

UNIVERSIDAD NACIONAL “HERMILIO VALDIZÁN”

ESCUELA DE POST-GRADO



**APLICACIÓN DE UN SISTEMA DE CONTROL INTERNO Y SUS
RESULTADOS EN LA GESTIÓN ECONÓMICA FINANCIERA DE LA
EMPRESA GRAN HOTEL HUÁNUCO.**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO DE MAESTRO EN
CONTABILIDAD CON
MENCIÓN EN AUDITORIA**

TESISTA: IVAN WILIAM HOYOS RODRIGUEZ

ASESOR: MG. WERNER PINCHI RAMÍREZ

HUANUCO – PERÚ

2016

DEDICATORIA

A mis padres, a mis hijos,
a toda mi familia, quienes me
apoyan en todo momento de los
logros que obtengo como
persona.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, mis
profesores y compañeros
quienes me han apoyado en
esta investigación.

RESUMEN

La investigación se realizó en función del crecimiento de las empresas de servicios de hotelería en nuestra región, compañías que vienen intensificando el desarrollo de sus actividades gracias al incremento importante del turismo en el país; que no solo significa crecer en cantidad del servicio que brindar y una necesaria infraestructura sino, es demostrar un crecimiento en calidad de servicio y una adecuada administración y/o gestión del mismo.

El presente trabajo de investigación, es proponer la elaboración e instalación de un sistema de control interno para la unidad de ventas de la empresa del rubro hotelería, en este caso El Gran Hotel Huánuco que hoy en día forma parte de la empresa Inka Comfort Hoteles del Perú SAC. Teniendo en cuenta que la unidad en estudio para efectos de control interno y resultados, están involucrados desde la unidad de recepción con el control de caja para todos los servicios, y la unidad contable con el control de ingresos y cuentas por cobrar; toda vez que es una empresa de servicios requiere de especial cuidado en cuanto al control de la prestación de los mismos. Para lo cual se realizó un estudio en la unidad con la finalidad de determinar los puntos débiles que imposibilitan la fluidez de las operaciones, y con análisis comparativo determinar el aporte de un sistema de control interno tras la elaboración de la propuesta de mejora y por ende los beneficios para la empresa.

Por tanto implementar un sistema de control interno para la unidad en mención es de mucha importancia para la empresa, al tratarse de una organización que presta servicios diversos, es de mucho interés mantener un especial tratamiento tanto operativo como contable. Buscando que el sistema de control interno aporte a mejorar la organización y administración de la empresa ya que

crea mayores y mejores flujos operativos en el proceso de ventas e ingresos, contribuyendo con la salvaguarda de los activos y por ende mostrando una base de información confiable para la elaboración y presentación de la información económica y financiera.

La propuesta de implementar un sistema de control interno en la empresa significará asignar de manera formal funciones, políticas y procedimientos en la unidad de ventas que contribuirán con la reducción de posibilidades de fraude por parte de los colaboradores principalmente o estos confabulados con ciertos clientes; todo ello con la finalidad de lograr mejorar el tránsito operativo, que finalmente se reflejan en los resultados y por ende contribuirán con una buena gestión económica y financiera.

SUMMARY

The research was carried out in function of the growth of the companies of hotel services in our region, companies that have been intensifying the development of their activities thanks to the important increases of the tourism in the country; which not only means growing in quantity of the service to be provided and a necessary infrastructure, but is to demonstrate growth in quality of service and proper management and / or management.

The present research work is to propose the elaboration and installation of an internal control system for the sales unit of the hotel business, in this case El Gran Hotel Huánuco, now part of the company Inka Comfort Hotels of Peru SAC. Taking into account that the unit under study for purposes of internal control and results, are involved from the reception unit with the cash control for all services, and the accounting unit with control of revenues and accounts receivable; since it is a service company requires essential care in terms of the control of the provision of the same. For this purpose, a study was carried out in the unit in order to determine the weaknesses that make the operations fluid, and with a comparative analysis determine the contribution of an internal control system after the elaboration of the improvement proposal and, therefore, the benefits to the company.

Therefore implementing an internal control system for the unit in question is very important for the company, being an organization that provides various services, it is of great interest to maintain a special treatment both operational and accounting. Seeking that the internal control system contributes to improve the organization and management of the company, as it creates greater and better operating flows in the sales and revenue process, contributing to the safeguarding of assets and thus showing a reliable information base for the preparation and presentation of economic and financial information.

The proposal to implement an internal control system in the company will mean to formally assign functions, policies and procedures in the sales unit that will contribute to the reduction of possibilities of fraud by the collaborators mainly or these confabulators with certain clients; all with the aim of improving the operational transit, which are finally reflected in the results and thus contribute to good economic and financial management.

INTRODUCCION

El mercado hotelero peruano muestra su dinamismo con la apertura y construcción de nuevos establecimientos hoteleros en diversas regiones del país, con el sello de grandes marcas nacionales e internacionales.

El desarrollo del sector hotelero en el Perú está ligado íntimamente al desarrollo de turismo. La infraestructura hotelera juega un papel importante pues de la calidad de los servicios hoteleros va a depender la buena imagen que se haga el turista del Perú. Uno de los aspectos fuertes del Perú es que en "Estudios realizados en el país coinciden en señalar que el Perú es visto por los extranjeros como un destino turístico histórico – arqueológico". Por tanto mantenemos un atractivo importante para el turismo mundial. El sector hotelero ha crecido junto al turismo. Si revisamos la evolución del turismo en el Perú en relación al sector hotelero, se puede afirmar que ambos han crecido casi al mismo ritmo. Actualmente, la alta rentabilidad de la industria hotelera peruana, se encuentra al mismo nivel de los principales países de la región, lo que comprueba que es un sector en franco crecimiento.

Toda organización, independientemente de la actividad económica que realiza, debe plantearse estrategias y políticas de control, que garanticen su permanencia y competitividad en el mercado, en cuanto al bien que ofrecen o servicio que prestan, dado que son la principal fuente para garantizar que las actividades se realizan de manera eficaz y eficiente.

Adoptar un mecanismo de control que permita administrar eficiente y eficazmente el proceso operacional resultará práctico así como también lo será medir el grado de productividad en la empresa, esencialmente si este control se concentra en las actividades básicas realizadas por la organización, pues depende en gran manera de ello para perdurar en el mercado.

Y son los sistemas de control interno los que permiten a la empresa lograr sus objetivos y metas trazados. Así mismo custodiar sus activos, proporcionar exactitud y por tanto confiabilidad de la información contable; además de cumplir con los procedimientos que pueda establecer gerencia. Para las empresas específicamente de este rubro resulta de gran importancia la protección de sus activos y el buen desempeño de las áreas que la conforman, más aún si se trata de una partida tan significativa como son las ventas; pues comprobar su conformidad significa una adecuada presentación en los estados financieros de la empresa y por ende la buen toma de decisiones.

INDICE

AGRADECIMIENTO	II
DEDICATORIA	III
RESUMEN	IV
SUMMARY	VI
INTRODUCCION	VIII
CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION	12
1.1. Descripción del problema	12
Fundamentación del Problema	12
1.2. Planteamiento del Problema	14
1.3. Justificación del problema e importancia.	15
Importancia del Sector Hotelero.	15
Inversiones Hoteleros en el Perú 2009-2013	16
1.4. Objetivo General	17
Hipótesis General	18
Hipótesis Específicas	18
1.5. Variables.	19
CAPITULO II. ANTECEDENTES Y MARCO TEORICO	20
2.1. Antecedentes de la investigación	20
2.2. Marco Teórico	22
2.3. Marco Histórico	37
2.4. Marco Legal	42
2.5. Marco Procedimental	47
CAPITULO III. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION- MATERIALES Y METODOS	49
3.1. Material de Estudio	49
3.1.1. Población	49
3.1.2. Muestra	49
3.2.1 Métodos y Técnicas	49
3.2.2 Técnicas de Recolección de Datos	49
3.2.3 Instrumentos de recolección de datos	50
3.2.4 Diseño de investigación	50
CAPITULO IV: PRESENTACION, ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	52
4.1. Generalidades	52

4.2. Gestión	53
4.3. Evaluación de la unidad de ventas de la empresa.	56
4.3.1. Análisis de los procesos de control interno en aspectos generales	56
4.3.2. Análisis de los procesos de control interno en procesamientos y administración del pedido de venta	58
4.3.3. Análisis de los procesos de control en facturación y descuento sobre ventas	60
4.3.4. Análisis de los procesos de control interno en procesamiento de entra de efectivo	61
4.3.5. Análisis de los procesos de control interno en manteamiento del archivo general de clientes	63
4.4. Resultados de la entrevista	64
4.5. Para un apropiado sistema de control interno en la unidad de ventas se recomienda	66
CAPITULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS	77
CONCLUSIONES	83
RECOMENDACIONES	84
BIBLIOGRAFIA	85
ANEXOS	87

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del Problema

1.1.1. Fundamentación del Problema.

En los últimos años la industria del turismo viene creciendo notablemente, por lo tanto existe una gran demanda del servicio de hotelería en nuestro país, las empresas de este sector deben estar preparadas para atender tal demanda, no solo con infraestructura, sino también con calidad de servicio y una buena administración o gestión del mismo, con el objetivo de garantizar su crecimiento económico sostenido y sustentable.

Las empresas del rubro hotelero deberán administrar en forma óptima sus recursos económicos y financieros, para atender a todos los usuarios y no solo la demanda de sus clientes; de manera tal que se contribuya con el logro de los objetivos de manera eficiente, y es por ello que resulta necesario un sistema de control interno, mediante el cual se busca utilizar apropiadamente los recursos con que cuenta la empresa para su respectivo desarrollo tanto económico como financiero, y así mismo minimizar y controlar los riesgos que naturalmente se presentan en una organización.

La informalidad en nuestro país es la causa principal, para que muchas empresas de todo rubro no cuenten con un adecuado sistema de control interno que les facilite diagnosticar y determinar las debilidades que se pudieran presentar en el proceso operativo, administrativo y contable;

y la empresa Gran Hotel Huánuco SA no es precisamente ajena a estos sucesos, y aun siendo de tamaño envergadura no cuenta con un sistema de control interno con actividades de evaluación, verificación y control; pues cuenta con una diversificación de servicios que brinda y a la vez solo cuenta con procedimientos implícitos no diseñados adecuadamente para ejercer un óptimo control en dicha área, por tanto, es de gran interés para la administración conocer tales procedimientos con el fin de adoptarlos y garantizar su crecimiento y eficiente participación en el mercado. Y siendo los ingresos la base de los resultados, es que se debe ejercer un control adecuado, de manera tal que la información revelada a nivel de estados financieros sea real, confiable y permita una buena toma de decisiones. El hecho de no atender la operatividad de manera eficiente significa alterar los resultados de manera directa e indirecta por las innecesarias cargas tributarias generadas.

Se necesita realizar un control adecuado de los ingresos en la empresa hotelera, por la diversificación de servicios que mantiene, mediante procedimientos administrativos y contables, para disminuir el riesgo inherente del área y evitar actos ilícitos en ciertas operaciones, que puedan entorpecer el proceso de gestión de la empresa.

El asumir un sistema de control interno, no siempre para todas las empresas es posible, pues, mientras para algunos se traduce en generación de elevados costos, para otros es asumir un cambio en la organización, y eso es lo más complejo todavía, la adaptación al cambio. Por lo tanto es necesario, fundamentar y demostrar que asumir políticas y procedimientos de control, en el desarrollo de la actividad, ayudará a mejorar el área y direccionar a la organización correctamente

hacia el cumplimiento de sus objetivos y metas.

La no implementación un adecuado sistema de control interno en empresas de este rubro es una realidad permanente, y es precisamente el área de ventas en la que se debe afirmar medidas que aseguren la eficiencia y eficacia en las operaciones.

Demanda Hotelera: Frente al aumento del flujo turístico hacia Huánuco, la cantidad de establecimientos de hospedaje se ha incrementado en los últimos 10 años a razón de 14.4% anual, destacando la mejora en calidad y número de los establecimientos de las categorías más altas (3 y 4 estrellas), orientados al segmento corporativo o turismo de negocio y la expansión de albergues, ante el crecimiento del turismo de aventura. Sin embargo no se tiene un conocimiento exacto sobre el impacto de la infraestructura hotelera, sobre el incremento del turismo en esta región. Esto amerita el desarrollo de la presente investigación, para lo cual se plantean las siguientes interrogantes.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1. PROBLEMA GENERAL

¿De qué forma un apropiado Sistema de Control Interno trascenderá en la gestión económica financiera de la empresa Gran Hotel Huánuco?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

- a) ¿Cuáles son los puntos débiles, que dificultan la fluidez de las operaciones en el área de ventas en la empresa Gran Hotel Huánuco S.A.?
- b) ¿ De qué manera un sistema de control interno mejora la operatividad

del servicio en la empresa Gran Hotel Huánuco?

- c) ¿Cuál es el efecto positivo de la propuesta del sistema de control interno, respecto a la gestión económica y financiera de la empresa Gran Hotel Huánuco?

1.3. Justificación del estudio e importancia

Se debe acoger un mecanismo de control que permita administrar eficiente y eficazmente el proceso operacional resultará práctico así como también lo será medir el grado de productividad en la empresa, esencialmente si este control se concentra en las actividades básicas realizadas por la organización, pues depende en gran manera de ello para perdurar en el mercado.

Las empresas, independientemente de la actividad económica que realiza, debe plantearse estrategias y políticas de control, que garanticen su permanencia y competitividad en el mercado, en cuanto al bien que ofrecen o servicio que prestan, dado que son la principal fuente para garantizar que las actividades se realizan de manera eficaz y eficiente. Son los sistemas de control interno los que permiten a la empresa lograr sus objetivos y metas trazados. Así mismo custodiar sus activos, proporcionar exactitud y por tanto confiabilidad de la información contable; además de cumplir con los procedimientos que pueda establecer gerencia. Para las empresas específicamente de este rubro resulta de gran importancia la protección de sus activos y el buen desempeño de las áreas que la conforman, más aún si se trata de una partida tan significativa como son las ventas; pues comprobar su conformidad significa una adecuada presentación en los estados financieros de la empresa y por ende la buena toma de decisiones.

2.1.1. Importancia del Sector Hotelero

El mercado hotelero peruano muestra su dinamismo con la apertura y construcción de nuevos establecimientos hoteleros en diversas regiones del país, con el sello de grandes marcas nacionales e internacionales.

El desarrollo del sector hotelero en el Perú está ligado íntimamente al desarrollo de turismo. La infraestructura hotelera juega un papel importante pues de la calidad de los servicios hoteleros va a depender la buena imagen que se haga el turista del Perú. Uno de los aspectos fuertes del Perú es que en "Estudios realizados en el país coinciden en señalar que el Perú es visto por los extranjeros como un destino turístico histórico – arqueológico". Por tanto mantenemos un atractivo importante para el turismo mundial. El sector hotelero ha crecido junto al turismo. Si revisamos la evolución del turismo en el Perú en relación al sector hotelero, se puede afirmar que ambos han crecido casi al mismo ritmo. Actualmente, la alta rentabilidad de la industria hotelera peruana, se encuentra al mismo nivel de los principales países de la región, lo que comprueba que es un sector en franco crecimiento.

“Las tarifas reflejan los niveles de ocupación. Por el ejemplo, el Hotel Marriott (Estados Unidos) es uno de los más exitosos que tenemos en Perú con una ocupación del 90% anual. La cadena Ibis (Francia) supera el 90% y es considerado el hotel más caro de Latinoamérica”, precisó.

Por tanto estos resultados significan que hay un mercado creciente en Perú, listo para recibir a todas las marcas hoteleras. Sin embargo, refirió que no todas las marcas de hoteles se encuentran en Perú porque no existen los incentivos necesarios para concretar importantes inversiones en el rubro hotelero.

2.1.2. Inversiones Hoteleras En Perú 2009 – 2013

El mercado hotelero peruano muestra su dinamismo con la apertura y construcción de nuevos establecimientos hoteleros en diversas regiones del

país, con el sello de grandes marcas nacionales e internacionales.

De acuerdo a cifras de la Sociedad Hoteles del Perú (SHP) al menos 21 nuevos hoteles se proyectaron para el 2011, con una inversión de 475.4 millones de dólares, mientras que las perspectivas de crecimiento se mantienen para los siguientes dos años. La construcción de un hotel en el Perú debería demorar dos años, pero en la actualidad, demora unos cinco años en promedio antes de su apertura oficial por las trabas burocráticas.

El 2014 fue un año trascendental para el sector hotelero peruano pues muchos proyectos anunciados verán la luz e ingresarán otros nuevos de la mano de grandes cadenas. Varios de los proyectos que se vieron paralizados, por efectos de la crisis financiera y los fenómenos naturales de los últimos años, se concretarán este año.

Gran Hotel Huánuco con N° de RUC 20274361531 es una empresa del sector hotelero, ubicado en Jr. Dámaso Beraún N° 774, ciudad de Huánuco, que ingresó al mercado en el año 1995, y que año a año ha mejorado su infraestructura y servicio. Es uno de los complejos hoteleros más grande y completo de LA Región Huánuco con un área de 2mil 500 m². Cuenta con 50 habitaciones y suites; mantiene una diversificación de servicios además del hospedaje, como son: restaurante, cafetería, bar, sala de eventos.

Hoy en día, Gran Hotel Huánuco, (Ex-Hotel de Turistas), esta administrado por la empresa INKA COMFORT HOTELES DEL PERU S.A.C que opera desde el año 1995.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Presentar un apropiado sistema de control interno que genere una

eficiente gestión económica y financiera en la empresa Gran Hotel Huánuco.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Establecer las dificultades que obstaculizan la fluidez de las operaciones en el área de ventas en la empresa Gran Hotel Huánuco.
- b) Comprobar la efectividad de un sistema de control interno en la mejora de la operatividad de la empresa Gran Hotel Huánuco.
- c) Relacionar y analizar el efecto de la propuesta del sistema de control interno, respecto a la gestión económica y financiera de la empresa Gran Hotel Huánuco.

1.5. HIPOTESIS GENERAL

Un apropiado sistema de control interno incide de manera significativa en la eficiencia de la gestión económica y financiera de la empresa Gran Hotel Huánuco.

1.5.1. HIPÓTESIS ESPECÍFICOS

- a) Detectados los puntos débiles, habrá una fluidez de las operaciones en el área de ventas en la empresa Gran Hotel Huánuco.
- b) La aplicación de un sistema de control interno mejorará la operatividad en la empresa Gran Hotel Huánuco.
- c) Habrá un efecto positivo de la aplicación del sistema de control interno en el área de ventas, respecto a la gestión económica y financiera de la empresa Gran Hotel Huánuco.

1.6. VARIABLES

1.6.1. INDEPENDIENTE

Aplicación de un Sistema de Control Interno

1.6.2. DEPENDIENTE

Gestión económica y financiera de la empresa Gran Hotel Huánuco .

CAPITULO II

EL MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

Se revisó algunos trabajos que sirvió para el desarrollo de la presente investigación, los encontrados fueron los siguientes:

- a. Tovar Castro, Yennis. (2005). Tesis (Venezuela). “Análisis del sistema de control interno aplicado a las cuentas por cobrar en el hotel Stauffer Maturín en el I- Semestre del 2004”. En este trabajo de investigación se hace referencia que para la empresa es de gran importancia la protección de sus activos y el buen desempeño de los departamentos que la conforman. Por lo tanto, el departamento que no aplique controles internos adecuados, puede correr el riesgo de tener desviaciones en sus operaciones y las decisiones tomadas serían erróneas, porque estarían basadas en información poco confiable. Además la utilidad de la información contable y financiera se obtiene siempre y cuando se procese en tiempo preciso, en la forma correcta y de manera fiable. Uno de los objetivos del Sistema de Control Interno es el de garantizar la veracidad de dicha información. Asimismo resalta la importancia de realizar un análisis del Sistema de Control Interno aplicado a las cuentas por cobrar en la empresa hotelera, a fin de determinar las fallas de los mecanismos de control interno que afectan el desarrollo de las actividades en el departamento de crédito y cobranzas. Esto con la finalidad de aplicar a tiempo las medidas correctivas necesarias, que permitan la

exactitud de la información suministrada por los Estados Financieros, garantizando que la misma sea clara, precisa y confiable para lograr las metas de la organización.

- b.** Gonzales Ramos, Olivia del Carmen. (2001). Tesis (México). “Comentarios sobre la Importancia del Control Interno en un Hotel”.

En este trabajo de investigación se muestra que la ventaja de mantener un control interno, radica en que es factible su aplicación e implementación tanto en las pequeñas como en las grandes empresas; independientemente del giro o actividad que manipulen cada una de ellas , adecuándose a las necesidades de información que se necesite en áreas específicas de la organización y de esta forma evitar que se incurra en el desorden del personal, los fraudes, robos, despilfarros, o uso inadecuado de las instalaciones de la empresa, afectando la calidad y generando cuellos de botella, o llegar al punto de quiebra.

- c.** Álvarez Bolaños, Sonia Celia. (2012). Tesis (Ecuador). Auditoría de Gestión Aplicada en El “Hotel Quito” para mejorar su Eficiencia, Eficacia y Efectividad. La presente tesis se ha desarrollado con el propósito de evaluar los procesos administrativos de las áreas de Adquisiciones, Recursos Humanos, Habitaciones y Recepción, en términos de eficiencia y efectividad, con la finalidad de informar los resultados obtenidos y proponer recomendaciones para optimizar la gestión institucional de corto, mediano y largo plazo, en sus metas y objetivos.

2.2. Marco Teórico

2.2.1. CONTROL INTERNO

Control interno comprende el plan de organización y todos los métodos y procedimientos que en forma conjunta se adoptan en el negocio para salvaguardar los activos, verificar la razonabilidad y confiabilidad de la información financiera, así también busca promover la eficiencia operacional y provoca la adherencia a las políticas prescritas por la administración. (Perdomo Moreno Abraham: "Fundamentos del Control Interno", 2000. Pag.3)

a. El control interno se clasifica en:

- Por la Función

Administrativo: a este lo conforma el plan de organización, procedimientos y registros relacionados con los procesos de decisión para poder autorizar las actividades comerciales de la dirección quien debe alcanzar los objetivos establecidos, lo cual es la base para establecer un control contable.

Contable: Comprende el plan de organizaciones y procedimientos

y registros que se refieren a la protección de los activos y a la

confiabilidad de los registros financieros y consecuentemente están diseñados para suministrar razonable seguridad en que:

- Las transacciones se ejecutan de acuerdo con autorización general o específica de la gerencia.
- Las transacciones se registran conforme es necesario, para permitir la preparación de estados financieros de conformidad

con los principios de contabilidad generalmente aceptados o, cualquier otro criterio aplicable a dichos estados, y para mantener datos relativos a la responsabilidad sobre los activos.

- El acceso a los activos solo se permite con autorizaciones de la gerencia.
- Los datos registrados relativos a los activos son comparados con los activos existentes durante intervalos razonables y se toman las medidas apropiadas con respecto a cualquier diferencia.

- **Por la Acción:**

Previo: se aplica antes de llevar a cabo las operaciones, está constituido por el conjunto de normas, procedimientos, políticas, reglas, implantados para evitar errores en el proceso de las transacciones.

Concurrente: está inmerso en el proceso de las operaciones, se aplica simultáneamente a la ejecución de las operaciones y desempeño de los funcionarios. Se debe concentrar en la obtención de mejoras con los menores esfuerzos y recursos, sin eludir la responsabilidad de verificar la corrección de las operaciones.

Posterior: examen que se efectúa después de producidas las operaciones financieras y administrativas, con el objeto de verificar, revisar y analizar, de acuerdo a la documentación y resultados de las mismas.

- **Por la Ubicación:**

Control Interno: como elemento básico y fundamental de toda administración y expresión utilizada para definir, en general, las medidas adoptadas por los propietarios o administradores, y verificar la dirección y control de las operaciones administrativas y financieras de sus organizaciones.

Control Externo Privado: examen a cargo de personas que actúan por mandato de una empresa. Esta función es encomendada a los auditores independientes para el control posterior del área financiera o parte de ella.

b. Objetivos del Control Interno

Todo sistema de control interno, dentro de una empresa tiene como objetivos principales los siguientes. (FONSECA LUNA, Oswaldo: “Sistema de Control Interno para Organizaciones”. Edit. IICO, 2011. 1º Edición. Pág. 42 y 43.)

- Proteger y salvaguardar los activos de la empresa y evitar su mala utilización
- Obtener información financiera veraz y confiable
- Aumentar la eficiencia y productividad en las operaciones
- Lograr que se cumplan las políticas establecidas por la Empresa.

c. Componentes del Control Interno

El informe COSO I plantea un marco integrado de control que consta de cinco componentes interrelacionados, derivados del estilo de la dirección e integrados al proceso de gestión. Que son los siguientes: Ambiente de Control, Evaluación de Riesgos, Actividades de Control, Información y Comunicación y Supervisión.

- **AMBIENTE DE CONTROL**

Comprende aspectos tales como: Principios éticos que rigen a la Organización, la filosofía de la empresa, el modo de ver el desarrollo de los trabajos y la forma de organizarse.

El ambiente de control es aquel componente que fija el tono de la organización y, sobre todo, provee disciplina a través de la influencia que ejerce sobre el comportamiento del personal en su conjunto.

Los principales factores del Ambiente de Control son:

- La filosofía y estilo de la dirección y la gerencia.
- La estructura, el plan organizacional, los reglamentos y los manuales de procedimiento.
- La integridad, los valores éticos, la competencia profesional y el compromiso de todos los componentes de la organización, así como su adhesión a las políticas y objetivos establecidos.
- Las formas de asignación de responsabilidades y de administración y desarrollo del personal.

- **VALUACIÓN DE RIESGOS**

El control interno ha sido pensado esencialmente para limitar los riesgos que afectan las actividades de las organizaciones. A través de la investigación y análisis de los riesgos relevantes y el punto hasta el cual el control vigente los neutraliza se evalúa la vulnerabilidad del sistema. Para ello, debe adquirirse un conocimiento práctico de la entidad y sus componentes de manera que se pueda identificar los puntos débiles, enfocando los riesgos, tanto al nivel de la organización (interno y externo) como de la actividad.

El establecimiento de objetivos es anterior a la evaluación de riesgos. Si bien aquéllos no son un componente del control interno, constituyen un requisito previo para el funcionamiento del mismo.

Los objetivos (relacionados con las operaciones, con la información financiera y con el cumplimiento), pueden ser explícitos o implícitos, generales o particulares. Estableciendo objetivos globales y por actividad, una entidad puede identificar los factores críticos del éxito y determinar los criterios para medir el rendimiento.

A este respecto cabe recordar que los objetivos de control deben ser específicos, así como adecuados, completos, razonables e integrados a los globales de la Institución.

Una vez identificados, el análisis de los riesgos incluirá:

- Una estimación de su importancia / trascendencia.
- Una evaluación de la probabilidad/ frecuencia.

- Una definición del modo en que habrán de manejarse.

Dado que las condiciones en que las entidades se desenvuelven suelen sufrir variaciones, se necesitan mecanismos para detectar y encarar el tratamiento de los riesgos asociados con el cambio. Aunque el proceso de evaluación es similar al de los otros riesgos, la gestión de los cambios merece efectuarse independientemente, dada su gran importancia y las posibilidades de que los mismos pasen inadvertidos para quienes están inmersos en las rutinas de los procesos.

- **ACTIVIDADES DE CONTROL**

Están constituidas por los procedimientos específicos establecidos como un reaseguro para el cumplimiento de los objetivos, orientados primordialmente hacia la prevención y neutralización de los riesgos.

Las actividades de control se ejecutan en todos los niveles de la organización y en cada una de las etapas de la gestión, partiendo de la elaboración de un mapa de riesgos, según lo expresado en el punto anterior: conociendo los riesgos, se disponen los controles destinados a evitarlos o minimizarlos, los cuales pueden agruparse en tres categorías, según el objetivo de la entidad con el que estén relacionados:

- Las operaciones
- La confiabilidad de la información financiera
- El cumplimiento de leyes y reglamentos

- **INFORMACION Y COMUNICACIÓN**

Así como es necesario que todos los agentes conozcan el papel que les corresponde desempeñar en la organización (funciones, responsabilidades), es imprescindible que cuenten con la información periódica y oportuna que deben manejar para orientar sus acciones en consonancia con los demás, hacia el mejor logro de los objetivos. La información relevante debe ser captada, procesada y transmitida de tal modo que llegue oportunamente a todos los sectores permitiendo asumir las responsabilidades individuales.

La información operacional, financiera y de cumplimiento conforma un sistema para posibilitar la dirección, ejecución y control de las operaciones.

Está conformada no sólo por datos generados internamente sino por aquellos provenientes de actividades y condiciones externas, necesarios para la toma de decisiones.

Los sistemas de información permiten identificar, recoger, procesar y divulgar datos relativos a los hechos o actividades internas y externas, y funcionan muchas veces como herramientas de supervisión a través de rutinas previstas a tal efecto. No obstante resulta importante mantener un esquema de información acorde con las necesidades institucionales que, en un contexto de cambios constantes, evolucionan rápidamente. Por lo tanto deben adaptarse, distinguiendo entre indicadores de alerta y reportes cotidianos en apoyo de las

iniciativas y actividades estratégicas, a través de la evolución desde sistemas exclusivamente financieros a otros integrados con las operaciones para un mejor seguimiento y control de las mismas.

Ya que el sistema de información influye sobre la capacidad de la dirección para tomar decisiones de gestión y control, la calidad de aquél resulta de gran trascendencia y se refiere entre otros a los aspectos de contenido, oportunidad, actualidad, exactitud y accesibilidad.

- **SUPERVISIÓN**

La supervisión o monitoreo es tarea de la dirección, pues es necesario contar con la existencia de una estructura de control interno idónea y eficiente, así como su revisión y actualización periódica para mantenerla en un nivel adecuado. Procede la evaluación de las actividades de control de los sistemas a través del tiempo, pues toda organización tiene áreas donde los mismos están en desarrollo, necesitan ser reforzados o se impone directamente su reemplazo debido a que perdieron su eficacia o resultaron inaplicables. Las causas pueden encontrarse en los cambios internos y externos a la gestión que, al variar las circunstancias, se generan nuevos riesgos, que la organización debe afrontar.

d. Importancia del Control Interno

Es un proceso aplicado en la ejecución de las operaciones, es una herramienta y un medio utilizado para apoyar la

consecución de los objetivos de la organización. Su identificación e incorporación en el funcionamiento de la empresa es de gran importancia para obtener resultados de eficiencia, eficacia y economía en la gestión empresarial.

e. Limitaciones del Control Interno

Existen muchas falsas expectativas referentes a los logros que se desean conseguir. Hay quienes lo implementan en sus organizaciones a fin de asegurarles éxito o cambiar su ineficaz administración por una eficaz; sin embargo, esto es una gran mentira pues, aunque busca lograr el cumplimiento de los objetivos y metas trazadas, estas no son eficaces si éstos últimos no fueron trazados adecuadamente.

(MANTILLA B., Samuel Alberto: "Control Interno. Informe COSO". Edit. ECOE Ediciones, 2005. 4º edición)

Además no puede garantizar una certidumbre absoluta a la información, pues estas son susceptibles a mal juicio por parte de quienes lo presentan; así como también, en la toma de decisiones por parte de la alta gerencia.

2.2.2. GESTION EMPRESARIAL

La Gestión empresarial es el proceso de planificar, organizar, ejecutar y evaluar una empresa, lo que se traduce como una necesidad para la supervivencia y la competitividad de las pequeñas y medianas empresas a mediano y largo plazo.

La gestión funciona a través de personas y equipos de trabajo

para lograr resultados. Cuando se promociona a una persona dentro de una empresa, es necesario que también se promocionen también sus responsabilidades y no caer en ciclos sin sentido donde las mismas persona hacen las mismas cosas todo el tiempo.

La gestión empresarial se basa principalmente en cuatro funciones que son: La planificación que se utiliza para combinar los recursos con el fin de planear nuevos proyectos, la organización en donde se agrupan todos los recursos con los que la empresa cuenta, haciendo que trabajen en conjunto; la dirección que implica un elevado nivel de comunicación de los administradores hacia los empleados, para crear un ambiente adecuado de trabajo, para aumentar la eficiencia del trabajo y el control del mismo que podrá cuantificar el progreso que ha demostrado el personal.

Uno de sus objetivos principales es conducir los esfuerzos que realizan los colaboradores en pos de los objetivos de la organización. Su éxito depende de su capacidad para lograr los niveles más altos de productividad, de manera que sus empleados rindan de acuerdo a sus reales potenciales de desempeño. Durante las últimas décadas, se han producido importantes cambios en el carácter del trabajo sin cambios correspondientes en las modalidades de gestión.

Una buena gestión, contribuye a identificar aquellos factores que influyen en el mejor resultado de la empresa, y también identificar a tiempo para tomar medidas de solución y nuevas

estrategias.

- **Gestión Económico-Financiera**

La gestión económico financiera es un conjunto de procesos coordinados e interdependientes que abarca una serie de acciones sucesivas e interrelacionadas, dirigidas a alcanzar eficientemente objetivos; encaminados a planificar, organizar controlar y evaluar los recursos económicos y financieros disponibles en la organización, con la finalidad de garantizar de manera eficiente y eficaz la consecución de sus objetivos trazados coherentes con la misión empresarial.

2.2.3. AREA DE VENTAS

El área de venta de servicios en una empresa hotelera, involucra diversas áreas operativas, puesto que de todas ellas depende la satisfacción de los clientes en sus diversos tipos. Es precisamente que esta área debe depender de estrictos procedimientos y políticas que contribuyan con el buen desempeño organizacional. Y para lograr el cumplimiento de sus fines se deben ejercer en ella las siguientes funciones:

- **Desarrollo del Servicio:** se debe ejercer una adecuada prestación del servicio desde la recepción del cliente hasta la adecuada facturación del servicio prestado, esto generará una mejor perspectiva por parte del cliente y así mismo se logrará el ejercicio de políticas y procedimientos establecidos que incidirán directamente en la gestión de la empresa.
- **Personal de ventas:** Los colaboradores involucrados en

el área deberán desarrollar de la manera más eficiente el proceso de integración de la información, pues es así que se logrará obtener oportuna y verazmente la información pero no ajena a supervisión ni control.

- Administración del área de ventas: Es responsabilidad de los gerentes de la misma, el cual debe establecer la organización, determinar los procedimientos, dirigir el personal administrativo, coordinar el trabajo de los miembros del área, llevar el control del archivo maestro de clientes y así designar tareas a los jefes de las diversas secciones de esta área.

Las debilidades más saltantes en el área de ventas que determinan la necesidad de implementar un sistema de control interno, son las siguientes:

- No mantiene políticas ni procedimientos explícitos para el buen desarrollo del proceso de ventas, por ende no se determinan correctamente los impuestos correspondientes por ventas e ingresos.
- Al no contar con procedimientos establecidos, conlleva a que el personal no desempeña la totalidad de sus actividades asignadas.
- las reservas generadas por los clientes a través de la página web, tiene un desfase de 24 horas con el sistema operativo, por tanto no se mantiene información oportuna en cuanto a las reservas, situación que en muchas ocasiones genera incomodidad en el cliente.
- No se está teniendo el debido control sobre los precios establecidos en el archivo maestro del sistema ya que permite realizar modificaciones en ella al momento de asignar el importe del servicio prestado.

- Se cuenta con lista de precios sin embargo las facturas emitidas y registradas no concuerdan con la lista de precios aprobada.
- Además existe inadecuado registro de los ingresos en el periodo correspondiente, así también no se está llevando un adecuado monitoreo de las facturaciones al crédito.

Es causante todo lo descrito para que la empresa implemente un sistema de control interno para el área de ventas con la finalidad de lograr minimizar los efectos negativos, y progresivamente mejorar de la eficiencia y eficacia del área que indudablemente repercute a nivel gerencial.

2.2.4. MARCO CONCEPTUAL.- TERMINOS BASICOS DE LA INVESTIGACION

2.2.4.1. Control interno

El sistema de control interno es un plan que presenta métodos y procedimientos coordinados y medidas adoptadas con el cual la organización trabaja con el fin de salvaguardar sus activos y verificar la confiabilidad de los datos contables. Es un proceso integral que busca cumplir con los objetivos y metas que la organización se han trazado. El Control Interno consta de 5 componentes: Ambiente de control, Valoración de riesgos, Actividades de control, Información y comunicación y Monitoreo.

2.2.4.2. Gestión

Está dirigida u orientada a la planificación y organización, puesto que estos elementos son de vital importancia en el

buen funcionamiento de la empresa, lo cual involucra llevar a cabo los correctos procedimientos a través de directores, gerentes, consultores y expertos; que permitan mejorar la productividad y por ende la competitividad de las empresas.

2.2.4.3. Gestión Económico Financiera

Es un conjunto de procesos, coordinados e interdependientes encaminados a planificar, organizar, controlar y evaluar los resultados económico-financieros disponibles en la organización para garantizar de la mejor manera posible la consecución de unos objetivos sociales fijados previamente y coherente con su misión.

2.2.4.4. Eficiencia

La palabra eficiencia hace referencia al uso de los recursos: humanos, financieros, tecnológicos, físicos, de conocimientos, etc., y los resultados obtenidos. Aplicado al campo económico, eficiencia es la capacidad de disponer de los recursos con los que cuenta una empresa para emplearlos hacia un efecto determinado.

2.2.4.5. Eficacia

Está relacionada con el logro de los objetivos y/o resultados propuestos, es decir, con la realización de actividades que permitan alcanzar las metas establecidas. La eficacia es la medida en que alcanzamos el objetivo o resultado.

2.2.4.6. Hotelería

La hotelería es una actividad económica que consiste en la prestación de servicios ligados al alojamiento y alimentación

esporádicos, muy usualmente ligados al turismo.

2.2.4.7. Prestación de Servicios

Es aquella actividad que involucra la ejecución de tareas acordadas mediante un contrato, en un plazo determinado. Los servicios pueden prestarse en uno o varios periodos.

2.2.4.8. Ingreso

Ingreso es el flujo de entrada bruta de beneficios económicos durante el periodo proveniente del curso de las actividades ordinarias de la empresa, que originan un incremento del patrimonio, diferente a aquellos que surgen como aporte de los accionistas.

2.2.4.9. Racionalizar la documentación

Las empresas elaboran y mantienen documentación de sus procesos, procedimientos y otros elementos de sistemas de control interno por varias razones. Una de ellas es para promover consistencia en el seguimiento de las prácticas deseadas para el funcionamiento de la empresa. Una documentación eficaz ayuda a comunicar lo que se debe hacer, cómo se debe hacer, y también crea expectativas de desempeño. Otra función de la documentación es ayudar a formar a nuevo personal y como recordatorio o material de referencia para otros trabajadores. La documentación también proporciona evidencia para respaldar los procesos y procedimientos de la eficacia del control interno.

2.3. MARCO HISTÓRICO

2.3.1. El Control Interno

Reflejar el entorno económico en el que se mueve la empresa actualmente, sería resumirlo en una sola palabra: dinamismo. Los cambios que el contexto económico está sufriendo, son de tal magnitud

que algunos autores hablan de una segunda revolución industrial: el paso de la era informática a la digital. La nueva situación a la que deben enfrentarse las empresas las obliga a desarrollar medios de adaptación y buscar nuevas maneras de desenvolverse en el mercado, que les permita sobrevivir. Los problemas y las soluciones de una empresa tienden a cambiar en la medida en que se incrementan el número de empleados, las cifras de ventas y las nuevas operaciones que surgen en la búsqueda de ofertar algo diferente.

Las organizaciones que no crecen en tamaño pueden conservar los mismos instrumentos de dirección y prácticas por mucho tiempo. La implementación de un sistema de control interno ha adquirido especial importancia y por lo tanto ha ido ampliando sus ámbitos de aplicación. En la época en que las empresas se caracterizaban porque propiedad y dirección coincidían en la misma persona, sólo era necesario un sistema de control interno para el ámbito contable, de esa manera proteger a los activos de pérdidas que se derivaban de errores intencionados. Posteriormente, y como consecuencia de una mayor complejidad de las operaciones, se requirió la introducción de nuevas técnicas de dirección que provocaron el surgimiento de directivos que

conociesen e implementasen dichas técnicas. A partir de este momento la implantación del sistema de control interno tiene como principal finalidad la protección de los activos contra pérdidas que se deriven de errores intencionales o no intencionales en el procesamiento de las transacciones y manejo de los activos correspondientes.

Llegado a este punto se empieza a ver la necesidad de implantar el sistema de control interno no sólo en el ámbito financiero-contable, sino también en el ámbito de la gestión y dirección de manera que permita proporcionar, con una seguridad razonable, la consecución de los objetivos específicos de la entidad. Como producto del proceso de internacionalización, la implantación del sistema de control interno está relacionada con aspectos particulares del management, tales como la consecución de los objetivos, la planificación estratégica y la dirección del riesgo, así como la realización de acciones correctivas.

Hoy en día producto de un mundo económico integrado las empresas se encuentran en la necesidad de integrar metodologías y conceptos en todos los niveles de las diversas áreas administrativas y operativas con la finalidad de ser competitivos y responder a las nuevas exigencias empresariales. Es por ello que el control interno se entiende como el proceso que ejecuta la administración con el fin de evaluar operaciones específicas con seguridad razonable en tres principales categorías: efectividad y eficiencia operacional, confiabilidad de la información financiera y por último el cumplimiento de políticas, leyes y normas.

2.3.2. La Industria Hotelera en el Perú

A partir de la última mitad de los años ochenta el turismo del país, tanto receptivo como nacional, sufrió una caída sin precedentes debido principalmente a la inseguridad que generó el accionar del grupo

terrorista Sendero Luminoso. Esta reducción de la demanda turística afectó sobre todo a las zonas andinas y más alejadas, donde la presencia del estado era muy débil y las condiciones geográficas y sociales hacían más difícil la ejecución de las campañas contrainsurgentes de las fuerzas del orden.

Durante la década del 90, el sector hotelero en el Perú, ha mostrado un gran crecimiento debido al mayor flujo de turistas a nuestro país, y los factores que han contribuido a este crecimiento son, la estabilidad económica y tributaria, las leyes de fomento a la inversión privada y la pacificación del país.

En 1993 el gobierno otorgó beneficios durante dos años a las empresas que invirtieran en el sector hotelero, esta medida atrajo a muchos inversionistas y la infraestructura creció significativamente; sin embargo a pesar de las inversiones realizadas el sector hotelero no se ha cubierto la demanda de alojamientos debido al continuo crecimiento del turismo.

❖ Importancia del Sector Hotelero

El mercado hotelero peruano muestra su dinamismo con

la apertura y construcción de nuevos establecimientos hoteleros en diversas regiones del país, con el sello de grandes marcas nacionales e internacionales.

El desarrollo del sector hotelero en el Perú está ligado íntimamente al desarrollo de turismo. La infraestructura hotelera juega un papel

importantes pues de la calidad de los servicios hoteleros va a depender la buena imagen que se haga el turista del Perú. Uno de los aspectos fuertes del Perú es que en "Estudios realizados en el país coinciden en señalar que el Perú es visto por los extranjeros como un destino turístico histórico – arqueológico".¹

Por tanto mantenemos un atractivo importante para el turismo mundial. El sector hotelero ha crecido junto al turismo. Si revisamos la evolución del turismo en el Perú en relación al sector hotelero, se puede afirmar que ambos han crecido casi al mismo ritmo. Actualmente, la alta rentabilidad de la industria hotelera peruana, se encuentra al mismo nivel de los principales países de la región, lo que comprueba que es un sector en franco crecimiento.

“Las tarifas reflejan los niveles de ocupación. Por el ejemplo, el Hotel Marriott (Estados Unidos) es uno de los más exitosos que tenemos en Perú con una ocupación del 90% anual. La cadena Ibis (Francia) supera el 90% y es considerado el hotel más caro de Latinoamérica”, precisó.

Por tanto estos resultados significan que hay un mercado creciente en Perú, listo para recibir a todas las marcas hoteleras. Sin embargo, refirió que no todas las marcas de hoteles se encuentran en Perú porque no existen los incentivos necesarios para concretar importantes inversiones en el rubro hotelero.

- **Inversiones Hoteleras En Perú 2009 – 2013**

El mercado hotelero peruano muestra su dinamismo con la apertura y construcción de nuevos establecimientos hoteleros en diversas regiones del país, con el sello de grandes marcas nacionales e internacionales.

De acuerdo a cifras de la Sociedad Hoteles del Perú (SHP) al menos

21 nuevos hoteles se proyectaron para el 2011, con una inversión de

475.4 millones de dólares, mientras que las perspectivas de crecimiento se mantienen para los siguientes dos años.

La construcción de un hotel en el Perú debería demorar dos años, pero en la actualidad, demora unos cinco años en promedio antes de su apertura oficial por las trabas burocráticas.

El 2011 fue un año trascendental para el sector hotelero peruano pues muchos proyectos anunciados verán la luz e ingresarán otros nuevos de la mano de grandes cadenas. Varios de los proyectos que se vieron paralizados, por efectos de la crisis financiera y los fenómenos naturales de los últimos años, se concretarán este año.

2.4. MARCO LEGAL

✓ **NIC 1: Presentación de Estados Financieros**

Establece las bases para la presentación de los estados financieros con propósitos de información general, a fin de asegurar que los mismos sean comparables, tanto con los estados financieros de la misma organización de ejercicios anteriores, como con los de otras organizaciones. Al elaborar los estados financieros, la gerencia evaluará la capacidad que tiene la entidad para continuar en funcionamiento.

✓ **NIC 18: Ingresos**

Para los ingresos ordinarios que surgen de la prestación de servicios, provisto que se satisfacen todos los siguientes criterios, los ingresos ordinarios deben ser reconocidos por referencia a la etapa de terminación de la transacción a la fecha del balance general (el método del porcentaje de terminación)

La cantidad de ingresos ordinarios puede ser medida confiablemente; es probable que los beneficios económicos fluirán para el vendedor; la etapa de terminación a la fecha del balance general puede ser medida confiablemente; y los costos incurridos, o a ser incurridos, con relación a la transacción, pueden ser medidos confiablemente.

Cuando no se satisfacen los anteriores criterios, los ingresos ordinarios que surgen de la prestación de servicios deben ser reconocidos solamente en la extensión en que los gastos

reconocidos sean recuperables (“enfoque de recuperación de costos

✓ **Informe COSO (COMMITTEE OF SPONSORING ORGANIZATIONS)**

El Informe COSO es un documento que especifica un modelo común de control interno con el cual las organizaciones pueden implantar, gestionar y evaluar sus sistemas de control interno para asegurar que éstos se mantengan funcionales, eficaces y eficientes.

El Informe C.O.S.O. define al control interno como el proceso de evaluar las operaciones de la organización que llevan a cabo el consejo de administración, directivos y personal en general para asegurar y mantener efectividad y eficiencia en las operaciones lo cual significa que permiten lograr los objetivos empresariales básicos de la organización (rendimiento, rentabilidad y protección de los activos).

Además se debe mostrar confiabilidad de la información financiera basado en el control de la elaboración y publicación de estados contables confiables, incluyendo estados intermedios y abreviados, además de la

información financiera extraída de estos estados. Así como también asegurar el cumplimiento de políticas, leyes y normas.

- ✓ **NORMA INTERNACIONAL DE AUDITORÍA 265: Comunicación de las Deficiencias en el Control Interno a los Responsables del Gobierno y a la Dirección de la Entidad**

Esta Norma Internacional de Auditoría (NIA) trata de la responsabilidad que tiene el auditor de comunicar adecuadamente, a los responsables del gobierno de la entidad y a la dirección, las deficiencias en el control interno que haya identificado durante la realización de la auditoría de los estados financieros. Esta NIA no impone responsabilidades adicionales al auditor con respecto a la obtención de conocimiento del control interno y al diseño y la realización de pruebas de control.

Los controles se pueden diseñar para que funcionen de forma individual o en combinación con otros con el fin de prevenir, o detectar y corregir, eficazmente las incorrecciones. Por ejemplo, los controles sobre las cuentas a cobrar pueden consistir tanto en controles automatizados como manuales, diseñados para operar conjuntamente con el fin de prevenir, o detectar y corregir, incorrecciones en el saldo de la cuenta. Una deficiencia en el control interno puede no tener suficiente importancia, por sí sola, para constituir una deficiencia significativa. Sin embargo, un conjunto de deficiencias que afecten al mismo saldo contable o información a revelar, afirmación relevante o componente del control interno puede aumentar los riesgos de incorrección hasta el punto de dar lugar a una deficiencia significativa.

✓ **NORMA INTERNACIONAL DE AUDITORÍA 400:**
Evaluaciones De Riesgo Y Control Interno

El propósito de esta Norma Internacional de Auditoría (NIA) es

establecer normas y proporcionar lineamientos para obtener una comprensión de los sistemas de contabilidad y de control interno y sobre el riesgo de auditoría y sus componentes: riesgo inherente, riesgo de control y riesgo de detección. “Riesgo de auditoría” significa el riesgo de que el auditor dé una opinión de auditoría inapropiada cuando los estados financieros están elaborados en forma errónea de una manera importante. El riesgo de auditoría tiene tres componentes: riesgo inherente, riesgo de control y riesgo de detección.

El “Riesgo inherente” es la susceptibilidad del saldo de una cuenta o clase de transacciones a una representación errónea que pudiera ser de importancia relativa, individualmente o cuando se agrega con representaciones erróneas en otras cuentas o clases, asumiendo que no hubo controles internos relacionados. El “Riesgo de control” es el riesgo de que una representación errónea que pudiera ocurrir en el saldo de cuenta o clase de transacciones y que pudiera ser de importancia relativa individualmente o cuando se agrega con representaciones erróneas en otros saldos o clases, no sea prevenido o detectado y corregido con oportunidad por los sistemas de contabilidad y de control interno. El “Riesgo de detección” es el riesgo de que los procedimientos sustantivos de un auditor no detecten una representación errónea que existe en un saldo de una cuenta o clase de transacciones que podría ser de

importancia relativa, individualmente o cuando se agrega con representaciones erróneas en otros saldos o clases.

✓ **Decreto Supremo N° 179-2004-EF TUO de la Ley Impuesto a la Renta**

Específicamente el Impuesto a la Renta de Tercera Categoría grava la renta obtenida por la realización de actividades empresariales que desarrollan las personas naturales y jurídicas. Generalmente estas rentas se producen por la participación conjunta de la inversión del capital y el trabajo, como son las rentas que resulten de la realización de actividades que constituyan negocio habitual, tales como las comerciales, industriales y mineras; la explotación agropecuaria, forestal, pesquera o de otros recursos naturales; la prestación de servicios comerciales, financieros, industriales, transportes, etc.

✓ **Decreto Supremo N°055-99-EF TUO de la Ley del IGV**

El Impuesto General a las Ventas es un impuesto que grava el valor agregado en cada transacción realizada en las distintas etapas del ciclo económico. El impuesto bruto correspondiente a cada operación gravada es el monto resultante de aplicar la tasa del impuesto sobre la base imponible, constituida por el valor de venta en la venta de bienes, el total de la retribución en la prestación o utilización de servicios, el valor de la construcción en los contratos de construcción, el ingreso percibido en la venta de inmuebles excluido el valor del terreno y el valor de Aduana más los derechos e impuestos que afecten esta operación en las

importaciones.

✓ **Decreto Supremo N° 029-2004 MINCETUR:
Reglamento de**

Establecimientos de Hospedajes y Restaurantes

Establece las disposiciones para la clasificación, categorización funcionamiento y supervisión de los establecimientos de hospedaje ; así mismo establece los órganos competentes en dicha materia así como la obligación de presentar una declaración jurada de cumplimiento de las condiciones mínimas para la prestación del servicio; establece la clasificación de hotel, apart-hotel, hostel, resort, ecolodge y albergue que podrán ser ostentados por los establecimientos que cumplan con los requisitos de infraestructura, equipamiento y servicio conforme la clase y/o categoría solicitada.

2.5. MARCO PROCEDIMENTAL

Para cumplir con los objetivos trazados, es necesario realizar un análisis económico financiero, basado en la observación, diseño e implementación de una propuesta de control interno en el área de ventas de la empresa Gran Hotel Huánuco SA siendo así, a continuación el detalle de los procedimientos.

- Conocer las actividades realizadas en el área de ventas, verificando el escaso control que estas poseen al brindar los servicios.
- Identificar las debilidades que se muestran en la operatividad

del área, mediante observación directa, aplicación de cuestionario y encuesta realizados al personal del área y al jefe inmediato.

- Diseñar los procedimientos de control interno para mejora de la operatividad y determinar los beneficios para la organización.

CAPITULO III

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

MATERIALES Y MÉTODOS

5.1. MATERIAL DE ESTUDIO

5.1.1. Población

Gran Hotel Huánuco SA.

5.1.2. Muestra

Área de ventas de la Empresa Gran Hotel Huánuco SA.

5.2. MÉTODOS Y TÉCNICAS

5.2.1. Métodos:

En el presente trabajo se emplea el método descriptivo, ya que los datos investigados son obtenidos por observación directa; también se emplea el método explicativo, el cual amplía el conocimiento destinado a proponer un adecuado sistema de control interno para el área de ventas, como aporte para una buena gestión en la empresa gran Hotel Huánuco SA.

5.2.2. Técnicas de recolección de datos

Se utilizaron las siguientes técnicas de recolección de datos:

- Entrevista.
- Observación.
- Documentaria.

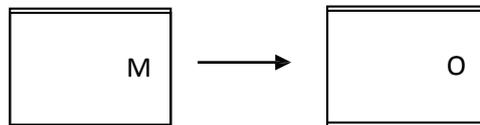
5.2.3. Instrumentos de recolección de datos

Se utilizaron los siguientes instrumentos:

- Guía de Entrevista.
- Cuestionario Interno.
- Informes, documentos Internos y Estados Financieros de la empresa.

5.2.4. Diseño de Investigación

Diseño de una sola casilla: consiste en seleccionar la muestra sobre la realidad problemática que se desea investigar.



Donde:

M: Representa a la muestra

O: Representa lo que observamos

MATRIZ DE CONSISTENCIA**TÍTULO: "INFLUENCIA EN LA ECONOMÍA DEL PERÚ ENTRE EXPORTAR PRODUCTOS****TRADICIONALES Y/O PRODUCTOS NO TRADICIONALES CON VALOR AGREGADO - 2011"**

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	TÉCNICAS ACOPIO DATOS
<p>Problema General</p> <p>¿De qué forma un apropiado Sistema de Control Interno trascenderá en la gestión económica financiera de la empresa Gran Hotel Huánuco?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <p>a) ¿Cuáles son los puntos débiles, que dificultan la fluidez de las operaciones en el área de ventas en la empresa Gran Hotel Huánuco S.A.?</p> <p>b) ¿De qué manera un sistema de control interno mejora la operatividad del servicio en la empresa Gran Hotel Huánuco?</p> <p>c) ¿Cuál es el efecto positivo de la propuesta del sistema de control interno, respecto a la gestión económica y financiera de la empresa Gran Hotel Huánuco?</p>	<p>Objetivo General. Presentar un apropiado sistema de control interno que genere una eficiente gestión económica y financiera en la empresa Gran Hotel Huánuco.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>a) Establecer las dificultades que obstaculizan la fluidez de las operaciones en el área de ventas en la empresa Gran Hotel Huánuco.</p> <p>b) Comprobar la efectividad de un sistema de control interno en la mejora de la operatividad de la empresa Gran Hotel Huánuco.</p> <p>c) Relacionar y analizar el efecto de la propuesta del sistema de control interno, respecto a la gestión económica y financiera de la empresa Gran Hotel Huánuco.</p>	<p>Hipótesis General Un apropiado sistema de control interno incide de manera significativa en la eficiencia de la gestión económica y financiera de la empresa Gran Hotel Huánuco.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS</p> <p>a) Detectados los puntos débiles, habrá una fluidez de las operaciones en el área de ventas en la empresa Gran Hotel Huánuco.</p> <p>b) La aplicación de un sistema de control interno mejorará la operatividad en la empresa Gran Hotel Huánuco.</p> <p>c) Habrá un efecto positivo de la aplicación del sistema de control interno en el área de ventas, respecto a la gestión económica y financiera de la empresa Gran Hotel Huánuco.</p>	<p><u>VARIABLE INDEPENDIENTE</u> Aplicación de un Sistema de Control Interno</p> <p><u>VARIABLE DEPENDIENTE</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión económica y financiera de la empresa Gran Hotel Huánuco . • . 	<p>Observación (opc) Revisión documental</p> <p>Revisión documental Revisión documental Entrevistas y Observaciones Revisión documental Revisión documental Revisión documental</p> <p>Encuesta (opc) Grupo de opinión</p>

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS

RESULTADOS

Los resultados mostrados en el presente capítulo, pertenecen a la compañía materia de investigación Gran Hotel Huánuco, cuya información fue obtenida de los documentos fuente y el diálogo con el personal y directivos de la empresa.

4.1. Generalidades:

Es uno de los complejos hoteleros más grandes y completos del departamento de Huánuco, su Razón Social es: INKA COMFORT HOTELES DEL PERU S.A.C. con RUC: 20104151524 y con nombre comercial GRAND HOTEL HUANUCO, ubicado en: JR. DAMASO BERAUN NRO. 775 HUANUCO - HUANUCO - HUANUCO. Dedicado a hoteles, campamentos y otros. Con CIUU: 55104 como actividad principal y restaurantes, bares y cantinas. Con CIUU: 55205 como actividad Secundaria 1, cuenta con 120 habitaciones.

Entre los servicios que

brinda:

- Habitaciones
- Sauna
- Restaurante
- Spa
- Bar
- Room Service
- Salas de Eventos
- Piscina

CUADRO N°01

Servicio	%	Importe S/.
Alojamiento	55	1,529,885.50
Bar y Restaurante	18	500,689.80
Salas de Eventos Corporativos	27	751,034.70
Total Ingresos	100	2,781,610.00

Fuente: Contador General

4.2. Gestión:

a. Ventas: Gran Hotel Huánuco Ingresos por ventas 2016

En el año 2016, los ingresos por ventas de la entidad se alcanzaron a los S/.2'781,610, una cifra saludable, sin embargo con ella no se logra cumplir con la meta de vender 8% más que el ejercicio anterior. Las ventas se constituyen de la siguiente manera:

b. Gastos de Operación y Costo de Ventas.

El Costo de Ventas es de S/. 1, 696,782.00 y la depreciación de S/.389,425.00 Los gastos operativos ascendieron a S/. 736,292.16 (26.47% de las ventas), mientras que en el año 2015 fueron de S/. 722,662.22 (25.98% de las ventas). Dentro de los gastos de operación se encuentran los gastos de ventas S/. 76,965.77, 2.73% del total de las ventas, y los gastos Administrativos S/. 660,354.21, 23.74% de las ventas.

c. Beneficios Tributarios:

Por Decreto Legislativo N° 919, se considera como exportación a los servicios de hospedaje y alimentación prestados a sujetos no domiciliados, en forma individual o a través de paquetes turísticos, por el período de permanencia no mayor de 60 días, por cada entrada al país, requiriéndose la presentación del pasaporte correspondiente. Este beneficio entró en vigencia a partir del 1° de julio del 2001; el cual consiste en la compensación o devolución del saldo a favor del exportador como límite aplicado del 18% de los ingresos por la prestación de servicios. Siempre y cuando se considere los datos del sujeto no

domiciliado y el detalle del consumo y su firma, además de la fecha en que se prestó el servicio.

CUADRO N° 02

Empresa : Gran Hotel Huánuco Estado de Situación Financiera al 31 de Diciembre 2016

(Expresado en Nuevos Soles)

ACTIVO			PASIVO		
Activo Corriente			Pasivo Corriente		
Caja Bancos	120,050.89	2.21	Tributo por Pagar	21,728.67	0.40
Cuentas por Cobrar Comerciales - Terceros	37,481.95	0.69	Cuentas Por Pagar Comerciales	51,605.59	0.95
Cuentas por Cobrar Diversos	1,287,423.58	23.70	Cuentas por Pagar Diversos	2,401,017.81	44.20
	-		Beneficios Sociales de los Trabajadores	18,469.37	0.34
Mercaderías	72,247.82	1.33	Total Pasivo Corriente	2,492,821.44	45.89
Cargas Diferidas	175,458.99	3.23	Pasivo NO Corriente	-	
Total Activo Corriente	1,692,663.24	31.16	Cuestas por Pagare Diversas	2,799,195.66	51.53
	-		Total Pasivo No Corriente	2,799,195.66	51.53
Activo No Corriente	-		PATRIMONIO	-	
Inmuebles, Maquinaria y Equipo	3,630,317.21	66.83	Capital	10,321.12	0.19
Intangibles	30,420.14	0.56	Capital Adicional	4,683,071.17	86.21
Cargas Diferidas	78,766.42	1.45	Resultados Acumulados	-4,683,071.17	86.21
Total Activo No Corriente	3,739,503.76	68.84	Resultados del Ejercicio	129,828.79	2.39
			Total Patrimonio	140,149.91	2.58
TOTAL ACTIVO	5,432,167.00	100.00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	5,432,167.00	100.00

Fuente: Documentos Gran Hotel Huánuco

Elaboración: Contador General

Comentario: La partida Caja y Bancos representa el 2.21% respecto a los activos totales, esto significa que la empresa no cuenta con los

fondos suficientes para asumir obligaciones de muy corto plazo; en tanto muestra una gran suma como activo total S/3'630,317.21 cuales son un 66.83% significan activos fijos neto de depreciación, los mismos que son financiados por medio de préstamos bancarios como vemos reflejado en la partida Cuentas por Pagar Diversas de largo plazo.

d. Estado de Resultados

CUADRO Nº 03

Empresa : Gran Hotel Huánuco
Estado de Ganancias y Pérdidas por Función al 31 de Diciembre 2016
(Expresado en Nuevos Soles)

	S/	%
Mercaderías	1,057,011.80	38.00
Prestaciones de servicios	1,724,598.20	62.00
Total Ventas	2,781,610.00	100.00
Mercaderías	509,590.95	18.32
Servicios	1,179,958.96	42.42
(-) Total Costos de Ventas	1,689,549.91	60.74
UTILIDAD BRUTA	1,092,060.09	39.26
(-) Gastos de Administración	660,354.21	23.74
(-) Gastos de Ventas	75,965.77	2.73
UTILIDAD DE OPERACIÓN	355,740.10	12.79
(+) Ingresos Financieros	26,425.30	0.95
(+) Otros ingresos financieros	3,894.25	0.14
(-) Gastos financieros	190,818.45	6.86
RESULTADOS ANTES DE PART. E IMPUESTOS	195,241.21	7.02
(-) Impuesto a la Renta	41,724.15	1.50
RESULTADO DEL EJERCICIO	153,517.06	5.52

Fuente: Documentos Gran Hotel Huánuco.
Elaboración: Contador General

Comentario: Este cuadro muestra un costo de ventas que asciende al 60.74% de las ventas netas, arrojando una utilidad bruta de 39.08%,

otro gasto significativo son los gastos operativos que ascienden a 26.47% y gastos financieros figuran con 6.86%, obteniendo un 5.37% de utilidad neta en el ejercicio.

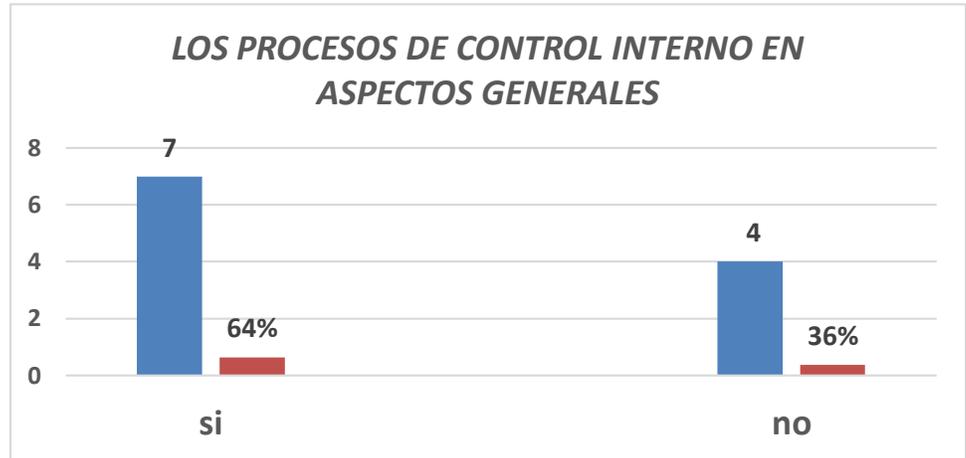
4.2. Evaluación de la unidad de ventas de la empresa gran hotel Huánuco.
4.2.1. Análisis de los procesos de control interno en aspectos generales.

CUADRO N° 04

LOS PROCESOS DE CONTROL INTERNO EN ASPECTOS GENERALES		RESPUESTA		
N°	PREGUNTA	SI	NO	N/A
1	¿Existe un organigrama en la empresa?	X		
2	¿Se tiene políticas para un adecuado proceso de ventas?		X	
3	¿Existe separación de funciones adecuadas para atenuar el riesgo de fraude?	X		
4	¿Los impuestos correspondientes por ventas e Ingresos son determinados correctamente?		X	
5	¿En el servicio de restaurante y consumo a la habitación cuenta con un control de bienes y suministros?	X		
6	¿Se concilia la información generada por el sistema operativo con los registros del sistema contable?	X		
7	¿A los fondos de caja de recepción, bar y restaurante, se realizan arqueos sorpresivos y frecuentes?	X		
8	¿Existe un Manual de Procedimientos para el área de ventas?	X		
9	¿Los comprobantes de ventas son enviados oportunamente a contabilidad para su registro y control?		X	
10	¿Son analizados los ingresos por servicio prestado?	X		
11	¿El desempeño del personal de ventas es correcto sus actividades encomendadas?		X	

Fuente: Cuestionario de Control Interno – Empresa Gran Hotel Huánuco.
Elaboración: Propia

GRAFICO N° 01



Fuente: Cuestionario de Control Interno – Empresa Gran Hotel Huánuco.
Elaboración: Propia

Com entar io:

En el Cuadro N° 04 y el Gráfico N° 01 se observa que de las 11 preguntas, 7 respuestas que representan el 63.64% muestran que las respuestas corresponden a un cumplimiento de principios de control interno, de ello podemos concluir que los resultados obtenidos en los aspectos generales en donde se evaluó las políticas con que pueda contar la empresa, procedimientos para la realización efectiva de las actividades, hechos que conllevan a la obtención de información veraz, para el adecuado y oportuno registro, por ende una buena toma de decisiones; aseguramos que la empresa tiene establecido formalidades para su proceso operativo de ventas, situación que conlleva al cumplimiento casi en la totalidad de las actividades asignadas.

6.3.1. Análisis de los procesos de control interno en procesamientos y administración del pedido de venta

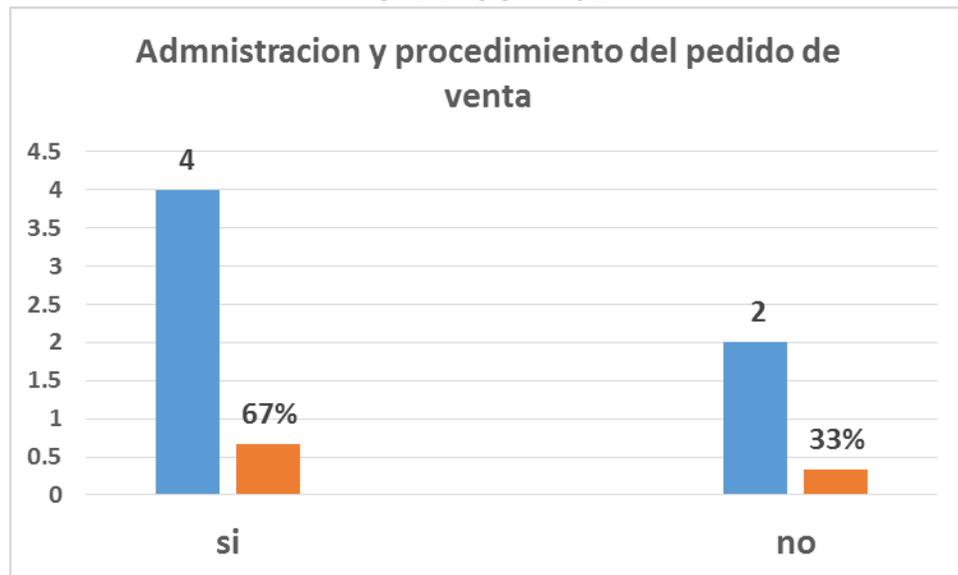
CUADRO N° 05

Administración y procedimiento del Pedido de venta		RESPUESTA		
N°	PREGUNTA	SI	NO	N/A
1	¿Las reservas cuentan con un correcto registro?	X		
2	¿Entre el servicio reservado y la disponibilidad de este existe concordancia?		X	
3	¿La empresa cuenta con una lista de precios y descuentos según el tipo de cliente?	X		
4	¿El encargado de reservas informa continuamente al recepcionista las reservas por día?	X		
5	¿Se aplica la misma tarifa a los clientes del mismo nivel?		X	
6	¿Se concilia las reservas con la llegada del cliente a la fecha correspondiente?	X		

Fuente: Cuestionario de Control Interno – Empresa Gran Hotel Huánuco.

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 02



Fuente: Cuestionario de Control Interno – Empresa Gran Hotel Huánuco.

Elaboración: Propia

Comentario:

En el Cuadro N°05 y el Gráfico N° 02, se observa que un 67% de las respuestas corresponden a un cumplimiento de principios de

control interno lo cual equivale a cuatro preguntas de un total de seis. Con relación a la primera pregunta podemos manifestar que las reservas generadas por los clientes a través de la página web, tiene un cierto desfase con el sistema operativo, por lo que se debe mantener información oportuna en cuanto a las reservas, situación que podría generar incomodidad en el cliente cuando al llegar no encuentra disponible lo elegido. La empresa si cuenta con una lista de precios según el tipo de cliente en su sistema operativo, pero no se está teniendo el debido control ya que permite realizar modificaciones en ella al momento de asignar el importe es por ello que en cuanto a la pregunta cinco no siempre se aplica la misma tarifa para el mismo tipo de cliente mostrándose como una debilidad en el área. Pero existe una conciliación constante en las reservas registradas con la llegada del cliente a la fecha pactada, mostrándose como una fortaleza puesto que se estaría contando con información real en cuanto a la disponibilidad de habitaciones.

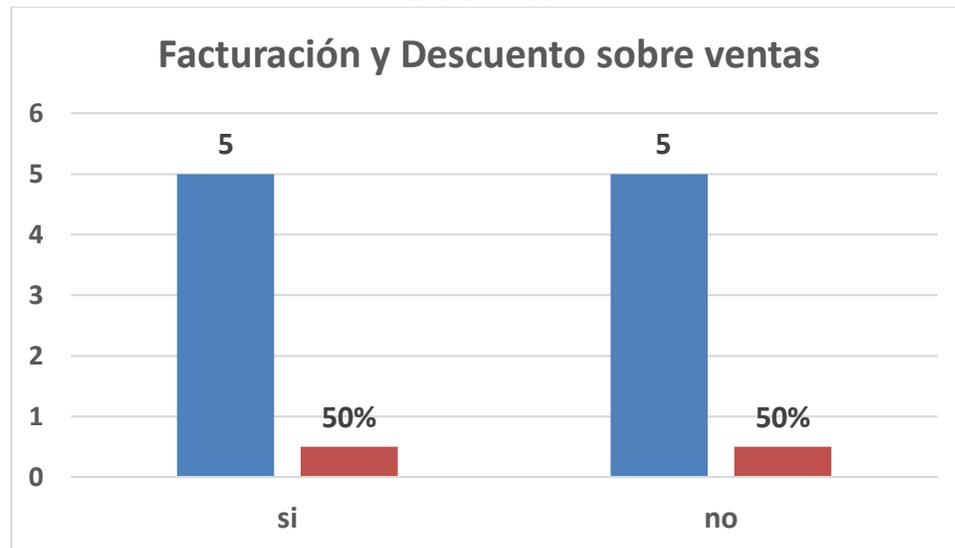
4.2.2. Análisis de los procesos de control interno en facturación y descuentos sobre ventas

CUADRO N° 06

Facturación y descuentos sobre ventas		RESPUESTA		
N°	PREGUNTA	SI	NO	N/A
1	¿Existe una lista de precios aprobada?	X		
2	¿Las listas de precios se calculan en forma automática según el tipo de cliente?	X		
3	¿Se aplica adecuadamente los descuentos por tipo de cliente?		X	
4	¿El precio de los servicios compuestos se calcula en forma automática?		X	
5	¿Se calculan y registran con exactitud los descuentos en efectivo?		X	
6	¿Se concilian las facturaciones y el efectivo por turno?	X		
7	¿El correlativo de la facturación está automatizado?	X		
8	¿La cobranza antes, después o al final del período contable se concilia para asegurar su registro completo y consistente en el período contable apropiado?		X	
9	¿La secuencia de las facturas procesadas se contabiliza?	X		
10	¿La facturación del servicio siempre se basa en una lista de precios aprobada?		X	

Fuente: Cuestionario de Control Interno – Empresa Gran Hotel Huánuco.
Elaboración: Propia

GRAFICO N° 03



Fuente: Cuestionario de Control Interno – Empresa Gran Hotel Huánuco.
Elaboración: Propia

Comentario:

Con la información del Cuadro N° 06 y el Gráfico N° 03,

encontramos que un 50% de las respuestas corresponden a un incumplimiento de principios de control interno lo cual equivale a cinco preguntas de un total de diez. Esto nos demuestra que existe cierta debilidad en el momento de la facturación y sobre todo en la aplicación de descuentos en las ventas de los servicios realizadas. En el caso de las ventas por servicio de hospedaje y alquiler de salas de eventos cuenta con lista de precios sin embargo las facturas emitidas y registradas no concuerdan con la lista de precios aprobada. Asimismo no se está desarrollando el correcto cálculo y registro de los descuentos, hay casos en que los descuentos no son de exclusividad de los clientes ya evaluados, uno de los motivos es que el sistema permite ingresar manualmente el descuento. Así mismo existen dificultades que se presenta en el proceso de facturación, es que no se está teniendo en cuenta el periodo en que efectúa, en el caso que el servicio involucra días de un mes y también del mes siguiente.

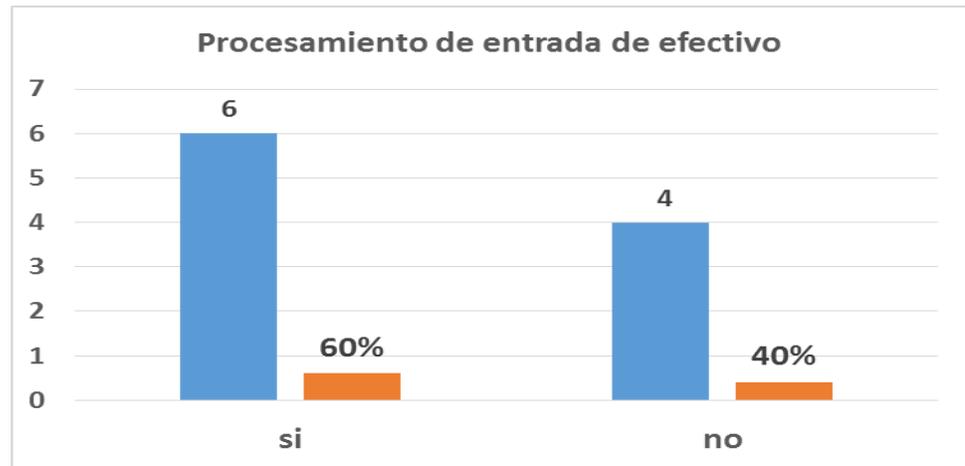
4.2.3. Análisis de los procesos de control interno en procesamiento de entrada de efectivo

CUADRO N° 07

Procesamiento de Entrada de Efectivo		RESPUESTA		
Nº	PREGUNTA	SI	NO	N/A
1	¿Se realiza arquezos o conciliaciones sorprendivos de caja?	X		
2	¿Se registran adecuadamente las entradas de efectivo en el periodo?	X		
3	¿Se proporciona a los clientes su comprobante de pago por la cancelación inmediata de un servicio?	X		
4	¿Los comprobantes de pago se emiten correlativamente?	X		
5	¿Se monitorea la facturación al crédito?		X	
6	¿Se evalúa la situación de las cuentas por cobrar?		X	
7	¿Se realiza provisión de cuentas de cobranza dudosa?	X		
8	¿Existe un procedimiento de cobranza a partir del vencimiento de las facturas?		X	
9	¿Existen políticas para cuentas incobrables o de difícil recuperación?		X	
10	¿Se concilia al finalizar un turno los comprobantes emitidos con los servicios	X		

Fuente: Cuestionario de Control Interno – Empresa Gran Hotel Huánuco.
Elaboración: Propia

GRAFICO N° 04



Fuente: Cuestionario de Control Interno – Gran Hotel Huánuco
Elaboración: Propia

**Com
entar
io:**

De acuerdo al Cuadro N° 07 y el Gráfico N° 04, se observa que un 60% de las respuestas corresponden a un cumplimiento de principios de control interno lo cual equivale a seis preguntas de un total de diez. Las eficacias en este proceso se encuentran principalmente en el adecuado registro de los ingresos en el periodo indicado, así también se está llevando un adecuado monitoreo de las facturaciones al crédito, el proceso de facturación es llevado adecuadamente existiendo un cuidado en la forma de llevar la correlación de los boletas y facturas; pero no cuenta con las políticas y procedimientos para las cuentas incobrables o de difícil recuperación.

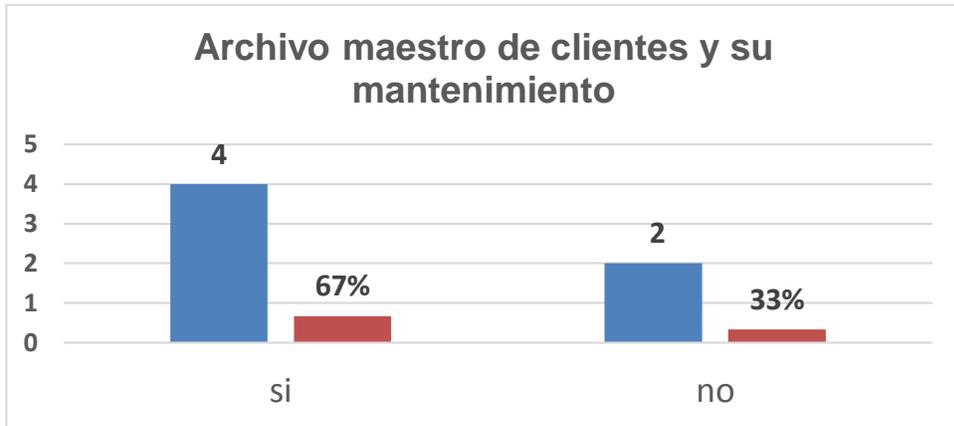
4.2.4. Análisis de los procesos de control interno en mantenimiento del archivo maestro de clientes.

CUADRO N° 08

El Archivo Maestro de Clientes y su mantenimiento		RESPUESTA		
N°	PREGUNTA	SI	NO	N/A
1	¿Para el archivo de clientes existe supervisión?	X		
2	¿Para las modificaciones del archivo de clientes existe un único encargado?		X	
3	¿Existe un usuario en sistema para cada persona encargada el área?	X		
4	¿El archivo de clientes se actualiza permanentemente?	X		
5	¿Los cambios efectuados en el archivo cliente son coordinados con el jefe de ventas?		X	
6	¿La empresa cuenta con políticas para establecer su archivo de clientes?	X		

Fuente: Cuestionario de Control Interno – Empresa Gran Hotel Huánuco.
Elaboración: Propia

GRAFICO N° 05



Fuente: Cuestionario de Control Interno – Gran Hotel Huánuco
Elaboración: Propia

Comentario:

Según el Cuadro N° 08 y el Gráfico N° 05, muestra que un 67% de las respuestas corresponden a un cumplimiento de principios de control interno lo cual equivale a cuatro preguntas de un total de seis. El área de ventas cuenta con un archivo de clientes, información que debería ser manejada por un único responsable y sin embargo está expuesto a la manipulación de los recepcionistas, situación que generaría cambios inválidos en la información que este mantiene. Los cambios efectuados en el archivo cliente no son coordinados con el jefe de ventas, así mismo las modificaciones del archivo de clientes no existe un único encargado son varios.

4.3. Resultado de la entrevista

La siguiente entrevista se realizó en la oficina de la empresa Gran Hotel Huánuco. La entrevista fue realizada al Contador.

La síntesis de la entrevista fue la siguiente:

- A la primera pregunta, la empresa tiene establecido un sistema de control interno, cuenta con algunos lineamientos y procedimientos que deben respetarse, existe relativamente algo estructurado bajo firma de uso obligatorio, no es completo.
- Concerniente a la segunda pregunta, sobre la implementación de un sistema de control interno, este sistema está bien implementado medianamente para ser de garantía para los usuarios (propietarios), y para su implementación total demanda de tiempo y dinero.
- A la respuesta de la tercera pregunta, las utilidades netas si se están viendo afectadas, pues la prestación de servicios no facturados se está contabilizando como retiro de bienes y tributando como tales, sin embargo son gasto para la empresa. Además no se muestra información real y oportuna, debido a los diversos obstáculos que se generan en el desarrollo de las actividades.
- Con relación la cuarta pregunta, respecto a las situaciones que contribuyen con la disminución de utilidades, son las multas y extravíos documentarios, que por deficiencia en la presentación de información genera sanciones por parte de la administración tributaria.
- En cuanto a la quinta pregunta acerca de la perspectiva de implementar un Sistema de control interno en la empresa, el Contador General opina que, sí le parece factible implementarlo; pues la empresa cuenta con suficiente recursos económicos, laborales y tecnológicos para realizarlo.

- La respuesta a la sexta pregunta, en el área contable si se signa un responsable para realizar los respectivos arqueos de caja con la finalidad de garantizar un cierto control respecto a los ingresos por prestación de servicios y la buena custodia de los mismos.

4.3.1. Para un apropiado sistema de control interno en la unidad de ventas se recomienda.

Para lograr los objetivos de la empresa que son varios y entre los cuales se encuentran, incrementar las ventas en 13% respecto al ejercicio anterior (2015) y así poder obtener una utilidad neta 20% del total de las ventas, para conseguir este objetivo se recomienda tener un sistema de control interno para el área de ventas, que es un sistema de control que permita desarrollar sus actividades con mayor fluidez las operaciones del área en mención de la compañía, estableciendo políticas, procesos y fijando funciones que hará que exista un mejor desempeño en las ventas, mostrando una mejor evolución a nivel general de la empresa. La implementación de este sistema hará que la gerencia tome las mejores decisiones y presente resultados para las expectativas a todo tipo de usuario.

A. La unidad de ventas para un alto grado de eficiencia y compromiso en sus operaciones, depende de sus sub unidades siguientes:

- **Unidad de reservas.**

La unidad de reservas es el área donde se cuida y ejerce control sobre el registro central de clientes, así como de la disponibilidad

de habitaciones. Aquí se ejecuta el cumplimiento de las demandas de los clientes y se mantiene enlace directo con la unidad de recepción.

- **Unidad de recepción.**

Es en recepción donde el huésped tiene la primera impresión de su atención de alojamiento y se realizan las principales actividades de la función cuarto, es allí donde se lleva a cabo el proceso de registro del alojado, facturación de los servicios prestados y salida.

- **Unidad de eventos**

En esta sub área se realizan las ventas por servicio de alquiler de las salas de convenciones. Esta área depende únicamente del jefe de ventas, con quien se coordina y se establece los precios por servicio brindado.

- **Unidad de caja de bar y restaurante**

En los servicios de bar y restaurante la caja se realiza el recuento de todos los ingresos por consumo de alimentos y bebidas, al contado o con cargo a la cuenta principal del cliente aperturada en recepción.

B. Propuesta de funciones para los responsables de las sub unidades:

I. Jefe de ventas

- El jefe de ventas es el responsable del adecuado manejo de la información, deberá mantener información exacta sobre los ingresos incluido descuentos y cancelaciones de

los servicios prestados.

- Verificar las tareas asignadas al recepcionista, encargado de reservaciones, cajeros de servicio bar y restaurante.
- Verificar la correcta aplicación de las tarifas por tipo de cliente.
- Coordinar con el gerente administrativo sobre correcto establecimiento del registro central de clientes.

I. Recepcionista

Es el encargado de realizar las principales actividades de la función cuartos, constituyendo la primera impresión del huésped, además del proceso de registro del huésped, salida del huésped y facturación del servicio

- Deben ser rápidos y establecer un nivel de información mínima al huésped.
- Tener conocimiento de cada una de las reservas del día.
- Debe asegurarse de presentar todos los documentos que sustenten los gastos que el cliente hizo dentro del hotel (comandas de consumo, recibos de lavandería; debidamente firmadas, a fin de que el huésped compruebe que el monto total facturado está debidamente justificado, concentrar todos los cargos del huésped.
- Efectuar un corte cada fin de mes para llevar un buen control de los ingresos correspondientes a cada uno de ellos.
- Encargado también de facturar los servicios de hospedaje y

demás servicios que deben ser cargados junto con el inicial.

III. Jefe de eventos

- Encargado de atender a los clientes
- Verificar que se realice oportunamente el cobro por alquiler de salas de convenciones y jardines para eventos.
- Elaborar reporte de las ventas efectuadas por el servicio pactado.
- Elaborar reporte de ingresos semanal y reportarlos al jefe de ventas.
- Evaluar la cartera de clientes corporativos, para elaborar adecuadamente la liste de precios y descuentos.
- Es responsable de llevar el respectivo cobro de la cartera de clientes, y superar las metas establecidas para en cobros.

IV. CAJERO

Cajero de Bar y Restaurante

- Es responsable de la caja inicial al comenzar su turno, y deberá dejarla para el turno siguiente.
- Encargado del registro, emisión de cheques y comprobantes de pago
- Deberá efectuar el cobro de las operaciones registradas ya

sea en efectivo, con tarjeta de crédito o débito, y de no ser cancelado el servicio de inmediato informar a recepción por medio de un formato denominado cheque.

- Es responsable de custodiar el efectivo así como los comprobantes de pago y demás documentos internos.
- Terminado el turno, efectúa el recuento de todo el dinero recaudado y totaliza, guardando el dinero en el sobre destinado a caja principal para su respectivo deposito en cuenta corriente, así como entregar los documentos para su posterior registro en contabilidad.

V. ENCARGADO DE RESERVACIONES

- Es el responsable de llevar el registro de las reservaciones de los clientes.
- Es responsable de la custodia del registro central de clientes
- Su función es de coordinar con recepción la disponibilidad de habitaciones con la finalidad de mantener habitaciones realmente libres ante la llegada de clientes.

C. Propuesta de políticas para la unidad de ventas

I. Unidad de ventas.

- Para los cambios de turno del personal en las sub unidades de ventas, se debe realizar una transferencia formal y por escrito al que asuma dichas funciones detallando las situaciones de mayor interés en el puesto.
- Cada vez que se realicen cambios de turno tanto en

recepción como en caja de servicios de bar y restaurante, se realizara arqueos de caja en presencia del cajero y supervisor de turno.

- Si existiera diferencias en los arqueos de caja, se dejara por escrito un acta en la que se detalle dichas diferencias, e informar al jefe de ventas para que este coordine arqueos por el área contable y aclarar tales diferencias.

II. VENTAS AL CONTADO

- Se encuentran sujetas a descuentos las ventas al contado, que son propuestas y establecidas por el jefe de ventas en coordinación con la gerencia general.
- Al tratarse de clientes corporativos, toda facturación debe ser enviada al cliente en un tiempo máximo de cuarenta y ocho (48) horas después de ser emitida.

III. VENTAS AL CREDITO

- Las ventas al crédito deben estar coordinadas y autorizadas con el jefe de ventas y pactar el periodo de crédito, premiar por pronto pago o el castigo por pago retrasado.
- La cesión de un crédito se encuentra íntimamente relacionada con las políticas de cobro de la cartera de clientes, para el cobro se aceptan transferencias bancarias
 - i. El plazo de crédito será de 30 días sin incurrir en intereses ni moras; cumplido este periodo el

cliente estará sujeto a los intereses más altos propuestos en la ley pertinente.

- El crédito otorgado al cliente es del 60% del total de venta, debiendo abonar el 40% al transar la venta al crédito. El cliente deberá firmar una letra de cambio por el importe total, situación que garantizará el crédito otorgado.
- El jefe de ventas informará a contabilidad sobre los créditos autorizados para el cobro pertinente del mismo.

D.- Propuesta de procedimientos para la unidad de ventas

I. DE LA RESERVA

- Consiste en prever el espacio disponible para el cliente que llama por teléfono, envía carta o personalmente solicitando hospedaje para un determinado día.
- Al aceptar una reservación se solicitarán datos: fecha, nombre, tipo de habitación, cantidad de días y noches, procedencia, empresa (de ser el caso), teléfono.
- Para los buenos clientes que llegan con cierta frecuencia pero que generalmente no hacen reservaciones, se debe considerar un margen de reserva para estas contingencias.

II. REGISTRO (CHECK IN)

- Planificación de las habitaciones, que consiste en anunciar al responsable del pabellón que la habitación está a punto de ser ocupada, con la finalidad de que se le dé la última

revisión y se evite posteriores inconvenientes.

- Control de las habitaciones ocupadas, libres y bloqueadas.
- Verificar las reservas y demás documentación de las llegadas previstas.
- Registrar o dar check in a los huéspedes en el sistema operativo ingresando los datos completos en el sistema para facilitar un adecuado registro de huéspedes en el hotel.

III. ACTIVIDAD AL CORRIENTE

- Cargar a sistema operativo los conceptos consumidos por los clientes.
- Conciliar las liquidaciones y/o comanda de los departamentos de servicios.
- Otorgar la habitación según el pedido del cliente.

IV. SALIDA (CHECK OUT)

- Elaborar las liquidaciones de facturas cobradas en efectivo y crédito.
- Verificar y presentar los estados de cuentas corrientes para evitar que se presente algún inconveniente en el momento del check out.
- Consultar con el huésped que tipo de comprobante de pago desea que se le emita. Cobrar la cuenta, entregar el comprobante asegurándose de que el correlativo coincida con el sistema.

- Entregar el comprobante de pago correspondiente.
- Autorizar la salida del equipaje
- Dar check out en el sistema.

V. FACTURACION

- Facturación en recepción

- Se deberá verificar la lista de precios, y efectuar con exactitud el cálculo y registro de los descuentos en efectivo.
- Se facturará el servicio de hospedaje y de ser el caso junto con este los servicios de bar y restaurante, que el cliente haya decidido le sean cargados en una sola factura por su estadía.
- El total de las facturaciones por turnos deberán ser conciliadas con el efectivo y vouchers de depósitos del total de las salidas de los huéspedes en mencionado turno.

- Facturación en bar y restaurante

- Se facturará el servicio siempre y cuando el cliente decide pagar su consumo de inmediato.
- El cajero emitirá ticket y recibirá el efectivo, o si el pago es con tarjeta de crédito o débito se generará el voucher de cobro entregando el original al cliente y primera copia para el control en caja.
- Del total de facturaciones por turno se efectuará el recuento de todo el dinero recaudado, el que será

entregado a caja de recepción junto al reporte de caja del sistema, y las cuentas que se cargaron en recepción.

- **Facturación en Eventos**

- Se deberá verificar la lista de precios de alquiler de las salas de convenciones y jardines para eventos, antes de pactar la venta.
- Los descuentos establecidos deberán ser calculados y registrados con exactitud.
- Se emitirá el comprobante de pago según el tipo de cliente y el que este solicite.

VI. ARQUEO DE CAJA

Deben estar constantemente supervisadas las cajas de recepción y las de Bar y Restaurante ya que son las de mayor movimiento, debiendo un empleado del área de contabilidad de manera sorpresiva de cotejar las comandas que se encuentren bajo custodia del chef y barman con las comandas que estén consideradas en el corte del cajero en el caso de servicios de bar y restaurante, de encontrarse diferencias, se hará cargo a quien resulte responsable (mesero o cajero) por el mal operar.

El arqueo a caja de recepción involucra verificar el efectivo con la facturación realizada, considerando la lista de precio establecidas. Así también las comandas como sustento de los

servicios cargados en recepción.

Al realizar esta actividad debe tenerse muy en cuenta la frecuencia con que se encuentran este tipo de situaciones.

Dado que es una clara muestra de descontrol en el área; y no se debe permitir un deficiente manejo de los ingresos.

CAPITULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El control interno comprende el plan de organización, los métodos y procedimientos que tiene implantados una empresa o negocio, estructurados en un todo para la obtención de tres objetivos fundamentales: a) la obtención de información financiera correcta y segura, b) la salvaguarda de los activos y c) la eficiencia de las operaciones.

El control interno es una acción constante y permanente, donde se aplican métodos y procedimientos que son aplicados coordinadamente para salvaguardar los activos, demostrar la razonabilidad y seguridad de su información económica, financiera, administrativa y operacional. Impulsando la eficiencia en las operaciones y las políticas ordenadas por la administración. De esta investigación realizada, se puede observar que la empresa en su unidad de ventas, cuenta con un manejo relativamente adecuado y justo de sus operaciones, posesionándolo en una empresa en un nivel de cierto riesgo económico y financiero ya que tiene ciertas deficiencias en alguna área de control y de no contar con un sistema de control adecuado.

La implementación de un sistema de control interno es para

garantizar la obtención de una información financiera correcta y segura, siendo ésta un elemento fundamental en la administración del negocio, para tomar la mejores decisiones, formular proyectos de acciones futuras en las actividades de la empresa. Permitirá un manejo adecuado de los bienes, funciones e información de una empresa en operación, con el fin de generar datos confiables de su situación y sus acciones en el mercado.

Los riesgos de control interno son importantes identificarlos, y de qué manera estos afectan a la empresa. Una auditoría puede ser considerado como una combinación entre la posibilidad de la existencia de errores significativos o irregularidades en los estados financieros y el hecho de que los mismos no sean descubiertos por medio de procedimientos de control del cliente o del trabajo de auditoría. El riesgo de auditoría está integrado así: a) Riesgo Inherente, b) Riesgo de Control y c) Riesgo de Detección.

La evaluación del control interno consiste en hacer una operación objetiva del mismo. Esta evaluación se realiza a través del análisis de los resultados de algunas pruebas realizadas, las cuales tienen por finalidad establecer si se están realizando correctamente y aplicando los métodos, políticas y procedimientos establecidos por la dirección de la empresa.

1. Para dar cumplimiento al primer objetivo específico, el cual consiste en determinar los puntos débiles de la empresa en el área específica

ventas; respecto a la forma en que se vienen realizando sus operaciones se puede decir que:

- **El Gráfico N° 1**, referente a los procesos de control en aspectos generales, refleja en respuesta a su cuestionario específico que la empresa siendo de tamaño extensión no cuenta con la formalidad de mantener un organigrama estructural, además no cuenta con políticas y procedimientos operativos bajo firma, que permitirían un mejor desarrollo y desempeño en el área específica de ventas ya por su operatividad involucra un buen número de subunidades, y que del adecuado desempeño dentro de ellas depende en gran manera la fluidez de las operaciones.
- **En el Gráfico N° 2**, observamos los procesos de control interno con que cuenta el área de ventas en cuanto al procesamiento y administración del pedido de venta, en tanto cuentan con lista de precios y descuentos según el tipo de cliente. Pero cuenta con un registro de las reservas no también establecida, pues las generadas a través de página web se tiene un retraso de 24 horas en la información, suceso que en algunos casos a la llegada del cliente no se tiene disponibilidad del servicio reservado. Otra debilidad en este proceso es que no siempre se aplica el mismo precio a los clientes del mismo nivel, esto debido a que el sistema operativo permite modificar la tasa de

precios, hecho que conlleva a la disminución de ingresos para la empresa.

- **El Grafico N° 3**, permite conocer los procesos efectuados en la facturación y descuentos sobre ventas. Hallamos que las tasas de descuentos efectuadas por tipo de clientes no se están generando adecuadamente; también el precio de los servicios compuestos no se generan automáticamente, por lo que los cálculos realizados por parte del encargado no lo realiza adecuadamente. Respecto a la facturación de servicios que involucran los últimos días de un mes y los primeros días del mes siguiente, no se están considerando los ingresos como tal en cada mes, esta situación es de mayor interés cuando el servicio prestado involucra dos periodos anuales, puesto que los ingresos se facturan en el segundo periodo y no se efectúa un corte al primer periodo a fin de mostrar ingresos reales y no subvaluados.

- **De acuerdo al Gráfico N° 4**, respecto al procesamiento de entrada de efectivo; observamos la mala facturación en los casos que involucran dos meses, la partida de ingresos no muestra de forma real, por tanto los estados financieros presentados a gerencia mensualmente no están mostrando la realidad económica de la empresa, esta situación refleja

un problema mayor cuando estas operaciones involucran más de un periodo, pues se estaría tratando de una omisión de ingresos y tributo dejado de pagar en el periodo que corresponde, consecuente a una multa, de ser determinado por la administración tributaria.

- **En el Gráfico N° 5**, se refiere al mantenimiento del archivo general de clientes; es una de las principales herramientas para la venta de servicios, pese a que habiendo señalado un único responsable para las modificaciones de este, existe más de uno con acceso a ello, otra deficiencia es que solo existe un trabajador en la subunidad hecho que imposibilita determinar con exactitud qué persona realizó cambios inválidos en el archivo maestro de clientes.
2. Establecer de un sistema de control interno es primordial para ejercer mejoras en el área de ventas de la empresa, pues así como está compuesto de políticas, normas y procedimiento establecidos, también lo complementa el accionar del personal que la integra, que es lo que defiende un equilibrio entre la eficiencia y la eficacia.
 3. La implementación de un adecuado sistema de control interno en el área de ventas, mantiene un efecto positivo respecto a resultados económicos; ya que al presentar un mejor control, respecto al devengue del ingreso, conforme se vaya

prestando el servicio. Al realizar cortes al término del periodo permitirá obtener información real sobre los ingresos por servicio prestado a la fecha correspondiente, con esta medida se puede reportar el nivel de ingresos correcto al área de contabilidad para ser devengado el ingreso conforme se vaya prestando el servicio y revelarlos en los Estados Financieros en el periodo que corresponden.

CONCLUSIONES

1. La implementación de un adecuado sistema de control interno, con políticas y procedimientos operacionales en forma coordinada para el área de ventas, genera una eficiente gestión económica y financiera en la Empresa Gran Hotel Huánuco.
2. En la unidad de ventas, al desarrollar el proceso de ventas se presenta algunas dificultades de tipo operativo, esto es por falta de designación de funciones y procedimientos en la unidad de venta, aumentando de esta manera el riesgo de los activos con la posibilidad de posible fraude.
3. La implementación de un sistema de control interno para la unidad de ventas en la empresa, hará que se crea un mayor flujo operativo y funcional en el proceso de las ventas e ingresos, contribuyendo a salvaguardar los activos de la empresa, generando una base cierta para la elaboración y presentación de la información financiera.
4. La propuesta de un adecuado sistema de control interno para la unidad de ventas de la empresa, hará que sea más operativo y funcional, se puede establecer que a la fecha utilizan una política para la contabilización de los ingresos que no se sujeta a los principios y normas de contabilidad ya que registran los ingresos al momento de realizar la facturación, sin tomar en cuenta el periodo en que realmente se presta el servicio.

RECOMENDACIONES

1. Implementar un adecuado sistema de control interno en base de políticas y procedimientos diseñados para la unidad de ventas, que permita reducir riesgos y promover una eficiente gestión económica y financiera en la empresa.
2. Realizar un sistema de funciones para el trámite operativo mediante la designación de cargos ocupacional y el establecimiento de controles permanentes en la unidad, disminuyendo los riesgos del proceso.
3. Establecer un conveniente sistema de control interno para la unidad de ventas de la empresa, que permitirá un mejor flujo de las acciones en el proceso de ventas, resguardar los activos de la misma y revelar información veraz y razonable para los usuarios de la organización.
4. Emplear un conveniente sistema de control interno en la unidad de ventas de la empresa, ya que interviene directamente en los resultados de las operaciones, de tal manera que se cumpla con las normas y principios contables mostrando así una información veraz, transparente y oportuna para la correcta toma de decisiones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Alvin A. Arens. (2007). Auditoria un enfoque integral, 11° edición.
Mexico: Pearson Education
2. De La Peña Gutiérrez, Alberto. (2008). Auditoria un enfoque práctico.
España: Editorial Paraninfo
3. Coopers & Lybrand. (1997). “Los nuevos conceptos del control interno - Informe COSO. España, ,Ed. Díaz de Santos
4. Hernandez Sampieri, Roberto; Fernandez Collado, Carlos y Baptista Lucio Pilar. (2010). Metodología de la Investigación, 5° edición. México: Editora EL Comercio SA.
5. Mantilla Blanco, Samuel. (2005). Control Interno: Estructura conceptual Integrada, 4° edición. Bogotá: Ecoe Ediciones
6. Perdomo Moreno, Abraham. (2000). Fundamentos del Control Interno.
Mexico DF: Ediciones Thomson
7. Ray Whithington, O. (2000). Auditoria un enfoque integral, 2° edición.
Bogotá: Editora Mac Graw-Hill

LINKOGRAFÍA

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2013). El crecimiento del turismo en el

Perú es tres veces el promedio mundial. De [http:// mincetur.gob.pe/-crecimiento-](http://mincetur.gob.pe/-crecimiento-)

[turismo-peru-tres-veces-promedio-mundial-2070967](http://mincetur.gob.pe/-crecimiento-turismo-peru-tres-veces-promedio-mundial-2070967)

Ministerio de Economía y Finanzas (2010). Normas Internacionales de Contabilidad NIC 1, NIC 18.

https://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=1379&Itemid=101564&lang=es

ANEXOS

ANEXO 01

**CUESTIONARIO DE CONTROL INTERNO EMPRESA GRAN HOTEL
HUANUCO**

ASPECTOS GENERALES N° PREGUNTA

	RESPUESTA			OBSERVACIONES
	SI	NO	N/A	
1 ¿Mantiene políticas para el buen desarrollo del proceso de ventas?				
2 ¿Existe segregación de funciones adecuada para mitigar el riesgo de fraude?				
3 ¿Se determina correctamente los impuestos correspondientes por ventas e ingresos?				
4 ¿Existe control de bienes y suministros utilizados para el servicio de restaurante y consumo a la habitación?				
5 ¿Se concilia la información generada por el sistema operativo con los registros del sistema contable?				
6 ¿Se realizan arqueos sorpresivos y frecuentes a los fondos de caja de recepción, bar y restaurante?				
7 ¿La empresa cuenta con un Manual de Procedimientos para el área de ventas?				
8 ¿Los comprobantes de ventas son enviados oportunamente a contabilidad para su registro y control?				
9 ¿Se analiza el nivel de ingreso por servicio prestado?				
10 ¿El personal de ventas desempeña correctamente sus actividades encomendadas?				

EMPRESA GRAN HOTEL HUANUCO

CONTROL INTERNO

1. ¿La empresa ha establecido un Sistema de control Interno?
2. En caso negativo, ¿Por qué no se ha implementado un sistema de control interno hasta ahora?
3. ¿Cree que sean afectado las utilidades de la empresa, producto de la no aplicación de un sistema apropiado de control interno? - ¿De qué manera?
4. ¿Se han presentado denuncias por extravíos o robos de facturas y boletas de venta? - ¿Con que frecuencia?
5. ¿La empresa presenta disminución significativa en las ventas anuales?
6. ¿El área contable realiza arqueos de caja sorpresivos?

ANEXO Nº 03**SERVICIO DE HABITACIONES**

TIPO DE HABITACION	VALOR VENTA EN NUEVOS SOLES
DOBLE/ MATRIMONIAL DELUX	453.12
DOBLE/ MATRIMONIAL SUPERIOR	414.06
SIMPLE DELUX	398.44
SIMPLE SUPERIOR	359.38
ESTÁNDAR SINGLE ROOM	320.32

ANEXO Nº 04

PROPUESTA DE ORGANIGRAMA PARA LA EMPRESA GRAN HOTEL HUANUCO

