

UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS E INFORMÁTICA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y DE NEGOCIOS
CARRERA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD, AUDITORÍA Y FINANZAS



TESIS

“Control interno y su influencia en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022”

AUTOR:

Bach. Ascarruz Arias, Joliot Hoffer

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

ASESOR:

Mg. Hermoza Ochante, Rubén Edgar

ID ORCID: 0000-0003-4769-0101

DNI: 42037740

LIMA - PERÚ

2023



INFORME DE SIMILITUD

N°043-2023-UPCI-FCEYN-REHO-T

A : **MG. HERMOZA OCHANTE RUBÉN EDGAR**
Decano (e) de la Facultad de Ciencias Empresariales y de Negocios

DE : **MG. HERMOZA OCHANTE, RUBEN EDGAR**
Docente Operador del Programa Turnitin

ASUNTO : Informe de evaluación de Similitud de Tesis:
BACHILLER ASCARRUZ ARIAS, JOLIOT HOFFER


FECHA : Lima, 7 de Julio de 2023.

Tengo el agrado de dirigirme a usted con la finalidad de informar lo siguiente:

1. Mediante el uso del programa informático **Turnitin** (con las configuraciones de excluir citas, excluir bibliografía y excluir oraciones con cadenas menores a 20 palabras) se ha analizado la Tesis titulada: “**CONTROL INTERNO Y SU INFLUENCIA EN LAS VENTAS EN LA EMPRESA INVERSIONES Y REPRESENTACIONES SALAS S.A.C., 2022**”, presentado por el Bachiller **ASCARRUZ ARIAS, JOLIOT HOFFER**.
2. Los resultados de la evaluación concluyen que la Tesis en mención tiene un **ÍNDICE DE SIMILITUD DE 26%** (cumpliendo con el artículo 35 del Reglamento de Grado de Bachiller y Título Profesional UPCI aprobado con Resolución N° 373-2019-UPCI-R de fecha 22/08/2019).
3. Al término análisis, el Bachiller en mención **PUEDE CONTINUAR** su trámite ante la facultad, por lo que el resultado del análisis se adjunta para los efectos consiguientes

Es cuanto hago de conocimiento para los fines que se sirva determinar.

Atentamente,


.....
MG. HERMOZA OCHANTE, RUBEN EDGAR
Universidad Peruana de Ciencias e Informática
Docente Operador del Programa Turnitin

Adjunto:

- *Recibo digital turnitin
- *Resultado de similitud

DEDICATORIA

A mis seres queridos más cercanos, que motivaron en mí el logro de lo trazado.

AGRADECIMIENTO

A todas las personas que apoyaron mi iniciativa, a nivel académico, laboral y familiar.

PRESENTACIÓN

En virtud del proceso actual de titulación en la UPCI, presento mi trabajo de investigación titulada “**Control interno y su influencia en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022**”; trabajo que expone la relevancia del control interno en la gestión de las empresas emergentes, buscando el aseguramiento de la disponibilidad de productos en los almacenes y anaqueles de la organización, promoviendo de esta manera una oportuna disposición de mercancías para la venta a los clientes.

Este trabajo se desarrolló en un año de investigación, trabajo de campo oportuno, así como el trabajo de escritorio, contemplando el cumplimiento estricto del reglamento de la UPCI, las normas de redacción APA y la ética para la investigación.

Bach. Ascarruz Arias, Joliot Hoffer.

ÍNDICE

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
PRESENTACIÓN	iii
ÍNDICE	iv
ÍNDICE DE TABLAS	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Realidad problemática	1
1.2. Planteamiento del problema	2
1.2.1. Problema General	2
1.2.2. Problemas Específicos	2
1.3. Hipótesis de la investigación	3
1.3.1. Hipótesis General	3
1.3.2. Hipótesis Específicas	3
1.4. Objetivos de la Investigación	3
1.4.1. Objetivo General	3
1.4.2. Objetivos Específicos	4
1.5. Variables, dimensiones e indicadores	4
1.6. Justificación del estudio	5
1.7. Antecedentes nacionales e internacionales	5
1.7.1. Antecedentes Nacionales	5
1.7.2. Antecedentes Internacionales	7
1.8. Marco Teórico	8
1.8.1. Control interno	8
1.8.2. Ventas.....	10

1.9. Definición de términos básicos.....	12
II. MÉTODO	13
2.1. Tipo y diseño de investigación	13
2.2. Población y Muestra.....	13
2.3. Técnicas para la recolección de datos.....	14
2.4. Validez y confiabilidad de instrumentos.....	14
2.5. Procesamiento y análisis de datos.....	16
2.6. Aspectos éticos.....	16
III. RESULTADOS.....	17
3.1. Resultados descriptivos	17
3.1.1. Variable: Control Interno.....	17
3.1.2. Variable: Ventas	29
3.2. Prueba de normalidad	41
3.3. Contrastación de las Hipótesis.....	44
IV. DISCUSIÓN	47
V. CONCLUSIONES.....	48
VI. RECOMENDACIONES.....	50
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	51
ANEXOS.....	53
Anexo 1. Matriz de Consistencia.....	53
Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos.....	55
Anexo 3. Base de datos	57
Anexo 4. Evidencia de similitud digital	58
Anexo 5. Autorización de publicación en repositorio.....	60
Anexo 6. Formatos de validación de instrumento.....	61

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Dimensiones e indicadores de control interno</i>	<i>4</i>
<i>Tabla 2. Dimensiones e indicadores de ventas.....</i>	<i>4</i>
<i>Tabla 3. Análisis de Cronbach.....</i>	<i>15</i>
<i>Tabla 4. Detalle Alfa de Cronbach.....</i>	<i>15</i>
<i>Tabla 5. Resultados a P1. ¿Considera que la empresa cuenta con una estructura organizacional que facilite el control interno?</i>	<i>17</i>
<i>Tabla 6. Resultados a P2. ¿Observa que la gerencia de la empresa muestra un compromiso por la mejora del control interno?.....</i>	<i>18</i>
<i>Tabla 7. Resultados a P3. ¿La empresa cuenta con personal capacitado y comprometido con el control interno?.....</i>	<i>19</i>
<i>Tabla 8. Resultados a P4. ¿La empresa a dispuesto una partida presupuestal para la mejora del control interno?.....</i>	<i>20</i>
<i>Tabla 9. Resultados a P5. ¿En su área de trabajo se ha determinado adecuadamente los posibles riesgos sobre los productos?</i>	<i>21</i>
<i>Tabla 10. Resultados a P6. ¿Ha observado la presencia continua del supervisor sobre la mitigación de riesgos en su área?</i>	<i>22</i>
<i>Tabla 11. Resultados a P7. ¿la empresa cuenta con controles de detección de veracidad de registros de ventas?.....</i>	<i>23</i>
<i>Tabla 12. Resultados a P8. ¿La empresa cuenta con controles de prevención de pérdida de materiales y documentación?.....</i>	<i>24</i>
<i>Tabla 13. Resultados a P9. ¿Se cumple con el monitoreo programado en la empresa?</i>	<i>25</i>
<i>Tabla 14. Resultados a P10. ¿Se realizan los monitoreos periódicos en las diferentes áreas de la empresa?</i>	<i>26</i>
<i>Tabla 15. Resultados a P11. ¿Se realizan las acciones de mitigación de riesgos identificados en la empresa?.....</i>	<i>27</i>
<i>Tabla 16. Resultados a P12. ¿Se reportan las evaluaciones de control interno adecuadamente en la empresa?</i>	<i>28</i>
<i>Tabla 17. Resultados a P13. ¿La empresa asegura sus niveles de inventarios para el proceso de ventas?</i>	<i>29</i>
<i>Tabla 18. Resultados a P14. ¿Observa que el almacén de la empresa tiene las condiciones apropiadas para asegurar las ventas?</i>	<i>30</i>
<i>Tabla 19. Resultados a P15. ¿Las frecuencias de compras de nuevos productos en la empresa son apropiadas?.....</i>	<i>31</i>

<i>Tabla 20. Resultados a P16. ¿Las cantidades de mercancías ingresantes a la empresa son suficientes para la demanda?.....</i>	<i>32</i>
<i>Tabla 21. Resultados a P17. ¿Se capacitan constantemente al personal de atención en cierre de ventas y calidad del servicio?</i>	<i>33</i>
<i>Tabla 22. Resultados a P18. ¿Observa que el personal de ventas proyecta empatía y buena disposición con los clientes?</i>	<i>34</i>
<i>Tabla 23. Resultados a P19. ¿La empresa aplica efectivamente los principios del marketing en publicidad y precio?.....</i>	<i>35</i>
<i>Tabla 24. Resultados a P20. ¿La empresa aplica efectivamente los principios del marketing en promoción y plaza?.....</i>	<i>36</i>
<i>Tabla 25. Resultados a P21. ¿Se optimiza efectivamente el costo administrativo asociado a las ventas en la empresa?</i>	<i>37</i>
<i>Tabla 26. Resultados a P22. ¿Se controla con rigidez los niveles de costos administrativos asociados a las ventas en la empresa?</i>	<i>38</i>
<i>Tabla 27. Resultados a P23. ¿Observa niveles favorables de venta bruta en la empresa?</i>	<i>39</i>
<i>Tabla 28. Resultados a P24. ¿Considera que el margen de utilidad en la empresa se encuentra en el promedio del sector?</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 29. Normalidad de las variables</i>	<i>41</i>
<i>Tabla 30. Contraste de hipótesis general.....</i>	<i>44</i>
<i>Tabla 31. Contraste específico 1</i>	<i>45</i>
<i>Tabla 32. Contraste específico 2.....</i>	<i>45</i>
<i>Tabla 33. Contraste específico 3.....</i>	<i>46</i>

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1. Objetivos y componentes del control interno.....</i>	<i>9</i>
<i>Figura 2. Proceso de ventas - Embudo de ventas.....</i>	<i>11</i>
<i>Figura 3. Resultados a P1. ¿Considera que la empresa cuenta con una estructura organizacional que facilite el control interno?</i>	<i>17</i>
<i>Figura 4. Resultados a P2. ¿Observa que la gerencia de la empresa muestra un compromiso por la mejora del control interno?</i>	<i>18</i>
<i>Figura 5. Resultados a P3. ¿La empresa cuenta con personal capacitado y comprometido con el control interno?.....</i>	<i>19</i>
<i>Figura 6. Resultados a P4. ¿La empresa a dispuesto una partida presupuestal para la mejora del control interno?.....</i>	<i>20</i>
<i>Figura 7. Resultados a P5. ¿En su área de trabajo se ha determinado adecuadamente los posibles riesgos sobre los productos?</i>	<i>21</i>
<i>Figura 8. Resultados a P6. ¿Ha observado la presencia continua del supervisor sobre la mitigación de riesgos en su área?</i>	<i>22</i>
<i>Figura 9. Resultados a P7. ¿la empresa cuenta con controles de detección de veracidad de registros de ventas?.....</i>	<i>23</i>
<i>Figura 10. Resultados a P8. ¿La empresa cuenta con controles de prevención de pérdida de materiales y documentación?</i>	<i>24</i>
<i>Figura 11. Resultados a P9. ¿Se cumple con el monitoreo programado en la empresa?</i>	<i>25</i>
<i>Figura 12. Resultados a P10. ¿Se realizan los monitoreos periódicos en las diferentes áreas de la empresa?</i>	<i>26</i>
<i>Figura 13. Resultados a P11. ¿Se realizan las acciones de mitigación de riesgos identificados en la empresa?</i>	<i>27</i>
<i>Figura 14. Resultados a P12. ¿Se reportan las evaluaciones de control interno adecuadamente en la empresa?</i>	<i>28</i>
<i>Figura 15. Resultados a P13. ¿La empresa asegura sus niveles de inventarios para el proceso de ventas?</i>	<i>29</i>
<i>Figura 16. Resultados a P14. ¿Observa que el almacén de la empresa tiene las condiciones apropiadas para asegurar las ventas?</i>	<i>30</i>
<i>Figura 17. Resultados a P15. ¿Las frecuencias de compras de nuevos productos en la empresa son apropiadas?.....</i>	<i>31</i>
<i>Figura 18. Resultados a P16. ¿Las cantidades de mercancías ingresantes a la empresa son suficientes para la demanda?.....</i>	<i>32</i>

<i>Figura 19. Resultados a P17. ¿Se capacitan constantemente al personal de atención en cierre de ventas y calidad del servicio?.....</i>	<i>33</i>
<i>Figura 20. Resultados a P18. ¿Observa que el personal de ventas proyecta empatía y buena disposición con los clientes?</i>	<i>34</i>
<i>Figura 21. Resultados a P19. ¿La empresa aplica efectivamente los principios del marketing en publicidad y precio?.....</i>	<i>35</i>
<i>Figura 22. Resultados a P20. ¿La empresa aplica efectivamente los principios del marketing en promoción y plaza?.....</i>	<i>36</i>
<i>Figura 23. Resultados a P21. ¿Se optimiza efectivamente el costo administrativo asociado a las ventas en la empresa?</i>	<i>37</i>
<i>Figura 24. Resultados a P22. ¿Se controla con rigidez los niveles de costos administrativos asociados a las ventas en la empresa?.....</i>	<i>38</i>
<i>Figura 25. Resultados a P23. ¿Observa niveles favorables de venta bruta en la empresa?.....</i>	<i>39</i>
<i>Figura 26. Resultados a P24. ¿Considera que el margen de utilidad en la empresa se encuentra en el promedio del sector?</i>	<i>40</i>
<i>Figura 27. Normalidad de control interno</i>	<i>42</i>
<i>Figura 28. Normalidad de ventas.....</i>	<i>42</i>
<i>Figura 29. Diagrama de cajas de control interno.....</i>	<i>43</i>
<i>Figura 30. Diagrama de cajas de ventas.....</i>	<i>43</i>
<i>Figura 31. Modelo de ajuste de los datos obtenidos</i>	<i>44</i>

RESUMEN

En el marco de la gestión empresarial, de los procesos administrativos para la gestión eficiente de las empresas, recae la iniciativa del presente trabajo, enfocado en el proceso de control interno, afectado por la estructura, el trabajo y los flujos de autoridad, las personas y los sistemas, diseñado para ayudar a la organización a lograr las metas propuestas.

En ese marco, se planteó el objetivo de “Determinar en qué medida el control interno influye en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022”, siendo relevante el acopio de datos sobre proyección, la ejecución y la supervisión del control interno, así como, del nivel de inventario, la capacidad de proceso de intercambio y los resultados de ventas.

La investigación se gestionó en el marco de una de tipo aplicado con diseño no experimental, aplicando encuestas a 21 trabajadores, el resultado general indica un coeficiente de Spearman de 0.573, con el 95% de confianza, concluyendo que es factible afirmar que el control interno influye positivamente en la mejora de las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., en el periodo 2022, señalando que mientras se mejore el control interno en la empresa se podrá contar con la disponibilidad oportuna de productos que faciliten la venta, hecho que se evidencia en el resultado de Rho de Spearman de 0.573 como moderada correlación en el marco estadístico del 5% de error.

Palabras clave: Control interno, ventas.

ABSTRACT

Within the framework of business management, of administrative processes for the efficient management of companies, lies the initiative of this work, focused on the internal control process, affected by the structure, work and flows of authority, people and systems, designed to help the organization achieve the proposed goals.

Within this framework, the objective of "Determining to what extent internal control influences sales in the company Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022" was established, the collection of data on projection, execution and supervision of internal control being relevant., as well as the level of inventory, the capacity of the interchange process and the sales results.

The investigation was managed within the framework of an applied type with a non-experimental design, applying surveys to 21 workers, the general result indicates a Spearman coefficient of 0.573, with 95% confidence, concluding that it is feasible to affirm that internal control positively influences the improvement of sales in the company Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., in the period 2022, noting that as long as internal control in the company is improved, it will be possible to count on the timely availability of products that facilitate the sale, a fact that is evidence in the result of Spearman's Rho of 0.573 as a moderate correlation in the statistical framework of 5% error.

Keywords: Internal control, sales.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

La gestión empresarial se puede representar como la sinergia de procesos de planeación, organización, integración, dirección y control de recursos en la empresa, en ese sentido, todos los procesos son importantes, sin embargo, muchas gestiones dejan de lado el control como proceso de vital importancia para la empresa.

En ese marco, el control interno representa el proceso afectado por la estructura, el trabajo y los flujos de autoridad, las personas y los sistemas, diseñado para ayudar a la organización a lograr las metas propuestas.

No obstante, muchas empresas se enmarcan en realidades totalmente distintas a las planteadas en los párrafos anteriores, toda vez que, se alejan significativamente de las condiciones ideales por factores humanos, organizacionales o coyunturales, como es el caso de la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., donde

se observa la falta de un sistema de control interno efectivo, debido a que no cuenta con un "Manual de Organización y Funciones - MOF", el personal no se encuentra calificado, no se observan políticas óptimas de ventas y control, por lo que, muchas veces se observan pérdidas de producto, confusión y desmotivación en el personal, observándose problemas a nivel funcional y laboral, por la carencia evidente sobre las actividades realizadas.

Si no se realizan acciones de cambio en la empresa, en relación al control interno, se pueden generar problemas críticos a nivel de disponibilidad de productos para la venta, registros distintos a la realidad, carencia documental en caso de supervisión, pérdida de productos, trabajo duplicado, entre otros; que podrían afectar a nivel económico a la empresa.

La investigación propuesta busca evitar esta situación, con un conocimiento adecuado sobre el control interno y su relación con las ventas.

1.2. Planteamiento del problema

1.2.1. Problema General

¿En qué medida el control interno influye en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022?

1.2.2. Problemas Específicos

1) ¿En qué medida la proyección del control interno influye en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022?

- 2) ¿En qué medida la ejecución del control interno influye en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022?
- 3) ¿En qué medida la supervisión del control interno influye en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022?

1.3. Hipótesis de la investigación

1.3.1. Hipótesis General

El control interno influye significativamente en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022.

1.3.2. Hipótesis Específicas

- 1) La proyección del control interno influye significativamente en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022.
- 2) La ejecución del control interno influye significativamente en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022.
- 3) La supervisión del control interno influye significativamente en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022.

1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1. Objetivo General

Determinar en qué medida el control interno influye en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022.

1.4.2. Objetivos Específicos

- 1) Determinar en qué medida la proyección del control interno influye en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022.
- 2) Determinar en qué medida la ejecución del control interno influye en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022.
- 3) Determinar en qué medida la supervisión del control interno influye en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022.

1.5. Variables, dimensiones e indicadores

Tabla 1. Dimensiones e indicadores de control interno

Variables	Dimensiones	Indicadores
Control interno	1. Proyección del control interno.	Nivel estructural organizacional Recursos organizacionales
	2. Ejecución del control interno.	Gestión de riesgos Procesos de control
	3. Supervisión del control interno.	Monitoreo sistemático Evaluaciones de control

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Tabla 2. Dimensiones e indicadores de ventas

Variables	Dimensiones	Indicadores
Ventas	1. Nivel de inventario disponible.	Disponibilidad de stock Frecuencia de reabastecimiento
	2. Capacidad de procesos de intercambio.	Capacitación del personal Procesos de marketing
	3. Resultados de ventas.	Costos administrativos Margen de utilidad

Fuente: Elaboración propia, 2022.

1.6. Justificación del estudio

“En investigación hay una justificación teórica cuando el propósito del estudio es generar reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente, confrontar una teoría, contrastar resultados o hacer epistemología del conocimiento existente”. (Bernal, 2010, p. 106).

“Se considera que una investigación tiene justificación práctica cuando su desarrollo ayuda a resolver un problema o, por lo menos, propone estrategias que al aplicarse contribuirían a resolverlo”. (Bernal, 2010, p. 106).

“En investigación científica, la justificación metodológica del estudio se da cuando el proyecto que se va a realizar propone un nuevo método o una nueva estrategia para generar conocimiento válido y confiable”. (Bernal, 2010, p. 107).

En base a las afirmaciones anteriores este trabajo tuvo como justificación, abordar conocimientos teóricos, y aplicarlos en el problema, generando un marco metodológico adecuado a la realidad.

1.7. Antecedentes nacionales e internacionales

1.7.1. Antecedentes Nacionales

Castillo (2018) publicó su tesis sobre “Sistema de control interno en ventas para mejorar la gestión comercial de innovación urbana EIRL, Chiclayo 2018”, donde planteó como objetivo “Demostrar de qué manera el sistema de control interno en ventas mejorará la gestión comercial de Innovación Urbana EIRL, Chiclayo 2018”, desarrollándola como investigación cuantitativa – descriptiva, con la técnica

de la observación, el autor concluye que “la empresa tiene un deficiente control interno en su área de ventas que influye negativamente en su gestión comercial, recomendando aplicar un sistema de control interno en esta área con parámetros que les permite una mejora en la empresa”.

Bravo (2020) expone su tesis “Control interno en la gestión de ventas de una Empresa ferretera ABC ciudad de Guayaquil Ecuador -2019”, que propone como objetivo general “Determinar la relación que existe entre control interno y la gestión de ventas de la empresa ferretera ABC de la ciudad de Guayaquil Ecuador”, donde el autor desarrolla su trabajo en el marco de la metodología hipotética deductiva, con diseño no experimental y transversal, en el caso de la muestra estuvo compuesta por 15 trabajadores de la empresa señalada, obtuvo como resultado niveles de significancia mayores a 0.05 (0.180), aceptando de esta manera su hipótesis nula, concluyendo que “si existe la relación significativa y directa entre control interno de la segunda dimensión de la gestión de venta en la comercialización: porque permitió comprobar el valor de la significancia”.

Delgado (2019) explica su tema “Sistema de control interno para incrementar las ventas en Produtex SAC – Chiclayo 2017”, donde se atribuye el objetivo de “Proponer un sistema de control interno para incrementar las ventas en Produtex SAC – Chiclayo 2017”, desarrollándola como investigación cuantitativa – descriptiva, con la técnica de la observación, el autor concluye que “a importancia de evaluar el impacto que ha generado las tecnologías de información en la provincia de Chiclayo y así poder brindar un nuevo perfil del profesional contable capaz de asumir los retos del cambio tecnológico”.

1.7.2. Antecedentes Internacionales

Murrieta y Aceves (2019) presentan su artículo científico “Control interno de ventas en una microempresa de giro comercial a través de un servicio de consultoría”, propusieron como objetivo “Formalizar el control interno para ventas a través de una herramienta tecnológica que permita el apoyo en la toma de decisiones de una microempresa del sector de comercio”, desarrollaron su trabajo con las características metodológicas de diagnóstico integral, aplicando encuestas, concluyeron que “para tener ventas crecientes y ganar participación en el mercado se debe contar con un plan y control de ventas que garantice ventas crecientes, adecuadas, confiables y que generen un alto grado de satisfacción al cliente”.

Hurtado (2021) expuso su tesis “Control interno a la gestión administrativa y Financiera en la empresa ganadera santa Amalia” plantearon como objetivo “Evaluar la incidencia del control interno en la gestión administrativa y financiera de la empresa ganadera Santa Amalia” desarrollaron el trabajo en el marco de la metodología inductiva, deductiva, de análisis y síntesis, analizando una muestra de 10 trabajadores, con las técnicas de la observación, la encuesta y la entrevista, concluyendo de manera general que “El control interno aplicado a la gestión administrativa y financiera se evidencia que es débil ya que se manifiesta en un riesgo ALTO y una confianza MODERADA, esto se debe por el desconocimiento de su personal operativo de las normas y reglamentos que existen, pero que no son aplicadas y comunicadas, lo cual permite que exista descoordinación al realizar las operaciones transaccionales, afectando alcanzar los objetivos deseados”.

1.8. Marco Teórico

1.8.1. Control interno

Según Estupiñán (2016) el control interno contable tiene el objetivo de enmarcar las operaciones financieras con los procedimientos contables, en ese marco, la gerencia de la empresa es la responsable de la implementación del control interno, buscando asegurar los resultados de gestión.

Santillán (2015) expone que el control interno fomenta de manera importante el logro de los objetivos, como piedra angular en el marco del proceso administrativo.

Coopers & Librand (1997) afirman que “el control interno consta de cinco componentes relacionados entre sí” (p. 5), detallando el entorno, evaluación de riesgos, actividades, comunicación y supervisión, que deben interactuar en el marco de la sinergia para integrarse en un todo, adaptándose a las circunstancias de la empresa.

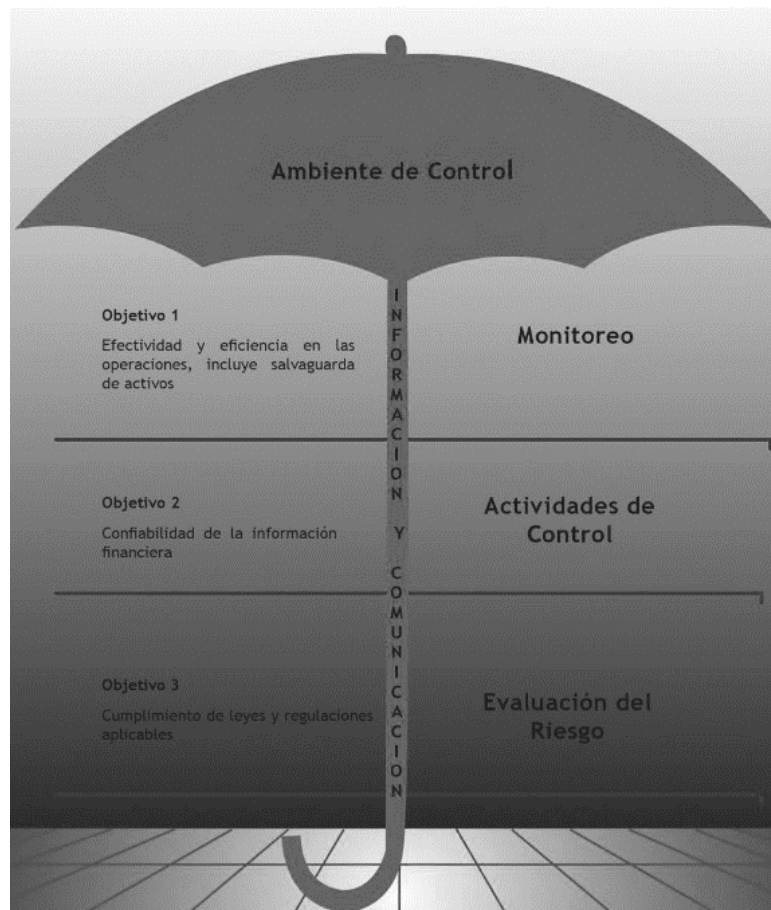
En ese marco, Coopers & Librand (1997) agregan que “el control interno puede ayudar a que una entidad consiga sus objetivos, de rentabilidad y rendimiento y a prevenir la pérdida de recursos” (p. 7). Lo que garantiza que se pueda administrar información confiable, tener una mejor confianza en el cumplimiento de la normativa del sector empresarial y evitar efectos negativos relacionados a la calidad y nombre de la empresa.

Fonseca (2011) explica que “la mayoría de entidades del sector privado han establecido de acuerdo a sus necesidades y su proceso evolutivo, un sistema simple

o complejo de procedimientos de control para que las personas realicen sus actividades en forma diaria”. (p. 41). De esta manera es sencillo observar en la estructura organizacional la posición jerárquica de las áreas de la empresa.

Fonseca (2011) agrega que “el COSO es representado por una estructura tridimensional...conformada por: objetivos, componentes y factores que, interactúan entre sí dentro de la entidad” (p. 42). Como se observa en la siguiente figura:

Figura 1. Objetivos y componentes del control interno



Fuente: Fonseca (2011). (p. 44)

Barquero (2013) explica que desde el punto de vista del gestor el definir los procedimientos de control interno es su responsabilidad, aunque por las premuras del tiempo no siempre se puede dedicar el tiempo necesario.

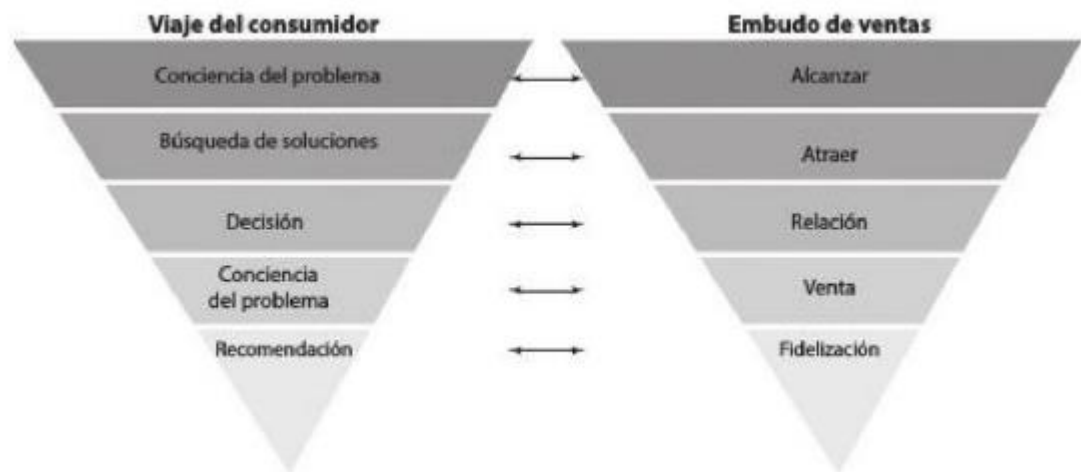
1.8.2. Ventas

García (2011) explica que “la función de ventas es una estupenda oportunidad profesional para muchas personas, es algo sobre no hay que tener ninguna duda”. (p. 19), el autor propone su fórmula para el vendedor, que es la suma de formación, actitud, teoría y práctica.

Por su parte, Schnarch (2016) explica que existen varias formas de venta, como la venta personal (interior o exterior), venta por teléfono (telemarketing) y la venta online (por internet). Las ventas representan el oxígeno de supervivencia para las empresas.

Schnarch (2016) agrega que “el proceso de ventas es interactivo por la interrelación constante vendedor – comprador, y continuo por su carácter cíclico y su retroalimentación”. (p. 76). El autor indica que “el embudo de ventas se puede relacionar con el proceso de decisión de compra” (p. 86), como se muestra en la siguiente figura:

Figura 2. Proceso de ventas - Embudo de ventas



Fuente: Schnarch (2016) (p. 86)

Schnarch (2016) explica que “los robots no sustituirán a los representantes de venta, aun cuando la inteligencia artificial es la mayor revolución en ventas desde el teléfono celular, pero eso no eliminará a los vendedores” (p. 94), como explica por el carácter emocional de la venta, que se puede construir a través de la empatía, el carisma o la simpatía.

1.9. Definición de términos básicos

1) **Controles físicos**

“forman parte de las actividades de control y son específicos, dado que se encuentran dirigidos a prevenir o detectar operaciones no autorizadas, acceso no autorizado, o uso de activos sin las autorizaciones pertinentes” (Fonseca, 2011, p. 42).

2) **Controles de seguridad y acceso**

“protegen a la entidad y sus sistema computarizado del acceso no autorizado a este y el uso de información sin autorización” (Fonseca, 2011, p. 109).

3) **Control interno**

“comprende el plan de organización y el conjunto de métodos y procedimientos que aseguren que los activos están debidamente protegidos, que los registros contables son fidedignos y que la actividad de la entidad se desarrolla eficazmente” (Barquero, 2013).

4) **COSO**

“el COSO es representado por una estructura tridimensional...conformada por: objetivos, componentes y factores que, interactúan entre sí dentro de la entidad” (Fonseca, 2011, p. 42).

5) **Información y comunicación**

“está conformado por los métodos y procedimientos diseñados por la organización para registrar, procesar, resumir e informar sobre las operaciones financieras que, generalmente, se muestran en los estados financieros” (Fonseca, 2011, p. 101).

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

Vara (2015) “La investigación empresarial casi siempre es aplicada, porque busca solucionar un problema concreto, práctico, de la realidad cotidiana de las empresas”. (p. 235). Así mismo, Kaseng (2017) “cuando se trabaja con seres humanos puede haber un conjunto de características que no son manipulables, y si pudieran ser manipulables, existen factores éticos que lo hacen no recomendable”. (p. 204).

Enmarcados en las definiciones anteriores, es factible afirmar que, la investigación se realizó como tipo aplicada y diseño no experimental.

2.2. Población y Muestra

Se tuvo en cuenta al total **21 personas** que trabajan en la empresa analizada.

Arias (2012) “Si la población, por el número de unidades que la integran, resulta accesible en su totalidad, no será necesario extraer una muestra. En consecuencia, se podrá investigar u obtener datos de toda la población objetivo, sin que se trate estrictamente de un censo”. (p. 83).

En ese marco, la muestra por conveniencia fue de los **21 colaboradores** de la empresa.

2.3. Técnicas para la recolección de datos

Arias (2012) “se define la encuesta como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema particular”. (p. 72).

Por sus características se aplicaron las encuestas en este trabajo de investigación.

2.4. Validez y confiabilidad de instrumentos

Arias (2012) “un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información”. (p. 68)

Hernández, Fernández & Baptista (2014) que indica que “La validez, en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir” (p. 200).

Hernández, Fernández & Baptista (2014) “La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales” (p. 200),

En relación a los párrafos anteriores se puede afirmar que la validez fue con el apoyo de docentes expertos de la universidad y la confiabilidad con el estadístico alfa de Cronbach, se obtuvo:

Tabla 3. Análisis de Cronbach

Alfa de Cronbach	N de elementos
,854	24

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Tabla 4. Detalle Alfa de Cronbach

	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1. ¿Considera que la empresa cuenta con una estructura organizacional que facilite el control interno?	,851
P2. ¿Observa que la gerencia de la empresa muestra un compromiso por la mejora del control interno?	,856
P3. ¿La empresa cuenta con personal capacitado y comprometido con el control interno?	,843
P4. ¿La empresa a dispuesto una partida presupuestal para la mejora del control interno?	,841
P5. ¿En su área de trabajo se ha determinado adecuadamente los posibles riesgos sobre los productos?	,862
P6. ¿Ha observado la presencia continua del supervisor sobre la mitigación de riesgos en su área?	,844
P7. ¿la empresa cuenta con controles de detección de veracidad de registros de ventas?	,854
P8. ¿La empresa cuenta con controles de prevención de pérdida de materiales y documentación?	,837
P9. ¿Se cumple con el monitoreo programado en la empresa?	,843
P10. ¿Se realizan los monitoreos periódicos en las diferentes áreas de la empresa?	,854
P11. ¿Se realizan las acciones de mitigación de riesgos identificados en la empresa?	,847
P12. ¿Se reportan las evaluaciones de control interno adecuadamente en la empresa?	,852
P13. ¿La empresa asegura sus niveles de inventarios para el proceso de ventas?	,836

P14. ¿Observa que el almacén de la empresa tiene las condiciones apropiadas para asegurar las ventas?	,842
P15. ¿Las frecuencias de compras de nuevos productos en la empresa son apropiadas?	,848
P16. ¿Las cantidades de mercancías ingresantes a la empresa son suficientes para la demanda?	,858
P17. ¿Se capacitan constantemente al personal de atención en cierre de ventas y calidad del servicio?	,840
P18. ¿Observa que el personal de ventas proyecta empatía y buena disposición con los clientes?	,843
P19. ¿La empresa aplica efectivamente los principios del marketing en publicidad y precio?	,842
P20. ¿La empresa aplica efectivamente los principios del marketing en promoción y plaza?	,850
P21. ¿Se optimiza efectivamente el costo administrativo asociado a las ventas en la empresa?	,846
P22. ¿Se controla con rigidez los niveles de costos administrativos asociados a las ventas en la empresa?	,855
P23. ¿Observa niveles favorables de venta bruta en la empresa?	,855
P24. ¿Considera que el margen de utilidad en la empresa se encuentra en el promedio del sector?	,854

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

2.5. Procesamiento y análisis de datos

Los datos se ordenaron, procesaron y analizaron con el apoyo informático del software **Ms Excel 2019** y **SPSS v. 26.**, para todo el soporte estadístico necesario para probar las hipótesis de este trabajo.

2.6. Aspectos éticos

Torres (2014) “la ética es un cuerpo de conocimientos que aborda la naturaleza de las acciones humanas en la vida social, desde la óptica de los conceptos y preceptos morales” (p. 10). En ese sentido, es importante señalar que desde la óptica ética se cumplió con los estándares necesarios.

III. RESULTADOS

3.1. Resultados descriptivos

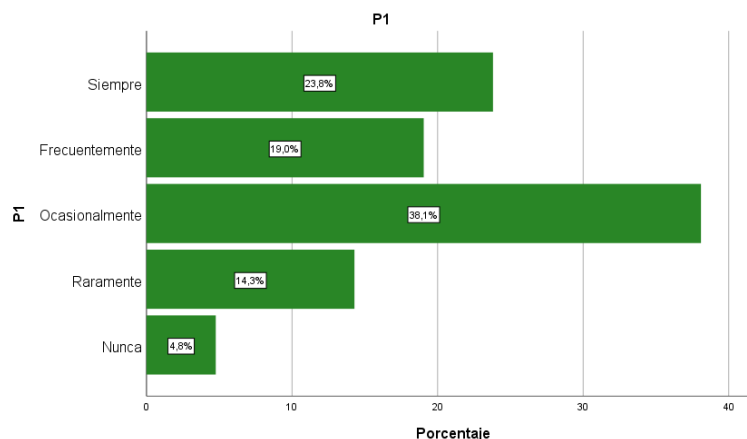
3.1.1. Variable: Control Interno

Tabla 5. Resultados a P1. ¿Considera que la empresa cuenta con una estructura organizacional que facilite el control interno?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	1	4,8	4,8	4,8
Raramente	3	14,3	14,3	19,0
Ocasionalmente	8	38,1	38,1	57,1
Frecuentemente	4	19,0	19,0	76,2
Siempre	5	23,8	23,8	100,0
Total	21	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 3. Resultados a P1. ¿Considera que la empresa cuenta con una estructura organizacional que facilite el control interno?



Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

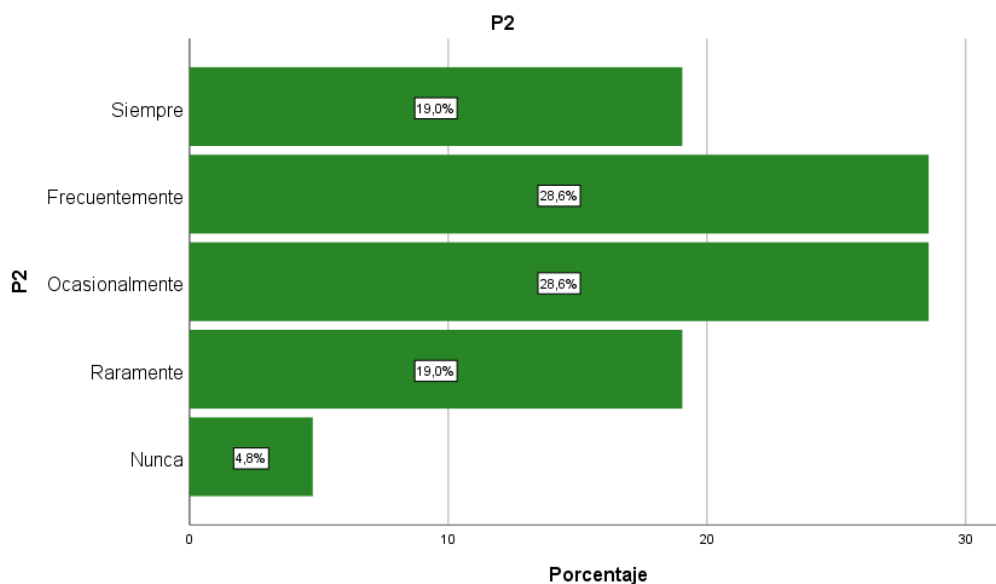
Es evidente ante la consulta si considera que la empresa cuenta con una estructura organizacional que facilite el control interno, que el 4.8% indica que nunca, el 14.3% remarca que raramente, el 38.9% indicó que ocasionalmente, el 19% expresa que frecuentemente y el 23.8% expone que siempre.

Tabla 6. Resultados a P2. ¿Observa que la gerencia de la empresa muestra un compromiso por la mejora del control interno?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	4,8	4,8	4,8
	Raramente	4	19,0	19,0	23,8
	Ocasionalmente	6	28,6	28,6	52,4
	Frecuentemente	6	28,6	28,6	81,0
	Siempre	4	19,0	19,0	100,0
Total		21	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 4. Resultados a P2. ¿Observa que la gerencia de la empresa muestra un compromiso por la mejora del control interno?



Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

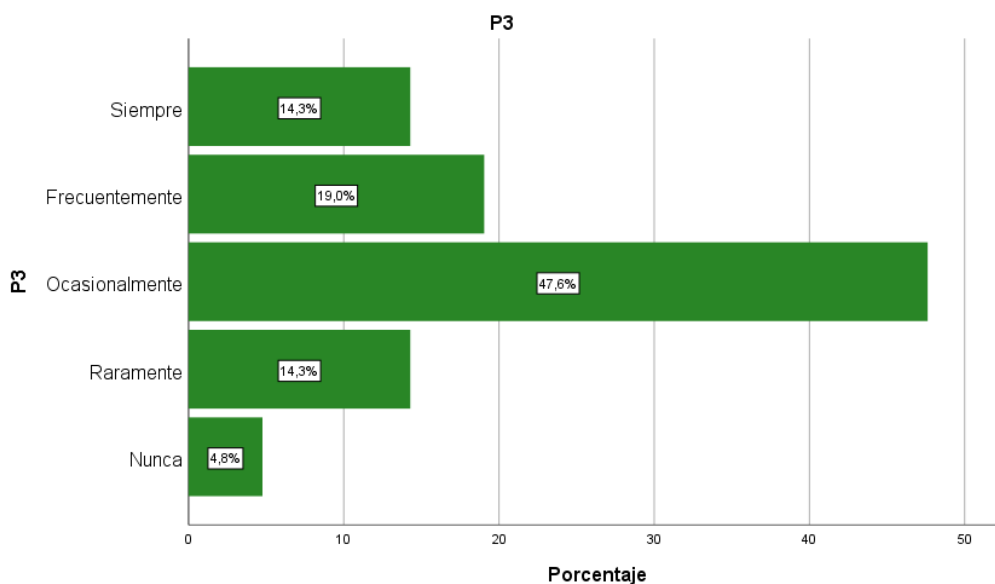
Es evidente ante la consulta si observa que la gerencia de la empresa muestra un compromiso por la mejora del control interno, que el 4.8% indica que nunca, el 19% remarca que raramente, el 28.6% indicó que ocasionalmente, el 28.6% expresa que frecuentemente y el 19% expone que siempre.

Tabla 7. Resultados a P3. ¿La empresa cuenta con personal capacitado y comprometido con el control interno?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	4,8	4,8	4,8
	Raramente	3	14,3	14,3	19,0
	Ocasionalmente	10	47,6	47,6	66,7
	Frecuentemente	4	19,0	19,0	85,7
	Siempre	3	14,3	14,3	100,0
Total		21	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 5. Resultados a P3. ¿La empresa cuenta con personal capacitado y comprometido con el control interno?



Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

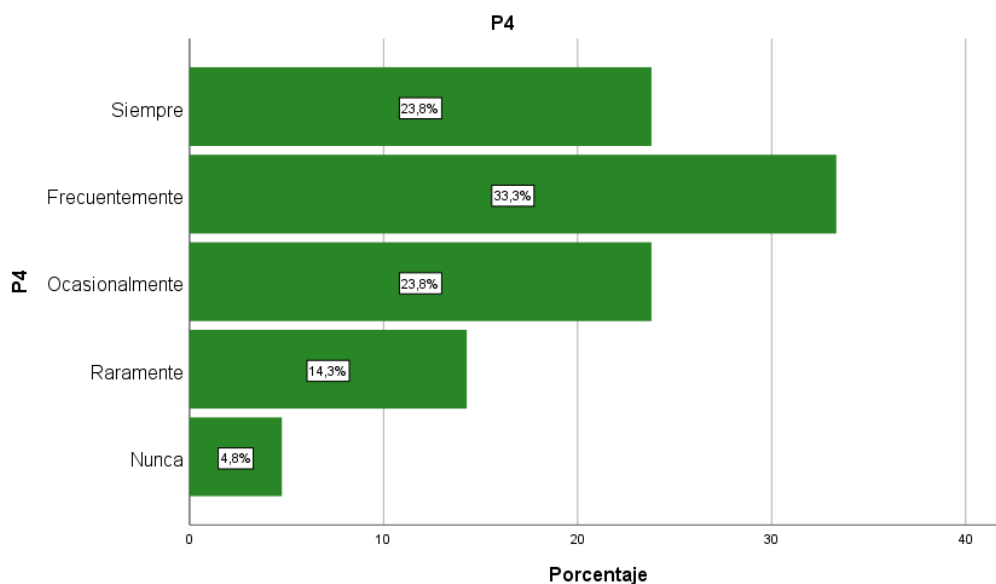
Es evidente ante la consulta si la empresa cuenta con personal capacitado y comprometido con el control interno, que el 4.8% indica que nunca, el 14.3% remarca que raramente, el 47.6% indicó que ocasionalmente, el 19% expresa que frecuentemente y el 14.3% expone que siempre.

Tabla 8. Resultados a P4. ¿La empresa a dispuesto una partida presupuestal para la mejora del control interno?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	4,8	4,8	4,8
	Raramente	3	14,3	14,3	19,0
	Ocasionalmente	5	23,8	23,8	42,9
	Frecuentemente	7	33,3	33,3	76,2
	Siempre	5	23,8	23,8	100,0
Total		21	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 6. Resultados a P4. ¿La empresa a dispuesto una partida presupuestal para la mejora del control interno?



Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

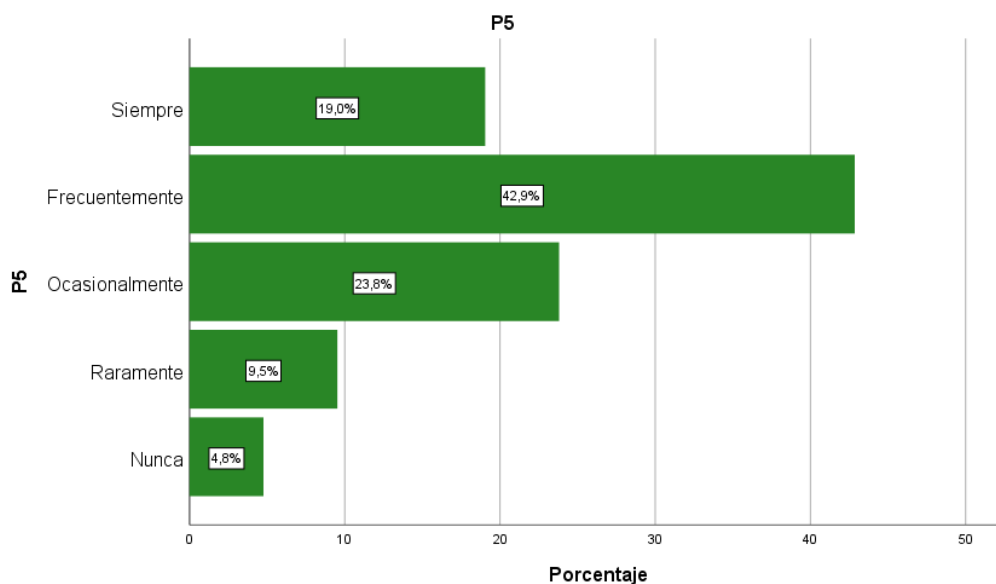
Es evidente ante la consulta si la empresa a dispuesto una partida presupuestal para la mejora del control interno, que el 4.8% indica que nunca, el 14.3% remarca que raramente, el 23.8% indicó que ocasionalmente, el 33.3% expresa que frecuentemente y el 23.8% expone que siempre.

Tabla 9. Resultados a P5. ¿En su área de trabajo se ha determinado adecuadamente los posibles riesgos sobre los productos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	4,8	4,8	4,8
	Raramente	2	9,5	9,5	14,3
	Ocasionalmente	5	23,8	23,8	38,1
	Frecuentemente	9	42,9	42,9	81,0
	Siempre	4	19,0	19,0	100,0
	Total	21	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 7. Resultados a P5. ¿En su área de trabajo se ha determinado adecuadamente los posibles riesgos sobre los productos?



Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

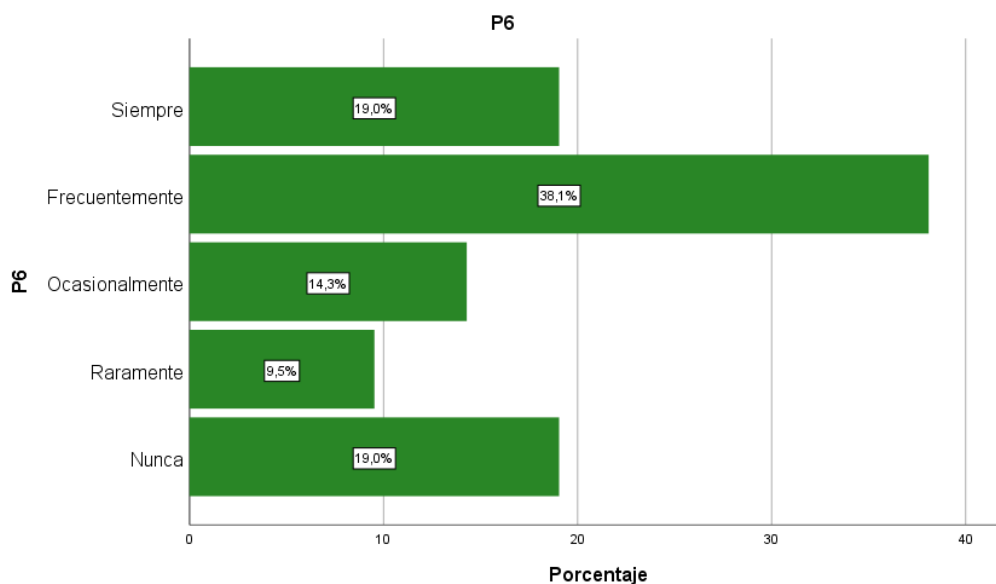
Es evidente ante la consulta si en su área de trabajo se ha determinado adecuadamente los posibles riesgos sobre los productos, que el 4.8% indica que nunca, el 9.5% remarca que raramente, el 23.8% indicó que ocasionalmente, el 42.9% expresa que frecuentemente y el 19% expone que siempre.

Tabla 10. Resultados a P6. ¿Ha observado la presencia continua del supervisor sobre la mitigación de riesgos en su área?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	19,0	19,0	19,0
	Raramente	2	9,5	9,5	28,6
	Ocasionalmente	3	14,3	14,3	42,9
	Frecuentemente	8	38,1	38,1	81,0
	Siempre	4	19,0	19,0	100,0
Total		21	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 8. Resultados a P6. ¿Ha observado la presencia continua del supervisor sobre la mitigación de riesgos en su área?



Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

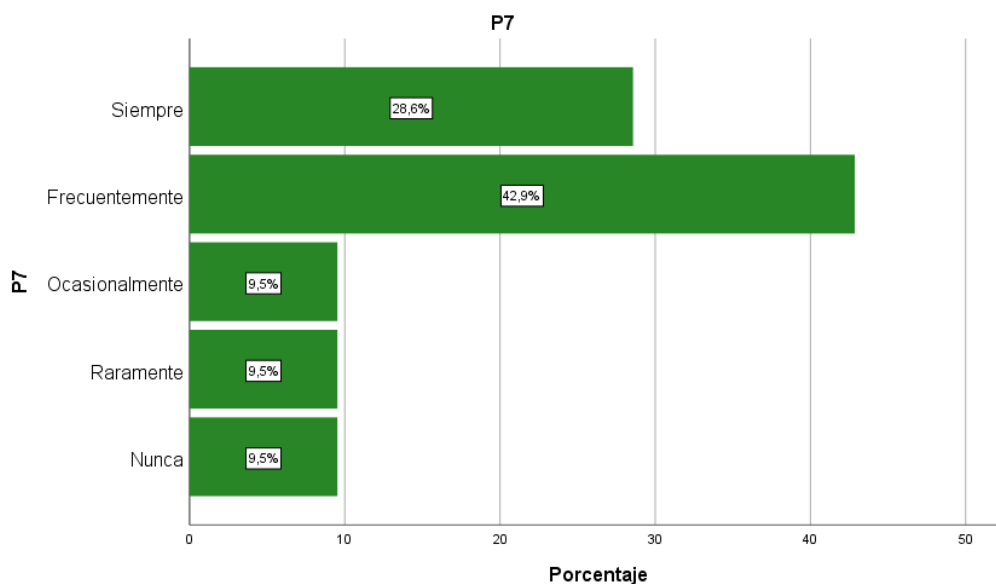
Es evidente ante la consulta si ha observado la presencia continua del supervisor sobre la mitigación de riesgos en su área, que el 19% indica que nunca, el 9.5 remarca que raramente, el 14.3% indicó que ocasionalmente, el 38.1% expresa que frecuentemente y el 19% expone que siempre.

Tabla 11. Resultados a P7. ¿la empresa cuenta con controles de detección de veracidad de registros de ventas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	9,5	9,5	9,5
	Raramente	2	9,5	9,5	19,0
	Ocasionalmente	2	9,5	9,5	28,6
	Frecuentemente	9	42,9	42,9	71,4
	Siempre	6	28,6	28,6	100,0
Total		21	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 9. Resultados a P7. ¿la empresa cuenta con controles de detección de veracidad de registros de ventas?



Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

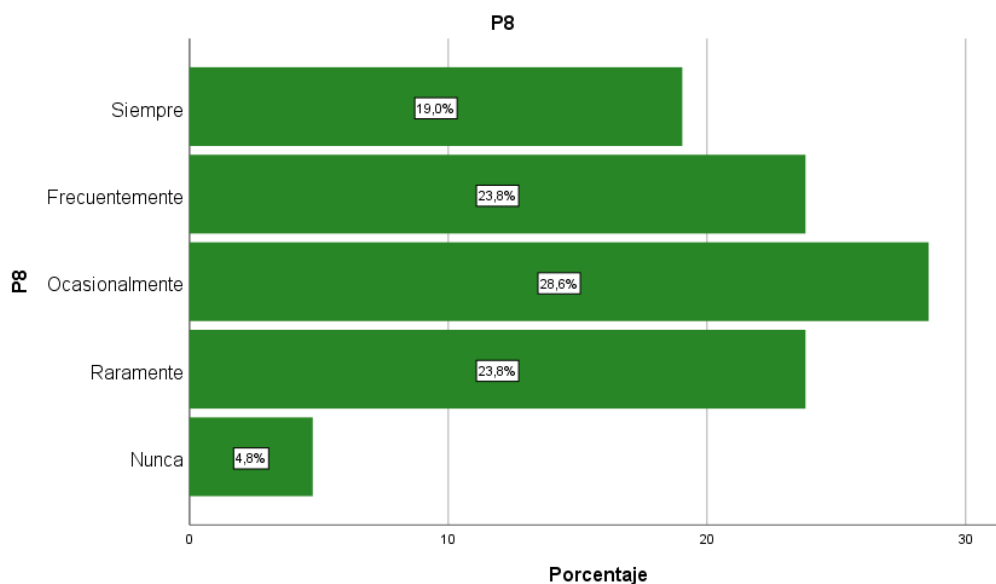
Es evidente ante la consulta si la empresa cuenta con controles de detección de veracidad de registros de ventas, que el 9.5% indica que nunca, el 9.5% remarca que raramente, el 9.5% indicó que ocasionalmente, el 42.9% expresa que frecuentemente y el 28.6% expone que siempre.

Tabla 12. Resultados a P8. ¿La empresa cuenta con controles de prevención de pérdida de materiales y documentación?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	4,8	4,8	4,8
	Raramente	5	23,8	23,8	28,6
	Ocasionalmente	6	28,6	28,6	57,1
	Frecuentemente	5	23,8	23,8	81,0
	Siempre	4	19,0	19,0	100,0
	Total	21	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 10. Resultados a P8. ¿La empresa cuenta con controles de prevención de pérdida de materiales y documentación?



Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

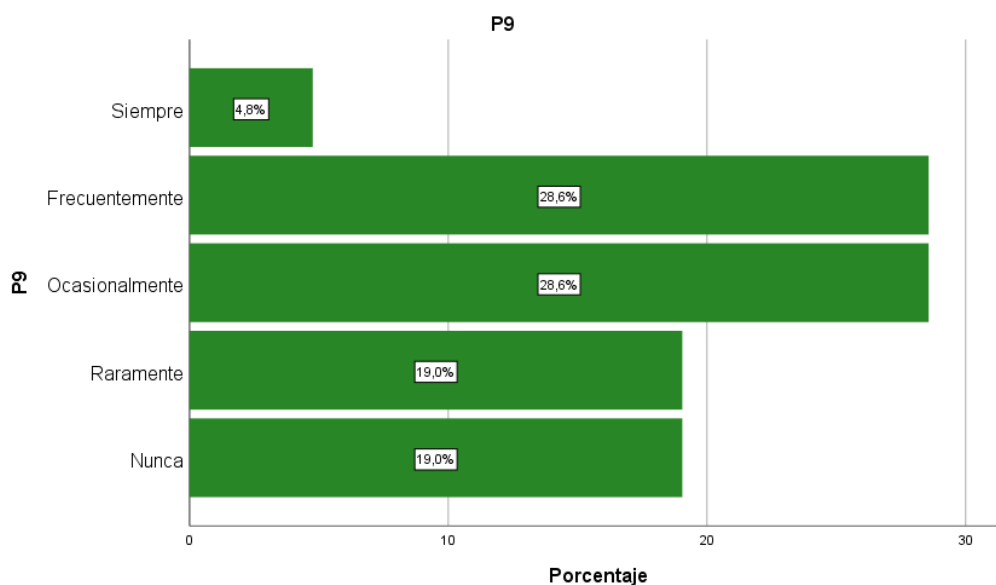
Es evidente ante la consulta si la empresa cuenta con controles de prevención de pérdida de materiales y documentación, que el 4.8% indica que nunca, el 23.8% remarca que raramente, el 28.6% indicó que ocasionalmente, el 23.8% expresa que frecuentemente y el 19% expone que siempre.

Tabla 13. Resultados a P9. ¿Se cumple con el monitoreo programado en la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	19,0	19,0	19,0
	Raramente	4	19,0	19,0	38,1
	Ocasionalmente	6	28,6	28,6	66,7
	Frecuentemente	6	28,6	28,6	95,2
	Siempre	1	4,8	4,8	100,0
Total		21	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 11. Resultados a P9. ¿Se cumple con el monitoreo programado en la empresa?



Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

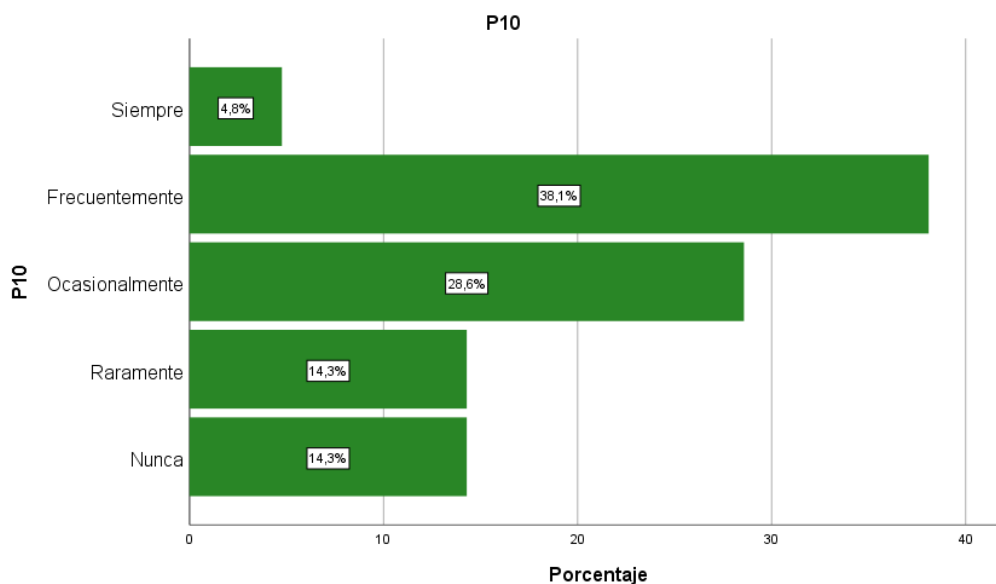
Es evidente ante la consulta si se cumple con el monitoreo programado en la empresa, que el 19% indica que nunca, el 19% remarca que raramente, el 28.6% indicó que ocasionalmente, el 28.6% expresa que frecuentemente y el 4.8% expone que siempre.

Tabla 14. Resultados a P10. ¿Se realizan los monitoreos periódicos en las diferentes áreas de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	14,3	14,3	14,3
	Raramente	3	14,3	14,3	28,6
	Ocasionalmente	6	28,6	28,6	57,1
	Frecuentemente	8	38,1	38,1	95,2
	Siempre	1	4,8	4,8	100,0
Total		21	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 12. Resultados a P10. ¿Se realizan los monitoreos periódicos en las diferentes áreas de la empresa?



Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

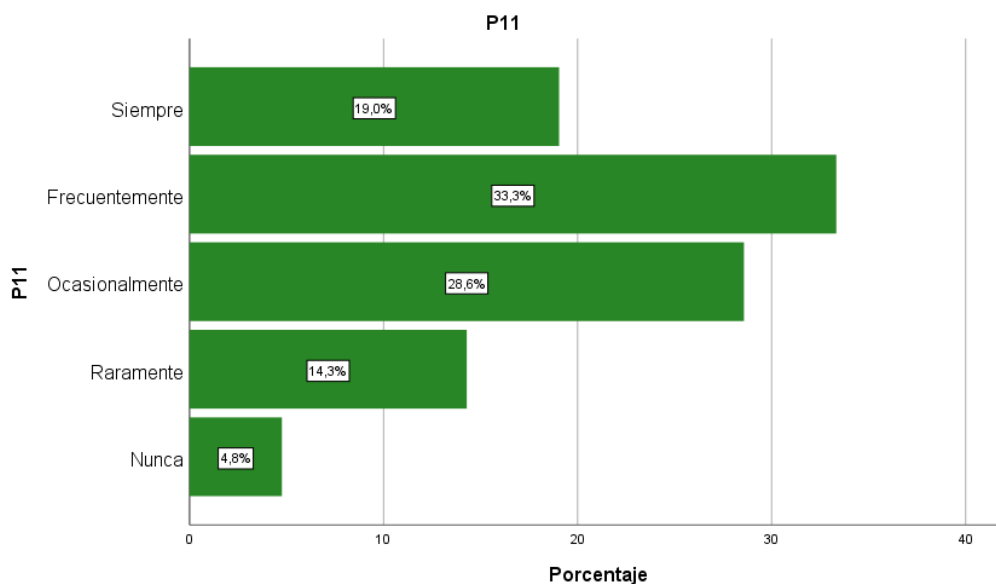
Es evidente ante la consulta si se realizan los monitoreos periódicos en las diferentes áreas de la empresa, que el 14.3% indica que nunca, el 14.3% remarca que raramente, el 28.6% indicó que ocasionalmente, el 38.1% expresa que frecuentemente y el 4.8% expone que siempre.

Tabla 15. Resultados a P11. ¿Se realizan las acciones de mitigación de riesgos identificados en la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	4,8	4,8	4,8
	Raramente	3	14,3	14,3	19,0
	Ocasionalmente	6	28,6	28,6	47,6
	Frecuentemente	7	33,3	33,3	81,0
	Siempre	4	19,0	19,0	100,0
Total		21	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 13. Resultados a P11. ¿Se realizan las acciones de mitigación de riesgos identificados en la empresa?



Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

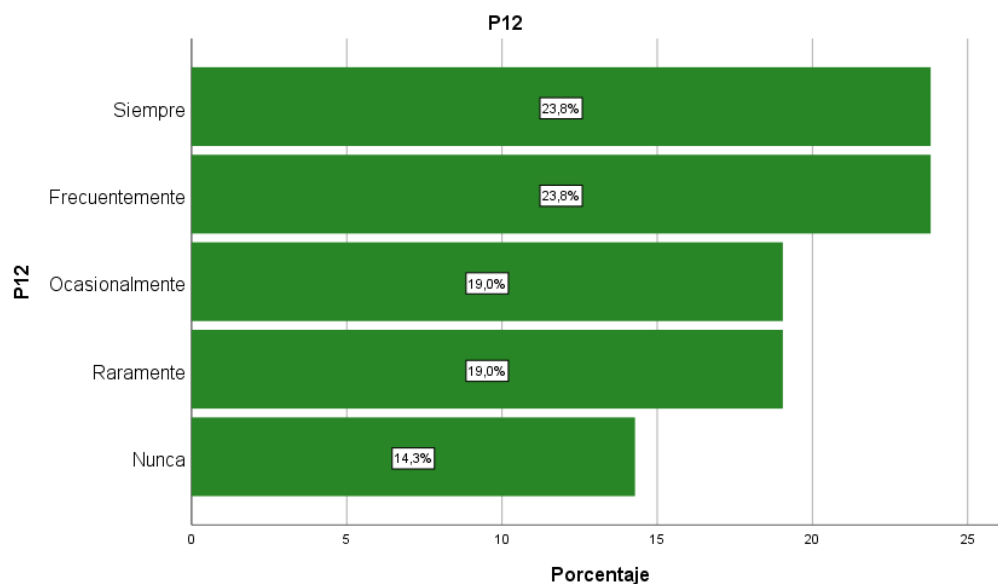
Es evidente ante la consulta si se realizan las acciones de mitigación de riesgos identificados en la empresa, que el 4.8% indica que nunca, el 14.3% remarca que raramente, el 28.6% indicó que ocasionalmente, el 33.3% expresa que frecuentemente y el 19% expone que siempre.

Tabla 16. Resultados a P12. ¿Se reportan las evaluaciones de control interno adecuadamente en la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	14,3	14,3	14,3
	Raramente	4	19,0	19,0	33,3
	Ocasionalmente	4	19,0	19,0	52,4
	Frecuentemente	5	23,8	23,8	76,2
	Siempre	5	23,8	23,8	100,0
Total		21	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 14. Resultados a P12. ¿Se reportan las evaluaciones de control interno adecuadamente en la empresa?



Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Es evidente ante la consulta si se reportan las evaluaciones de control interno adecuadamente en la empresa, que el 14.3% indica que nunca, el 19% remarca que raramente, el 19% indicó que ocasionalmente, el 23.8% expresa que frecuentemente y el 23.8% expone que siempre.

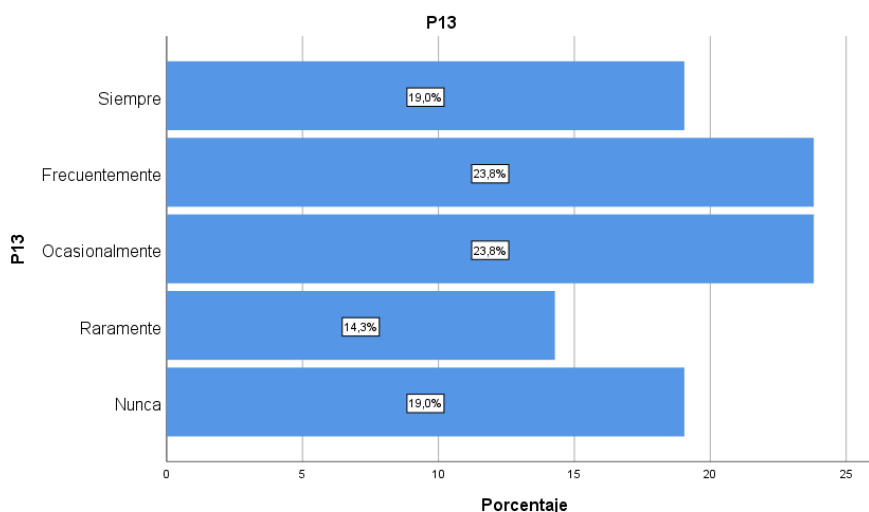
3.1.2. Variable: Ventas

Tabla 17. Resultados a P13. ¿La empresa asegura sus niveles de inventarios para el proceso de ventas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	4	19,0	19,0	19,0
Raramente	3	14,3	14,3	33,3
Ocasionalmente	5	23,8	23,8	57,1
Frecuentemente	5	23,8	23,8	81,0
Siempre	4	19,0	19,0	100,0
Total	21	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 15. Resultados a P13. ¿La empresa asegura sus niveles de inventarios para el proceso de ventas?



Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

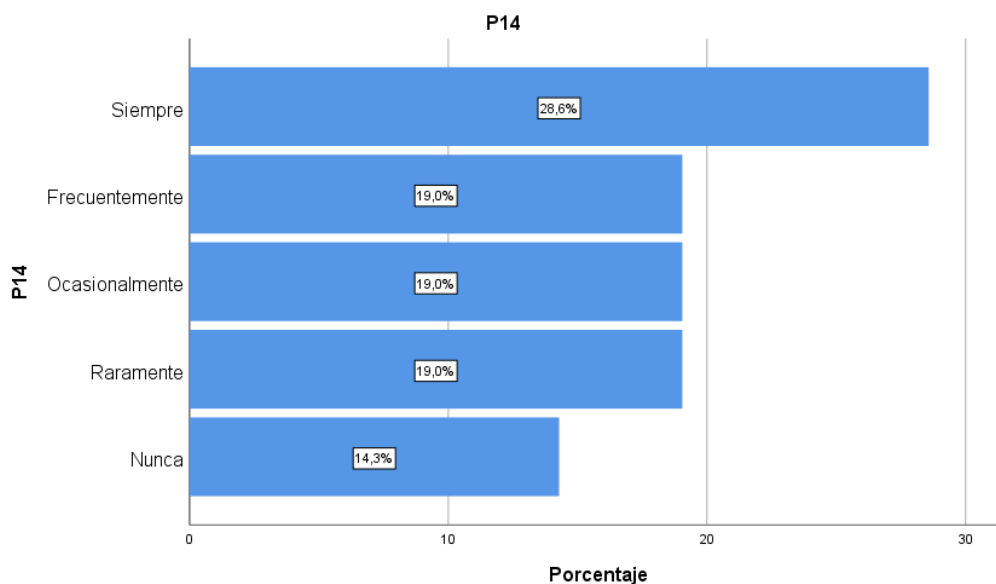
Es evidente ante la consulta si considera que la empresa asegura sus niveles de inventarios para el proceso de ventas, que el 19% indica que nunca, el 14.3% remarca que raramente, el 23.8% indicó que ocasionalmente, en el otro lado de la moneda, el 23.8% expresa que frecuentemente y el 19% expone que siempre considera que la empresa asegura sus niveles de inventarios para el proceso de ventas.

Tabla 18. Resultados a P14. ¿Observa que el almacén de la empresa tiene las condiciones apropiadas para asegurar las ventas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	14,3	14,3	14,3
	Raramente	4	19,0	19,0	33,3
	Ocasionalmente	4	19,0	19,0	52,4
	Frecuentemente	4	19,0	19,0	71,4
	Siempre	6	28,6	28,6	100,0
Total		21	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 16. Resultados a P14. ¿Observa que el almacén de la empresa tiene las condiciones apropiadas para asegurar las ventas?



Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

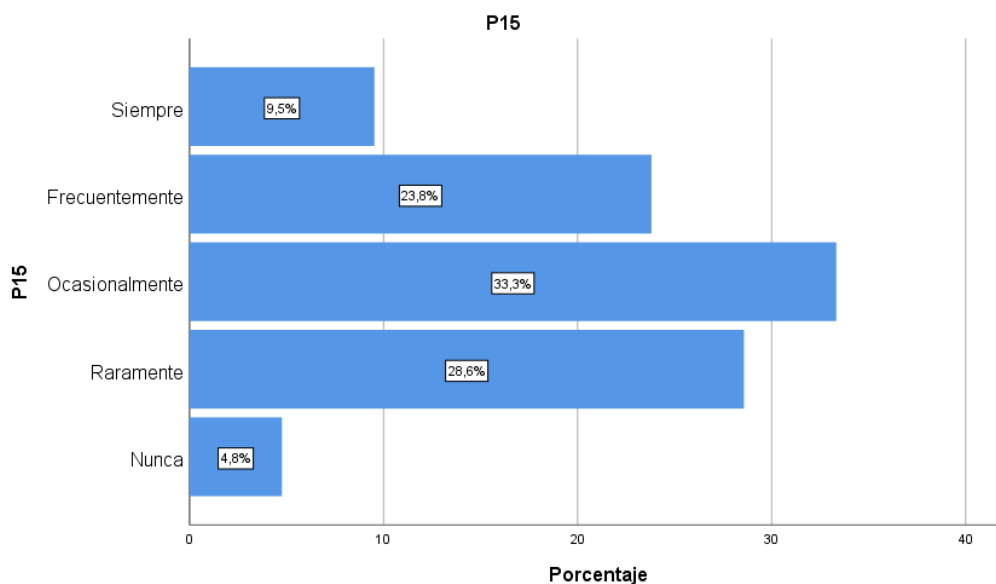
Es evidente ante la consulta si observa que el almacén de la empresa tiene las condiciones apropiadas para asegurar las ventas, que el 14.3% indica que nunca, el 19% remarca que raramente, el 19% indicó que ocasionalmente, en el otro lado de la moneda, el 19% expresa que frecuentemente y el 28.6% expone que siempre.

Tabla 19. Resultados a P15. ¿Las frecuencias de compras de nuevos productos en la empresa son apropiadas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	4,8	4,8	4,8
	Raramente	6	28,6	28,6	33,3
	Ocasionalmente	7	33,3	33,3	66,7
	Frecuentemente	5	23,8	23,8	90,5
	Siempre	2	9,5	9,5	100,0
Total		21	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 17. Resultados a P15. ¿Las frecuencias de compras de nuevos productos en la empresa son apropiadas?



Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

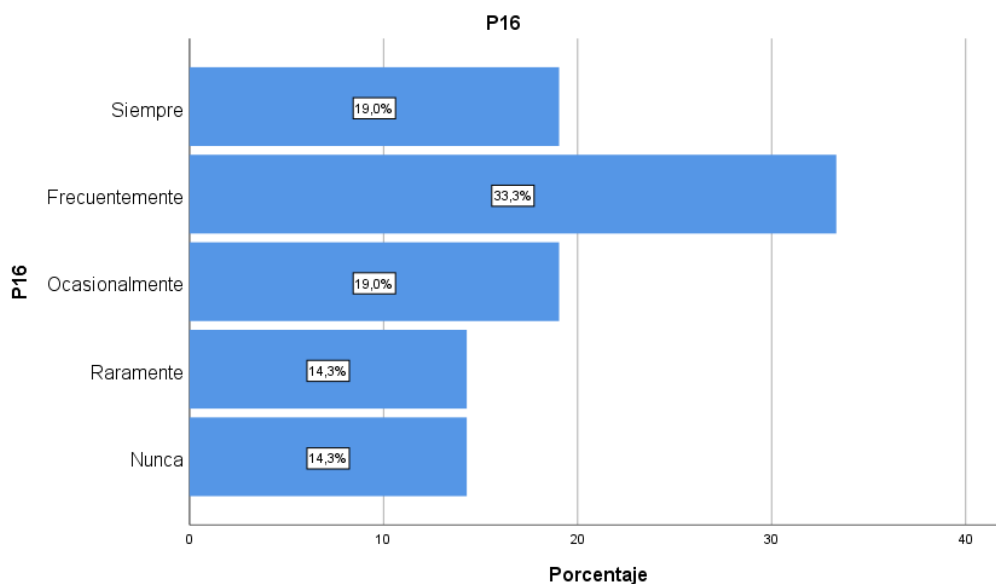
Es evidente ante la consulta si las frecuencias de compras de nuevos productos en la empresa son apropiadas, que el 4.8% indica que nunca, el 28.6% remarca que raramente, el 33.3% indicó que ocasionalmente, en el otro lado de la moneda, el 23.8% expresa que frecuentemente y el 9.5% expone que siempre.

Tabla 20. Resultados a P16. ¿Las cantidades de mercancías ingresantes a la empresa son suficientes para la demanda?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	14,3	14,3	14,3
	Raramente	3	14,3	14,3	28,6
	Ocasionalmente	4	19,0	19,0	47,6
	Frecuentemente	7	33,3	33,3	81,0
	Siempre	4	19,0	19,0	100,0
Total		21	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 18. Resultados a P16. ¿Las cantidades de mercancías ingresantes a la empresa son suficientes para la demanda?



Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

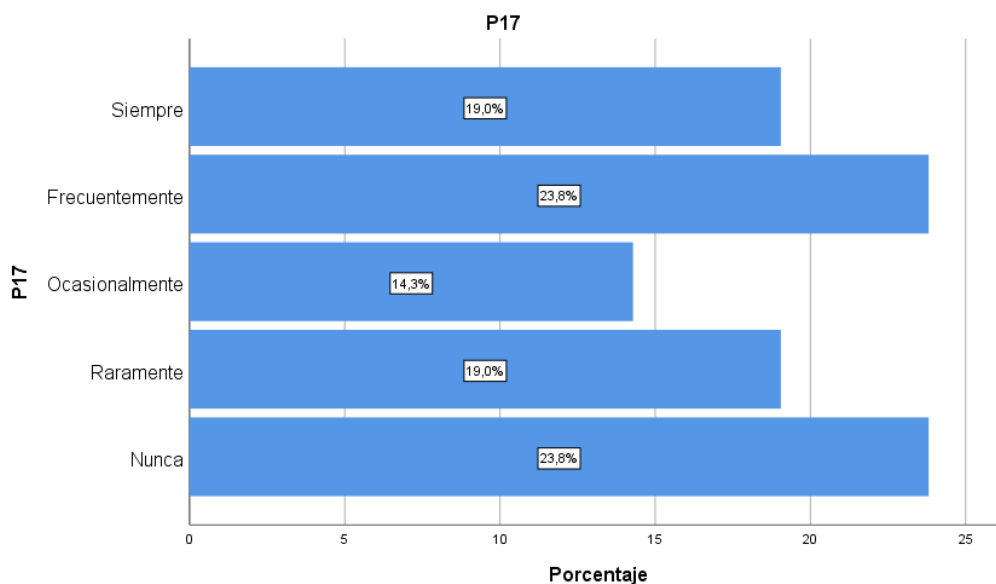
Es evidente ante la consulta si las cantidades de mercancías ingresantes a la empresa son suficientes para la demanda, que el 14.3% indica que nunca, el 14.3% remarca que raramente, el 19% indicó que ocasionalmente, en el otro lado de la moneda, el 33.3% expresa que frecuentemente y el 19% expone que siempre.

Tabla 21. Resultados a P17. ¿Se capacitan constantemente al personal de atención en cierre de ventas y calidad del servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	23,8	23,8	23,8
	Raramente	4	19,0	19,0	42,9
	Ocasionalmente	3	14,3	14,3	57,1
	Frecuentemente	5	23,8	23,8	81,0
	Siempre	4	19,0	19,0	100,0
Total		21	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 19. Resultados a P17. ¿Se capacitan constantemente al personal de atención en cierre de ventas y calidad del servicio?



Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

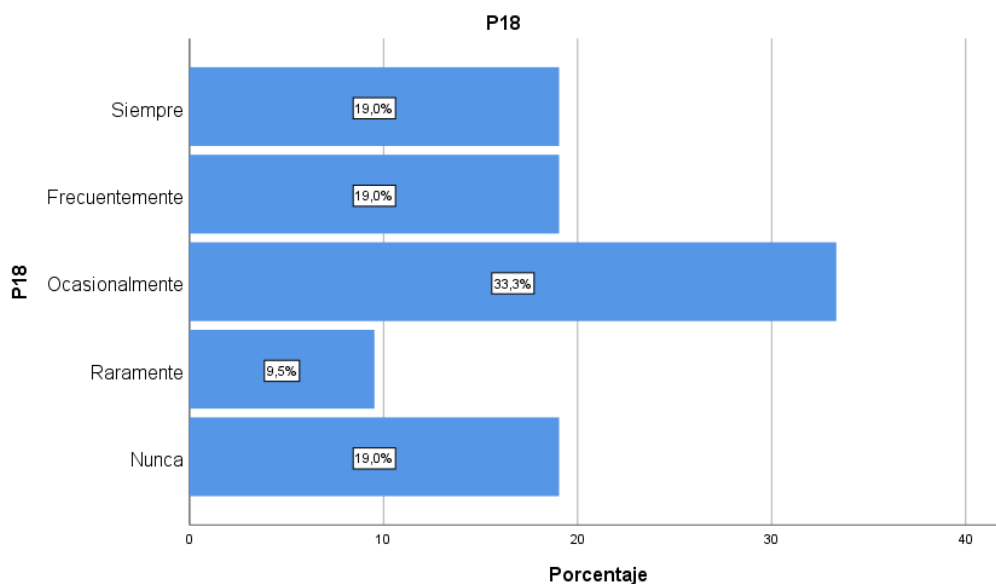
Es evidente ante la consulta si se capacitan constantemente al personal de atención en cierre de ventas y calidad del servicio, que el 23.8% indica que nunca, el 19% remarca que raramente, el 14.3% indicó que ocasionalmente, en el otro lado de la moneda, el 23.8% expresa que frecuentemente y el 19% expone que siempre.

Tabla 22. Resultados a P18. ¿Observa que el personal de ventas proyecta empatía y buena disposición con los clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	19,0	19,0	19,0
	Raramente	2	9,5	9,5	28,6
	Ocasionalmente	7	33,3	33,3	61,9
	Frecuentemente	4	19,0	19,0	81,0
	Siempre	4	19,0	19,0	100,0
Total		21	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 20. Resultados a P18. ¿Observa que el personal de ventas proyecta empatía y buena disposición con los clientes?



Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

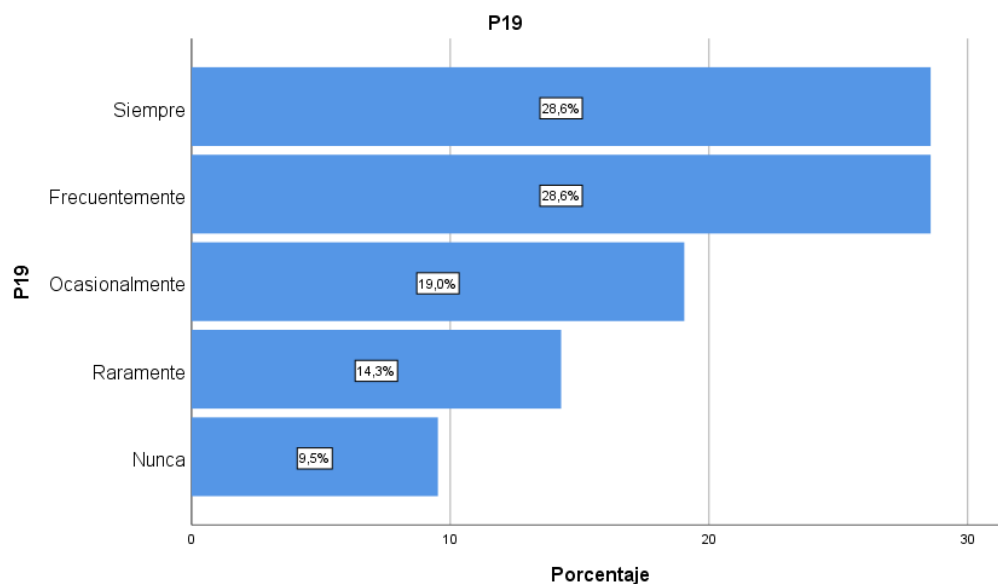
Es evidente ante la consulta si observa que el personal de ventas proyecta empatía y buena disposición con los clientes, que el 19% indica que nunca, el 9.5% remarca que raramente, el 33.3% indicó que ocasionalmente, en el otro lado de la moneda, el 19% expresa que frecuentemente y el 19% expone que siempre.

Tabla 23. Resultados a P19. ¿La empresa aplica efectivamente los principios del marketing en publicidad y precio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	9,5	9,5	9,5
	Raramente	3	14,3	14,3	23,8
	Ocasionalmente	4	19,0	19,0	42,9
	Frecuentemente	6	28,6	28,6	71,4
	Siempre	6	28,6	28,6	100,0
Total		21	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 21. Resultados a P19. ¿La empresa aplica efectivamente los principios del marketing en publicidad y precio?



Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

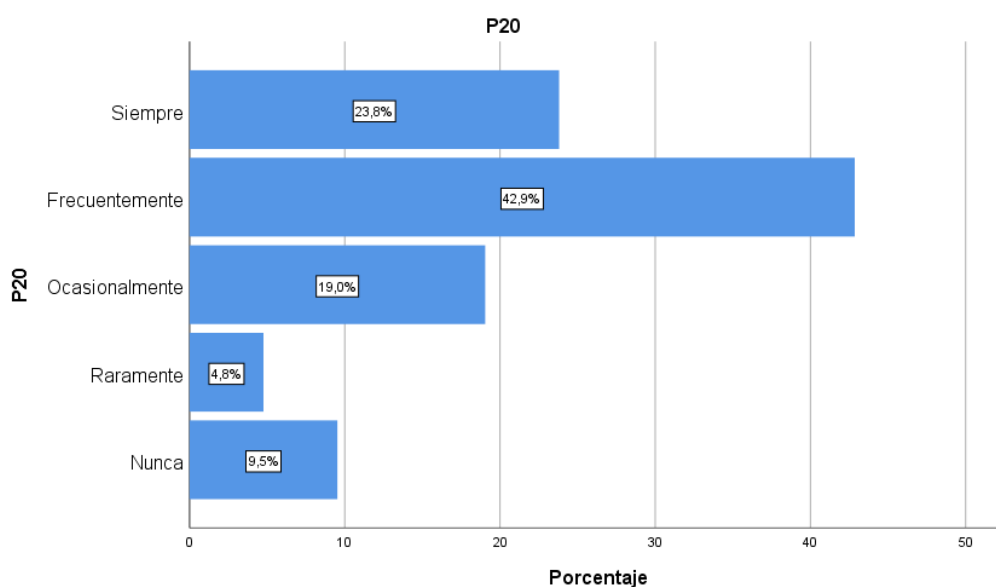
Es evidente ante la consulta si la empresa aplica efectivamente los principios del marketing en publicidad y precio, que el 9.5% indica que nunca, el 14.3% remarca que raramente, el 19% indicó que ocasionalmente, en el otro lado de la moneda, el 28.6% expresa que frecuentemente y el 28.6% expone que siempre.

Tabla 24. Resultados a P20. ¿La empresa aplica efectivamente los principios del marketing en promoción y plaza?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	9,5	9,5	9,5
	Raramente	1	4,8	4,8	14,3
	Ocasionalmente	4	19,0	19,0	33,3
	Frecuentemente	9	42,9	42,9	76,2
	Siempre	5	23,8	23,8	100,0
Total		21	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 22. Resultados a P20. ¿La empresa aplica efectivamente los principios del marketing en promoción y plaza?



Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

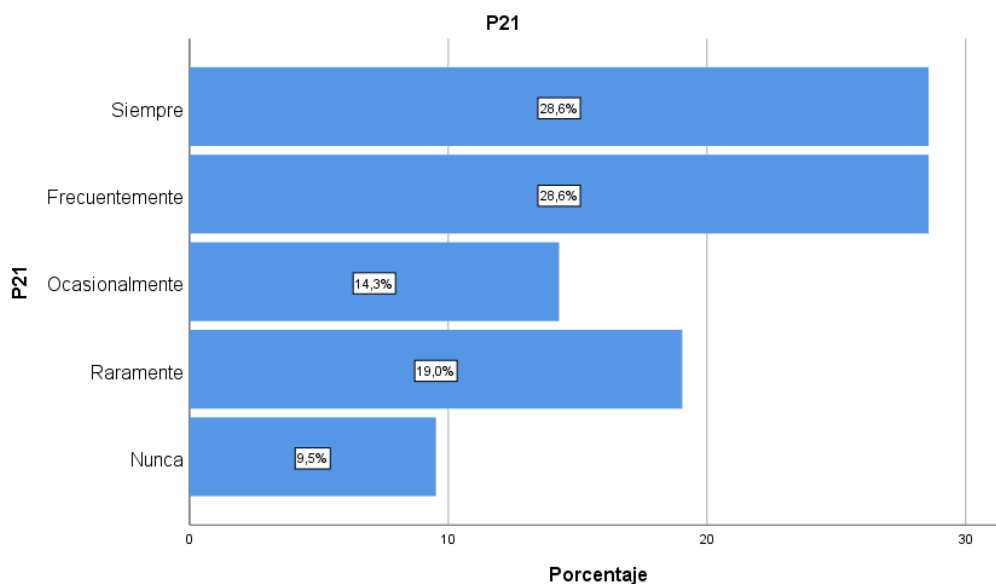
Es evidente ante la consulta si la empresa aplica efectivamente los principios del marketing en promoción y plaza, que el 9.5% indica que nunca, el 4.8% remarca que raramente, el 19% indicó que ocasionalmente, en el otro lado de la moneda, el 42.9% expresa que frecuentemente y el 23.8% expone que siempre.

Tabla 25. Resultados a P21. ¿Se optimiza efectivamente el costo administrativo asociado a las ventas en la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	9,5	9,5	9,5
	Raramente	4	19,0	19,0	28,6
	Ocasionalmente	3	14,3	14,3	42,9
	Frecuentemente	6	28,6	28,6	71,4
	Siempre	6	28,6	28,6	100,0
Total		21	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 23. Resultados a P21. ¿Se optimiza efectivamente el costo administrativo asociado a las ventas en la empresa?



Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

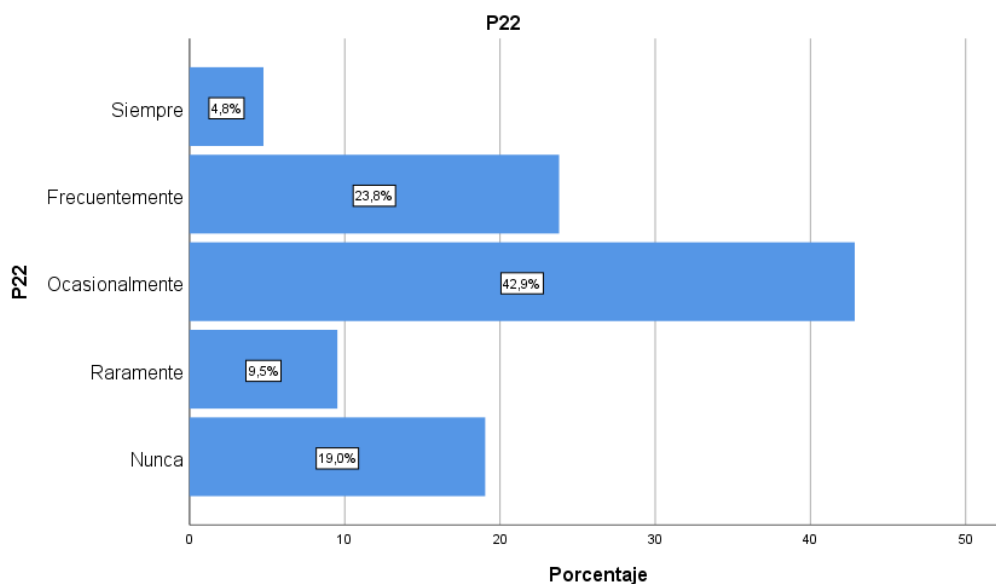
Es evidente ante la consulta si se optimiza efectivamente el costo administrativo asociado a las ventas en la empresa, que el 9.5% indica que nunca, el 19% remarca que raramente, el 14.3% indicó que ocasionalmente, en el otro lado de la moneda, el 28.6% expresa que frecuentemente y el 28.6% expone que siempre.

Tabla 26. Resultados a P22. ¿Se controla con rigidez los niveles de costos administrativos asociados a las ventas en la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	19,0	19,0	19,0
	Raramente	2	9,5	9,5	28,6
	Ocasionalmente	9	42,9	42,9	71,4
	Frecuentemente	5	23,8	23,8	95,2
	Siempre	1	4,8	4,8	100,0
Total		21	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 24. Resultados a P22. ¿Se controla con rigidez los niveles de costos administrativos asociados a las ventas en la empresa?



Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

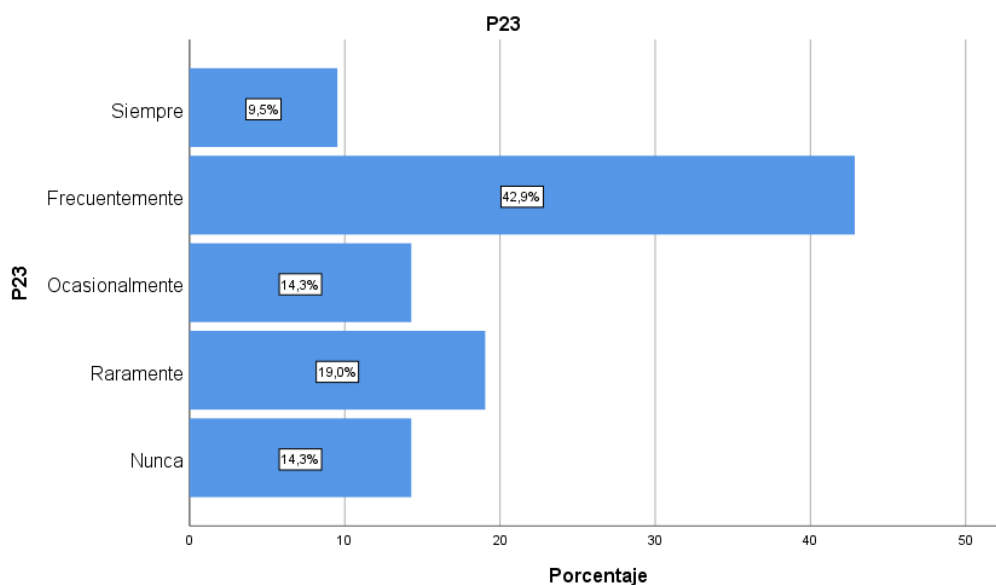
Es evidente ante la consulta si se controla con rigidez los niveles de costos administrativos asociados a las ventas en la empresa, que el 19% indica que nunca, el 9.5% remarca que raramente, el 42.9% indicó que ocasionalmente, en el otro lado de la moneda, el 23.8% expresa que frecuentemente y el 4.8% expone que siempre.

Tabla 27. Resultados a P23. ¿Observa niveles favorables de venta bruta en la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	14,3	14,3	14,3
	Raramente	4	19,0	19,0	33,3
	Ocasionalmente	3	14,3	14,3	47,6
	Frecuentemente	9	42,9	42,9	90,5
	Siempre	2	9,5	9,5	100,0
Total		21	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 25. Resultados a P23. ¿Observa niveles favorables de venta bruta en la empresa?



Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

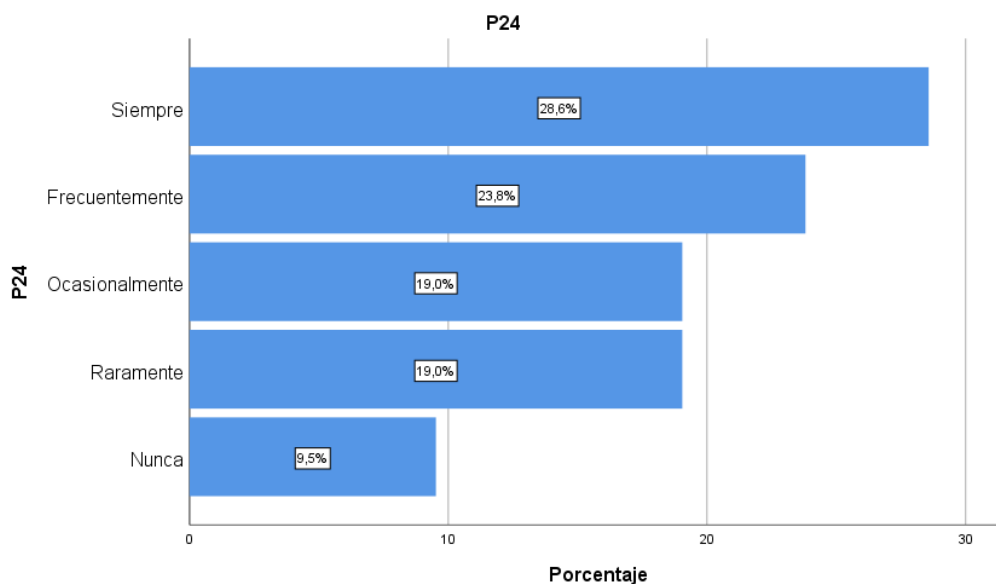
Es evidente ante la consulta si observa niveles favorables de venta bruta en la empresa, que el 14.3% indica que nunca, el 19% remarca que raramente, el 14.3% indicó que ocasionalmente, en el otro lado de la moneda, el 42.9% expresa que frecuentemente y el 9.5% expone que siempre.

Tabla 28. Resultados a P24. ¿Considera que el margen de utilidad en la empresa se encuentra en el promedio del sector?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	9,5	9,5	9,5
	Raramente	4	19,0	19,0	28,6
	Ocasionalmente	4	19,0	19,0	47,6
	Frecuentemente	5	23,8	23,8	71,4
	Siempre	6	28,6	28,6	100,0
Total		21	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 26. Resultados a P24. ¿Considera que el margen de utilidad en la empresa se encuentra en el promedio del sector?



Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Es evidente ante la consulta si considera que el margen de utilidad en la empresa se encuentra en el promedio del sector, que el 9.5% indica que nunca, el 19% remarca que raramente, el 19% indicó que ocasionalmente, en el otro lado de la moneda, el 23.8% expresa que frecuentemente y el 28.6% expone que siempre.

3.2. Prueba de normalidad

Como se observa en la tabla de normalidad de Shapiro-Wilk, la prueba indica resultados de significancia (indicador de decisión) inferiores a 0.05, observando 0.014 para control interno y 0.045 para ventas, que evidencia el rechazo de la hipótesis nula y aceptación de la hipótesis de no normalidad, por lo tanto, se puede afirmar que los datos No tienen distribución normal, correspondiendo el análisis no paramétrico para las pruebas de hipótesis posteriores:

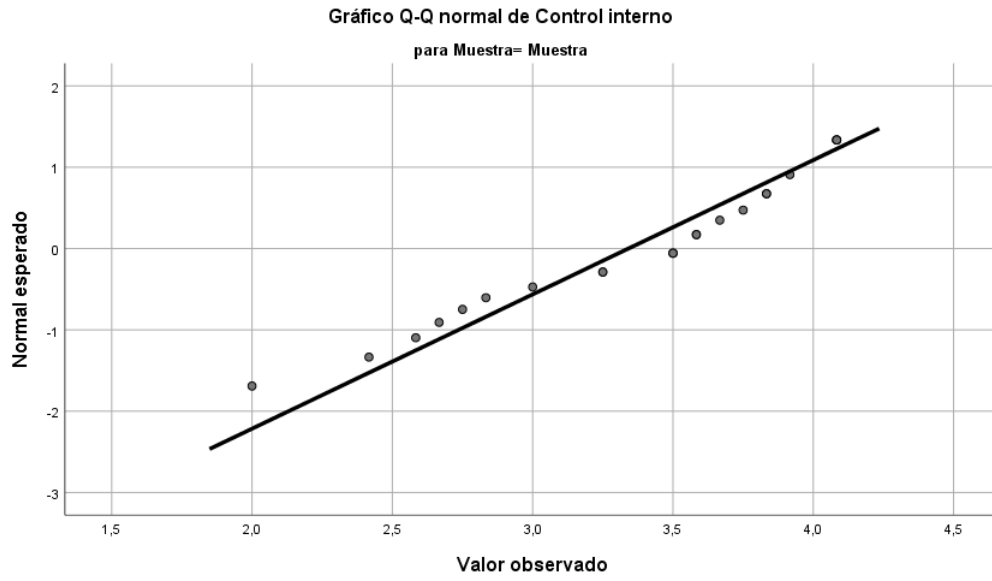
Tabla 29. Normalidad de las variables

		Shapiro-Wilk		
	Muestra	Estadístico	gl	Sig.
Control interno	Muestra	,930	21	,014
Ventas	Muestra	,905	21	,045

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

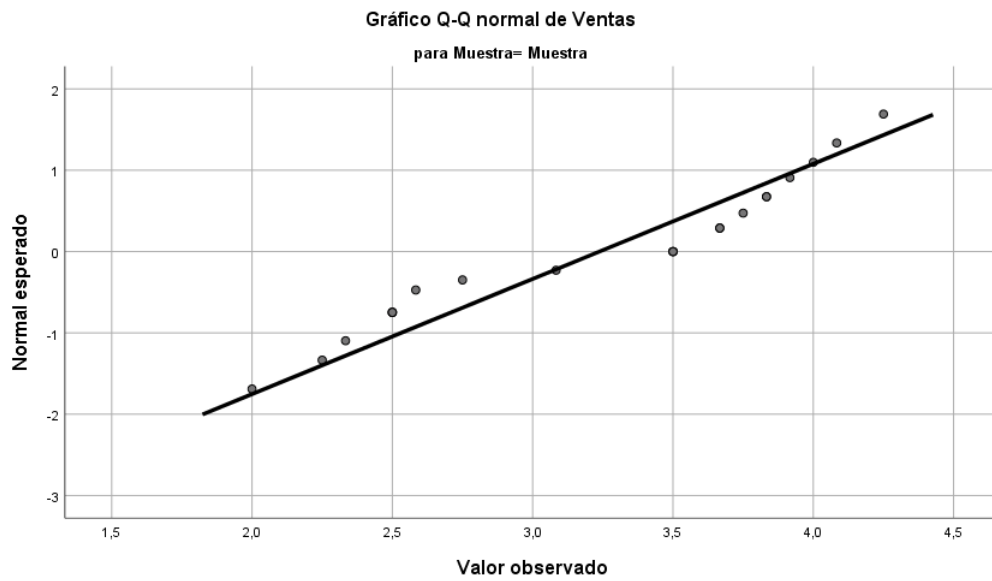
Confirmando los resultados con las siguientes figuras:

Figura 27. Normalidad de control interno



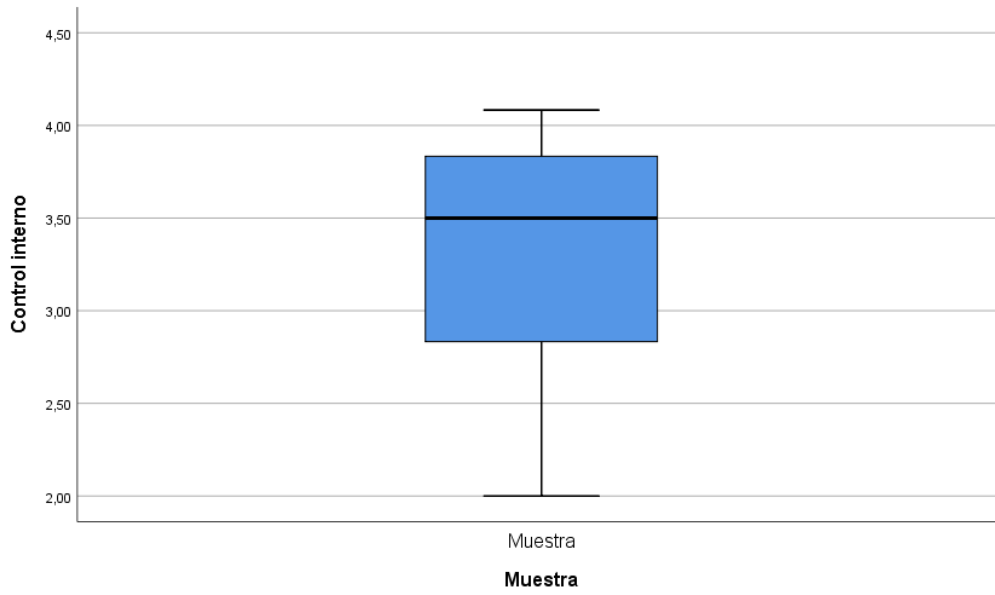
Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 28. Normalidad de ventas



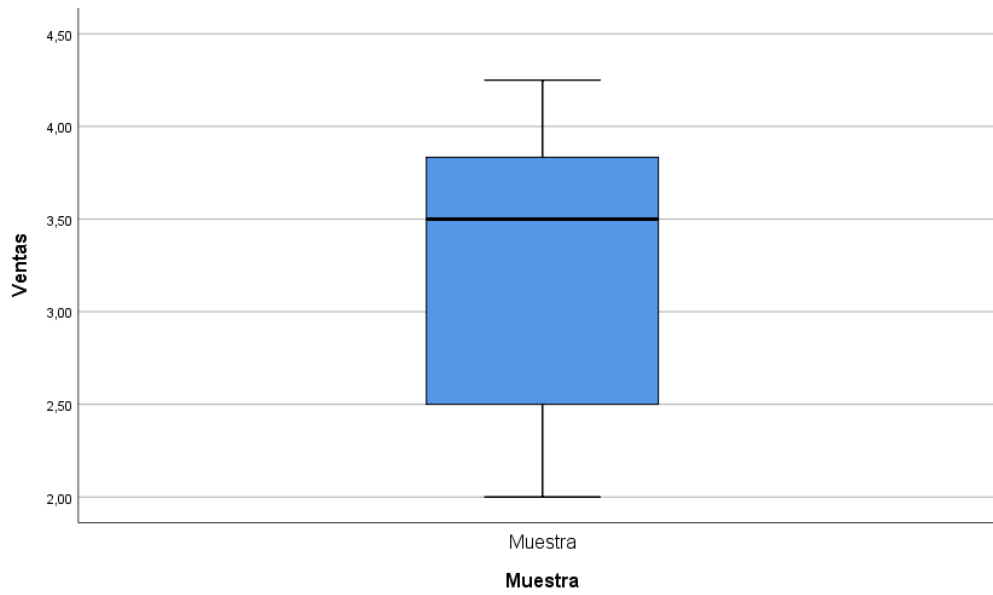
Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 29. Diagrama de cajas de control interno



Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 30. Diagrama de cajas de ventas



Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

3.3. Contrastación de las Hipótesis

Se muestran a continuación los resultados de las pruebas de hipótesis:

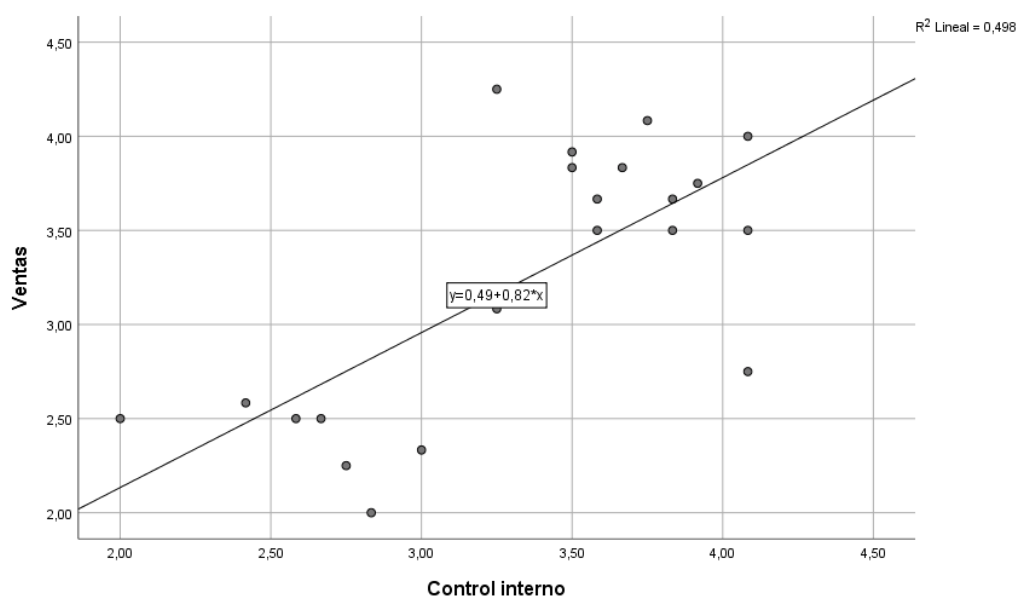
Tabla 30. Contraste de hipótesis general

		Control interno	Ventas
Rho de Spearman	Control interno	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,573**
		N	21
Ventas		Coefficiente de correlación	,573**
		Sig. (bilateral)	,007
		N	21

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Figura 31. Modelo de ajuste de los datos obtenidos



Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Donde se observa correlación moderada entre las variables, confirmando la primera hipótesis de la investigación (general).

En el primer contraste específico se obtuvieron resultados moderados, por lo que se puede aceptar la hipótesis de la investigación, en el marco del error aceptable del 5% del trabajo, como se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 31. Contraste específico 1

			Proyección del control interno	Ventas
Rho de Spearman	Proyección del control interno	Coefficiente de correlación	1,000	,577**
		Sig. (bilateral)	.	,006
		N	21	21
	Ventas	Coefficiente de correlación	,577**	1,000
		Sig. (bilateral)	,006	.
		N	21	21

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

En el segundo contraste específico se obtuvieron resultados moderados, por lo que se puede aceptar la hipótesis de la investigación, en el marco del error aceptable del 5% del trabajo, como se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 32. Contraste específico 2

			Ejecución del control interno	Ventas
Rho de Spearman	Ejecución del control interno	Coefficiente de correlación	1,000	,403**
		Sig. (bilateral)	.	,030
		N	21	21
	Ventas	Coefficiente de correlación	,403**	1,000
		Sig. (bilateral)	,030	.
		N	21	21

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

En el tercer contraste específico se obtuvieron resultados moderados, por lo que se puede aceptar la hipótesis de la investigación, en el marco del error aceptable del 5% del trabajo, como se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 33. Contraste específico 3

			Supervisión del control interno	Ventas
Rho de Spearman	Supervisión del control interno	Coeficiente de correlación	1,000	,571**
		Sig. (bilateral)	.	,007
		N	21	21
	Ventas	Coeficiente de correlación	,571**	1,000
		Sig. (bilateral)	,007	.
		N	21	21

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

IV. DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos en la investigación coinciden con los resultados de investigaciones previas citadas en los antecedentes, como el caso de Castillo (2018) quien concluyó que “la empresa tiene un deficiente control interno en su área de ventas que influye negativamente en su gestión comercial, recomendando aplicar un sistema de control interno en esta área con parámetros que les permite una mejora en la empresa”, mientras que en el caso de Hurtado (2021) quien explica que la aplicación del control interno administrativo y financiero es recomendable, a partir de un soporte contable necesario para la obtención de resultados financieros confiables, en esta investigación se evidencia que el control interno incide significativamente a nivel de Rho de Spearman de 0.573 como moderada correlación con las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022.

V. CONCLUSIONES

- 1) Como epílogo de la investigación es factible afirmar que el control interno influye positivamente en la mejora de las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., en el periodo 2022, señalando que mientras se mejore el control interno en la empresa se podrá contar con la disponibilidad oportuna de productos que faciliten la venta, hecho que se evidencia en el resultado de Rho de Spearman de 0.573 como moderada correlación en el marco estadístico del 5% de error.
- 2) Como cierre de la investigación es factible afirmar que la proyección del control interno influye positivamente en la mejora de las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., en el periodo 2022, señalando que mientras se mejore la proyección del control interno en la empresa se podrá prever a adquisición de mercancías con los tiempos adecuados promoviendo la disponibilidad de producto para la venta de acuerdo a la demanda fluctuante de la zona de operación de la empresa, hecho que se evidencia en el resultado de Rho de Spearman de 0.577 como moderada correlación en el marco estadístico del 5% de error.
- 3) Como epílogo de la investigación es factible afirmar que la ejecución del control interno influye positivamente en la mejora de las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., en el periodo 2022, señalando que mientras se mejore la ejecución del control interno en la empresa se podrá contar con la seguridad de los registros y presencia física de productos disponibles para la venta en las mejores condiciones posibles, hecho que se evidencia en el resultado de

Rho de Spearman de 0.403 como moderada correlación en el marco estadístico del 5% de error.

- 4) Como cierre de la investigación es factible afirmar que la supervisión del control interno influye positivamente en la mejora de las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., en el periodo 2022, señalando que mientras se mejore la supervisión del control interno en la empresa se podrá contar con personal formado en la cultura del control que en el futuro ejecutará sus acciones en el marco del aseguramiento de los procesos de venta, hecho que se evidencia en el resultado de Rho de Spearman de 0.571 como moderada correlación en el marco estadístico del 5% de error.

VI. RECOMENDACIONES

- 1) Se recomienda al gerente general de la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C considerar los resultados de la presente investigación para mejorar el control interno en la organización, tomando en cuenta que es necesario implementar un sistema de control adaptado a las necesidades de la empresa que facilite la prevención de situaciones que pueden generar demoras, pérdida de productos, o documentos necesarios en el normal funcionamiento organizacional, es necesario establecer políticas de control, asignar funciones en el personal específico que mejore el flujo de productos para la venta en la empresa.
- 2) Se recomienda al gerente general de la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C realizar un proceso de cambio cultural en relación al control interno, para ello es necesario brindar charlas de sensibilización, realizar dinámicas motivacionales y ejecutar capacitaciones relacionadas al control interno para la empresa, con la generación de hitos de mejora y las evaluaciones respectivas que evidencien la mejora en el personal, tanto de atención, almacén y ventas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, F (2012). El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica. 6ta edición. Editorial Episteme. Caracas.
- Barquero, M. (2013). Manual práctico de control interno. Teoría y aplicación práctica. Editorial Profit. Barcelona.
- Bravo, S. (2020). Control interno en la gestión de ventas de una Empresa ferretera ABC ciudad de Guayaquil Ecuador -2019. Universidad César Vallejo. Disponible en <https://hdl.handle.net/20.500.12692/45845>
- Coopers & Librand (1997). Los nuevos conceptos del control interno (informe COSO). Editorial Diaz de Santos. Nueva York
- Castillo, L. (2018). Sistema de control interno en ventas para mejorar la gestión comercial de innovación urbana EIRL, Chiclayo 2018. Universidad Señor de Sipán. Disponible en <https://hdl.handle.net/20.500.12802/5191>
- Delgado, L. (2019). Sistema de control interno para incrementar las ventas en Productex SAC – Chiclayo 2017. Universidad Señor de Sipán. Disponible en <https://hdl.handle.net/20.500.12802/5730>
- Estupiñán, R. (2016). Control interno y fraudes. Análisis de Informe Coso I, II y III con base en los ciclos transaccionales. Ecoe Ediciones. Tercera edición. Bogotá.
- Fonseca, O. (2011). Sistemas de control interno para organizaciones. Guía práctica y orientaciones para evaluar el control interno. Editorial IICO. Primera edición. Lima.

- García, L. (2011). +Ventas. Editorial ESIC Business Marketing School. Cuarta edición.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. 6ta Edición México: Mc Graw Hill.
- Hurtado, J. (2021). Control interno a la gestión administrativa y Financiera en la empresa ganadera santa Amalia. Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Ecuador. Disponible en <https://repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/6262>.
- Kaseng, F (2017). Guía práctica para elaborar plan de tesis y tesis de post grado. 3era edición. Editor Kaseng. Lima.
- Murrieta, A. y Aceves, J. (2019). Control interno de ventas en una microempresa de giro comercial a través de un servicio de consultoría. Disponible en <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/SiteAssets/Paginas/numeros/Pacioli-107-eBook.pdf>
- Santillán, J. (2015). Sistemas de control interno. Pearson Education. Tercera edición. México.
- Schnarch, A. (2016). Dirección efectiva de equipos de venta. La gerencia de ventas para el siglo XXI. Ecoe ediciones. Bogotá.
- Torres, Z. (2014). Introducción a la ética. Grupo editorial Patria. México
- Vara, A. (2015). 7 pasos para elaborar una tesis. Cómo elaborar y asesorar una tesis para ciencias administrativas, finanzas, ciencias sociales y humanidades. Editorial Macro: Lima.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de Consistencia

Problemas	Hipótesis	Objetivos	Variables	Dimensiones	Metodología
Problema General	Hipótesis General	Objetivo General	Variable 1	Dimensiones V1	
¿En qué medida el control interno influye en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022?	El control interno influye significativamente en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022.	Determinar en qué medida el control interno influye en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022.	Control interno	1. Proyección del control interno	Enfoque: Cuantitativo Tipo: Aplicada Nivel: Descriptiva – correlacional. Diseño: No experimental, Transeccional
				2. Ejecución del control interno	
				3. Supervisión del control interno	
Problemas Específicos	Hipótesis Específicas	Objetivos Específicos	Variable 2	Dimensiones V2	
1) ¿En qué medida la proyección del control interno influye en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022?	1) La proyección del control interno influye significativamente en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022.	1) Determinar en qué medida la proyección del control interno influye en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022.	Ventas	1. Nivel de inventario disponible	Población: 21 trabajadores Muestra: 21 trabajadores. Técnica:

2) ¿En qué medida la ejecución del control interno influye en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022?	2) La ejecución del control interno influye significativamente en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022.	2) Determinar en qué medida la ejecución del control interno influye en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022.		2. Capacidad de procesos de intercambio	Encuesta. Instrumento: cuestionario.
3) ¿En qué medida la supervisión del control interno influye en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022?	3) La supervisión del control interno influye significativamente en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022.	3) Determinar en qué medida la supervisión del control interno influye en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022.		3. Resultados de ventas	Indicador de contraste: Correlaciones bivariadas de Spearman. Contrastación de hipótesis con el SPSS v.26.

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos

Buenos días estimados participantes, se ha diseñado el presente cuestionario, con el objetivo de evaluar su opinión sobre el estudio: “**Control interno y su influencia en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022**”.

La encuesta es anónima, debido a ello se solicita marcar las alternativas de manera imparcial y objetiva de acuerdo a la siguiente escala:

Escala de Codificación				
1	2	3	4	5
Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Siempre

Ítems	Escala				
	1	2	3	4	5
P1. ¿Considera que la empresa cuenta con una estructura organizacional que facilite el control interno?					
P2. ¿Observa que la gerencia de la empresa muestra un compromiso por la mejora del control interno?					
P3. ¿La empresa cuenta con personal capacitado y comprometido con el control interno?					
P4. ¿La empresa a dispuesto una partida presupuestal para la mejora del control interno?					
P5. ¿En su área de trabajo se ha determinado adecuadamente los posibles riesgos sobre los productos?					
P6. ¿Ha observado la presencia continua del supervisor sobre la mitigación de riesgos en su área?					
P7. ¿La empresa cuenta con controles de detección de veracidad de registros de ventas?					
P8. ¿La empresa cuenta con controles de prevención de pérdida de materiales y documentación?					
P9. ¿Se cumple con el monitoreo programado en la empresa?					
P10. ¿Se realizan los monitoreos periódicos en las diferentes áreas de la empresa?					
P11. ¿Se realizan las acciones de mitigación de riesgos identificados en la empresa?					
P12. ¿Se reportan las evaluaciones de control interno adecuadamente en la empresa?					
P13. ¿La empresa asegura sus niveles de inventarios para el proceso de ventas?					
P14. ¿Observa que el almacén de la empresa tiene las condiciones apropiadas para asegurar las ventas?					
P15. ¿Las frecuencias de compras de nuevos productos en la empresa son apropiadas?					
P16. ¿Las cantidades de mercancías ingresantes a la empresa son suficientes para la demanda?					

P17. ¿Se capacitan constantemente al personal de atención en cierre de ventas y calidad del servicio?					
P18. ¿Observa que el personal de ventas proyecta empatía y buena disposición con los clientes?					
P19. ¿La empresa aplica efectivamente los principios del marketing en publicidad y precio?					
P20. ¿La empresa aplica efectivamente los principios del marketing en promoción y plaza?					
P21. ¿Se optimiza efectivamente el costo administrativo asociado a las ventas en la empresa?					
P22. ¿Se controla con rigidez los niveles de costos administrativos asociados a las ventas en la empresa?					
P23. ¿Observa niveles favorables de venta bruta en la empresa?					
P24. ¿Considera que el margen de utilidad en la empresa se encuentra en el promedio del sector?					

¡Muchas gracias!

Anexo 3. Base de datos

	Control interno												Ventas											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
Encuestado_1	3	2	4	5	4	3	5	5	3	2	3	4	4	4	2	4	3	5	5	4	2	2	4	3
Encuestado_2	3	2	3	3	4	2	4	2	3	5	4	1	1	3	3	3	2	1	2	3	1	3	4	2
Encuestado_3	3	4	3	1	5	4	4	3	1	1	2	2	3	2	1	3	1	1	1	1	4	4	4	2
Encuestado_4	5	1	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	5	3	4	1	2	5	5	5	5	3	5	3
Encuestado_5	5	5	2	5	5	5	5	3	1	3	5	5	5	2	4	2	1	1	3	3	5	3	3	1
Encuestado_6	2	3	3	3	4	1	4	2	1	3	4	1	1	1	3	2	2	3	3	3	2	3	2	5
Encuestado_7	3	2	2	4	5	4	1	1	2	4	2	4	2	2	3	4	1	3	1	4	1	1	1	1
Encuestado_8	4	4	5	4	4	5	2	5	4	3	4	5	4	5	2	4	4	4	5	4	5	2	1	2
Encuestado_9	2	4	4	3	3	2	5	4	4	3	5	3	4	5	3	3	5	4	5	5	3	1	4	5
Encuestado_10	4	3	3	3	3	4	4	3	2	4	4	5	2	5	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4
Encuestado_11	5	3	3	5	4	3	4	4	5	4	3	4	4	3	3	1	5	4	4	4	5	3	4	5
Encuestado_12	5	3	3	4	2	5	3	2	4	1	2	5	3	4	2	5	5	3	2	2	4	1	4	2
Encuestado_13	4	2	5	3	1	4	5	4	2	3	5	1	3	5	4	5	4	5	4	4	4	3	5	5
Encuestado_14	4	5	3	4	4	5	3	5	4	4	3	5	4	5	3	4	5	3	4	4	5	3	4	4
Encuestado_15	3	4	5	5	5	4	2	4	3	4	3	3	5	5	5	4	2	5	4	3	4	5	2	5
Encuestado_16	3	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	2	3	3	4	4	4	2	4	5	2	4	4	5
Encuestado_17	3	3	2	2	3	1	4	2	3	4	3	2	1	2	2	5	1	3	2	4	4	1	2	3
Encuestado_18	3	4	3	2	2	1	4	2	1	2	1	4	2	4	3	2	3	1	5	1	2	3	1	4
Encuestado_19	5	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	1	2	5	4	4	3	4	3	4	3	4
Encuestado_20	2	3	1	2	3	1	1	3	2	1	3	2	1	1	2	1	1	2	3	5	3	3	4	4
Encuestado_21	1	5	4	4	4	4	5	3	3	2	5	3	3	4	5	3	3	3	4	5	5	4	2	3

Fuente: Encuesta en Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

Anexo 4. Evidencia de similitud digital

Control interno y su influencia
en las ventas en la empresa
Inversiones y Representaciones
Salas S.A.C., 2022
por Ascarruz Arias Joliot Hoffer

Fecha de entrega: 01-ago-2023 10:13a.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2155799435

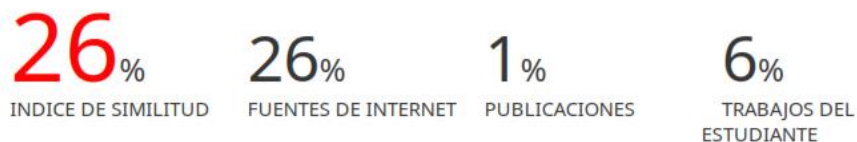
Nombre del archivo: Tesis__Joliot_Ascarruz__Contabilidad_UPCI.docx (1.89M)

Total de palabras: 11284

Total de caracteres: 59597

Control interno y su influencia en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.upci.edu.pe Fuente de Internet	22%
2	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	1%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.ulasamericas.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	1%
6	repositorio.continental.edu.pe Fuente de Internet	<1%
7	s3139b353a45d038b.jimcontent.com Fuente de Internet	<1%
8	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1%

9	repositorio.uteq.edu.ec Fuente de Internet	<1%
----------	--	---------------

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 20 words

Excluir bibliografía

Activo

Anexo 5. Autorización de publicación en repositorio

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACION O TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UPCI

1.- DATOS DEL AUTOR

Apellidos y Nombres: Ascarruz Arias, Joliot Hoffer

DNI: 42083490 Correo electrónico: joliotascarruzarias@gmail.com

Domicilio: jr belgrano 141

Teléfono fijo: -- Teléfono celular: 920559477

2.- IDENTIFICACIÓN DEL TRABAJO o TESIS

Facultad/Escuela: FCEYN / CONTABILIDAD, AUDITORÍA Y FINANZAS

Tipo: Trabajo de Investigación Bachiller () Tesis (X)

Título del Trabajo de Investigación / Tesis:

"Control interno y su influencia en las ventas

en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022

3.- OBTENER:

Bachiller () Título (X) Mg () Dr () PhD ()

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN VERSIÓN ELECTRÓNICA

Por la presente declaro que el (trabajo/tesis) TESIS indicada en el ítem 2 es de mi autoría y exclusiva titularidad, ante tal razón autorizo a la Universidad Peruana Ciencia e Informática para publicar la versión electrónica en su Repositorio Institucional (<http://repositorio.upci.edu.pe>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art 23 y Art. 33.

Autorizo la publicación (marque con una X):

(X) Sí, autorizo el depósito total.

() Sí, autorizo el depósito y solo las partes: _____

() No autorizo el depósito.

Como constancia firmo el presente documento
en la ciudad de Lima, a los 12 días del mes de
agosto de 2023.

Huella digital


Firma

Anexo 6. Formatos de validación de instrumento



FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES:

Experto Informante: MELGAREJO MENDOZA, PAULO CESAR

Institución donde labora: Universidad Peruana de Ciencias e Informática - UPCI

Nombre del Instrumento que motiva la evaluación: Cuestionario de la tesis:

“Control interno y su influencia en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022”

Autor del Instrumento: Ascarruz Arias, Joliot Hoffer

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 – 40%	Bueno 41 – 60%	Muy Bueno 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
METODOLOGÍA	Considera que los Ítems miden lo que el investigador pretende medir				X	
COHERENCIA	Considera que los Ítems utilizados son propios del campo que se está investigando					X
CONSISTENCIA	Existe Consistencia entre los indicadores y los índices				X	
ORGANIZACIÓN	Considera Organizado el desarrollo del Marco Teórico					X
CLARIDAD	La investigación está desarrollada en un lenguaje apropiado					X
OPERACIONALIZACIÓN	Presenta operacionalizada sus variables e indicadores				X	
ESTRATEGIAS	Considera adecuado los Métodos estadísticos para contrastar las hipótesis					X
ACTUALIDAD	Presenta Antecedentes actualizados hasta con tres años de antigüedad					X

III. OPINIÓN PARA APLICAR EL INSTRUMENTO:

Qué aspectos se tienen que Modificar, aumentar o suprimir en los Instrumentos de Investigación:

Ninguno.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Muy bueno.....

Lima, 20 de diciembre de 2022.


Firma del Experto Informante
DNI: 04069109 Telf./Cel.: 945380532

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES:

Experto Informante: HERMOZA OCHANTE, RUBEN EDGAR

Institución donde labora: Universidad Peruana de Ciencias e Informática - UPCI

Nombre del Instrumento que motiva la evaluación: Cuestionario de la tesis:

“Control interno y su influencia en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022”

Autor del Instrumento: Ascarruz Arias, Joliot Hoffer

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 – 40%	Bueno 41 – 60%	Muy Bueno 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
METODOLOGÍA	Considera que los Ítems miden lo que el investigador pretende medir				X	
COHERENCIA	Considera que los Ítems utilizados son propios del campo que se está investigando					X
CONSISTENCIA	Existe Consistencia entre los indicadores y los índices				X	
ORGANIZACIÓN	Considera Organizado el desarrollo del Marco Teórico					X
CLARIDAD	La investigación está desarrollada en un lenguaje apropiado					X
OPERACIONALIZACIÓN	Presenta operacionalizada sus variables e indicadores				X	
ESTRATEGIAS	Considera adecuado los Métodos estadísticos para contrastar las hipótesis					X
ACTUALIDAD	Presenta Antecedentes actualizados hasta con tres años de antigüedad					X

III. OPINIÓN PARA APLICAR EL INSTRUMENTO:

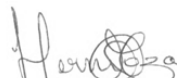
Qué aspectos se tienen que Modificar, aumentar o suprimir en los Instrumentos de Investigación:

Ninguno.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Muy bueno.....

Lima, 20 de diciembre de 2022.



Firma del Experto Informante

DNI: 42037740 Telf./Cel.: 941463983

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES:

Experto Informante: SANTOS ESPARZA, CARLOS ENRIQUE

Institución donde labora: Universidad Peruana de Ciencias e Informática - UPCI

Nombre del Instrumento que motiva la evaluación: Cuestionario de la tesis:

“Control interno y su influencia en las ventas en la empresa Inversiones y Representaciones Salas S.A.C., 2022”

Autor del Instrumento: Ascarruz Arias, Joliot Hoffer

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 – 20%	Regular 21 – 40%	Bueno 41 – 60%	Muy Bueno 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
METODOLOGÍA	Considera que los Ítems miden lo que el investigador pretende medir				X	
COHERENCIA	Considera que los Ítems utilizados son propios del campo que se está investigando					X
CONSISTENCIA	Existe Consistencia entre los indicadores y los índices				X	
ORGANIZACIÓN	Considera Organizado el desarrollo del Marco Teórico					X
CLARIDAD	La investigación está desarrollada en un lenguaje apropiado					X
OPERACIONALIZACIÓN	Presenta operacionalizada sus variables e indicadores				X	
ESTRATEGIAS	Considera adecuado los Métodos estadísticos para contrastar las hipótesis					X
ACTUALIDAD	Presenta Antecedentes actualizados hasta con tres años de antigüedad					X

III. OPINIÓN PARA APLICAR EL INSTRUMENTO:

Qué aspectos se tienen que Modificar, aumentar o suprimir en los Instrumentos de Investigación:

Ninguno.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Muy bueno.....

Lima, 20 de diciembre de 2022.


Firma del Experto Informante
DNI: 07487345 Telf./Cel.: 961089163