Juana Maribel

ORCID: 0000-0002-6880-1141

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e
Ingeniería, Escuela Profesional de Contabilidad, Chimbote, Perú

JURADO

Espejo Chacón, Luis Fernando - presidente

ORCID: 0000-0003-3776-2490

Baila Gemin, Juan Marco - Miembro

ORCID: 0000-0003-0762-4057

Yépez Pretel, Nidia Erlinda - Miembro

ORCID: 0000-0001-6732-7890

3 Hoja de firma del jurado y asesor

Presidente

Espejo Chacón, Luis Fernando

ORCID: 0000-0003-3776-2490

Miembro

Baila Gemin, Juan Marco

ORCID:0000-0003-0762-4057

Miembro

Yépez Pretel, Nidia Erlinda

ORCID: 0000-0001-6732-7890

Asesor

Manrique Plácido, Juana Maribel

ORCID: 0000-0002-6880-1141

4 Agradecimiento

En primer lugar, agradecer a Dios, a mis padres que me brindaron su apoyo incondicional y a mi hermano que fue mi mano derecha en todo este proceso

A la UNIVERSIDAD
CATOLICA LOS ANGELES DE
CHIMBOTE, por haber formado
parte importante de mi crecimiento
tanto personal como profesional

5 Resumen y abstract

La presente tesis tiene como punto central de investigación el control interno y su incidencia en el área de ventas de la Pequeña Empresa FALFE GLASSS.A.C ubicado en el distrito de la Victoria - Lima, el problema de la ausencia o mala implementación de un sistema de control interno ocasiona muchas veces que las pequeñas empresas no logren los más óptimos resultados y que generen pérdidas innecesarias. El objetivo principal de esta investigación radica en implantar un SCI adecuado para este tipo de negocio. El diseño de la investigación fue de tipo no experimental, con enfoque (cualitativo), debido a los alcances prácticos, aplicativos sustentada por normas e instrumentos técnicos de recopilación en la cual se eligió de manera dirigida a una población muestral de 12 trabajadores entre los resultados más relevantes tenemos se han encontrado antecedentes internacionales, y nacionales que demuestren la influencia del Control Interno en el área de ventas y de su importancia dentro de las pequeñas empresas, se ha encontrado información de autores que describen por separados las variables de estudio. El 31 % de los trabajadores de la Pequeña Empresa FALFE GLASSS.A.C, afirma que no se supervisan las mercaderías al momento de su despacho. El 67% de los encuestados al consultarles por si existen estudios por parte de la gerencia para evitar riesgo nos indica que no existe.

Palabras claves: Control interno, ventas, pequeñas empresas

Abstract

This thesis has as its central point of investigation the internal control and its incidence in the sales area of the Small Business FALFE GLASSS.A.C located in the district of Victoria - Lima, the problem of the absence or poor implementation of a control system. Many times internal causes that small companies do not achieve the most optimal results and that they generate unnecessary losses. The main objective of this research lies in implementing an adequate SCI for this type of business. The research design was of a non-experimental type, with a (qualitative) approach, due to the practical scope, applications supported by standards and technical collection instruments in which a sample population of 12 workers was chosen in a targeted manner, conducting 2 surveys. of data collection some directed to the total of the workers and others directed to the administrative part, among the most relevant results we have found international and national antecedents that demonstrate the influence of Internal Control in the sales area and its importance within of small companies, information has been found from authors who describe the study variables separately. 31% of the workers of the Small Company FALFE GLASSS.A.C, affirm that the merchandise is not supervised at the time of dispatch. 67% of those surveyed, when asked if there are studies by management to avoid risk, indicate that they do not exist.

Keywords: Internal control, sales, small company's

6 Contenido

1	Título de tesis.....	i
2	Equipo de trabajo	ii
3	Hoja de firma del jurado y asesor	iii
4	Agradecimiento.....	iv
5	Resumen y abstract	v
6	Contenido.....	vii
I.	Introducción.....	1
II.	Revisión de la literatura	4
2.1	Antecedentes	4
2.1.1	Internacionales	4
2.1.2	Nacionales	5
2.1.3	Regionales	8
2.1.4	Locales	8
2.2	Bases teóricas	9
2.2.1	Marco teórico	9
2.2.2	Marco conceptual.....	14
III.	Hipótesis.....	18
IV.	Metodología	18
4.1	Diseño de la investigación.....	18

4.2	Universo y muestra.....	19
4.3	Definición y operacionalización de variables e indicadores	20
4.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	21
4.5	Plan de análisis.....	21
4.6	Matriz de Consistencia	22
4.7	Principios éticos	23
V.	Resultados	24
5.1	Resultados	24
5.2	Análisis de resultados	30
VI.	Conclusiones	32
6.1	Respecto al objetivo 1:	32
6.2	Respecto al objetivo 2:	32
6.3	Respecto al objetivo 3:	32
	Aspectos complementarios	33
	Referencias bibliográficas.....	33
	Anexos	46
	Anexo 1: cronograma de actividades.....	46
	Anexo 2: presupuesto.....	47
	Anexo 3: instrumento de recolección de datos.....	48
	Anexo 4: consentimiento informado.....	49

I. Introducción

En unos años la fuerza ya no es productiva, la idea del empresario es producir solo en cantidades y buscar la mejor manera de vender lo producido, ya no puede hacer negocios, en este momento tiene que enfocarse. se basa fundamentalmente en las necesidades de ese cliente potencial, ese público directo al que se dirige el producto que fabricamos o comercializamos. La producción debe enfocarse a la demanda, ya no se trata de producir por producir, si no se estudia primero la demanda que pueda tener nuestro producto. El avance de la tecnología y el uso adecuado y la implementación de programas apropiados harán que la comercialización de los productos sea más efectiva. La correcta implementación del sistema de Control Interno permitirá obtener resultados positivos en cada área de la empresa, si bien es cierto que los riesgos de pérdida y error siempre existen, pero estos se reducirán significativamente aún si se ejerce el control del sistema. (Zacarías, 2021)

Los procedimientos de control de ventas son de vital importancia para el negocio, ya que a través de este sistema de control es posible llevar a cabo con éxito el correcto proceso de las operaciones del día a día de dicha organización; Esto ayudará a satisfacer las necesidades de los clientes de manera oportuna, lograr el alcance de los objetivos descritos en este estudio y fomentar una relación comercial exitosa. De ahí la importancia de realizar ventas en cualquier organización de manera eficiente y resolutive, gracias al SCI que permite a la empresa generar información confiable y oportuna en el corto plazo. (Bermudez, 2018)

Implementar el sistema de control interno dentro del sector comercial basado en el informe COSO, el cual tiene doce elementos: organigrama, programa de auditoría, cuestionario de evaluación del S.C.I ; del área de ventas, boceto de órdenes de contado y crédito, boceto de tableros de sombras, guía de procedimientos del área de ventas, reglamento de ventas, diseño de ficha de clientes de

crédito, organización y funcionamiento de instructivos, organigrama del área de ventas en tienda y en el pedido. (Vargas, 2020).

Una vez creado el sistema, han erradicado las probabilidades de errores y fraudes en la organización y que todos sus objetivos serán alcanzados, ya que estarían obviando la posibilidad de que, así estén establecidos los procedimientos más eficientes, se puedan cometer errores por descuido, malas interpretaciones, desconocimiento o distracción del personal o sencillamente que algunas personas decidan cometer un hecho delictivo. Por tanto, el diseño del sistema debe ir enfocado a los recursos humanos y las vías y métodos para su mejoramiento continuo (Del Toro Rios, Manual de consulta - Control Interno, 2018)

Obtener información veraz y fidedigna, así como los medios para verificarla. Suscitar la eficiencia operativa y Velar por el cumplimiento de las políticas de gestión de la empresa. Todos sus objetivos del C.I se basan fundamentalmente en proteger a la empresa frente a posibles anomalías en sus activos, pasivos y en general la exactitud de la información financiera registrada. Si las Pequeñas y medianas empresas tienen un control interno adecuado, el riesgo de fraude será menor, además, el control interno también nos ayuda a conocer la posición financiera de la empresa, el origen del dinero de las actividades comerciales que la empresa debe a sus proveedores. el monto debe ser pagado, si el cliente ha saldado su cuenta y el dinero está en una cuenta bancaria o en una inversión (Vizcarra Moscoso, 2018)

En tal sentido, nos permite determinar el enunciado siguiente: ¿Cuál es la incidencia del control interno en el área de ventas de la pequeña empresa FALFE GLASS SAC – 2021? Para darle solución a la investigación, se plantea el siguiente objetivo general: Determinar la incidencia del control interno en el área de ventas de la pequeña empresa FALFE GLASS S.A.C

En tal sentido, para poder lograr el objetivo general se ha planteado los objetivos específicos siguientes:

1. Determinar la importancia de la implementación de un adecuado sistema de control interno efectivo en el área de ventas de las empresas en el Perú.
2. Determinar el proceso específico del área de ventas de la pequeña empresa FALFE GLASS S.A.C a través de citas bibliográficas, entrevistas y encuestas.
3. Determinar la propuesta de un sistema de control interno específico según los resultados obtenidos de la investigación a realizar

Para la presente justificación de la investigación en la parte teórica, por lo cual este análisis respalda teorías, ideas y testimonios de los trabajadores del área de ventas de la pequeña empresa FALFE GLASS S.A.C. En la parte metodológica en este método, esta investigación se justificó gracias a los instrumentos utilizados (Encuestas) donde se recolectó información muy valiosa e importante.

En la práctica de esta investigación fue de ayuda para que se capaciten a los empleados de la micro empresa FALFE GLASS. En lo social en esta investigación se evidenció que no todos los trabajadores se encuentran fascinados de la manera de trabajar de la empresa.

El tipo de investigación que se utilizó fue la cualitativa, ya que solo se limitó a enfocar todo lo que tuvo relación a las variables en estudio; esta investigación dependió de las fichas bibliográficas y la encuesta que se aplicó al área de ventas de la empresa FALFE GLASS y se analizó la información obtenida.

Para la recopilación de datos se seleccionó a una población de esta constituida por 12 empleados que trabajan en el área de ventas de la empresa en cuestión a la cual se le aplicó una encuesta a 10 trabajadores que forma el 100% de la población que nos demuestra que el 31 % de

los trabajadores de la Pequeña Empresa FALFE GLASS S.A.C, afirma que las mercaderías no cuentan con supervisión a la hora de su despacho. El 63% de las personas que fueron seleccionadas para realizarles la encuesta nos indicaron que no son supervisadas las mercaderías al momento del despacho

II. Revisión de la literatura

2.1 Antecedentes

2.1.1 Internacionales

Crespo, (2018), En su tesis titulada: *Elaboración e implementación de un sistema de control interno, caso “Multitecnos sac” de la ciudad de Guayaquil – Ecuador*. Se centró en la elaboración del diseño, implantación y fortalecimiento del sistema de control interno (SCI) para la empresa Multitecnos S.A. tuvo como objetivo general conocer y analizar la estructura actual de la empresa así mismo identificar los riesgos potenciales a los que está expuesta la empresa y desarrollar adecuadamente los manuales de funciones y procedimientos en cada área de la empresa, promoviendo y facilitando la correcta ejecución de las actividades, su metodología fue cuantitativa, con un tipo de diseño no experimental. Para el recojo de la información se aplicaron cuestionarios, Concluyó que la empresa en cuestión no cuenta con un Sistema de control interno para ninguna de sus áreas y la implementación del SCI los principales beneficiarios de la propuesta serán los clientes o socios, quienes podrán recibir una atención más rápida. Además, se beneficiará a los trabajadores quienes asegurarán sus puestos de trabajo y eficiencia en sus actividades y a la empresa.

Salazar, (2019), En su tesis titulada: *Diseño de un sistema de control interno para la empresa Sanbell Flowers cia. Ltda. de la ciudad de Guayaquil – Ecuador*. Tiene como objetivo principal crear un sistema de control interno que le permita facilitar el trabajo e incrementar la

producción. Para la interpretación de resultados se utiliza el método estadístico, puesto que permite interpretar la información obtenida, en gráficos de pastel, tablas y porcentajes utilizando el programa computacional, la encuesta se realiza al personal de la empresa que está conformada por 28 trabajadores, donde básicamente las preguntas están en base a la implementación e importancia de la implementación de un SCI en la empresa y concluye que la empresa no dispone de un Sistema de Control Interno adecuado a sus necesidades de manera que le permita desarrollar sus actividades de forma apropiada y los empleados desconocen los procesos administrativos correctos que se deben seguir para el eficaz cumplimiento de cada actividad dentro de la empresa.

Gordon, (2020) En su tesis titulada *Diseño de un sistema de control interno para el área de ventas de la compañía limitada de inversiones bajo el método coso iii*. Cuyo objetivo general es encaminar a la busca del progreso continuo, mejora que debe darse de una manera progresiva y mantenida, incluyendo para este efecto a todos quienes conforman la empresa, con la finalidad de satisfacer todas las necesidades y requerimientos de nuestros clientes. Su tipo de investigación explicativa y descriptiva, basada en métodos de cuestionarios y entrevistas. Concluye con la investigación realizada que la empresa Compañía Limitada de Inversiones se evidencia que la falta de organización, lo cual es comparable con un barco a la deriva, debido a que tanto los altos mandos como los colaboradores no tienen un rumbo definido, sin embargo, a pesar de ello mantienen buenos ingresos y un buen posicionamiento en el mercado.

2.1.2 Nacionales

Campos, (2021) en su tesis titulada: *Modelo de control interno en el área de ventas para mejorar la gestión comercial en la cooperativa de servicios múltiples aprocasi – San Ignacio – Chiclayo*. Cuyo objetivo general fue diseñar un modelo de control interno en el Área de Ventas para mejorar la gestión comercial en la Cooperativa de Servicios Múltiples APROCASSI, El tipo

de investigación es descriptiva – explicativa: Descriptiva, porque a ha permitido detallar la situación problemática del área de ventas de la cooperativa objeto de estudio identificando sus debilidades y amenazas; así como sus fortalezas y oportunidades, a partir de ello presentar un modelo de control interno en el área de ventas para mejorar la gestión comercial y explicativa porque se explica cómo ocurre un fenómeno (mejorar la gestión comercial) y en qué condiciones se da éste. Dado que la naturaleza de la investigación es explicativa ya que surgió la necesidad de plantear una investigación que consistió en evaluar el grado de relación entre dos variables. Finalmente concluye; La cooperativa no cuenta con políticas de control interno que estén debidamente estructuradas en las diferentes áreas, tales deficiencias son reflejadas con mayor énfasis en el área de ventas generando desorden y confusión en las funciones de los colaboradores y Ante la falta de una estructura organizativa definida en el área de ventas y por la carencia de un Manual de Organización y Funciones, los jefes asumen o realizan funciones que no le competen.

Herrera, (2019) En su tesis titulada: *Control interno en el área de ventas y su efecto en la rentabilidad de la empresa agropecuaria Avicasa Norteña S.A.C-Trujillo*, su objetivo general fue determinar el efecto del control interno del área de ventas en la rentabilidad de la empresa Agropecuaria Avicasa Norteña S.A.C. la metodología utilizada fue investigación descriptiva porque se recoge los datos tal como suceden en el ambiente donde se desarrolla la empresa Agropecuaria Avicasa Norteña S.A.C. para luego describir, analizar e interpretar las variables y el diseño de investigación no experimental, porque no se manipulan las variables control interno en el área de ventas y rentabilidad, sino que se observaron las variables tal y como se dan en el contexto original, para luego analizarlos. Se concluye, que el procedimiento para el control de las ventas es vital importancia para la empresa, ya que a través de este sistema de control se logra

ejecutar con éxito el proceso correcto de las operaciones diarias de dicha organización; permitirá atender a tiempo las necesidades de los clientes logrando el alcance de los objetivos planteados en el presente estudio y fomentará la relación exitosa de comercialización. De allí, la importancia que las ventas sean llevadas en toda organización de una manera eficiente y asertiva, a través de un SCI que permita generar a la empresa información confiable y oportuna a corto plazo.

Bayona, (2020), En su tesis titulada: *Caracterización del control interno en el área de ventas de la empresa comercial del Perú: caso Power Deport S.A.C. -Trujillo*. Se ejecuta con la finalidad de brindar apoyo real a la gerencia de las empresas comerciales que puedan mejorar los controles de las operaciones que ocurren en el área de ventas, a través del control interno, que permita mejorar los procesos y la gestión de empresa para el cumplimiento de sus objetivos. Actualmente, las gerencias públicas y privadas, buscan permanentemente de la mejora de su gestión, buscando nuevas corrientes y orientaciones administrativas, que estimulen a mejorar los controles internos de la organización. El control interno se debe incorporar e involucrar en todas las áreas y niveles de la entidad, utilizando como metodología descriptiva-no experimental, concluyendo que es una herramienta esencial para cumplimiento y logro de objetivos de toda entidad.

Zavaleta, (2018), En su tesis titulada: *Caracterización del control interno del área de ventas de las empresas comerciales de insumos para el calzado Perú caso: Isabel E.I.R.L. Trujillo*. El objetivo general fue implementar un manual de procedimientos en el área de ventas. La presente investigación se desarrolló con la metodología Cuantitativa – No Experimental y se justifica porque a través de ella se permitirá describir las características del control interno en el área de ventas de la mype Isabel E.I.R.L. con la finalidad de adoptar un adecuado SCI en el área de ventas que permita que la empresa cumpla con sus metas.

2.1.3 Regionales

Zacarias, (2021) En su tesis: *Importancia de un eficaz y efectivo control interno en el área de ventas de la Mype distribuidora comercial Rita – Jesús María*. Donde su objetivo principal es determinar la importancia de contar con la implementación de un adecuado control interno efectivo y eficaz de una MYPE distribuidora comercial Santa Rita rubro comercial. El diseño que se ha aplicado es el Cuantitativo experimental. Mediante este método todo lo que se indica en este trabajo no requiere demostración, se emplearon encuestas como instrumentos. Se concluyó que el personal no se encuentra debidamente capacitado según lo mostrado en las encuestas que el 70% de los trabajadores del área de ventas no recibían capacitaciones ni tenían un supervisor que los pueda orientar para realizar eficientemente su labor.

Cabello, (2019), En su tesis: *Importancia del control interno en la gestión de las empresas comerciales*. Cuyo objetivo general fue: determinar porque es importante el control interno en la gestión de las empresas comerciales, para cual se realizó la muestra con una población constituida por las pequeñas, medianas y grandes empresas comerciales obteniendo grandes resultados, se aplicó la metodología cuantitativa-no experimental empleando la encuesta como instrumento y se concluyó que el control interno en la gestión de las empresas comerciales es importante porque contando con procedimientos y sistemas de controles internos adecuados fortalecerá y mejorará la gestión.

2.1.4 Locales

No se han encontrado antecedentes locales, relacionadas a la investigación.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Marco teórico

2.2.1.1 Teorías del control interno.

Meléndez, (2016) El control interno no puede existir sin metas, objetivos de desempeño previos. Si de antemano no se conocen los resultados obtenidos, no será posible que se determinen las cuáles serán las medidas para lograrlo y evaluar periódicamente su obediencia, así como reducir sorpresas durante la operación.

Alvarado, (2017) Establece que hay una estrecha relación entre los procedimientos y los sistemas de control interno porque vela por la gestión eficiente y ordenada ya que gracias a las investigaciones se pudo concretar que un correcto sistema de control interno funciona a la perfección en las empresas en todos sus niveles.

Estupiñan, (2017) El C.I es un plan que gracias a la unión de varios métodos procedimientos servirán para tener los activo a buen recaudo

Del Toro Ríos, (2018) El vocablo "razonable" reconoce que el CI tiene un límite inherente ; Esto significa que un gerente y sus trabajadores no deben pensar que una vez creado el S.C.I, han eliminado el riesgo de faltas y estafas en la organización y sus metas serán alcanzadas, porque ignorarán la posibilidad de sucediéndose, por lo que se establecen los procedimientos más efectivos, se comenten errores por negligencia, incomprensión, o pérdida de concentración de empleados o simplemente un número de personas decidiendo cometer una infracción. Por lo tanto, el diseño del sistema debe centrarse en los recursos humanos y sus formas y métodos de mejora continua.

MENDIVIL, (2019) Definición El (CI) Es un método de ordenación, los procedimientos que ha adoptado y el personal con el que cuenta, que está estructurado en general. CI entiende claramente el plan organizacional y todas las metodologías y medidas de una empresa para proteger sus activos, verificar la exactitud y seguridad de las fichas contables, desarrollar la eficacia activa y promover el cumplimiento de las políticas de gestión.

TELLEZ, (2020). Además, también menciona los objetivos básicos: Proteger los bienes de la empresa, obtener información veraz y fidedigna, así como los medios para verificarla. Promover la eficiencia operativa; y Velar por el cumplimiento de las políticas de gestión de la empresa. Todos los objetivos del control interno se basan fundamentalmente en proteger a la empresa frente a posibles anomalías en sus estados financieros. Si las micro y pequeñas empresas tienen un control interno adecuado, el riesgo de una estafa será menor, además, el C.I también ayuda a estar al tanto la posición financiera donde se encuentra la empresa, el origen del dinero de sus actividades comerciales ¿Tiene que pagar al proveedor? esa cantidad debe pagarse, si el cliente ha liquidado su cuenta y el dinero está en una cuenta bancaria o en una inversión, por citar algunos ejemplos.

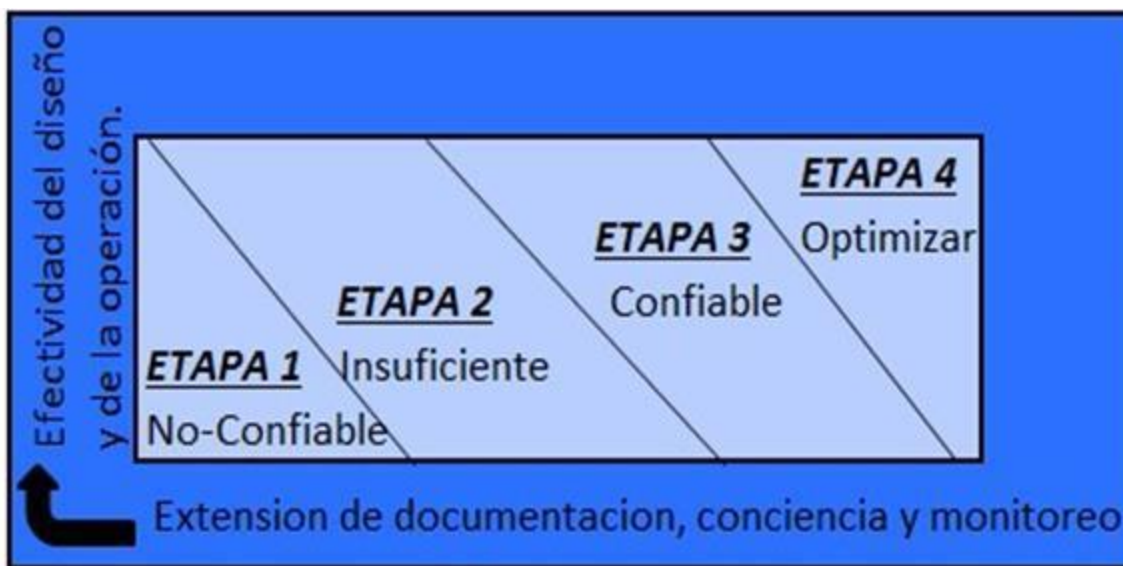


Figura 1. Confiabilidad de Modelo de Control Interno.

Fuente: Universidad Autónoma del Perú. Tesis: El control interno y su incidencia en la gestión contable.

6.2.1.1.1 Particularidades generales del control interno

Es el ciclo con el que se puede lidiar o reducir la corruptibilidad y prevenir los ejercicios falsos que pueden ser sometidos por los dos jefes y cualquier trabajador, trágicamente el peligro de demostraciones de degradación será consistentemente inactivo. Los segmentos de una asociación de control interno se evalúan, de manera similar a algún otro marco enorme, durante el período de organización de una revisión gratuita del informe presupuestario. Las consecuencias de la evaluación impactan directamente en el grado de evidencia punto por punto de los expertos en la materia, los expertos que son los revisores. Las asociaciones ejecutan atributos normales de un marco de control interno satisfactorio.

La confiabilidad de la organización, o el carácter ético de las personas que son responsables de la administración de la organización, establece el ambiente general de la asociación. La honestidad de la junta habla con los representantes a través de manuales de trabajador y manuales de técnica que cada organización debe tener de manera obligatoria. La Biblioteca de Gestión demuestra que además de impartir rectitud a los ejecutivos, los manuales de estrategia funcionan con la preparación del trabajador. No obstante, el uso de la estrategia de la junta es el marcador principal de la obligación de un elemento de un marco de control interno fructífero que cumpla con los supuestos de la asociación.

Un aislamiento de las obligaciones es fundamental para un correcto uso del control interno, ya que disminuirá por completo el peligro de equivocaciones y maniobras inadecuadas. Es imperativo tener un profesorado confiable, sin embargo, debe tener un control adecuado de este tipo de fuerza laboral, ya que, sorprendentemente, existirá el peligro de presentar demostraciones ilegales.

El mantenimiento de los registros esenciales garantizó que exista una documentación satisfactoria y sólida para cada intercambio realizado. Los registros que los ejecutivos comprenden de guardar, asegurar y en el largo plazo después de haber satisfecho la capacidad para la que se guardaron dichos datos, y seguir borrando registros importantes o electrónicos, después de la confirmación de que actualmente no serán fundamentales. Soporte satisfactorio, que puede servir como prueba para cualquier demostración extravagante, desviar a un trabajador u ocuparse de la producción de intercambios.

Los escudos evitan que personas no aprobadas o engañosas accedan a recursos importantes de la organización. Las protecciones son físicas, por ejemplo, cerraduras de entrada, o escurridizas, por ejemplo, contraseñas de programación de PC. A pesar de las técnicas, los escudos son un componente esencial y vital de una asociación en el marco de control interno del ICS. Numerosos empresarios aseguran instintivamente las existencias, el dinero y los suministros. En cualquier caso, cheques bancarios, membretes y sellos de amigos son componentes que requieren un seguro que habitualmente se ignora, es fundamental para darle más importancia a la seguridad, en todo caso se permitirán representantes terribles, formas abiertas de presentar manifestaciones ilegales insalvables.

Sus Objetivos Principales son:

- Cumplir las metas anheladas por la empresa.
- Evitar riesgos
- Reducir los errores.

Según respecta al primer objetivo (SANTILLANA; 2016) dice que El control interno puede permitir que se fomente el acercamiento a las políticas que se establecen en la administración de la entidad, con la finalidad que se lleguen a cumplir las metas trazadas interno

Sin embargo (MANTILLA ,2017) cita que, Cuando uno realiza un control interno, dentro de una empresa alcanzara el uso económico y los recursos serán eficientes. Asimismo, es de suma importancia que se identifiquen las metas y los estándares de la operación integral de la entidad

Prueba de que no completan una medida de control interno satisfactoria en sus ejercicios; ya que cada uno de ellos atiende sus problemáticas y restricciones según su modelo, siendo esta realidad un obstáculo para lograr la representatividad y lograr un desarrollo social y monetario crítico.

2.2.1.2 Responsabilidad del control interno

La Administración. - Él es el responsable contiguo del S.C.I ejecutado, posteriormente, debe aceptar la responsabilidad por su funcionamiento adecuado. Es la persona que lleva a cabo y promueve el respeto y la moral, así como diferentes variables de un clima de control positivo. En una organización enorme o pequeña, el CEO satisface esta obligación dando administración y dirigiéndose a los directores de rango e inspeccionando cómo están manteniendo el negocio. Los gerentes fundamentales, en lo que les concierne, delegan deberes, fundamento de enfoques y estrategias de C.I más explícitos al personal responsable de los elementos de las unidades. En pocas palabras, el impacto del CEO, normalmente un administrador propietario que es más normal en mypes, es generalmente más sencillo.

Independientemente, es una obligación que se mueve en un rumbo, un gerente es viable un jefe en su actual circunstancia de deber, debe ser un individuo que tenga un carácter de administración que se dé cuenta de cómo asentarse en elecciones enfáticas que permitan alcanzar las metas ideales.

Consejo de directores. La dirección es obligación del personal del consejo de directores que otorga mando, orientación, vigilancia e inspección. Los individuos de una cámara viable son ecuanímenes, capaces y curiosos. Asimismo, cuentan con una amplia y fundamental información

sobre los ejercicios y el clima de toda la asociación, y aportan el tiempo selectivo importante para liberar por completo sus deberes como carga. Una junta sólida y dinámica, especialmente cuando se combina con canales de correspondencia poderosos, organizados, de frente directo, y capacidades de revisión monetaria, legal e interior equipadas, con FR está mejor preparada para reconocer y abordar esos problemas.

Auditores Internos. - Asumen un rol significativo en la evaluación y construcción de la adecuación de los marcos de inspección y la viabilidad jerárquica. Una razón de su posición autoritaria y autoridad en un elemento, un trabajo de revisión de interiores con FR satisface un gran trabajo de observación.

2.2.2 Marco conceptual

2.2.2.1 Informe coso

COSO; creado en 1985 cuya finalidad era reducir el alto % de malas prácticas comerciales y la constante dificultad, que se venía registrando durante años. Al mismo tiempo, inició el liderazgo intelectual y aborde la gestión de riesgos comerciales.

2.2.2.2 Coso II y sus componentes

En el año 2004 es publicado COSO II o también, “Enterprise Risk Management” – Integrated Framework (ERM). También denominado Marco Completado de Riesgos, que amplió la idea de control interior de COSO I para arriesgar a los ejecutivos en los que se incluye toda la facultad de la sustancia, sin prohibición.

Se pasó de tener de 5 componentes en COSO I, a 8 en COSO II, siendo éstos:

- ❖ Ambiente de control.
- ❖ Establecimiento de objetivos.
- ❖ Ambiente Interno.

❖ Identificación de eventos.



Figura 2. Estructura del COSO II.

Fuente: Internet

COSO II Es un procedimiento equipado para avanzar hacia el riesgo de los ejecutivos en las organizaciones desde una metodología integradora y que aborda una increíble

2.2.2.3 Teoría de ventas

(LAURA, 2016) Considera que la venta es una función fundamental dentro de cualquier empresa ya que es el área en el cual se obtienen los ingresos con las que la empresa podrá generar ingresos.

El concepto de venta sostiene que los consumidores y los negocios, si se les deja solos, normalmente no adquirirán una cantidad suficiente de los productos de la organización; por ello, ésta debe emprender una labor agresiva de ventas y promoción. En el mundo actual de los negocios existe un alto progreso de la oferta y la demanda y esto es positivo, pero también nos conlleva a realizar e implementar mejores políticas de venta. (Zavaleta, 2018) El término ventas tiene múltiples definiciones, dependiendo del contexto en el que se maneje. Una definición general, es

el cambio de productos y servicios por dinero. Desde el punto de vista legal, se trata de la transferencia del derecho de posesión de un bien, a cambio de dinero.

Desde el punto de vista contable y financiero, la venta es el monto total cobrado por productos o servicios prestados.

2.2.2.4 Teoría micro y pequeñas empresas (MYPE)

(Sunat., 2018) Es un régimen especialmente creado para las micro y pequeñas empresas con el objetivo de promover su crecimiento al brindarles condiciones más simples para cumplir con sus obligaciones tributarias.

Régimen laboral de la micro y pequeña empresa.

- El Régimen de Promoción y Formalización de las MYPES se aplica a todos los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada, que presten servicios en las Micro y Pequeñas Empresas, así como a sus conductores y empleadores.
- Los trabajadores contratados al amparo de la legislación anterior continuarán rigiéndose por las normas vigentes al momento de su celebración.
- Las pequeñas empresas pueden tener ventas hasta las 1700 UIT pasando ese monto ya dejaría de denominarse pequeña empresa
- Las micro empresas pueden tener de 1 a 10 trabajadores mientras que las pequeñas empresas pueden tener trabajadores desde los 10 hasta los 100 trabajadores

Tabla 2
Población ocupada según ramas de actividad y tamaño de empresa

			Variación	
Ramas de actividad	Mar-Abr-May		Absoluta	Porcentual
2017	Mar-Abr-May	2018	Miles	(%)
Total	4,810.10		46.0	1 %
4,856.10			-3.5	-0.5
Manufactura	652.0			
648.5			-7.1	-2.1
Construcción	346.3			
339.2			-20.2	-2.0
Comercio	1018.4		79.8	2.9
998.2				
Servicio	2744.8			
2824.6				

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (INEI)

(Herrera García, 2019) La importancia de las MYPEs para el Perú era de gran magnitud, dada las limitaciones de su economía y la extensión de la pobreza, así en 1997, la contribución de las microempresas y pequeñas empresas en la generación de empleo representaba el 75.9 por ciento del total de la población económicamente activa (PEA). De ese 75.9 por ciento, el 95 por ciento de la generación de empleo se concentraba en establecimiento pequeños denominados “microempresas”, y sólo el 5.0 por ciento se concentraba en las “pequeñas empresas”.

Las (MYPEs), son en la actualidad en sector más importante de la economía peruana por su versatilidad y gran dinámica en la absorción rápida de mano de obra y generación de riqueza.

La MYPE de la cual se base este trabajo de investigación, se dedica al rubro de manufactura, fabricación de productos metálicos.

TABLA 2

AUMENTO DE NIVELES DE FABRICACION DE PRODUCTOS METALICOS.

MANUFACTURA: VALOR AGREGADO BRUTO						
(Variación porcentual del índice de volumen físico respecto al mismo período del año anterior)						
Valores a precios constantes de 2007						
Actividad	2017/2016					2018/2017
	I Trim.	II Trim.	III Trim.	IV Trim.	Año	I Trim.
Manufactura	2,3	4,5	-1,8	-5,5	-0,3	1,0
Industria alimenticia	8,1	21,0	-7,7	-11,4	1,6	1,3
Industria textil y del cuero	1,9	-0,4	10,4	7,7	4,7	5,4
Industria de madera y muebles	-9,9	-7,8	-29,9	-28,5	-19,9	-6,6
Industria del papel, impresión y reproducción de grabaciones	-6,9	-3,7	-1,9	-16,8	-7,5	-1,8
Industria química	8,2	2,3	3,2	-3,6	2,4	-3,9
Fabricación de productos minerales no metálicos	-1,6	-0,6	1,5	-1,6	-0,6	0,7
Industrias metálicas básicas	-4,2	-2,5	-0,5	-2,7	-2,4	6,3
Fabricación de productos metálicos	-0,2	-0,3	1,1	2,4	0,8	1,4
Otras Industrias manufactureras	10,9	8,0	3,5	-2,9	4,4	5,1

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática. (INEI)

III. Hipótesis

Este trabajo es un estudio descriptivo, es decir, son realidades de los hechos, y cuando la investigación es descriptiva, no hay necesidad de hacer suposiciones ya que son situaciones o eventos, es decir, son características de los puntos de las variables.

IV. Metodología

4.1 Diseño de la investigación

El tipo de investigación.

El tipo de investigación fue de tipo cualitativa, porque se limitó a enfocar todo lo relacionado a las variables en estudio; esta investigación dependió básicamente y fundamentalmente de la recolección de datos, y análisis de la información que se obtuvo

sobre la caracterización del control interno en el área de ventas, que sirvió como fuente teórica y conceptual.

Nivel de la investigación de la tesis.

El nivel de esta investigación fue de tipo descriptivo, porque solo se limitó a describir las características de las variables.

Diseño de la investigación

El diseño que se ha aplicado fue el no experimental. Mediante este método todo lo que se indicó en este trabajo no requirió demostración. Se describió y observó las dos variables sin ser manipuladas y sin hacer ningún cambio dentro de su contexto.

4.2 Universo y muestra.

Universo

Trabajadores de la pequeña empresa FALFE GLASS S.A.C.

Muestra

Se tomará una muestra de 10 trabajadores, que forma parte del 100% de la población en estudio y el administrador de la empresa.

4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores

VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Control interno	Es un plan de Organización, compuesto por reglas, metodología y capacidades destinadas a todos los trabajadores de una asociación que tiene la intención de obtener datos seguros, convenientes y confiables de las actividades de ofertas.	<ul style="list-style-type: none"> -Actividades de control -Ambiente de control 	<ul style="list-style-type: none"> - Estructura organizacional - Preventiva 	Encuesta
VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Área de Ventas	Zona principal de cualquier tipo de organización, que es responsable de ofrecer y publicitar artículos utilizando estrategias de ofertas para un público en particular	<ul style="list-style-type: none"> - Producción -Costos estimados 	<ul style="list-style-type: none"> - Estructura organizacional - Producción 	Encuesta

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

Este estudio consideró la entrevista y revisión bibliográfica como técnicas para recolección para conocer la opinión de los trabajadores del área de ventas de la pequeña empresa en cuestión.

Instrumentos

Se consideró el uso de cuestionarios y fichas bibliográficas para la recolección de dato

4.5 Plan de análisis.

El De acuerdo a la naturaleza de la investigación de los resultados se realizó teniendo en cuenta la comparación a los comentarios, y estudios realizados en las informaciones recolectadas, se realizó una revisión exhaustiva de los antecedentes pertinentes. Asu vez se realizará un análisis de los objetivos específicos mediante cuadros comparativos.

Para la tabulación de datos se utilizó como soporte el programa Excel.

4.6 Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA
<p>¿Cuál es la incidencia del control interno en el área de ventas de la pequeña empresa FALFE GLASS SAC – 2021?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>¿Determinar la incidencia del control interno y su influencia en el área de ventas de la pequeña empresa FALFE GLASS SAC– La Victoria, 2021?</p> <p>OBJETIVOS ESPECIFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar la importancia de la implementación de un adecuado sistema de control interno efectivo en el área de ventas de las empresas en el Perú. • Determinar el proceso específico del área de ventas de la pequeña empresa FALFE GLASSS.A.C a través de la guía de observación, entrevistas y encuestas. • Determinar la propuesta de un sistema de control interno específico según los resultados obtenidos de la investigación a realizar 	<p>La presente investigación no aplica hipótesis</p>	<p>Tipo de investigación: El tipo de investigación será cualitativo.</p> <p>Nivel de investigación: El nivel de investigación será descriptivo.</p> <p>Diseño de investigación: No experimental</p> <p>Población: Los trabajadores</p> <p>Muestra: Cantidad Representativa (12 personas)</p> <p><u>Técnicas e instrumentos</u></p> <p>Técnicas: Revisión Bibliográfica y Entrevista</p> <p>Instrumentos: Fichas Bibliográficas y Cuestionario</p>

4.7 Principios éticos

Para la presente investigación se consideraron los siguientes principios éticos:

Beneficencia: Por ello, se refiere a la obligación moral de maximizar los beneficios y minimizar las pérdidas.

No maleficencia: Se maximizo los riesgos que puedan suceder en las preguntas por el participante.

Autonomía: En tal sentido, las personas reflexionaron sobre sus decisiones. Igualmente se mantendrá bajo seguridad su información, por lo tanto, conservará el respeto hacia ellos.

Confidencialidad: Toda información que esté relacionada al estudio permaneció guardada y reservada de forma segura, donde toda información de los participantes será almacenada en una base de datos, las cuales estarán protegidas por contraseñas en una computadora que solo será para investigadores. Toda la información recibida en esta investigación se mantendrá estrictamente confidencial y solo el investigador de este estudio, las autoridades locales, comités de ética y sus designados acerca de esta información. Los resultados de este estudio se presentarán por los investigadores a revistas indexadas y revisadas por pares para su publicación.

Consentimiento informado: En este contexto, se elaboró una guía de consentimiento informado para esta investigación.

Justicia: Así mismo, se refiere a tratar a cada persona lo correcto y apropiado otorgando a las personas sus derechos.

V. Resultados

5.1 Resultados

Respecto al objetivo específico 1:

Se revisaron los antecedentes Nacionales que se utilizaron para elaborar las fichas bibliográficas

Cuadro N°1: Respecto al objetivo N°1

<p>(Campos 2021)</p>	<p>En su tesis titulada: <i>Modelo de control interno en el área de ventas para mejorar la gestión comercial en la cooperativa de servicios múltiples APROCASI – San Ignacio</i>. Cuyo objetivo general fue diseñar un modelo de control interno en el Área de Ventas para mejorar la gestión comercial. concluye:</p> <p>Las cooperativas no cuentan con una política de control interno razonable en los diferentes campos, estas insuficiencias son más evidentes en el campo de las ventas, generando confusión y desorden en las funciones de los propios colaboradores. A falta de una estructura organizacional definida en el contrato de compra y de un Manual de Organización y</p>
----------------------	---

	<p>Funciones, lo propietarios ejerza funciones que no les correspondan.</p>
<p>(Herrera, 2019)</p>	<p>En su tesis titulada <i>Control Interno en el Área de Ventas y su Efecto en la Rentabilidad de la empresa Agropecuaria Avicasa Norteña S.A.C</i> su objetivo general fue determinar el efecto del control interno del área de ventas en la rentabilidad de las micro empresas. Concluyó que se identificaron defectos en el control interno del área de ventas, tales como la ausencia de manuales organizacionales y funcionales, manuales de procedimientos y políticas establecidas oralmente.</p>
<p>(Zavaleta, 2018)</p>	<p>En su tesis que lleva por título, <i>Caracterización del control interno del área de ventas de las empresas comerciales de insumos para el calzado</i></p>

	<p><i>Perú caso: ISABEL E.I.R.L</i> El objetivo específico es elaborar un manual de ayuda lleno de procedimientos que se puedan aplicar en el área de ventas de la microempresa. La presente investigación es razonable ya que ayudaría a describir las características del control interno en el ámbito de las ventas con el fin de aplicar plenamente el SCI en el sector de las ventas para que la empresa logre sus objetivos.</p>
--	--

Respecto al objetivo específico 2:

Determinar el proceso específico del área de ventas de la pequeña empresa FALFE GLASS S.A.C a través de la guía de observación, entrevistas y encuestas.

ITEM	CUADRO	RESULTADO
La administración realizó análisis con la finalidad de reducir riesgos	01	El 30 % respondió afirmativamente mientras que el 58 % nos indica que no existen y un 12% que estaba indeciso con su respuesta.

Cuenta la empresa con procesos que le permitan generar información	02	El 42% afirma no hay un proceso que genera información, mientras que la mitad de ellos nos dijo que no y el 8 % restante no conocen acerca del tema
Se ponen en lugares seguros la mercadería recibida en el almacén	03	El 33% afirmó que sí el 50 % que no ocurre esta medida y el 17% no está segura
Son supervisadas las mercaderías entregadas por las vendedoras	04	El 26% precisa que sí el 70% que representa la mayor población nos dijo que no y el 14% no sabe
Los niveles máximos y mínimos se encuentran establecidos en Falfe Glass	05	El 16% confirma que sí, el 82% no y 2% desconoce

Las vendedoras saben identificar a los clientes potenciales y elaboran estrategias para influir en las decisiones de compras	06	El 6% indica que sí mientras que 63% afirma que no y el 6% desconoce.
Las trabajadores realizan de manera constante un análisis de ventas	07	Un 75 % afirma que si se realizan, un 25 % no está de acuerdo
Se realizan charlas de capacitación sobre la actividad realizada	08	Un 31% nos dice que si mientras que un 63 % nos dice que no y por último el 6 % no tiene conocimiento sobre esto.

Respecto al objetivo específico 3:

Determinar la propuesta de un sistema de control interno específico según los resultados obtenidos de la investigación a realizar.

ITEM	CUADROS	RESULTADOS
Manejan un manual de métodos que muestra cómo deben manejar eficazmente los ejercicios para cada uno de los espacios	09	El 18 % nos responde de manera afirmativa y 82% nos dice que no
La gerencia realiza algún tipo de estudio para evitar riesgos	10	El 35 % nos dice que sí y el 65% que no se realizó dicho estudio
Se registra correctamente y de manera precisa toda las transacciones contables y financieras	11	El 65 % responde si y el 35% nos responde que no

La información financiera es confidencial	12	Un 80 % nos afirma mientras que el 20% nos dice que no es así
Dispones de los sistemas de información cuando se requiera	13	El 30% de los encuestados asegura que si la mitad de la población que no registra y el 20% que no
Existen algún tipo de restricciones de ingreso al personal	14	Un 15% nos dice que sí y un 85% que representa a la mayoría nos responde de manera negativa

5.2 Análisis de resultados

Respecto al objetivo específico 1:

Se revisaron los antecedentes Nacionales que se utilizaron para elaborar las fichas bibliográficas, se coincide con Campos (2021) y Zavaleta (2018) implementando un sistema de control interno hará que las entidades de estudio logren un desarrollo y crecimiento importante en el área de ventas de la empresa en cuestión.

Proporcionar a la pequeña empresa FALFE GLASS S.A.C, una herramienta que permita un mejor manejo, mediante un sistema que sea coordinado entre las funciones que cumplen los empleados y todos los planes y políticas que tenga la empresa

Respecto al objetivo específico 2:

- a) El 26 % de empleados de la empresa FALFE GLASS S.A.C, nos firma que las mercaderías no son cotejadas al momento de su entrega lo cual tiene coincidencia con (Vargas 2022), (Bermúdez 2016) esto deja en evidencia la gran inestabilidad, debido a que el 70% de los empleados observa que no lo ponen en práctica y un 4% piensa que no es una actividad importante
- b) El 86% de los encuestados nos dice que no existe un nivel máximo y mínimo de existencias de los productos en el área de ventas considerando que esta situación repercute en área de ventas
- c) Con respecto a la pregunta del análisis y la evolución de las ventas el 70% afirma que no toman esta medida y esto no permite a los trabajadores del área de ventas desenvolverse ni obtener mejores resultados

Respecto al objetivo específico 3:

- a) El 67% de los encuestados cuando fueron consultados si hubo estudios por parte de la gerencia para evitar riesgo nos indicaron que no, lo que es preocupante ya que gracias a los estudios se evitan las perdidas ya sea material y la mas importante que es el tiempo

VI. Conclusiones

6.1 Respecto al objetivo 1:

Gracias a las investigaciones de los antecedentes se describió la incidencia del control interno para la mejora del área de ventas de la empresa FALFE GLASS S.A.C, según el análisis de los resultados se concluye en la importancia de un control interno, lo que hará que el desenvolvimiento en el área de ventas de la pequeña empresa; asimismo, ayudaría a salvaguardar los intereses de las empresas y a la prevención de las pérdidas que ocasiona la carencia de un control interno en las empresas.

6.2 Respecto al objetivo 2:

Se pudo determinar que la falta de la implementación de un programa de control interno pueda perjudicar el buen funcionamiento de las actividades que se realizan en el área de ventas de la pequeña empresa FALFE GLASSS.A.C.

Existen muchas deficiencias por subsanar y esto se da principalmente porque en el área de ventas de la pequeña empresa FALFE GLASSS.A.C no están asignados de manera correcta ni específica donde se van a desenvolver los trabajadores de área de ventas.

6.3 Respecto al objetivo 3:

Se logró determinar que la gerencia no ha adoptado medidas para la implementación de un sistema de control interno, después del estudio realizado se concluye que la gerencia y la administración son conscientes de la importancia que tiene un sistema de control interno y que realmente influyen en el área de ventas, pero lo más destacado es que están dispuestos a implementar el sistema de control interno

Aspectos complementarios

Pregunta 1: ¿La administración realiza estudios con la finalidad de reducir riesgos?

Cuadro 1

OPCION	FR	%
AFIRMATIVO	3	30 %
NEGATIVO	7	58%
NO PRECISA	2	12%
GLOBAL	12	100%

Gráfico 1

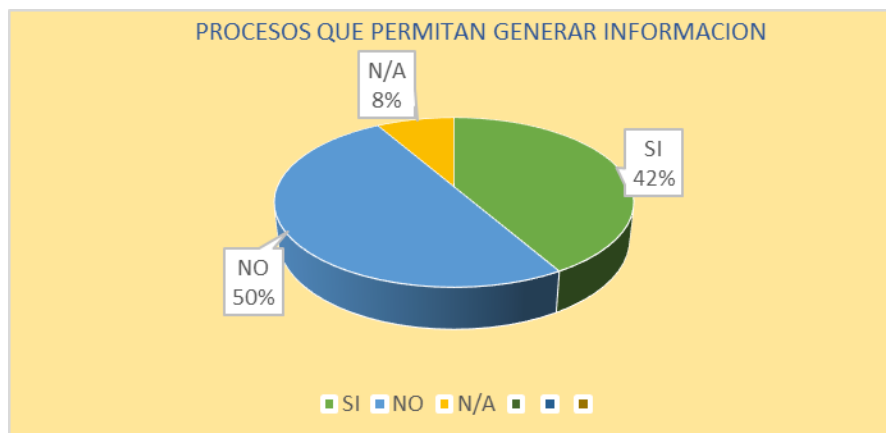


Pregunta 2: ¿Cuenta la empresa con procesos que le permitan generar información?

Cuadro 2

OPCIÓN	FR	%
AFIRMATIVO	5	42 %
NEGATIVO	6	50%
NO PRECISA	1	8%
GLOBAL	12	100%

Gráfico 2

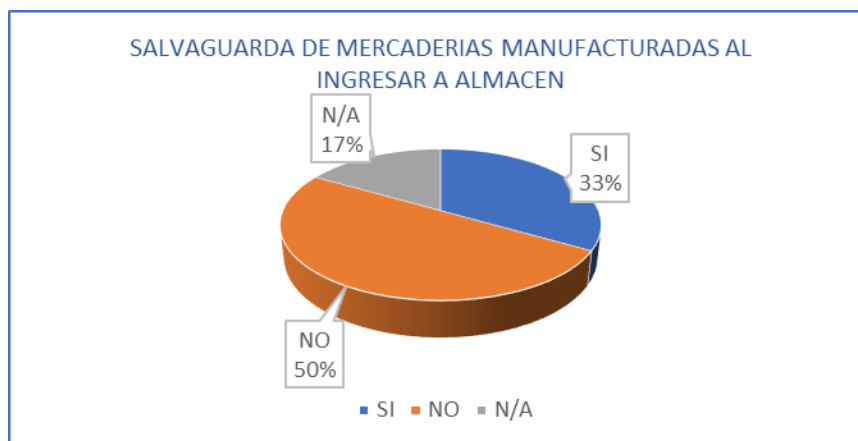


Pregunta 3: ¿Se salvaguarda las mercaderías manufacturadas recibidas en el almacén?

Cuadro 3

OPCIÓN	FR	%
AFIRMATIVO	4	33%
NEGATIVO	6	50%
NO PRECISA	2	17%
GLOBAL	12	100%

Gráfico 3

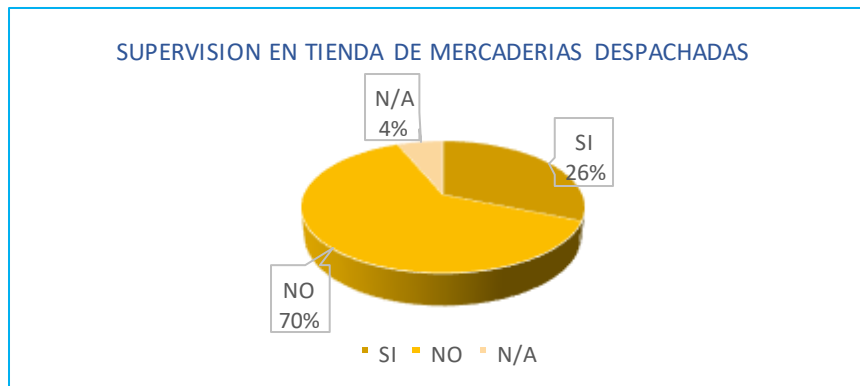


Pregunta 4: ¿Son supervisadas las mercaderías entregadas por las vendedoras?

Cuadro 4

OPCIÓN	FR	%
AFIRMATIVO	2	26%
NEGATIVO	9	70%
NO PRECISA	1	4%
GLOBAL	12	100%

Gráfico 4

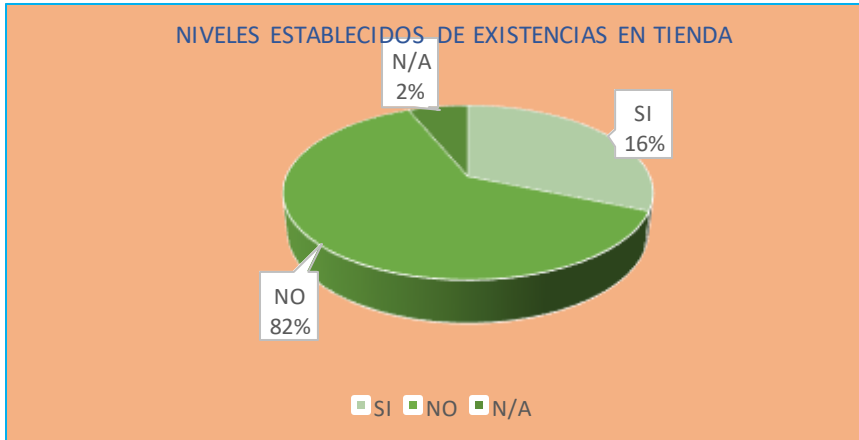


Pregunta 5: ¿Los niveles máximos y mínimos se encuentran establecidos en Falfé Glass?

Cuadro 5

OPCIÓN	FR	%
AFIRMATIVO	2	16%
NEGATIVO	9	82%
NO PRECISA	1	2%
GLOBAL	12	100%

Gráfico 5

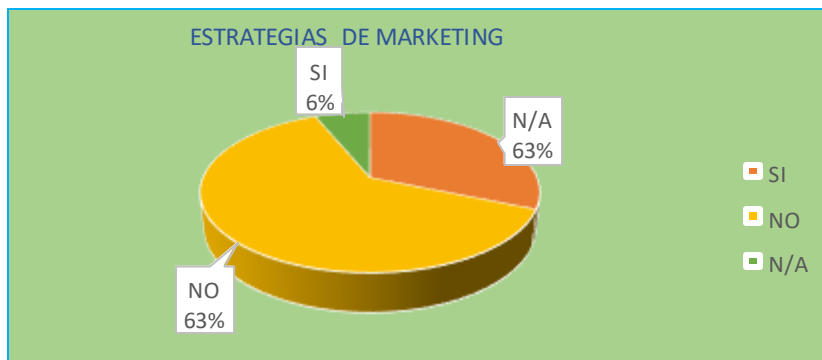


Pregunta 6: ¿Las vendedoras saben identificar a los clientes potenciales y elaboran estrategias para influir en las decisiones de compra?

Cuadro 6

OPCIÓN	FR	%
AFIRMATIVO	1	6%
NEGATIVO	8	63%
NO PRECISA	3	31%
GLOBAL	12	100%

Gráfico 6

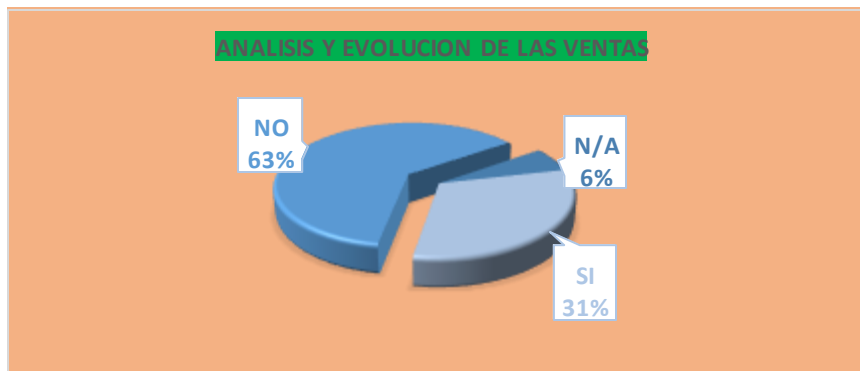


Pregunta 7: ¿Las trabajadoras realizan de manera constante un análisis de ventas?

Cuadro 7

OPCIÓN	FR	%
AFIRMATIVO	4	25%
NEGATIVO	8	75%
NO PRECISA	-	0%
GLOBAL	12	100%

Gráfico 7

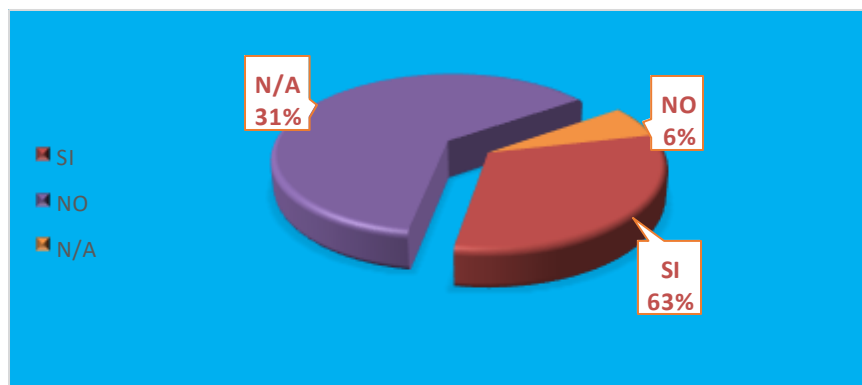


Pregunta N ° 8: ¿Se realizan charlas de capacitación sobre la actividad realizada?

Cuadro 8

OPCIÓN	FR	%
AFIRMATIVO	8	63%
NEGATIVO	1	6%
NO PRECISA	3	31%
GLOBAL	12	100%

Gráfico 8

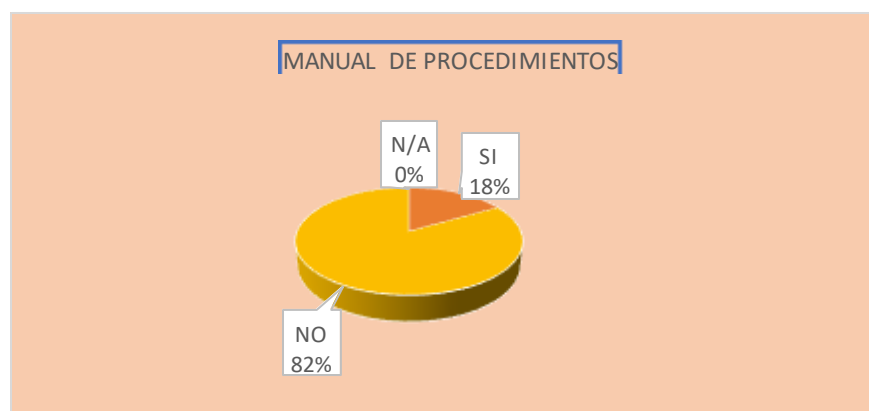


Pregunta 1: ¿Manejan un manual de métodos que muestra cómo deben manejar eficazmente los ejercicios para cada uno de los espacios.?

Cuadro 9

OPCIÓN	FR	%
AFIRMATIVO	1	18%
NEGATIVO	5	82%
NO PRECISA	0	0%
GLOBAL	6	100%

Gráfico 9



Pregunta 2: ¿Manejan un manual de métodos que muestra cómo deben manejar eficazmente los ejercicios para cada uno de los espacios?

Cuadro 10

OPCION	FR	%
AFIRMATIVO	1	35%
NEGATIVO	4	65%
NO PRECISA	0	0%
GLOBAL	6	100%

Gráfico 10

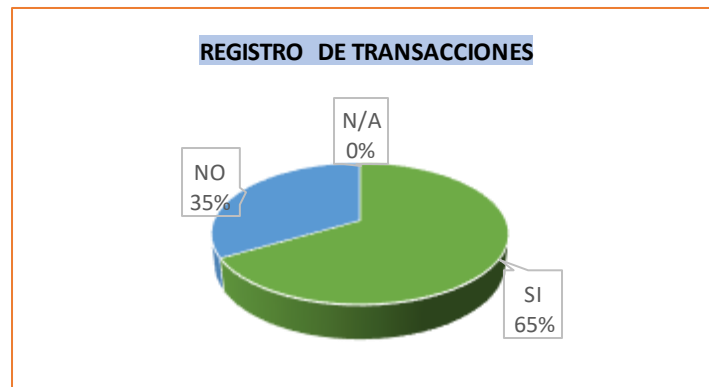


Pregunta 3 ¿Se registra correctamente y de manera precisa toda las transacciones contables y financieras?

Cuadro 11

OPCION	FR	%
AFIRMATIVO	4	65%
NEGATIVO	2	35%
NO PRECISA	0	0%
GLOBAL	6	100%

Gráfico 11

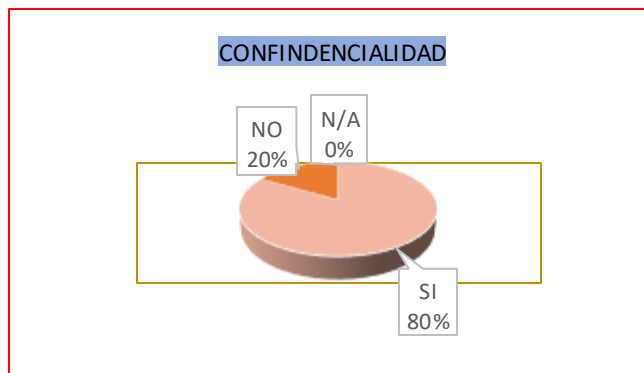


Pregunta 4: ¿La información financiera es confidencial?

Cuadro 12

OPCION	FR	%
AFIRMATIVO	4	80%
NEGATIVO	2	20%
NO PRECISA	0	0%
GLOBAL	6	100%

Gráfico 12

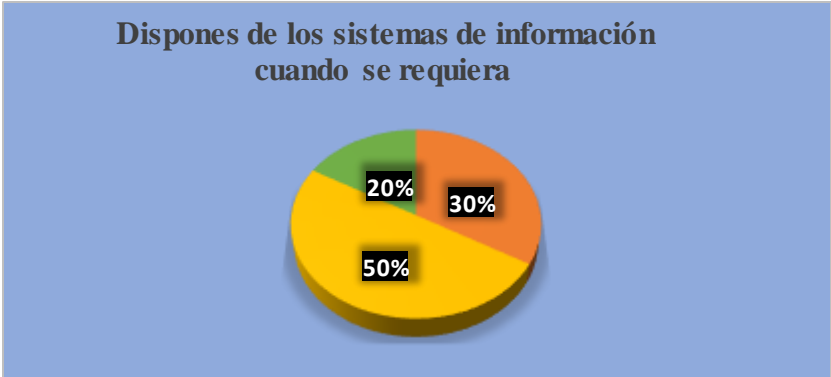


Pregunta 5: ¿La información financiera es confidencial?

Cuadro 13

OPCION	FR	%
SI	2	30%
NO	3	50%
N/A	1	20%
GLOBAL	6	100%

Gráfico 13



Pregunta 6: ¿Existen algún tipo de restricciones de ingreso al personal?

Cuadro 14

OPCION	FR	%
SI	2	15%
NO	4	85%
N/A	0	0%
GLOBAL	6	100%

Gráfico 14



Referencias bibliográficas

- Bayona, I. (2020). *Caracterrizacion del Control Interno en el area de ventas de las empresas comerciales del Peru: Caso POWER DEPORT SAC. Trujillo.*
- Campos, Ch.D (2021) *Modelo de control interno en el area de ventas para mejorar la gestion comercial en la cooperativa de servicios Multiples APROCASSI San Ignacio. Chiclayo 2021.*
- Del Toro Rios, J. C. (2018). *Manual de consulta - Control Interno.* Habana: Combinado de periodicos Gramma.
- Estupiñán Gaitán Rodrigo. (2017). *Control Interno y fraudes- Análisis del informe COSO I y II.* Eco Ediciones. Bogotá.
- Gonzales, O. J. (2020). *Diseño de un Sistema de Control Interno a los procesos de compra y venta de una empresa Camaronera en el Canton Santa Rosa. Guayaquil.*
- Gordon, G. S. (2020). *Diseño de un sistema de control interno para el area de ventas en la compañía Limitada de Inversiones bajo el metodo COSO III.* Quito.
- Herrera, T. Y. (2019). *Control interno en el area de ventas y su efecto en la rentabilidad de la empresa agropecuaria AVICASA NORTEÑA S.A.C .* Trujillo.
- Jimenez, M. B. (2019). *Propuesta de mejora continua en el proceso de ventas de la empresa FILMTEX S.A.S.* Bogota
- T. J. (2016). *Control Interno. Chimbote: Universidad Catalolica Los Angeles de Chimbote.*
- Munive, H. (2015) *Incidencia de un efectivo control interno en el área de ventas de una Mype rubro textil.* Cercado de Lima. Recuperado

Viloria, N. (2016). *Factores que inciden en el Sistema de Control Interno de una organizacion.*

Vizcarra, M. J. (2018). *Auditoria Financiera: Riesgo, Control Interno, Gobierno Corporativo y normas de informacion financiera.* Lima: Pacifico Editores.

Zacarias, M. H. (2021). *Importancia de un eficaz y efectivo Sistema de Control Interno en el area de ventas deMYPE Distribuidora Comercial Rita. Jesus Maria.*

Zavaleta, F. I. (2018). *Tesis - Caracterizacion del Control Interno del area de ventas de las empresas comerciales de insumos para el calzado Peru: Caso Isabel E.I.R.L. Trujillo.*

Anexos

Anexo 1: cronograma de actividades.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N.º	Actividades	Año 2022															
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto																
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación																
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación																
4	Exposición del proyecto al JI o asesor.																
5	Mejora del marco teórico																
6	Redacción de la revisión de la literatura																
7	Elaboración del consentimiento informado (*)																
8	Ejecución de la metodología																
9	Resultados de la investigación																
10	Conclusiones y recomendaciones																
11	Redacción del informe final																
12	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación																
13	Presentación de ponencia en jornadas de investigación																
14	Redacción de artículo científico																

Anexo 2: presupuesto.

Presupuesto desembolsado (Estudiante)			
Categoría	Base	% Número	Total (S/)
<i>Suministro (*)</i>			
• Impresiones	10.00	1	5.00
• Fotocopias	00.05	40	2.00
• Empastado	25.00	1	25.00
• Papel bond	0.01	50	5.00
• Lapiceros	0.50	10	5.00
<i>Servicios</i>			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total	85.56	104	142.00
<i>Gastos de viaje</i>			
Pasaje para la recolección de información	2.00	6	12.00
Sub total	2.00	6	12.00
Total, de presupuesto desembolsado	87.56	110	154.00
Presupuesto no desembolsado (Universidad)			
Categoría	Base	% Número	Total (S/)
<i>Suministro (*)</i>			
• Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital – LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de Información en base de datos.	35.00	2	70.00
• Soporte de información (Módulo de Investigación del ERP University – MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total	155.00	11	400.00
<i>Recurso humano</i>			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total	63.00	4	252.00
Total, de presupuesto no desembolsado	218.00	15	652.00
Total	305.56	125	806.00

Anexo 3: instrumento de recolección de datos.

ENCUETA TRABAJADORES FALFE GLASS		Si	No	-
1	¿Se realiza estudios por parte de la administración para evitar riesgos?			
2	¿La empresa cuenta con procesos que permitan generara información?			
3	¿Se salvaguarda las mercaderías manufacturadas recibidas en el almacén?			
4	¿Existen una supervisión en tienda de revisión de las mercaderías despachadas por los vendedores?			
5	¿Se encuentran establecidos los niveles máximo y mínimo de existencias de los productos en tienda?			
6	¿Identifican clientes potenciales y reales y desarrollan estrategias de marketing para influir en ellos?			
7	¿Se realizan análisis de ventas o evolución de las mismas?			
8	¿Se genera y distribuye información sobre la actividad realizada?			
9	¿Existe un manual de procedimientos que indique como deben manejar las actividades para cada una de las áreas?			
10	¿Existe un estudio por parte de la Gerencia General para evitar riesgos?			
11	¿Se registra en forma complete y precisa el efecto de todas las transacciones contables y los hechos económicos?			
12	¿Se mantiene confidencialidad de la información financiera?			
13	¿Se dispone de los sistemas de información según sea necesario			
14	¿Existen restricciones de ingreso de personal?			

Anexo 4: consentimiento informado.

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Contables)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Contables, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula El control interno y su incidencia en el área de ventas en la pequeña empresa FALFE GLASSSS.A.C- La Victoria 2021 y es dirigido por Magno Nell Caycho Carrillo, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Describir cual es la incidencia que tiene el control interno en la pequeña empresa FALFE GLASSSS.A.C.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de comunicación telefónica número 958077041 Si desea, también podrá escribir al correo: 3203151013@uladech.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Presidente del al Comité Institucional de Ética en Investigación del Instituto de Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote Teléfono: (+51043)327-933, E-mail: cgorritis@gmail.com.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: _____

Fecha: _____

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____