

UNIVERSIDAD NACIONAL “HERMILIO VALDIZAN”- HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS



**EL SISTEMA DE CONTROL INTERNO Y LA GESTIÓN
COMERCIAL EN LAS EMPRESAS FERRETERAS S.C.
R.LTDA DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO.**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFECIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO**

**TESISTAS: GLORIA KRISHNA, VELASQUEZ ESQUIVEL,
SOFIA IRIS, PALACIOS GÓMEZ.
YESSICA ESTELLA, ESPINOZA BARRIONUEVO.**

**ASESOR: Dr. ALCIDES BERNARDO TELLO
HUÁNUCO-PERÚ**

2018

DEDICATORIA

A la memoria de quien más he querido en este mundo Zoraida Gómez Vargas, por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, por su incondicional apoyo perfectamente, manteniendo a través del tiempo.

Sofía.

A mis queridos padres a la que en vida fue Gloria y en especial a ti heraldo por su apoyo incondicional.

Gloria

A Dios por darme salud, vida, bienestar, guiar e iluminar mi caminar.

A mis padres por su gran apoyo incondicional para poder culminar mis estudios satisfactoriamente.

A mi querido y amado esposo e hijo por convertirse en mi motor y motivo para seguir adelante y lograr todo lo que me propongo.

Yessica

AGRADECIMIENTO

A la Facultad de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Nacional "Hermilio Valdizan" Huánuco, por constituirse en una gran oportunidad de superación y en el logro de nuestra profesionalización.

A los docentes de la Facultad, que nos brindaron sus conocimientos y experiencias durante el desarrollo de la Tesis, de manera especial al Dr. Alcides Bernardo Tello por brindarnos su asesoramiento en el campo de la investigación, por sus críticas y orientación en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

A los propietarios, gerentes y administradores de las empresas ferreteras por brindarnos las facilidades e informaciones necesarias para ser plasmadas en el presente trabajo de investigación.

INTRODUCCIÓN

La investigación titulada: "**El sistema de control interno y la gestión comercial en las empresas ferreteras S.C. R.LTDA de la ciudad de Huánuco**", tiene como objetivo determinar en qué medida la implementación del sistema de control interno en el área de ventas mejora significativamente la gestión comercial de las empresas ferreteras S.C. R.LTDA en la ciudad de Huánuco

Para el desarrollo de este trabajo se ha aplicado el proceso y los procedimientos establecidos por afamados autores; así como la metodología, técnicas e instrumentos establecidos en el Reglamento de grados y títulos de la facultad de Ciencias Contables y Financieras de nuestra Universidad.

Para llegar a solucionar la problemática y el contraste de los objetivos e hipótesis planteadas, el trabajo se ha desarrollado en los siguientes capítulos:

El Capítulo I: Contiene EL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, se presenta el planteamiento del problema el mismo que constituye la base del trabajo de investigación, objetivos, justificación e importancia, delimitaciones, hipótesis y variables de la investigación.

El Capítulo II, contiene **EL MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN**: Antecedentes relacionados con la investigación las bases teóricas.

El capítulo III: Contiene **EL MARCO METODOLÓGICO:** El tipo de investigación, el método, diseño y esquema de la investigación, la población y muestra, las técnicas de recolección y tratamiento de datos, los instrumentos de recolección de datos, fuentes y el procesamiento y presentación de datos.

El Capítulo IV: LOS RESULTADOS: Presenta los resultados del trabajo de campo con aplicación estadística, cuadros, gráficos, e interpretación.

El Capítulo V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS: Se presenta la contrastación de los resultados de trabajo de campo con los referentes bibliográficos, la prueba de hipótesis general y las pruebas de hipótesis específicas.

Finalmente se presenta las conclusiones, recomendaciones y bibliografía, como colofón de la tesis, la matriz de consistencia y el cuestionario de preguntas de las encuestas aplicadas.

ÍNDICE GENERAL

| | Pág. |
|----------------|------|
| DEDICATORIA | ii |
| AGRADECIMIENTO | iii |
| INTRODUCCIÓN | iv |
| ÍNDICE | vi |

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

| | | |
|-------|--|----|
| 1.1 | Descripción del problema | 8 |
| 1.2 | Formulación del problema | 11 |
| 1.2.1 | Problema General | 11 |
| 1.2.2 | Problemas específicos | 11 |
| 1.3 | Objetivo general y objetivos específicos | 11 |
| 1.3.1 | Objetivo general | 11 |
| 1.3.2 | Objetivos específicos | 12 |
| 1.4 | Justificación e importancia | 12 |
| 1.4.1 | Justificación | 12 |
| 1.4.2 | Importancia | 14 |
| 1.5 | Delimitaciones | 14 |
| 1.5.1 | Delimitación geográfica. | 14 |
| 1.5.2 | Delimitación temporal | 14 |
| 1.6 | Hipótesis general y específicas | 14 |
| 1.6.1 | Hipótesis general | 14 |
| 1.6.2 | Hipótesis específicas | 14 |
| 1.7 | Variables, dimensiones e indicadores | 15 |
| 1.7.1 | Variable independiente | 15 |
| 1.7.2 | variable dependiente | 15 |
| 1.8 | Operacionalización de variable | 15 |

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

| | | |
|-----|----------------------------------|----|
| 2.1 | Antecedentes de la investigación | 16 |
| 2.2 | Bases Teóricas | 19 |
| 2.3 | Definición de términos básicos | 45 |

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

| | | |
|-------|--|----|
| 3.1 | Tipo de investigación | 50 |
| 3.2 | Método | 50 |
| 3.3. | Diseño y esquema de la investigación | 50 |
| 3.4 | universo/Población | 51 |
| 3.5. | Muestra | 51 |
| 3.6 | Técnicas de recolección y tratamiento de datos | 51 |
| 3.7 | Instrumentos de recolección de datos, fuentes | 52 |
| 3.8 | Procesamiento y presentación de datos | 52 |
| 3.8.1 | Procesamiento de datos | 52 |
| 3.8.2 | Presentación de datos | 53 |

CAPITULO IV

RESULTADOS

| | | |
|-----|---------------------------------|----|
| 4.1 | Resultados del trabajo de campo | 54 |
|-----|---------------------------------|----|

CAPITULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

| | | |
|-----|---------------------------------|----|
| 5.1 | Contrastación de resultados | 74 |
| 5.2 | Hipótesis general. | 77 |
| 5.3 | Prueba de hipótesis específicas | 79 |

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La dinámica del mundo globalizado con características de un entorno en acelerado cambio, ha generado escenarios en los que los actores: países, instituciones, empresas, naciones y personas compiten por el derecho de permanecer, desarrollarse, crecer y trascender.

Las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco, congruente con su responsabilidad de aportar al desarrollo de su región, y al desarrollo del sector de servicios, al éxito empresarial, a la satisfacción de sus clientes y al crecimiento de sus trabajadores, ha definido el presente plan, basado en el análisis de las diferentes perspectivas: económica, social y política, las estrategias dentro de un marco de políticas acertadas, cuya implementación permitirá alcanzar los objetivos rectores, que a su vez determinarán el logro de la misión y visión, planteadas de manera concurrente hacia los grandes planes de desarrollo.

La preocupación que existe entre las empresas ferreteras es el manejo de control interno debido al interés de la propia administración. La entidad no desea ver pérdidas ocasionadas por

errores o fraudes o a través de decisiones erróneas basadas en informaciones financieras no confiables frente a estos hechos mencionados, el sistema de control interno es una herramienta útil mediante la cual la administración logra asegurar, la conducción ordenada y eficiente de las actividades de la empresa.

Un sistema de control interno facilita diagnosticar constantemente las dificultades que suelen presentarse durante los procesos de ventas, administrativos y contables en la empresa, según sea su naturaleza. En el Perú un elevado número de empresas que no cuentan con un adecuado sistema de control interno debido al alto grado de informalidad por el que atraviesa la economía peruana.

La aplicación de sistemas de control en todos sus aspectos es de gran importancia, pues para obtener resultados de eficiencia, eficacia y economía en la gestión empresarial no se puede ignorar la planeación y la aplicación de un sistema de control interno con los requerimientos necesarios para el logro de dichos objetivos.

Las empresas ferreteras dedicadas a la venta minorista de artículos de ferretería, no es una excepción y en el largo de los años en el mercado aún no cuentan con un sistema de control interno y menos con un sistema que haga estas actividades

evaluadoras, de verificación y de control. Paralelo a ello presentan una serie de irregularidades o problemas asociados a las operaciones de ventas y su respectiva cobranza. Teniendo un impacto en la gestión comercial, administrativa y contable de la empresa.

Cuando uno analiza esta problemática se piensa en la importancia que tiene el control interno a efectos de que pueda permitir que la empresa subsista y desarrolle. Al realizar la investigación sobre las situaciones problemáticas presentes de las empresas ferreteras se evidencian problemas agudos como la ausencia de un sistema de control interno en el área de ventas, donde se observan frecuentemente diversas irregularidades, tales como:

- Carencia de motivación por parte de la gestión a los vendedores.
- Ausencia de programas de capacitación a los vendedores en el producto que ofrecen.
- Las promociones no son debidamente planificadas.
- Insuficiencia en la coordinación entre las áreas de logística y ventas.
- Carencia de segregación de funciones y ejecución de un proceso de supervisión.

Frente a esta problemática se ha planteado los problemas siguientes:

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Problema General

¿En qué medida la implementación del sistema de control interno en el área de ventas mejora la gestión comercial de las empresas ferreteras S.C. R.LTDA en la ciudad de Huánuco.

1.2.2 Problemas específicos

- a. ¿De qué manera la implementación de políticas de control interno mejora el área de ventas de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco?
- b. ¿En qué medida la aplicación de normas de control interno contribuye a la satisfacción de los clientes de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco?
- c. ¿En qué forma la evaluación de control interno incide en el aumento de mercado de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Determinar en qué medida la implementación del sistema de control interno en el área de ventas mejora significativamente la gestión comercial de las empresas ferreteras S.C. R.LTDA en la ciudad de Huánuco.

1.3.2. Objetivos específicos

- a. Conocer de qué manera la implementación de políticas de control interno mejora el área de ventas de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco.
- b. Determinar en qué medida la aplicación de normas de control interno contribuye a la satisfacción de los clientes de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco.
- c. Analizar en qué forma la evaluación de control interno incide en el aumento de mercado de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco.

1.4 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

1.4.1 Justificación

Justificación teórica.- El presente trabajo de investigación es necesario, porque la gestión comercial en las empresas ferreteras al no tener un buen sistema de control interno en el área de ventas no les permite realizar los procedimientos correctos o adecuados así mismo no permite a la gerencia evaluar en forma independiente la eficiencia, eficacia, economía y equidad de las diferentes operaciones. La efectividad y eficacia no es posible, porque no existe un

adecuado sistema de control interno. Con esta investigación se busca utilizar la teoría del Informe Coso para fortalecer el Sistema de Control Interno en el Área de Ventas y mejorar la gestión comercial en la empresa Comercial Estrella S.R.L.

Justificación metodológica.- La investigación se justifica metodológicamente porque su desarrollo y sistematización se basa en el uso del método científico Deductivo – Inductivo, mediante el cual se aplicó la Teoría del Informe Coso. Para poder lograr el uso de este método científico seguimos la metodología que tiene como actividad principal la recolección de datos para analizar y obtener información que nos llevará a resultados que nos permite demostrar la solución al problema.

Justificación práctica.- La investigación busca, mediante la implementación de un sistema de control interno, el desarrollo de la empresa Comercial Estrella S.R.L y así poder solucionar gran parte de sus problemas que afectan a la gestión comercial y va permitir que las actividades del área de ventas estén segregadas en manos de personal adecuado y así los directivos de la empresa puedan tomar mejores decisiones a priori en la empresa. El estudio está dirigido a la consolidación de los conocimientos de la contabilidad como ciencia y como soporte de información para la toma de decisiones empresariales.

1.4.2 Importancia

La importancia radica en que será útil para las empresas ferreteras, ya que mediante una adecuada aplicación del sistema de control interno, se podrá garantizar mejores ventas para una mejor gestión comercial de la empresa y también para cumplir con los objetivos institucionales de la empresa.

1.5 DELIMITACIONES

Para el desarrollo de la presente investigación se ha delimitado en lo siguiente:

Delimitación espacial: La investigación se ha desarrollado en las empresas ferreteras constituidas como S.C.R Ltda

Delimitación Temporal: El estudio comprendió al ejercicio 2016

1.6 HIPÓTESIS

1.6.1 Hipótesis general

La implementación del sistema de control interno en el área de ventas mejora significativamente la gestión comercial de las empresas ferreteras S.C. R.LTDA en la ciudad de Huánuco

1.6.2 Hipótesis específicas

- a. La implementación de políticas de control interno mejora el área de ventas de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco.

- b. La implementación de normas de control interno contribuye a la satisfacción de clientes de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco.
- c. La evaluación de cumplimiento del control interno incide en el aumento de mercado de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco.

1.7 VARIABLES

1.7.1 Variable Independiente

X: Sistema de control interno

1.7.2 Variable dependiente

Y: Gestión Comercial

1.8 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

| PRINCIPAL | DIMENSIONES | INDICADORES |
|--|----------------------------|---|
| <u>V. INDEPENDIENTE</u> SISTEMA DE CONTROL INTERNO Es un conjunto de dispositivos encargados de administrar, ordenar, dirigir o regular el comportamiento de otro sistema, con el fin de reducir las probabilidades de fallo y obtener los resultados deseados. | - Políticas | - Autoridad - Responsabilidad - Institucional |
| | - Normas | - Prácticas - Procedimientos - Procesos |
| | - Evaluación | - Estratégicos - Operaciones - Cumplimiento |
| <u>V. DEPENDIENTE</u> GESTIÓN COMERCIAL Proceso distintivo que consiste en planear, organizar, ejecutar y controlar, desempeñada para determinar y lograr objetivos manifestados mediante el uso de seres humanos y de otros recursos. | - Área de ventas | - Canales de venta - Técnicas de ventas - Equipo de ventas |
| | - Satisfacción de clientes | - Número de clientes - Porcentaje de clientes - Servicio a los clientes |
| | - Aumento de mercado | - Atención al cliente - Prestación de servicios - Precios |

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE ESTUDIOS REALIZADOS

Una vez que se ha revisado bibliografías, monografías y tesis en la biblioteca de nuestra Universidad y otras universidades vía internet se ha podido encontrar investigaciones que presentan cierta semejanza con el trabajo de investigación, de los cuales se extraen las siguientes conclusiones.

Reyna, S. & Valles, M. (2007)¹. Diseño y Propuesta de un sistema de control interno en el área de ventas de la empresa Consorcio Turístico las Américas S.A.C. de la ciudad de Trujillo en el año 2007. Tesis presentada como requisito para optar el Título de Contador Público. Universidad Privada Antenor Orrego. Objetivo general: Diseñar y proponer un sistema de control interno apropiado al área de ventas de la empresa consorcio turístico las américas S.A.C. Metodología: Como técnicas utilizo la observación directa, la entrevista, el cuestionario y el análisis documentario. El procedimiento que uso es el diseño de contrastación.

Conclusión: Las políticas de ventas, descuentos y cobros, flujogramas de ventas al contado y al crédito propuesto a la empresa Consorcio Turístico las Américas S.A.C., se ajustan a las necesidades de la empresa en estudio proporcionando así las

¹ **Reyna, S. & Valles, M. (2007)¹.** *Diseño y Propuesta de un sistema de control interno en el área de ventas de la empresa Consorcio Turístico las Américas S.A.C. de la ciudad de Trujillo en el año 2007.*

pautas objetivas a cumplir en el área de ventas, las cuales permitirán controlar las operaciones, obtener información adecuada, confiable y eficiente a la gerencia para la toma de decisiones.

Aguirre, L. & Sarmiento, S. (2007)². Diseño y Formulación de un Sistema de Control Interno en el área de ventas de la empresa Distribuidora Agrícola S.A.C. Tesis presentada como requisito para optar el Título de Contador Público. Universidad Nacional de Trujillo.

Objetivo general: diseñar y formular un sistema de control interno en el área de ventas, que permitirá mejorar la situación financiera y económica de la empresa distribuidora agrícola S.A.C. de la ciudad de Trujillo.

Metodología: Usaron como instrumento de análisis la observación directa, la entrevista y análisis documental, como procedimiento usaron el diseño de contrastación lineal prospectivo

Conclusión: La formulación del sistema de control interno y posterior aplicación va permitir mejorar significativamente la situación financiera y económica de la empresa según el análisis respectivo de los indicadores financieros periodo promedio de cobro donde muestra que la liquidez ha mejorado.

² **Aguirre, L. & Sarmiento, S. (2007)².** *Diseño y Formulación de un Sistema de Control Interno en el área de ventas de la empresa Distribuidora Agrícola S.A.C.*

Ledezma, D. & Merino, K. (2009)³. “Diseño de un sistema de control interno en el área de ventas, para la mejora de la gestión comercial de la empresa Fabricaciones Metálicas ABC S.A.C.”. Tesis presentada como requisito para optar el Título de Contador Público. Universidad Privada Antenor Orrego.

Objetivo general: Proponer un diseño de sistema de control interno en el área de ventas, que contribuya a la mejora de la gestión comercial de la empresa Fabricaciones Metálicas ABC. S.A.C.

Metodología: Como técnicas aplicaron la observación, la entrevista y revisión documentaria; como instrumentos utilizaron cuestionarios, guías de entrevista.

Conclusión: Evaluando la gestión del área de ventas, esta abarco cinco actividades específicas, permitiendo conocer el resultado del área de ventas, estableciendo haber errores de gestión, faltantes en los saldos de mercaderías, situación financiera con observaciones, deterioro de mercadería y otros.

Liza S. Claudia, Año (2012)⁴, en su tesis, “Diseño de un Sistema de Control Interno sobre los ingresos por la prestación de servicios de transporte urbano de pasajeros de la Empresa Nuevo California de la ciudad de Trujillo”

³ **Ledezma, D. & Merino, K. (2009)**³. “Diseño de un sistema de control interno en el área de ventas, para la mejora de la gestión comercial de la empresa Fabricaciones Metálicas ABC S.A.C.”.

⁴ **Liza S. Claudia, Año (2012)**⁴, en su tesis, “Diseño de un Sistema de Control Interno sobre los ingresos por la prestación de servicios de transporte urbano de pasajeros de la Empresa Nuevo California de la ciudad de Trujillo”

Realizada en la UPAO de la Escuela de Contabilidad de la Facultad de Ciencias Económicas del año 2012 con el tema cuyas conclusiones después de aplicar el Sistema de Control diseñado son las siguientes:

Al Diseñar un Sistema de Control Interno apropiado a la empresa, fortalecerá su gestión administrativa y operativa, determinando objetivos básicos para llevar a cabo acciones en bienestar de la institución; así mismo, preverá que no se cometan actos ilegales, verificará que los funcionarios cumplan con sus responsabilidades, evaluará permanentemente al chofer y cobrador, supervisará horarios y rutas de sus trabajadores y controlará el cobro de pasajes e ingresos totales habidos.

Al realizar el diagnóstico de la empresa se determina que no cuenta con un eficiente y completo Sistema de Control Interno sobre sus ingresos, lo que ocasiona irregularidades en el manejo de la empresa, distorsionando sus operaciones e incidiendo en la liquidez institucional.

2.2 BASES TEÓRICAS

CONTROL INTERNO

Escalante (2008) afirma que: El informe COSO define al control interno como un proceso efectuado por la junta directiva, la gerencia y otro personal designado, diseñado para proporcionar seguridad razonable respecto del logro de objetivos en las tres

categorías siguientes: i) eficiencia y eficacia de las operaciones, ii) confiabilidad de la información financiera, y iii) cumplimiento de leyes y regulaciones.

Asimismo el informe COSO para lograr estos objetivos plantea una estructura de cinco componentes i) ambiente de control, ii) evaluación de riesgos, iii) actividades de control gerencial, iv) información y comunicación y v) supervisión y monitoreo.

El autor indica que el control Interno actúa en todas las áreas y en todos los niveles de la entidad. Prácticamente todas las actividades están bajo alguna forma de control o monitoreo. El objetivo fundamental de este control es programar, coordinar e implantar todas las medidas tendientes a lograr un óptimo rendimiento en las unidades producidas, e indicar el modo, tiempo y lugar más idóneos para lograr las metas de producción, cumpliendo así con todas las necesidades del departamento de ventas.

FUNDAMENTOS DEL CONTROL INTERNO EN MYPES

Moreno (2007) indica que: “Los fundamentos de control interno en MYPES” todas las empresas públicas, privadas, y mixtas ya sean comerciales o industriales o financieras, deben contar con instrumentos de control administrativo, tales como un buen sistema de contabilidad apoyado por un catálogo de cuentas eficientes y prácticas, además un sistema de control interno, para confiar en los conceptos, cifras, informes y reportes de los estados financieros, luego entonces un buen sistema de control interno, es importante

desde el punto de vista de la integridad física y numérica de bienes, valores y activos de la empresa tales como el efectivo en caja y bancos, mercaderías, cuentas y documentos por cobrar, equipos de oficina, maquinarias, etc.

El control interno actúa en todas las áreas y en todos los niveles de la entidad. Prácticamente todas las actividades están bajo alguna forma de control o monitoreo.

El objetivo fundamental de este control es programar, coordinar e implantar todas las medidas tendientes a lograr un óptimo rendimiento en las unidades producidas, e indicar el modo, tiempo y lugar más idóneos para lograr las metas de producción, cumpliendo así con todas las necesidades del departamento de ventas.

Según Vizcarra (2007), indica que el COSO es un aspecto importantísimo en el desarrollo de la auditoría financiera, es la evaluación del control interno.

¿Qué es el control interno? El control interno es definido en forma amplia como un proceso, efectuado por la gerencia general de una empresa diseñada para proporcionar una razonable seguridad con miras a la realización de objetivos en las siguientes categorías:

Efectividad y eficiencia de las operaciones

Confiabilidad de la información financiera

Acatamiento de las leyes y regulaciones aplicables

Adhesión a las políticas de la empresa

La primera categoría apuntada a los objetivos básicos de la empresa, incluyen metas de desempeño, rentabilidad y salvaguarda de recursos.

La segunda está relacionada con la preparación y publicación de estados financieros dignos de confianza, incluyendo estados financieros intermedios y resumidos e información financiera derivada de dichos estados, tales como ganancias por distribuir reportadas públicamente.

La tercera se ocupa del cumplimiento de las leyes y regulaciones a que la empresa está sujeta.

La cuarta categoría está vinculada con el desarrollo de estrategias de las empresas, la comunicación de las mismas y su cumplimiento.

LA IMPORTANCIA DEL CONTROL INTERNO

En términos generales, conviene señalar que la importancia de un eficiente sistema de control radica en que su principal propósito es detectar con oportunidad, cualquier desviación significativa en el cumplimiento de las metas y objetivos establecidos; asimismo, es importante porque el control interno promueve la eficiencia de las operaciones.

CONCEPTOS MODERNOS DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO

En el ámbito empresarial actual, es débil la difusión del verdadero significado de lo concerniente al sistema de control interno. Y un estudio profundo involucra la necesaria responsabilidad del elemento humano para la apropiada conceptualización y adecuado manejo.

Es incipiente lo logrado en la aplicación de un sistema de control interno donde se incorporen los avances significativos para el apropiado funcionamiento de la operaciones de la ferretería Comercial Estrella S.RL. Como en este mundo unipolar prima los avances norteamericanos, específicamente de los Estados Unidos es rescatable lo generalizado en ese país.

Aun se carece del deficiente impulso en la difusión de los componentes del sistema de control interno para su entendimiento y funcionamiento en la empresa privada. En este sentido, las personas adolecen de estar identificados como el principal elemento del éxito o fracaso en su implementación. Pues, aún se mantiene la carencia de concebir su protagonismo en la cúpula (dueños)

TIPOS DE CONTROL INTERNO

Rusen (2006) sostiene que los tipos de control interno son:

- Control de Validez: Asegurar que la información contable procesada es real, verdadera, correcta o adecuada.

- Control de Integridad: Asegurar que se ha procesado la totalidad de la información contable.
- Control de Reproceso: Asegurar que los cálculos o las operaciones de rutina o sistematizadas, han sido llevadas a cabo en forma adecuada”.

OBJETIVOS DEL CONTROL INTERNO

Según Ledezma & Merino (2011) son:

Obtener información financiera, veraz y oportuna la cual constituye un elemento importante sobre la cual se toman las decisiones en la organización. Proteger los recursos empresariales y/o institucionales, contando para ello con un adecuado plan de seguros o efectos de salvaguardar los activos y patrimonios de la empresa.

Promover y fomentar la eficiencia de las operaciones.

ELEMENTOS DEL CONTROL INTERNO

El control interno puede agruparse en:

- a) Organización
- b) Procedimiento
- c) Personal
- d) Supervisión

Organización: Dirección que asume la responsabilidad de la política general de la empresa y de las decisiones tomadas en su desarrollo. División de labores 13 que defina claramente las

independencias de las operaciones de función, custodia y registro. Asignación de responsabilidades que establezcan con claridad los nombramientos dentro de la empresa por jerarquía.

Procedimiento: El control interno no se demuestra solo con una adecuada organización, es necesario que sus principios se apliquen en la práctica mediante procedimientos que garanticen la solidez de la organización: Planeación y sistematización Registros y formas Informes.

Personal: Los elementos del personal que intervienen en el control interno son cuatro: entrenamiento, eficiencia, moralidad, retribución.

Supervisión: La supervisión se ejerce en diferentes niveles, por diferentes funcionarios, empleados y en forma directa e indirecta una buena planeación y sistematización de procedimientos y un buen diseño de registros, formas e informes permiten la supervisión en el automático de los diversos aspectos del control interno.

EVALUACIÓN /VALORACIÓN DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO

Mantilla (2009), afirma, que la evaluación/ valoración del sistema de control interno, ya se ha dicho, es la etapa que históricamente mayor énfasis ha tenido, si bien no siempre con la eficacia requerida. Ha sido práctica, tradicional que los sistemas de control

interno estén sometidos a evaluaciones, principalmente por parte de los auditores (internos y externos).

Aquí aparecen dos roles diferentes: Los auditores internos valoran el control interno para ayudarle a la administración a sus actividades de gestión organizacional. Los auditores externos (financieros), generalmente han utilizado esta evaluación para determinar el alcance de las pruebas de auditoría, un asunto que les interesa mucho para ahorrar costos y para salvar sus responsabilidades, generando unas recomendaciones de control a las que no siempre se les hace seguimiento y a las que la administración no siempre atiende.

Los desarrollos recientes en auditoría de estados financieros, a partir de estándares internacionales y dentro del proceso de convergencia hacia ellos (particularmente el de los estándares americanos), en el contexto de nuevo modelo de riesgos de auditoría, han introducido modificaciones importantes tanto en la definición del control interno (insistiendo en tener como referentes a un “criterio de control” pero en la práctica incorporando COSO), pero no han eliminado la evaluación del control interno a cargo de los auditores de estados financieros para determinar el alcance de las pruebas de auditoría.

MEJORAMIENTO DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO

Mantilla (2009), determina que, es una etapa de accionar continuo: la consolidación del sistema de control interno es un asunto que se

da con el paso del tiempo. No existe ningún sistema de control interno que sea carente de errores. Por consiguiente, se convierte en un imperativo su mejoramiento continuo.

Algunos refieren darle a esta etapa la denominación de administración estratégica del control interno: el accionar en el día a día por parte de los niveles administrativos más altos, en aras de garantizar el logro de los objetivos del negocio.

La importancia de esta etapa es, posiblemente, una de las razones por las cuales no es suficiente la sola evaluación / valoración de los riesgos, si no que se requiere una administración de los mismos.

Frente a las modas o las obligaciones legales, muchas organizaciones compran diseños de sistema de control interno (una actividad muy rentable para los consultores organizacionales), hacen importantes esfuerzos de implementación inicial (que conlleva invertir buena cantidad de recursos), se inician los planes piloto... pero ahí quedan las cosas. Otra práctica muy común es que la alta gerencia delegue el asunto en un comité o en un funcionario... y ahí se queda todo.

El mejoramiento del sistema de control interno es una etapa clave para garantizar la eficiencia del mismo. Posiblemente esta sea una de las razones por las cuales las metodologías más importantes dan un énfasis creciente al monitoreo, esto es, al análisis del comportamiento de los distintos procesos en el tiempo, mediciones que se realizan a través de indicadores.

MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE CONTROL INTERNO

Según Bravo (2000). Debe estudiarse y evaluarse apropiadamente las estructuras de control interno como base para establecer el grado de confianza que merece y consecuentemente, para determinar la naturaleza y alcance de la empresa. Existen tres métodos que son utilizados para documentar el conocimiento de la estructura del control interno. Estos son los siguientes:

- El método descriptivo: Consiste en una descripción detallada de las características del sistema que se está evaluando tal como funciones, procedimientos, registros y departamentos que intervienen este método llamado también narrativo, es el más adecuado aplicado a empresas pequeñas.
- El método del cuestionario: Consiste en utilizar una lista de preguntas previamente elaboradas sobre aspectos básicos del sistema tales como: La forma como se maneja las operaciones y las personas que intervienen en el proceso. El autor al aplicar el cuestionario no debe conformarse con la contestación a su pregunta, sino que algunas respuestas deben ser confirmadas.

Es recomendable que el auditor y jefe de equipo sea responsable de efectuar el estudio y evaluación del control interno mediante la aplicación del cuestionario.

El método del flujo grama: Es la gráfica o esquematización de las operaciones de una empresa mediante el empleo de dibujos,

cuadros, figuras geométricas que representan formatos por cada departamento, área o archivo.

COSO I

Definición **de COSO:**

Según Gómez (2010), debido al mundo económico integrado que existe hoy en día se ha creado la necesidad de integrar metodologías y conceptos en todos los niveles de las diversas áreas administrativas y operativas con el fin de ser competitivos y responder a las nuevas exigencias empresariales. Surge así una nueva perspectiva sobre el control interno donde se brinda una estructura común que es documentada en el denominado “Informe C.O.S.O.”.

El Comité de Organizaciones Patrocinadoras de la Comisión Treadway (C.O.S.O.) es una organización voluntaria del sector privado, establecida en los Estados Unidos y dedicada a proporcionar orientación al ámbito privado y gubernamental sobre aspectos críticos de gestión de la organización, control interno de la empresa, gestión del riesgo, el fraude y la presentación de informes financieros.

El “Informe C.O.S.O.” 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.

Claros & León (2012), indican que el informe COSO (committee of sponsoring organizations of the treadway commission) constituye el modelo sobre CI en las empresas de mayor reconocimiento y aceptación a nivel mundial. Este informe, publicado en 1992 fue redactado por un grupo de expertos, representantes de importantes organismos norteamericanos de profesionales en el área de contabilidad, auditoría y finanzas. El propósito de redactar el informe COSO fue:

- Establecer una definición de CI, que fuera aceptada como un marco común que satisfaga las necesidades de todos los sectores interesados en la materia.
- Aportar una estructura de CI que facilitara la evolución de cualquier sistema en todo tipo de organización.

El informe COSO se estructura en cuatro partes.

Claros & León (2012), señalan que el resumen ejecutivo: Visión de alto nivel sobre la estructura conceptual del CI dirigidos a ejecutivos, miembros de consejo de administradores y legisladores.

- Estructura conceptual: Define el CI, describe sus componentes y proporciona criterios para que gestores, consejeros y otros que puedan evaluar sus sistemas de control.
- Reportes a partes externas: Es un documento suplementario que proporciona orientación a aquella entidad que publican

informes sobre CI, además de la preparación de estados financieros.

- Herramientas de evaluación: Proporcionan materiales que se pueden emplear en la evaluación de cualquier sistema de CI empresarial.

Definición de CI según el informe COSO.

El CI es un proceso llevado a cabo por la dirección y el resto del personal de una entidad diseñado con el objeto de proporcionar un grado de seguridad razonable en cuanto a la consecución de objetivos dentro de las siguientes categorías:

- Eficacia y eficiencia de las operaciones.
- Confiabilidad de la información financiera.
- Cumplimiento de las leyes, reglamentos.

Que el CI sea un proceso significa que:

- Es un medio para alcanzar un fin, no es un fin en sí mismo.
- No es un evento o circunstancia, sino una serie de acciones que permean las actividades de una organización.

Es una cadena de acciones extendida a todas las actividades inherentes a la gestión e integradas a los demás procesos básicos de la misma: planificación, ejecución y supervisión.

Los controles deben constituirse dentro de la infraestructura de la organización y no sobre ella.

Los cinco componentes del CI.

Claros & León (2012) p. 44, indican que el logro de los objetivos del CI, se alcanzan mediante la conformación de cinco componentes interrelacionados, que se deriven de la manera en que la dirección conduce la entidad y que estén integrados en el proceso de dirección. Los componentes serán los mismos para todas las organizaciones (sean públicas o privadas), dependiendo del tamaño de estas la forma de implantación de cada uno de los componentes. Los componentes son: Ambiente de control, evaluación de riesgos, actividades de control información y comunicación, supervisión y monitoreo.

- Ambiente de control.

El ambiente de control establece la atmosfera o carácter de una organización, influyendo en la conciencia de control de personal. Es el fundamento de todos los demás componentes del SCI, otorgando ordenamiento y estructura a dicho sistema. Los factores a considerar dentro del entorno de control serán: la integridad y los valores éticos, la capacidad de los funcionarios de la entidad, el estilo de dirección y de gestión, la manera en que la dirección asigna autoridad y responsabilidad, la estructura organizacional vigente y las políticas y prácticas de personal utilizadas. En la evaluación, entre otros aspectos, debe examinarse: que los procedimientos existan, que hayan sido apropiadamente

notificados, que sean conocidos, que sean adecuadamente comprendidos y que exista evidencia de que se aplican.

- Evaluación del riesgo.

Cada entidad se enfrenta a diversos riesgos internos y externos que deben ser evaluados. Una condición previa a la evaluación de riesgo es la identificación de los objetivos a los distintos niveles, los cuales deberán estar vinculados entre sí.

La evaluación de riesgo consiste en la identificación y análisis de los riesgos relevantes para la consecución de los objetivos de la organización, lo cual sirve de base para determinar la forma en que aquellos deben ser gestionados. A su vez, dados los cambios permanentes del entorno, será necesario que la entidad disponga del mecanismo para identificar y afrontar los riesgos asociados al cambio. En la evaluación se deberá examinar: que los objetivos hayan sido apropiadamente definidos, que los mismos sean consistentes con los objetivos institucionales, que hayan sido oportunamente comunicados, que se hayan detectado y analizado adecuadamente los riesgos y que se les haya clasificado de acuerdo a la relevancia y probabilidad de ocurrencia.

- Actividad de control

Las actividades de control consisten en las políticas, procedimientos, técnicas, prácticas y que permiten a la dirección administrar (mitigar) los riesgos identificados durante el proceso de evaluación y asegurar que se lleven a cabo los lineamientos

establecidos por ella. Las actividades de control se realizan a través de toda la organización, en todos los niveles y en todas las funciones. Ellas incluyen un rango amplio de actividades: aprobaciones; autorizaciones; verificaciones; reconciliaciones; examen de la eficiencia de las operaciones, seguridad de los activos y segregación de funciones. En la evaluación de las actividades de CI, entre otros aspectos, deben examinarse: si fueron establecidas las actividades relevantes para los riesgos identificados, si las mismas son aplicadas en la realidad y si los resultados conseguidos son los esperados.

- Información y comunicación

La información pertinente debe ser identificada recopilada en una forma y espacio de tiempo tales que permitan cumplir a cada funcionario con sus responsabilidades. Los sistemas de información generan informes que contienen información relacionada con las operaciones, las finanzas y el cumplimiento de compromisos, todo lo cual hace posible la conducción y el control de una empresa. En las organizaciones debe existir una comunicación eficaz en un sentido amplio, que fluya en todas las direcciones a través de todos los ámbitos de la entidad, de arriba hacia abajo y a la inversa. La dirección debe comunicar en forma clara las responsabilidades de cada funcionario dentro del SCI implementado. Los funcionarios tienen que comprender cuál es su papel en el sistema de control interno y como las actividades

individuales están relacionadas con el trabajo del resto. Asimismo, las organizaciones deben contar con el medio para comunicar la información significativa a los niveles superiores.

- Supervisión y monitoreo

Los SCI requieren de supervisión, es decir un proceso que verifique el desempeño del sistema de control interno en el transcurso del tiempo. Esto se consigue mediante actividades de supervisión continua, evaluaciones periódicas, o una combinación de ambas cosas durante la ejecución de actividades y procesos. Evaluación del sistema de control interno: la eficiencia del sistema de control interno de toda organización, debe ser periódicamente evaluada por la dirección y los mandos medios. Eficiencia del sistema de control interno. Un sistema de control interno se considera eficiente si la dirección de la entidad tiene la seguridad razonable de que:

- Dispone de la información adecuada sobre el nivel de logro de los objetivos operacionales de la entidad.
- Se prepara de forma fiable la información financiera de la misma.
- Se cumple las leyes y normatividad a la que se encuentra sujeta.

Validación de los supuestos asumidos. Se deben validar periódicamente los supuestos que sustentan los objetivos de una organización. A modo de ejemplo, los objetivos de una organización pueden apoyarse en supuestos acerca de las

necesidades del grupo meta. Por consiguiente será fundamental la validación de estos supuestos en el transcurso del tiempo. Deficiencias detectadas. Se deben establecer procedimientos que aseguren que toda deficiencia detectada, que afecte al sistema de control interno, pueda oportunamente informada.

COSO II

Claros & León (2012), el 29 de setiembre de 2004 se lanzó el marco de control denominado COSO II que según su propio texto no contradice al COSO I, siendo ambos marcos conceptuales compatibles. Sin embargo este marco se enfoca a la gestión de los riesgos (más allá de la intención de reducir riesgos que se plantea en COSO I) mediante técnicas como la administración de un portafolio de riesgos.

EL INFORME COSO I Y COSO II

Con el informe COSO (committe of sponsoring organizations) de 1992, se modificaron los principales conceptos de CI dándole a este una mayor amplitud.

El CI se define entonces como un proceso integrado a los procesos y no un conjunto de pesados mecanismos burocráticos añadidos a los mismos, efectuado por el consejo de la administración, la dirección y el resto del personal de una entidad, diseñado con el

objeto de proporcionar una garantía razonable para el logro de objetivos.

La seguridad a la que aspira solo es razonable, en tanto siempre existirá el limitante del costo en que se incurre por el control, que debe estar en concordancia con el beneficio que aporta; y además siempre se corre el riesgo de que las personas se asocien para cometer fraude.

Se modifican también las categorías de los objetivos a los que está orientado este proceso.

De una orientación meramente contable, ahora el CI tiene como objetivos generales:

1. Efectividad y Eficiencia de las operaciones.
2. Confiabilidad de la información financiera.
3. Cumplimiento de las leyes y normas que sean aplicables.
4. Protección de los recursos / activos.

Área de ventas

Debido a que es una orientación administrativa se supone que los consumidores no comparan normalmente lo suficiente de los productos de la empresa, a menos que llegue hasta ellos mediante un trabajo sustancial de promoción de ventas, es que nace la necesidad de un sistema de ventas supervisado y ejecutado por un área que busca optimizar las capacidades de las empresas, provocar su desarrollo, despertar la demanda mayor posibles del

mercado, cubrir la mayor parte posible del mercado entre otros factores, fines y objetivos de la misma.

De tal manera el departamento de ventas es el encargado de persuadir a un mercado de la existencia de un producto, valiéndose de su fuerza de venta o de intermediarios, aplicada las técnicas y políticas de venta acorde con el producto que se desee vender.

Área de ventas y control interno:

Como hemos podido apreciar, el sistema de ventas, requiere de un sistema de control interno para poder valorar la medida en que se cumpla sus funciones y prevenir y minimizar las deficiencias que puedan estar generando pérdidas a las utilidades de la empresa.

GESTIÓN COMERCIAL

Según Neira (2002), indica los siguientes alcances:

- Hay un refrán en los negocios que afirma que no sucede nada sino hasta que se efectúa una venta. Sin ventas no se necesitan contadores, trabajadores de producción, ni siquiera el presidente de la compañía. Las ventas representan el combustible que hace que funcionen los motores empresariales.
- Por lo tanto, la gestión de ventas es una de las especialidades fundamentales en mercadotecnia. Una gestión efectiva de ventas surge de un personal muy orientado al éxito, que logra cumplir con su misión de manera económica y con eficiencia.

- Así como las ventas son una relación personal, la gestión de ventas también lo es. Aunque el trabajo básico del gerente de ventas sea llevar al máximo las ventas a un costo razonable, al mismo tiempo que se logran las mayores utilidades, también tiene a su cargo muchas otras responsabilidades y decisiones importantes.
- La fuerza de ventas desempeña un papel crucial al decidir el destino de una organización, ya que los ingresos de esta se derivan de las ventas. Por esto la fuerza de ventas se debe administrar con efectividad si va a contribuir al esfuerzo de mercadotecnia general de la organización.

La gestión comercial es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, que se encuentra en cualquier organización y que se ajustan a la ejecución de tareas de ámbito de ventas, incluyendo:

- El estudio del ambiente externo y de las capacidades de la propia organización con el fin de alcanzar las previsiones de ventas a fin de determinar las principales amenazas y oportunidades que se presentan a la organización y a fin de determinar sus fortalezas y debilidades.
- La organización y control de las actividades comerciales y de marketing, incluyendo la definición de estrategias comerciales y políticas de actuación.

- La relación con el cliente incluyendo la definición de la forma de recaudación de fondos, la definición de servicios complementarios y servicios post-venta y gestión de reclamaciones, obteniendo la fidelidad de éste.
- La gestión de la fuerza de ventas, incluyendo su tamaño y la configuración de la estructuración.

Definición

Es la acción de vender. Es traspasar a otro la propiedad por el precio convenido. Las ventas y el marketing están estrechamente ligados. Las ventas tienen como objetivo vender el producto que la empresa produce (productos o servicios) y el marketing trata de que la empresa tenga lo que el cliente quiere; es decir se encuentra en constante investigación para saber cuáles son los requerimientos de los clientes o consumidores finales.

Objetivos

Según Vega, (2005) describe que los objetivos son:

- Como con todos los objetivos de mercadotecnia, los objetivos de la fuerza de ventas deberán estar especificados en términos precisos y mensurables y precisarán un periodo temporal para su cumplimiento. Los objetivos se establecen primero para la fuerza de ventas como un todo y luego se dividen en objetivos para cada vendedor en forma individual. Los objetivos generales de la fuerza de ventas suelen establecer en términos del volumen total

monetario o unitario, porción de mercado, o ganancia. Los objetivos para los vendedores individuales, por otro lado, por lo general se expresan en términos monetarios o unitarios.

- Algunas empresas tienen objetivos y actividades bien específicas para su fuerza de ventas. Una empresa aconseja a sus vendedores que dediquen 80% de su tiempo a los clientes presentes y 20% a los prospectos, así como un 85% de su tiempo a los productos corrientes y 15% a los nuevos. 26
- Conforme las empresas se perfilan más hacia los mercados, su fuerza de ventas también tendrá que enfocarse más hacia los mercados y los clientes.
- Antes se pensaba que los vendedores tenían que preocuparse de las ventas y que la empresa tenía que preocuparse de las utilidades. Sin embargo, una posición más moderna afirma que los vendedores se deben interesar en mucha más que sólo producir ventas; también deben saber cómo lograr la satisfacción de los clientes y las utilidades de la empresa.

Estructuración

La manera en que está estructurada la fuerza de ventas afecta la calidad de la comunicación de la empresa con sus clientes. Hay diferentes enfoques que son apropiados para diversos tipos de empresas que tratan con diferentes tipos de clientes.

La clave está en equilibrar la estructura organización con el tipo de comunicación que la empresa necesita. Una fuerza de ventas puede estar organizada de acuerdo a:

En la especialización territorial a cada vendedor se le asigna un territorio y vende todos los productos de la empresa a todos los clientes de esa área. Este tipo de especialización es común entre empresas que tiene un número pequeño de productos no técnicos no relacionados. Permite a la empresa evaluar los costos de hacer negocios en cada territorio y asegura la adaptabilidad para cambiar condiciones en cada uno de ellos. Es también de ayuda para los vendedores en el desarrollo de relaciones de trabajo a largo plazo con los clientes, esto incrementa su credibilidad como fuente de nuevas ideas e información para clientes

En la especialización del producto algunos vendedores venden a los clientes de un territorio uno o algunos productos, mientras que otros pueden vender otros productos de la compañía a los mismos clientes. Por lo tanto, los vendedores llegan a conocer muy bien sus productos. Traslapar territorios, no obstante, resulta un problema para las empresas cuyos 27 productos están muy relacionados. Los clientes pueden confundirse cuando los visitan varios vendedores de la misma empresa. Resulta también costoso para la compañía. La especialización de tareas se encuentra por lo general en grandes empresas. Algunos vendedores pueden servir a clientes establecidos de sus territorios, mientras que un grupo

más pequeño desarrolla nuevas cuentas. Las cuentas recién establecidas se transfieren al vendedor en cuyo territorio se localiza la nueva cuenta. Aquí la ventaja es que las habilidades de comunicación que se necesitan para establecer nuevas cuentas difieren de aquéllas que se requieren para mantener las cuentas existentes.

Con la especialización en un mercado meta, la fuerza de ventas se divide en base a mercados meta y cada vendedor atiende a sólo un grupo seleccionado. Este planteamiento se utiliza a menudo para productos complejos y técnicos cuyos usos varían de acuerdo al mercado meta.

CONTROL INTERNO Y GESTIÓN COMERCIAL.

Jaller (2004), indica que el control interno más que una herramienta de seguimiento de gestión es una herramienta facilitadora de la comunicación entre las áreas de la organización involucradas, en cuanto la mayor ventaja del control de indicadores es la capacidad de contar el desarrollo de la estrategia en relación a todos los procesos que allí se miden y lograr integrar la información de cada área en una fuente de retroalimentación continua y confiable para el resto de la organización.

El control interno obliga a las empresas a ser más ágiles en los procesos de toma de decisiones, más creativos en la generación de nuevos negocios, mayor agudeza en la comprensión de los

nuevos clientes a fin de satisfacer sus necesidades. La rapidez con que se concretan los negocios no permite a las empresas darse el lujo de mantener una actitud pasiva ya que las oportunidades que ofrecen los nuevos mercados serán aprovechados por otros que están preparados para asumir los nuevos retos. Es por ello, que los esfuerzos y recursos de las empresas se priorizan hacia aquellas actividades dirigidas a penetrar nuevos mercados, fidelizar a la cartera de clientes y captar a aquellos no atendidos, desarrollar soluciones atractivas que cubran necesidades del mercado. Sin embargo, se puede cometer un grave error al no considerar en su real dimensión la importancia que tiene el sistema de control interno dentro del esquema organizacional y en la preparación del planeamiento de la empresa, considerando que su efectividad y valor agregado no se refleja directamente en el incremento de los resultados económicos de la empresa como si lo podría hacer una nueva estrategia de marketing o el desarrollo de mejoras en el producto. El sistema de control interno actúa silenciosamente en la organización y su éxito radica en asegurar una estructura base sólida que permita al área comercial y de negocios desarrollarse dentro de una banda de actuación razonablemente segura para la empresa.

2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

Área de ventas. Elementos claves que definen la función de ventas: la organización, los clientes, la competencia. Organización del área.

Aumento de mercado. Aumento particular de la demanda de un servicio o producto. rastreado a través del tiempo.

Autoridad. Poder que tiene una persona sobre otra que le está subordinada. Persona revestida de algún poder o mando." Cada posición concreta tiene unos derechos inherentes que los titulares adquieren del rango o título de la posición.

Atención al cliente. Es el que ofrece una empresa para relacionarse con sus clientes. Es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

Control Interno.- Son las políticas, principios y procedimientos adoptados por la administración para lograr las metas y objetivos planificados y con el fin de salvaguardar los recursos y bienes económicos, financieros, tecnológicos a través de su uso eficiente y aplicando la normativa vigente, así como las políticas corporativas establecidas.

Cumplimiento. Es un término que tiene su origen en vocablo latino complementum y que hace mención a la acción y efecto de cumplir o cumplirse.

Canales de venta. En inglés es conocido como canal "tier-2", ya que los bienes o servicios dan "dos saltos", de mayorista a retail o venta al por menor, y de ahí al usuario o consumidor final del producto o servicio. Minorista o detallista. Los detallistas o minoristas son los que venden productos al consumidor final.

Efectividad. Es la referida al grado en el cual un programa o actividad gubernamental logra sus objetivos y metas u otros beneficios que pretendían alcanzarse, previstos en la legislación o fijados por otra autoridad.

Equipo de ventas. Para conformar un equipo de ventas es indispensable definir con claridad los objetivos y las responsabilidades de cada uno de los integrantes del mismo.

Evaluación. Es la acción de estimar, calcular o señalar el valor de algo. Es la determinación sistemática del mérito, el valor y el significado de algo o alguien en función de unos criterios respecto a un conjunto de normas.

Estrategias. Es el conjunto de acciones que se implementarán en un contexto determinado con el objetivo de lograr el fin propuesto.

Estructura de control interno. Es el conjunto de planes, métodos, procedimientos y otras medidas, incluyendo la actitud de la dirección de una entidad, para ofrecer seguridad razonable respecto a que están lográndose los objetivos del control interno.

Ética. Estudia qué es lo moral, cómo se justifica racionalmente un sistema moral, y cómo se ha de aplicar posteriormente a nivel

individual y a nivel social. En la vida cotidiana constituye una reflexión sobre el hecho moral, busca las razones que justifican la utilización de un sistema moral u otro.

Institucional. Una institución es una estructura del orden social que rige el funcionamiento de una sociedad.

Normas. Es un término que proviene del latín y significa “escuadra”. Una norma es una regla que debe ser respetada y que permite ajustar ciertas conductas o actividades.

Normas de Control Interno. Son lineamientos, criterios y disposiciones para la aplicación y regulación de control interno en las principales áreas de la actividad administrativa u operativa de las entidades.

Número de clientes. Es la cantidad de clientes que cuenta una entidad.

Operaciones. Es un término que proviene del latín “Operatio”. Describe una acción que implica la manipulación de un cuerpo o elemento para convertirlo en otro con una función distinta o mejorada. También es común asociar el término al acto de intervenir quirúrgicamente a un ser vivo.

Prácticas. Es la acción que se desarrolla con la aplicación de ciertos conocimientos. Por ejemplo: “Tengo todos los conocimientos teóricos necesarios, pero aún no he logrado llevarlos a la práctica con éxito”, “Dicen que un científico chino logró demostrar teorías milenarias en la práctica”.

Prestación de servicios. . Es el contrato mediante el cual una persona, normalmente un profesional en algún área, se obliga con respecto a otra a realizar una serie de servicios a cambio de un precio.

Precios. Generalmente se denomina precio al pago o recompensa asignado a la obtención de bienes o servicios o, más en general, una mercancía cualquiera. A pesar que tal pago no necesariamente se efectúa en dinero los precios son generalmente referidos o medidos en unidades monetarias.

Procedimientos. Es un conjunto de acciones u operaciones que tienen que realizarse de la misma forma, para obtener siempre el mismo resultado bajo las mismas circunstancias (por ejemplo, procedimiento de emergencia). Y puede referirse a: Subrutina en programación. Procedimiento efectivo en teoría de la computación.

Procesos. Es un conjunto de actividades planificadas que implican la participación de un número de personas y de recursos materiales coordinados para conseguir un objetivo previamente identificado.

Porcentaje de clientes. Es un término que se utiliza con frecuencia en marketing. Es una medida de cómo los productos y servicios suministrados por una empresa cumplen o superan las expectativas del cliente.

Políticas. Es la actividad humana concerniente a la toma de decisiones que conducirán el accionar de la sociedad toda. El

término guarda relación con “polis” que aludía a las ciudades griegas que constituían estados.

Responsabilidad. Es el cumplimiento de las obligaciones, o el cuidado al tomar decisiones o realizar algo. La responsabilidad es también el hecho de ser responsable de alguien o de algo. Responsabilidad, Se utiliza también para referirse a la obligación de responder ante un hecho.

Satisfacción de clientes. Es un término que se utiliza con frecuencia en marketing. Es una medida de cómo los productos y servicios suministrados por una empresa cumplen o superan las expectativas del cliente.

Servicio a los clientes. Es el que ofrece una empresa para relacionarse con sus clientes. Es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

Técnicas de ventas. Las técnicas en uso varían mucho, desde la venta consultiva centrada en el cliente hasta el muy presionado "cierre duro".

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El presente estudio reúne las condiciones suficientes para ser calificado una investigación aplicada porque se apoya en la parte teórica conceptual sobre el control interno.

3.2 MÉTODO

En la presente investigación se empleó el método descriptivo, el mismo que se complementó con el análisis, síntesis, entre otros:

DESCRIPTIVO.- Dirigido a conocer cómo se aplicó el control interno en las empresas ferreteras S.C. R.LTDA en la ciudad de Huánuco.

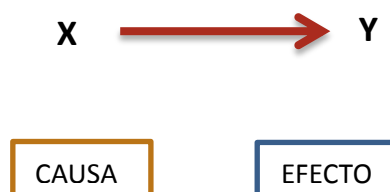
ANÁLISIS.- En el cual se procedió al conocimiento de la ejecución de gastos e ingresos y el cumplimiento de la normatividad.

SÍNTESIS.- Se detectó el cumplimiento de Control Interno en la gestión comercial de las empresas ferreteras S.C. R.LTDA.

3.3 DISEÑO Y ESQUEMA DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación que se utilizó fue en relación de causa y efecto.

El presente estudio, tiene el siguiente esquema.



3.4 UNIVERSO/POBLACIÓN

La población de la investigación estuvo conformada por todas las empresas ferreteras S.C. R.LTDA ubicadas en la ciudad de Huánuco, y las encuestas estarán dirigidas a los propietarios y contadores de las mencionadas empresas.

| N° | RUC | NOMBRE O RAZON SOCIAL | CANT. |
|----|-------------|---|-------|
| 1 | 20124640700 | ZENOBIO ROJAS TELLO SUCESTORES S.C.R.LTDA | 2 |
| 2 | 20489387361 | DISTRIB. DE MATER. DE CONST. & L S.C.R.LTDA | 2 |
| 3 | 20489402930 | VIDASA S.C.R.LTDA | 2 |
| 4 | 20489596441 | FERRETERIA CURI S.C.R.LTDA | 2 |
| 5 | 20489632773 | DISTRIBUIDORA CM Y M S.C.R.LTDA | 2 |
| 6 | 20489702062 | COMERCIAL CERCEO E HIJOS S.C.R.L. | 2 |
| 7 | 20489712378 | FERRETERIA SHARLOTTE S.C.R.LTDA | 2 |
| 8 | 20528977422 | INVERSIONES PILLCO S.C.R.LTDA | 2 |
| 9 | 20529000937 | INVERSIONES FERROAMIGOS S.C.R.LTDA | 2 |
| 10 | 20529107901 | CONSTRUCTORA J & L DURAND SC.R.LTDA | 2 |
| 11 | 20529244992 | DISTRIBUIDORA PA & ICH S.C.R.L. | 2 |
| 12 | 20573060921 | INVERS. SERV. Y COMERCIO PALACIOS S.C.R.LTDA | 2 |
| 13 | 20573278047 | HVL CONSTRUC. SERVICIOS GENERALES S.C.R.LTDA | 2 |
| 14 | 20573313641 | RESOL CONSTRUCTORES S.C.R.LTDA | 2 |
| 15 | 20573320698 | INVERSIONES KILLARI S.C.R.LTDA | 2 |
| 16 | 20600402286 | MULTISERVICIOS INVERSIONES LAKSHMI S.C.R.LTDA | 2 |
| | | | 32 |

Fuente: SUNAT- Huánuco

3.5 MUESTRA

En este caso de la investigación se tomó como muestra al 100% de las empresas descritas en la población y la muestra se ran a los propietarios y contadores de las empresas según cuadro adjunto en la población que suman 32 personas.

3.6 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN Y TRATAMIENTO DE DATOS

Las principales técnicas que se empleó en la investigación son:

- ✓ Encuesta

3.7 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, FUENTES

Los principales instrumentos que se aplicaron en las técnicas son:

- ✓ El Cuestionario

FUENTES:

a.- Fuentes Primarias.- Para la obtención de información de manera directa, se hizo uso de la observación por parte del investigador en lugares donde se llevó a cabo las actividades de comercialización.

b.- Fuentes Secundarias.- Se hizo uso de información de fuentes bibliográficas (libros, revistas, normas legales, etc.) relacionados con el tema de estudio, como también de información encontrada en Internet.

3.8 PROCESAMIENTO Y PRESENTACIÓN DE DATOS

3.8.1. Procesamiento de datos

Para el procesamiento de los datos se utilizó la Estadística Descriptiva en sus siguientes técnicas:

- ❖ Cuadros de Distribución de Frecuencias absolutas y relativas.
- ❖ Gráficos estadísticos.
- ❖ También se utilizará la Estadística Inferencial para la prueba de hipótesis.

3.8.2. Presentación de datos

La hipótesis fué validada utilizando las técnicas de la contrastación, es decir, se contrastaron los resultados con la hipótesis, para verificar si los obtenidos corroboran o no la hipótesis formulada, para que finalmente sea aceptada en función a la naturaleza, características y tendencias de los datos que se obtuvieron. Se utilizó la fórmula de Chi Cuadrado. Se presentaron los datos de cada variable en la dimensión que corresponda con los indicadores seleccionados, con su respectiva interrogante, tabla, cuadro, gráfico, análisis e interpretación del valor crítico calculado.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO

ENCUESTAS

4.1.1 SISTEMA DE CONTROL INTERNO Y GESTIÓN

COMERCIAL

Interrogante:

¿Considera Ud. que el sistema de control interno mejora el área de ventas para una mejor gestión comercial en las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco?

Interpretación:

Del total de 32 personas encuestadas, obtuvimos:

- 15 respondieron “totalmente de acuerdo”, los cuales alcanzaron el 47% del total.
- 5 respondieron “parcialmente de acuerdo”, quienes fueron el 16% del total encuestado.
- 3 respondieron “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, que sumaron el 9%.
- 6 respondieron “parcialmente en desacuerdo” los cuales alcanzaron el 19%
- 3 respondieron “totalmente en desacuerdo” los que sumaron el 9%

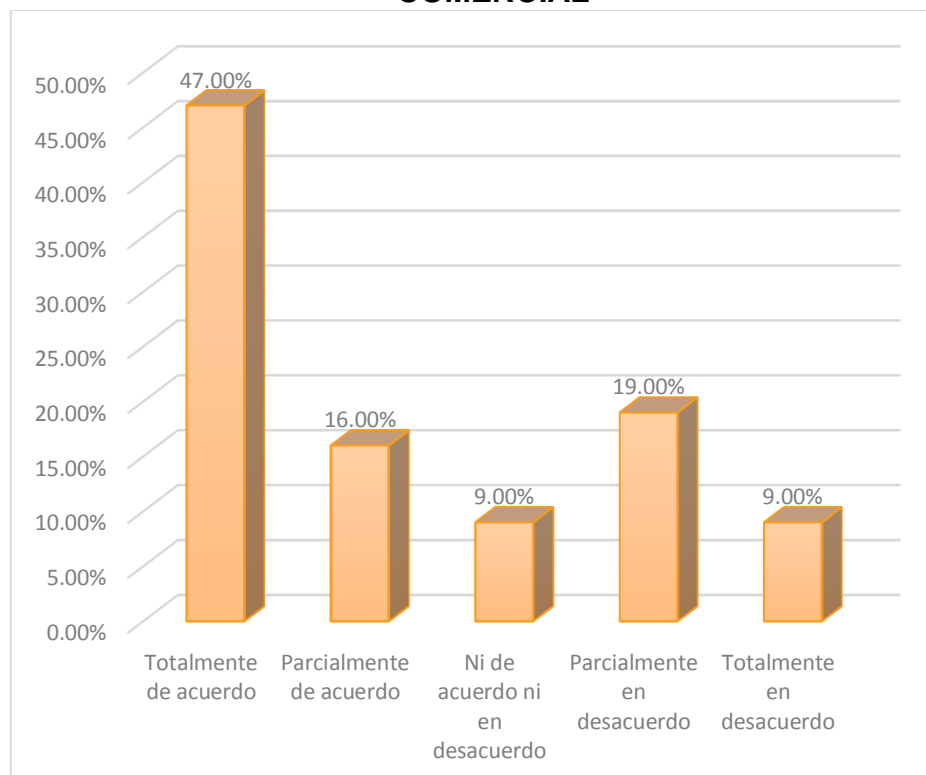
La mayoría coincidió en que el sistema de control interno mejora el área de ventas para una mejor gestión comercial en las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco. Hubo encuestados que se mostraron indiferentes y otros que no estuvieron de acuerdo.

CUADRO N° 01
SISTEMA DE CONTROL INTERNO Y GESTIÓN
COMERCIAL

| Alternativa | Total Parcial | Porcentaje |
|--------------------------------|----------------------|-------------------|
| Totalmente de acuerdo | 15 | 47.00% |
| Parcialmente de acuerdo | 5 | 16.00% |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 3 | 9.00% |
| Parcialmente en desacuerdo | 6 | 19.00% |
| Totalmente en desacuerdo | 3 | 9.00% |
| Total | 32 | 100.00% |

Fuente: SUNAT
Elaboración: Propia

GRAFICO N° 01
SISTEMA DE CONTROL INTERNO Y GESTIÓN
COMERCIAL



Elaboración : propia

4.1.2 POLÍTICAS DE AUTORIDAD Y CANALES DE VENTAS

Interrogante:

¿Esta Ud. de acuerdo con que las políticas de autoridad mejoran los canales de ventas en las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco?

Interpretación:

Del total de personal encuestado, 32 personas, se obtuvo los siguientes resultados:

- 12 respondieron “totalmente de acuerdo”, los cuales alcanzaron el 38% del total.
- 13 respondieron “parcialmente de acuerdo”, quienes fueron el 41% del total encuestado.
- 3 respondieron “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, que sumaron el 9%.
- 2 respondieron “parcialmente en desacuerdo” los cuales alcanzaron el 6%
- 2 respondieron “totalmente en desacuerdo” los que sumaron el 6%

En definitiva, con relación al ítem anterior, observamos los resultados obtenidos y notamos claramente la mayoría de encuestados están de acuerdo con que las políticas de autoridad mejoran los canales de ventas en las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco.

CUADRO N° 02
POLITICAS DE AUTORIDAD Y CANALES DE
VENTAS

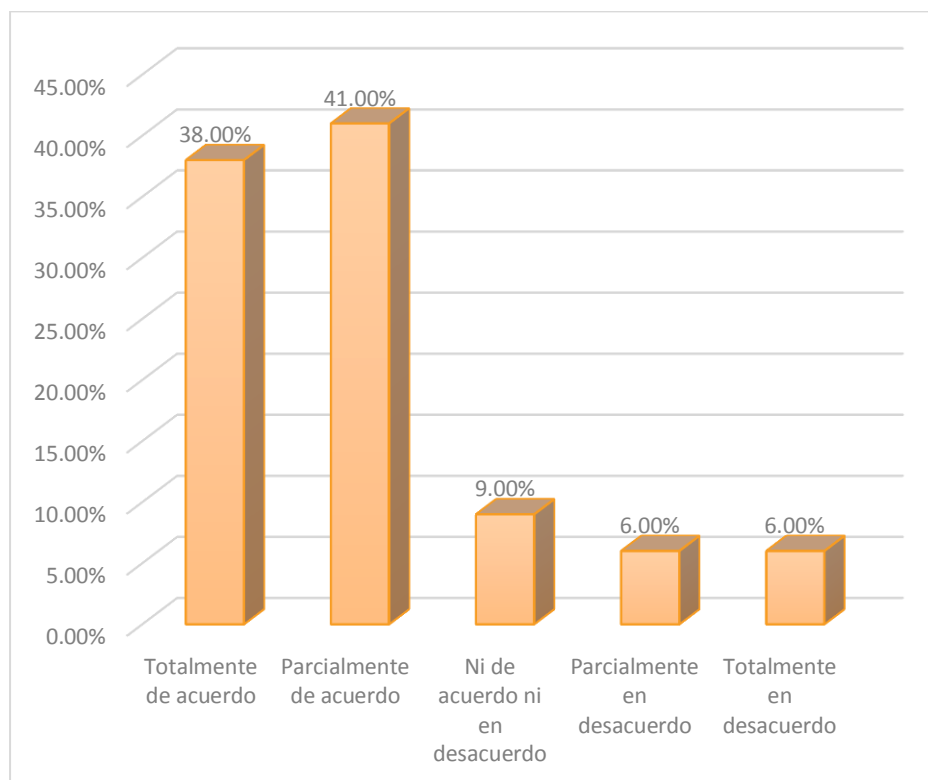
| Alternativa | Total Parcial | Porcentaje |
|--------------------------------|----------------------|-------------------|
| Totalmente de acuerdo | 12 | 38.00% |
| Parcialmente de acuerdo | 13 | 41.00% |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 3 | 9.00% |
| Parcialmente en desacuerdo | 2 | 6.00% |
| Totalmente en desacuerdo | 2 | 6.00% |
| Total | 32 | 100.00% |

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 02

POLITICAS DE AUTORIDAD Y CANALES DE
VENTAS



Elaboración : propia

4.1.3 RESPONSABILIDAD Y TÉCNICAS DE VENTAS

Interrogante:

¿Considera Ud. que la responsabilidad del control interno guarda relación con las técnicas de ventas para una mejor gestión comercial en las empresas ferreteras de la ciudad de Huánuco?

Interpretación:

De todos los encuestados, 32 personas, se dieron como resultados los siguientes:

- 18 respondieron “totalmente de acuerdo”, los cuales alcanzaron el 56% del total.
- 6 respondieron “parcialmente de acuerdo”, quienes fueron el 19% del total encuestado.
- 3 respondieron “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, que sumaron el 10%.
- 2 respondieron “parcialmente en desacuerdo” los cuales alcanzaron el 6%
- 3 respondieron “totalmente en desacuerdo” los que sumaron el 9%

Observando los resultados, la mayoría consideró que la responsabilidad del control interno guarda relación con las técnicas de ventas para una mejor gestión comercial en las empresas ferreteras de la ciudad de Huánuco. Hubo algunos encuestados que se mostraron indiferentes y otros que no estuvieron de acuerdo.

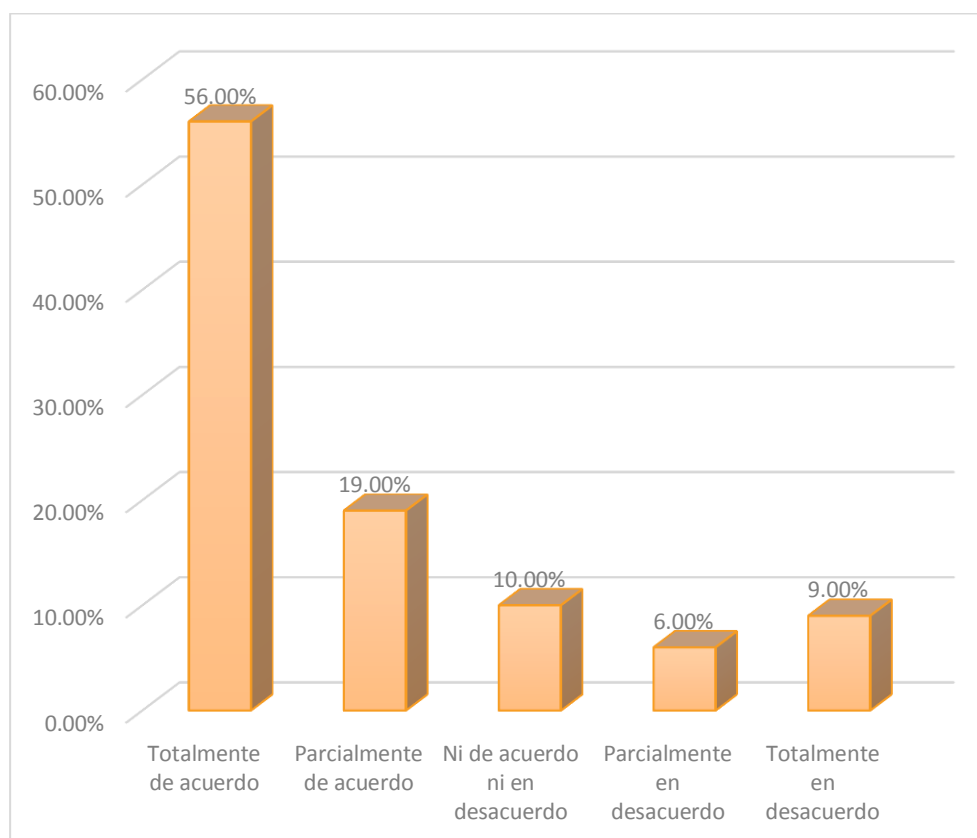
CUADRO N° 03
RESPONSABILIDAD Y TÉCNICAS DE VENTAS

| Alternativa | Total Parcial | Porcentaje |
|--------------------------------|----------------------|-------------------|
| Totalmente de acuerdo | 18 | 56.00% |
| Parcialmente de acuerdo | 6 | 19.00% |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 3 | 10.00% |
| Parcialmente en desacuerdo | 2 | 6.00% |
| Totalmente en desacuerdo | 3 | 9.00% |
| Total | 32 | 100.00% |

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 03
RESPONSABILIDAD Y TÉCNICAS DE VENTAS



Elaboración : propia

4.1.4 POLÍTICA INSTITUCIONAL Y EQUIPO DE VENTAS

Interrogante:

¿Está Ud. de acuerdo con que la política institucional del sistema de control interno trae mejoras al equipo de ventas en las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco?

Interpretación:

Del total de personal encuestado, 32 personas, se obtuvo los siguientes resultados:

- 24 respondieron “totalmente de acuerdo”, los cuales alcanzaron el 75% del total.
- 4 respondieron “parcialmente de acuerdo”, quienes fueron el 13% del total encuestado.
- 1 respondieron “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, que sumaron el 3%.
- 1 respondieron “parcialmente en desacuerdo” los cuales alcanzaron el 3%
- 2 respondieron “totalmente en desacuerdo” los que sumaron el 6%

En este ítem la mayoría de los encuestados están “totalmente de acuerdo” con que la política institucional del sistema de control interno trae mejoras al equipo de ventas en las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco. Hubo algunos encuestados que se mostraron indiferentes y otros que estuvieron en desacuerdo.

CUADRO N° 04
POLITICA INSTITUCIONAL Y EQUIPO DE VENTAS

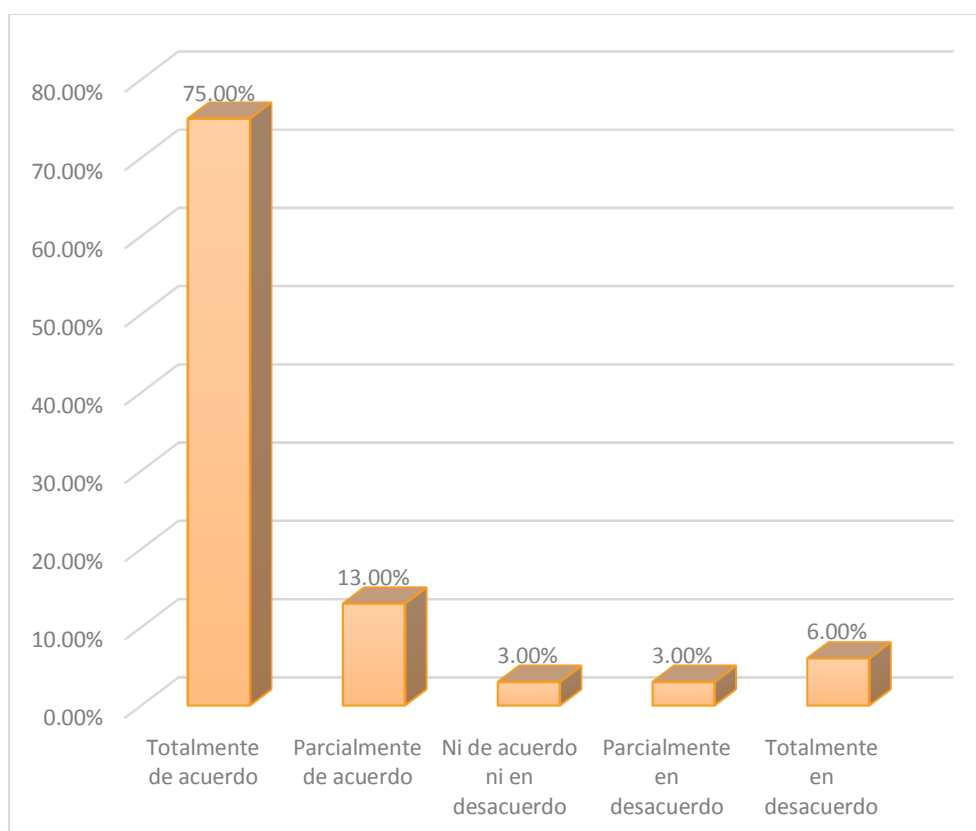
| Alternativa | Total Parcial | Porcentaje |
|--------------------------------|----------------------|-------------------|
| Totalmente de acuerdo | 24 | 75.00% |
| Parcialmente de acuerdo | 4 | 13.00% |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 1 | 3.00% |
| Parcialmente en desacuerdo | 1 | 3.00% |
| Totalmente en desacuerdo | 2 | 6.00% |
| Total | 32 | 100.00% |

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 4

POLITICA INSTITUCIONAL Y EQUIPO DE VENTAS



Elaboración : propia

4.1.5 PRACTICAS DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO Y NUMERO DE CLIENTES.

Interrogante:

¿Considera Ud. que las prácticas del sistema de control interno contribuyen al aumento de clientes en las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco?

Interpretación:

Del total de personal encuestado, 32 personas, se obtuvo los siguientes resultados:

- 16 respondieron “totalmente de acuerdo”, los cuales alcanzaron el 50% del total.
- 5 respondieron “parcialmente de acuerdo”, quienes fueron el 16% del total encuestado.
- 3 respondieron “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, que sumaron el 9%.
- 5 respondieron “parcialmente en desacuerdo” los cuales alcanzaron el 16%
- 3 respondieron “totalmente en desacuerdo” los que sumaron el 9%.

Todas las personas encuestadas consideran que las prácticas del sistema de control interno contribuyen al aumento de clientes en las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco. Hubo algunos encuestados que se mostraron indiferentes y otros que no estuvieron de acuerdo.

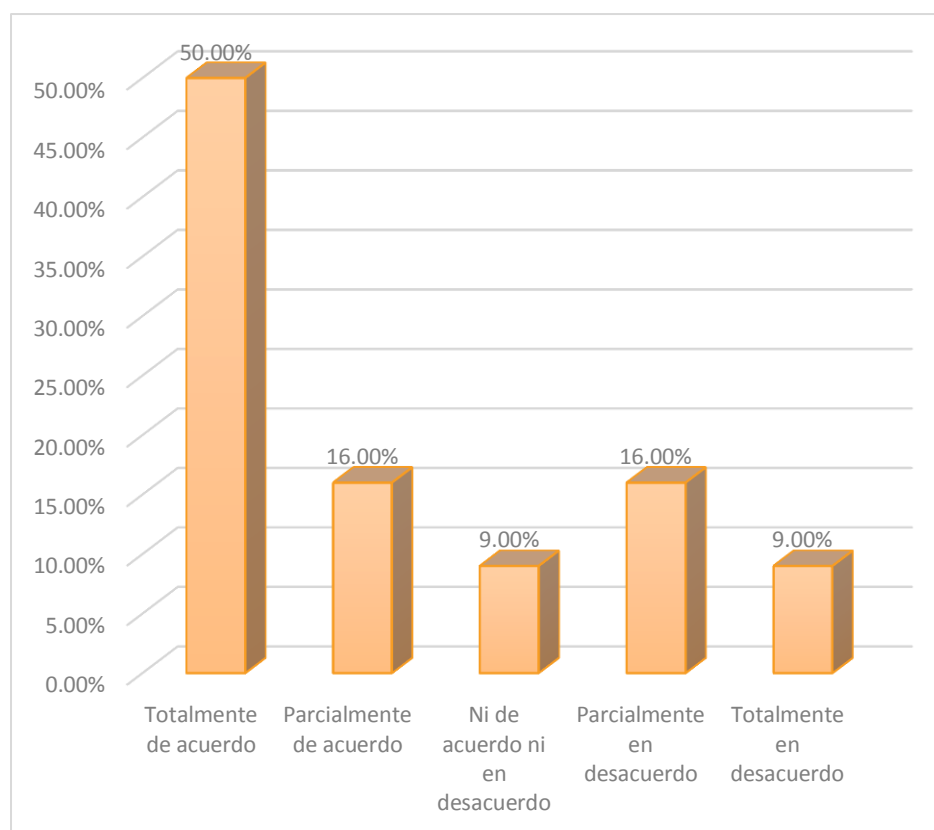
CUADRO Nº 05
PRACTICAS DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO Y
NUMERO DE CLIENTES.

| Alternativa | Total Parcial | Porcentaje |
|--------------------------------|----------------------|-------------------|
| Totalmente de acuerdo | 16 | 50.00% |
| Parcialmente de acuerdo | 5 | 16.00% |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 3 | 9.00% |
| Parcialmente en desacuerdo | 5 | 16.00% |
| Totalmente en desacuerdo | 3 | 9.00% |
| Total | 32 | 100.00% |

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia

GRAFICO Nº 05
PRACTICAS DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO Y
NUMERO DE CLIENTES.



Elaboración : propia

4.1.6 PROCEDIMIENTOS DE CONTROL INTERNO Y EL AUMENTO DE CLIENTES

Interrogante:

¿Considera Ud. que los procedimientos de control interno contribuyen a mejorar aumentos en el porcentaje de clientes en las empresas ferreteras de la ciudad de Huánuco?

Interpretación:

Del total de personal encuestado, 32 personas, se obtuvo los siguientes resultados:

- 18 respondieron “totalmente de acuerdo”, los cuales alcanzaron el 56% del total.
- 4 respondieron “parcialmente de acuerdo”, quienes fueron el 13% del total encuestado.
- 2 respondieron “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, que sumaron el 6%.
- 5 respondieron “parcialmente en desacuerdo” los cuales alcanzaron el 16%
- 3 respondieron “totalmente en desacuerdo” los que sumaron el 9%

La mayoría de los participantes respondieron “totalmente de acuerdo”, que los procedimientos de control interno contribuyen a mejorar aumentos en el porcentaje de clientes en las empresas ferreteras de la ciudad de Huánuco. Hubo una minoría de encuestados que se manifestaron indiferentes y otros que no estuvieron de acuerdo.

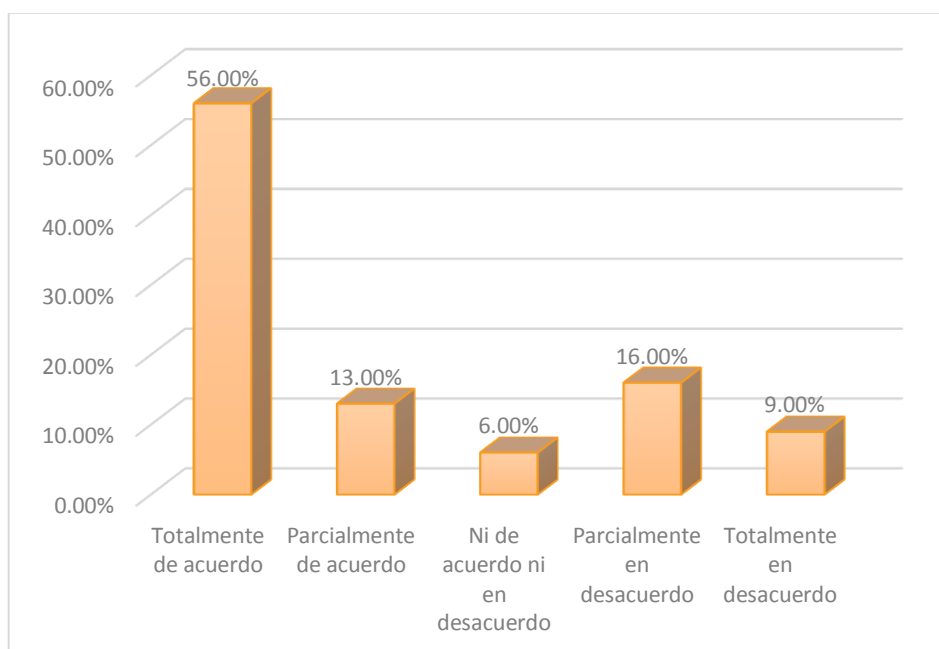
CUADRO Nº 06
PROCEDIMIENTOS DE CONTROL INTERNO Y EL
AUMENTO DE CLIENTES

| Alternativa | Total Parcial | Porcentaje |
|--------------------------------|----------------------|-------------------|
| Totalmente de acuerdo | 18 | 56.00% |
| Parcialmente de acuerdo | 4 | 13.00% |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 2 | 6.00% |
| Parcialmente en desacuerdo | 5 | 16.00% |
| Totalmente en desacuerdo | 3 | 9.00% |
| Total | 32 | 100.00% |

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia

GRAFICO Nº 06
PROCEDIMIENTOS DE CONTROL INTERNO Y EL
AUMENTO DE CLIENTES



Elaboración : propia

4.1.7 PROCESOS DE CONTROL INTERNO Y LOS SERVICIOS A LOS CLIENTES

Interrogante:

¿Diga Ud. si el proceso de control interno mejora los servicios a los clientes en las empresas ferreteras de la ciudad de Huánuco?

Interpretación:

Del total de personal encuestado, 32 personas, se obtuvo los siguientes resultados:

- 10 respondieron “totalmente de acuerdo”, los cuales alcanzaron el 31% del total.
- 10 respondieron “parcialmente de acuerdo”, quienes fueron el 31% del total encuestado.
- 6 respondieron “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, que sumaron el 19%.
- 5 respondieron “parcialmente en desacuerdo” los cuales alcanzaron el 16%
- 1 respondieron “totalmente en desacuerdo” los que sumaron el 3%

En concordancia con el ítem anterior, la mayoría de encuestados manifestaron que el proceso de control interno mejora los servicios a los clientes en las empresas ferreteras de la ciudad de Huánuco. Hubo algunos encuestados que se manifestaron indiferentes y otros que opinaron estar en desacuerdo.

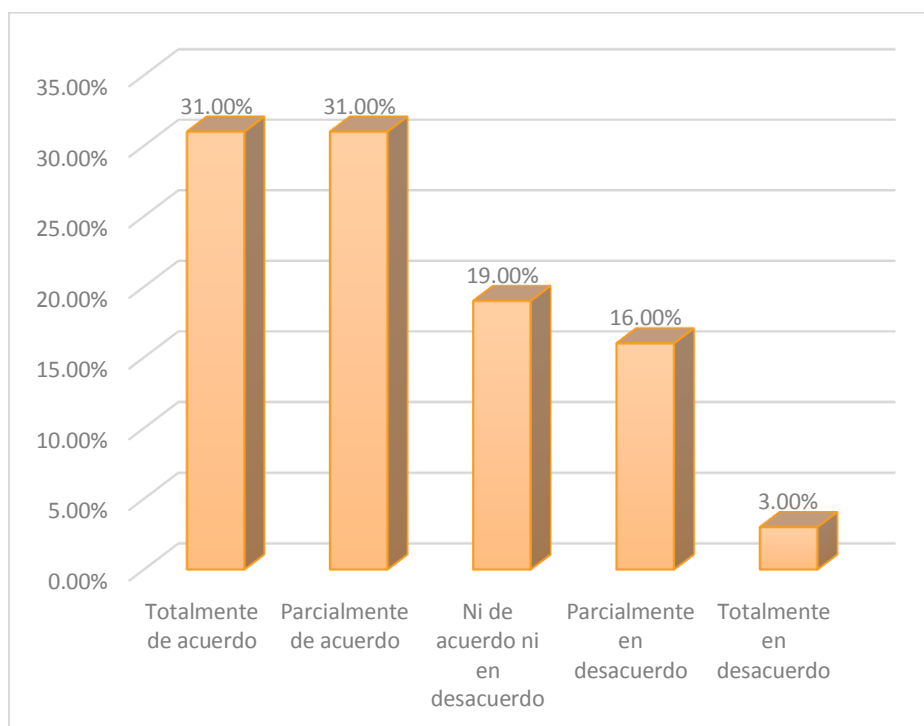
CUADRO N° 07
PROCESOS DE CONTROL INTERNO Y LOS SERVICIOS
A LOS CLIENTES

| Alternativa | Total Parcial | Porcentaje |
|--------------------------------|----------------------|-------------------|
| Totalmente de acuerdo | 10 | 31.00% |
| Parcialmente de acuerdo | 10 | 31.00% |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 6 | 19.00% |
| Parcialmente en desacuerdo | 5 | 16.00% |
| Totalmente en desacuerdo | 1 | 3.00% |
| Total | 32 | 100.00% |

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 07
PROCESOS DE CONTROL INTERNO Y LOS SERVICIOS
A LOS CLIENTES



Elaboración : propia

4.1.8 ESTRATEGIAS DE CONTROL INTERNO Y LA ATENCION A LOS CLIENTES

Interrogante:

¿Esta Ud. de acuerdo con que la evaluación estratégica de control interno incide en la atención de clientes en las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco?

Interpretación:

Del total de personal encuestado, 32 personas, se obtuvo los siguientes resultados:

- 18 respondieron “totalmente de acuerdo”, los cuales alcanzaron el 56% del total.
- 3 respondieron “parcialmente de acuerdo”, quienes fueron el 9% del total encuestado.
- 5 respondieron “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, que sumaron el 16%.
- 4 respondieron “parcialmente en desacuerdo” los cuales alcanzaron el 13%
- 2 respondieron “totalmente en desacuerdo” los que sumaron el 6%

De acuerdo a los resultados que se muestran, la mayoría de participantes señalaron estar “totalmente de acuerdo”, con que la evaluación estratégica de control interno incide en la atención de clientes en las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco. Hubo un menor número que manifestó su indiferencia con la pregunta y otros que no estuvieron de acuerdo.

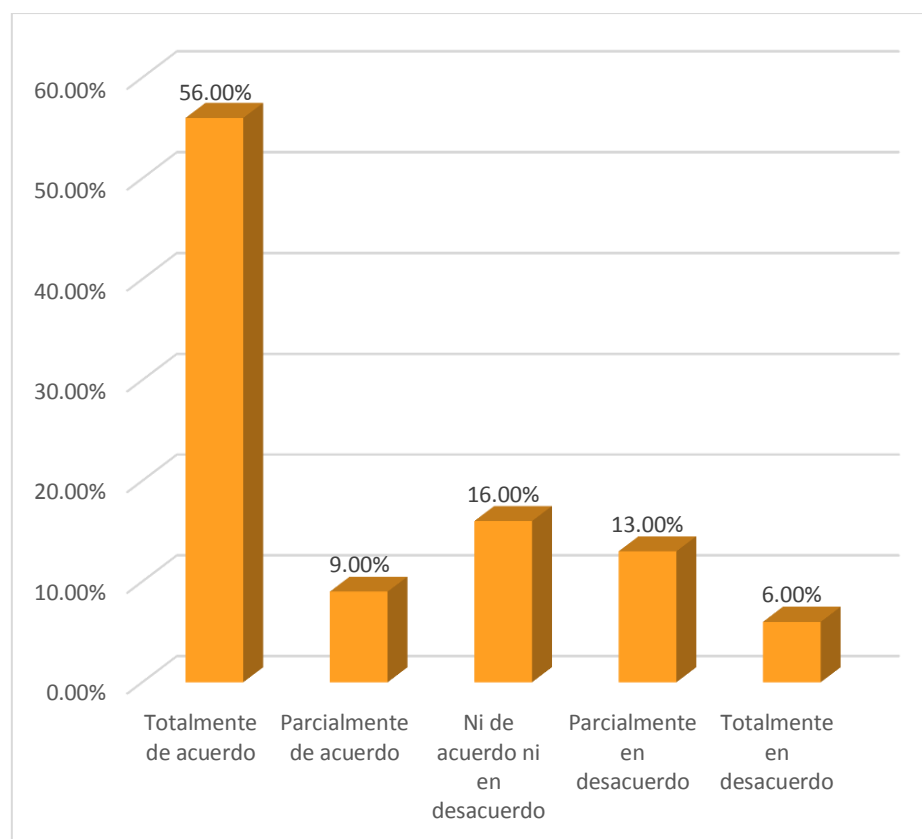
CUADRO N° 08
ESTRATEGIAS DE CONTROL INTERNO Y LA
ATENCION A LOS CLIENTES

| Alternativa | Total Parcial | Porcentaje |
|--------------------------------|----------------------|-------------------|
| Totalmente de acuerdo | 18 | 56.00% |
| Parcialmente de acuerdo | 3 | 9.00% |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 5 | 16.00% |
| Parcialmente en desacuerdo | 4 | 13.00% |
| Totalmente en desacuerdo | 2 | 6.00% |
| Total | 32 | 100.00% |

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 08
ESTRATEGIAS DE CONTROL INTERNO Y LA
ATENCION A LOS CLIENTES



Elaboración : propia

4.1.9 OPERACIONES DE CONTROL INTERNO Y LAS PRESTACIONES DE SERVICIOS

Interrogante:

¿Tienen relación las operaciones de control interno con las prestaciones de servicios de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco?

Interpretación:

Del total de personal encuestado, 32 personas, se obtuvo los siguientes resultados:

- 19 respondieron “totalmente de acuerdo”, los cuales alcanzaron el 59% del total.
- 4 respondieron “parcialmente de acuerdo”, quienes fueron el 13% del total encuestado.
- 2 respondieron “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, que sumaron el 6%.
- 3 respondieron “parcialmente en desacuerdo” los cuales alcanzaron el 9%
- 4 respondieron “totalmente en desacuerdo” los que sumaron el 13%

Con respecto a la interrogante planteada, los participantes adujeron que si Tienen relación las operaciones de control interno con las prestaciones de servicios de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco. Hubo un menor número de encuestados que manifestaron su indiferencia y otros que no estuvieron de acuerdo.

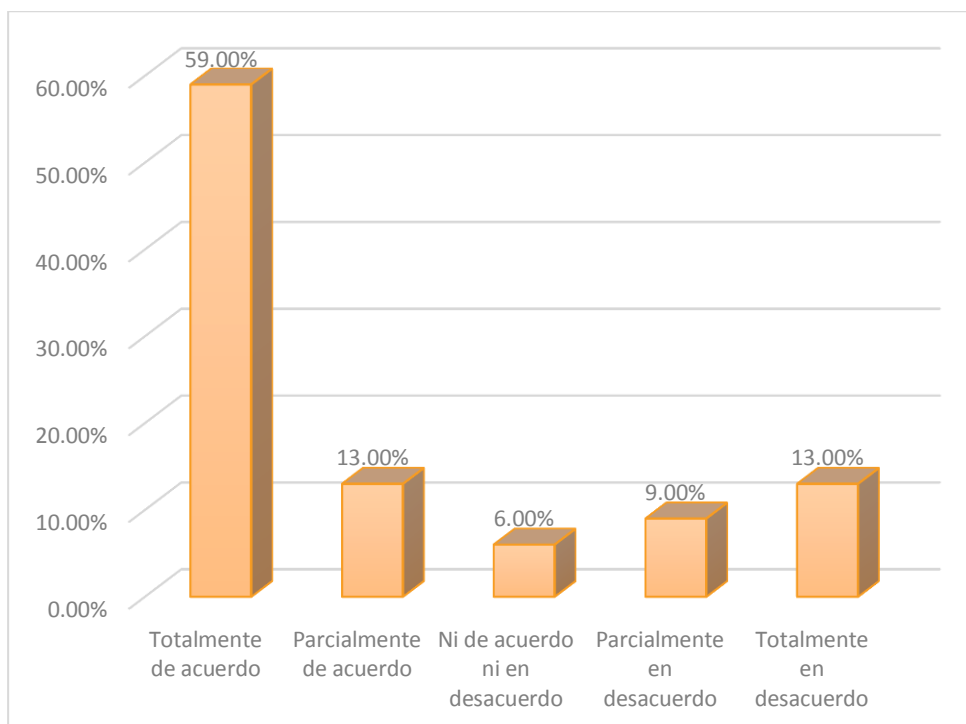
CUADRO N° 09
OPERACIONES DE CONTROL INTERNO Y LAS
PRESTACIONES DE SERVICIOS

| Alternativa | Total Parcial | Porcentaje |
|--------------------------------|----------------------|-------------------|
| Totalmente de acuerdo | 19 | 59.00% |
| Parcialmente de acuerdo | 4 | 13.00% |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 2 | 6.00% |
| Parcialmente en desacuerdo | 3 | 9.00% |
| Totalmente en desacuerdo | 4 | 13.00% |
| Total | 32 | 100.00% |

Fuente: SUNAT

Elaboración: Propia

GRAFICO N° 09
OPERACIONES DE CONTROL INTERNO Y LAS
PRESTACIONES DE SERVICIOS



Elaboración : propia

4.1.10 CUMPLIMIENTO DE CONTROL INTERNO Y LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS

Interrogante:

¿Considera Ud. que el cumplimiento de control interno tiene incidencia en los precios de sus productos en las empresas ferreteras de la ciudad de Huánuco?

Interpretación:

Del total de personal encuestado, 32 personas, se obtuvo los siguientes resultados:

- 15 respondieron “totalmente de acuerdo”, los cuales alcanzaron el 47% del total.
- 8 respondieron “parcialmente de acuerdo”, quienes fueron el 25% del total encuestado.
- 3 respondieron “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, que sumaron el 9%.
- 4 respondieron “parcialmente en desacuerdo” los cuales alcanzaron el 13%
- 2 respondieron “totalmente en desacuerdo” los que sumaron el 6%

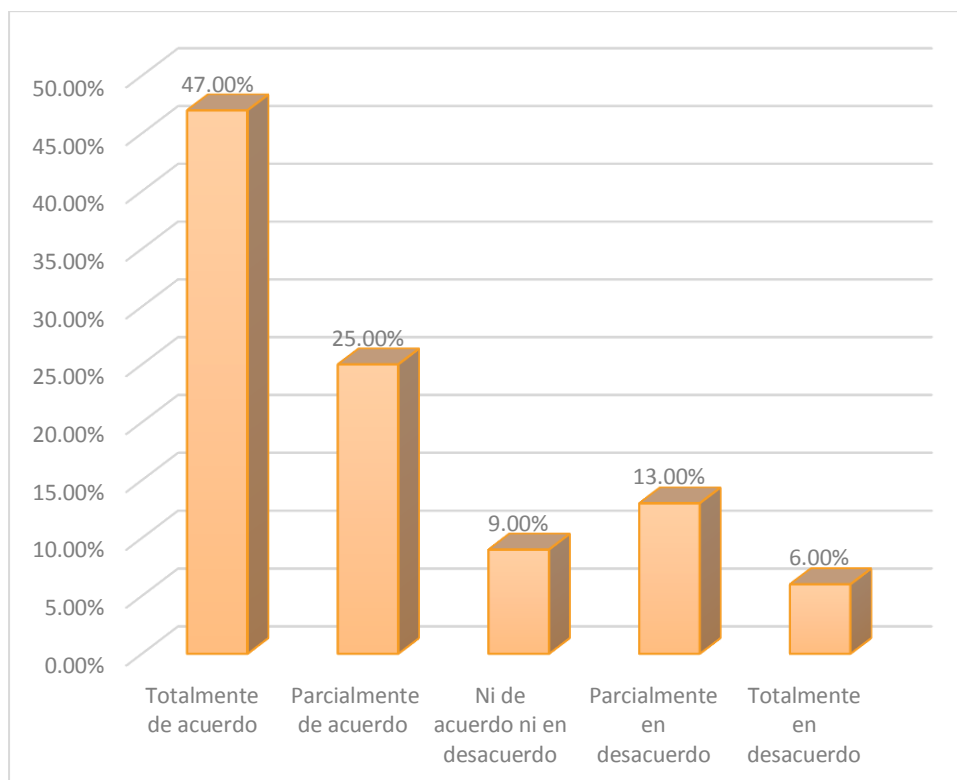
Como última interrogante de la encuesta se planteó que el cumplimiento de control interno tiene incidencia en los precios de sus productos en las empresas ferreteras de la ciudad de Huánuco. Hubo un menor número de encuestados que respondieron estar indiferentes y otras que no estuvieron de acuerdo.

CUADRO N° 10
CUMPLIMIENTO DE CONTROL INTERNO Y LOS PRECIOS
DE LOS PRODUCTOS

| Alternativa | Total Parcial | Porcentaje |
|--------------------------------|----------------------|-------------------|
| Totalmente de acuerdo | 15 | 47.00% |
| Parcialmente de acuerdo | 8 | 25.00% |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 3 | 9.00% |
| Parcialmente en desacuerdo | 4 | 13.00% |
| Totalmente en desacuerdo | 2 | 6.00% |
| Total | | 100.00% |

Fuente: SUNAT
Elaboración: Propia

GRAFICO N° 10
CUMPLIMIENTO DE CONTROL INTERNO Y LOS
PRECIOS DE LOS PRODUCTOS



Elaboración : propia

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1 CONTRASTACIÓN CON LOS REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Interpretando a Escalante (2008)

afirma que: El informe COSO define al control interno como un proceso efectuado por la junta directiva, la gerencia y otro personal designado, diseñado para proporcionar seguridad razonable respecto del logro de objetivos en las tres categorías siguientes: i) eficiencia y eficacia de las operaciones, ii) confiabilidad de la información financiera, y iii) cumplimiento de leyes y regulaciones.

Asimismo el informe COSO para lograr estos objetivos plantea una estructura de cinco componentes i) ambiente de control, ii) evaluación de riesgos, iii) actividades de control gerencial, iv) información y comunicación y v) supervisión y monitoreo.

El autor indica que el control Interno actúa en todas las áreas y en todos los niveles de la entidad. Prácticamente todas las actividades están bajo alguna forma de control o monitoreo. El objetivo fundamental de este control es programar, coordinar e implantar todas las medidas tendientes a lograr un óptimo rendimiento en las unidades producidas, e indicar el modo, tiempo y lugar más idóneos para lograr las metas de producción,

cumpliendo así con todas las necesidades del departamento de ventas.

Los resultados obtenidos corroboran la hipótesis planteada que tiene como base que La implementación de políticas de control interno mejora el área de ventas de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco.

Moreno (2007)

Manifiesta que: “Los fundamentos de control interno en MYPES” todas las empresas públicas, privadas, y mixtas ya sean comerciales o industriales o financieras, deben contar con instrumentos de control administrativo, tales como un buen sistema de contabilidad apoyado por un catálogo de cuentas eficientes y prácticas, además un sistema de control interno, para confiar en los conceptos, cifras, informes y reportes de los estados financieros, luego entonces un buen sistema de control interno, es importante desde el punto de vista de la integridad física y numérica de bienes, valores y activos de la empresa tales como el efectivo en caja y bancos, mercaderías, cuentas y documentos por cobrar, equipos de oficina, maquinarias, etc.

El control interno actúa en todas las áreas y en todos los niveles de la entidad. Prácticamente todas las actividades están bajo alguna forma de control o monitoreo.

El objetivo fundamental de este control es programar, coordinar e implantar todas las medidas tendientes a

lograr un óptimo rendimiento en las unidades producidas, e indicar el modo, tiempo y lugar más idóneos para lograr las metas de producción, cumpliendo así con todas las necesidades del departamento de ventas.

Los resultados obtenidos corroboran la hipótesis planteada que tiene como base que la implementación de normas de control interno contribuye a la satisfacción de clientes de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco.

Según Vizcarra (2007), indica que el COSO es un aspecto importantísimo en el desarrollo de la auditoría financiera, es la evaluación del control interno.

¿Qué es el control interno? El control interno es definido en forma amplia como un proceso, efectuado por la gerencia general de una empresa diseñada para proporcionar una razonable seguridad con miras a la realización de objetivos en las siguientes categorías:

Efectividad y eficiencia de las operaciones

Confiabledad de la información financiera

Acatamiento de las leyes y regulaciones aplicables

Adhesión a las políticas de la empresa

La primera categoría apunta a los objetivos básicos de la empresa, incluyen metas de desempeño, rentabilidad y salvaguarda de recursos.

La segunda está relacionada con la preparación y publicación de estados financieros dignos de confianza, incluyendo estados financieros intermedios y resumidos e información financiera derivada de dichos estados, tales como ganancias por distribuir reportadas públicamente.

La tercera se ocupa del cumplimiento de las leyes y regulaciones a que la empresa está sujeta.

La cuarta categoría está vinculada con el desarrollo de estrategias de las empresas, la comunicación de las mismas y su cumplimiento, que incide en el aumento de mercado de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco.

Los resultados obtenidos confirman la hipótesis planteada que tiene como base que La evaluación de cumplimiento del control interno incide en el aumento de mercado de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco.

5.2 CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL

HIPÓTESIS NULA

La implementación del sistema de control interno en el área de ventas no mejora significativamente la gestión comercial de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco.

HIPOTESIS ALTERNA

La implementación del sistema de control interno en el área de ventas mejora significativamente la gestión comercial de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco.

EL SISTEMA DE CONTROL INTERNO Y LAS VENTAS

| VARIABLES | ESCALA | | | | |
|--|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| | a | b | c | d | e |
| 1. RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO | 15 | 5 | 3 | 6 | 3 |
| 2. POLITICAS DE AUTORIDAD Y CANALES DE VENTAS | 12 | 13 | 3 | 2 | 2 |
| 3. RESPONSABILIDAD Y TÉCNICAS DE VENTAS | 18 | 6 | 3 | 2 | 3 |
| 4. POLITICA INSTITUCIONAL Y EQUIPO DE VENTAS | 24 | 4 | 1 | 1 | 2 |
| 5. PRACTICAS DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO Y NUMERO DE CLIENTES | 16 | 5 | 3 | 5 | 3 |
| 6. PROCEDIMIENTOS DE CONTROL INTERNO Y EL AUMENTO DE CLIENTES | 18 | 4 | 2 | 5 | 3 |
| 7. PROCESOS DE CONTROL INTERNO Y LOS SERVICIOS A LOS CLIENTES | 10 | 10 | 6 | 5 | 1 |
| 8. ESTRATEGIAS DE CONTROL INTERNO Y LA ATENCION A LOS CLIENTES | 18 | 3 | 5 | 4 | 2 |
| 9. OPERACIONES DE CONTROL INTERNO Y LAS PRESTACIONES DE SERVICIOS | 19 | 4 | 2 | 3 | 4 |
| 10. CUMPLIMIENTO DE CONTROL INTERNO Y LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS | 15 | 8 | 3 | 4 | 2 |
| TOTALES | 165 | 62 | 31 | 37 | 25 |

| H1 | a | b | c | d | e | N |
|----------------|-----|----|----|----|----|-----|
| O _i | 165 | 62 | 31 | 37 | 25 | 320 |
| E _i | 64 | 64 | 64 | 64 | 64 | 320 |

$$X^2 = 211.625$$

Número de filas (n) = 10

Número de columnas (M) = 5

Probabilidad $\alpha = 0.05$

Grado de Libertad, gl = 36

El valor crítico de la prueba, considerando 36 grados de libertad y la probabilidad $\alpha = 0.05$ es 50.9985

Como la $X^2 = 211.625 > \alpha X^2_C = 50.99846017$, entonces se rechaza

H₀

INTERPRETACIÓN:

Dado que el valor calculado de la prueba X^2 es mayor al valor crítico, se rechaza la H₀ y se acepta la H_a, a la probabilidad de $\alpha = 0.05$, H_a es mayor que la H₀.

5.3 CONTRASTACIÓN DE LAS HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

5.3.1 HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 1

HIPOTESIS NULA

La implementación de políticas de control interno no mejora el área de ventas de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco.

HIPOTESIS ALTERNA

La implementación de políticas de control interno mejora el área de ventas de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco.

LAS POLITICAS DE CONTROL Y EL AREA DE VENTAS

| VARIABLES | ESCALA | | | | |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | a | b | c | d | e |
| 1. RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO | 15 | 5 | 3 | 6 | 3 |
| 2. POLITICAS DE AUTORIDAD Y CANALES DE VENTAS | 12 | 13 | 3 | 2 | 2 |
| 3. RESPONSABILIDAD Y TÉCNICAS DE VENTAS | 18 | 6 | 3 | 2 | 3 |
| 4 POLITICA INSTITUCIONAL Y EQUIPO DE VENTAS | 24 | 4 | 1 | 1 | 2 |
| TOTALES | 69 | 28 | 10 | 11 | 10 |

| H1 Opciones | a | b | c | d | e | N |
|----------------|------|------|------|------|------|-----|
| O _i | 69 | 28 | 10 | 11 | 10 | 128 |
| E _i | 25.6 | 25.6 | 25.6 | 25.6 | 25.6 | 128 |

$$X^2 = 101.140625$$

Número de Filas (r) = 4

Número de Columnas (C) = 5

Probabilidad $\alpha = 0.05$

Grado de Libertad, $gl = 12$

El valor crítico de la prueba, considerando 12 grados de libertad y la probabilidad $\alpha = 0.05$ es **21.0260698**

Como la $X^2 = 101.140625 > X^2 c = 21.0260698$, entonces se rechaza la **H₀**

5.3.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 2

HIPOTESIS NULA

La implementación de normas de control interno no contribuye a la satisfacción de clientes de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco.

HIPOTESIS ALTERNA

La implementación de normas de control interno contribuye a la satisfacción de clientes de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco.

LAS NORMAS DE CONTROL Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

| VARIABLES | ESCALA | | | | |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | a | b | c | d | e |
| 5. PRACTICAS DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO Y NUMERO DE CLIENTES | 16 | 5 | 3 | 5 | 3 |
| 6. PROCEDIMIENTOS DE CONTROL INTERNO Y EL AUMENTO DE CLIENTES | 18 | 4 | 2 | 5 | 3 |
| 7. PROCESOS DE CONTROL INTERNO Y LOS SERVICIOS A LOS CLIENTES | 10 | 10 | 6 | 5 | 1 |
| TOTALES | 44 | 19 | 11 | 15 | 7 |

| H1 Opciones | a | b | c | d | e | N |
|----------------|------|------|------|------|------|----|
| O _i | 44 | 19 | 11 | 15 | 7 | 96 |
| E _i | 19.2 | 19.2 | 19.2 | 19.2 | 19.2 | 96 |

$$X^2 = 44.2083333$$

Número de Filas (r) = 3

Número de Columnas (C) = 5

Probabilidad $\alpha = 0.05$

Grado de Libertad, $gl = 8$

El valor crítico de la prueba, considerando 8 grados de libertad y la probabilidad $\alpha = 0.05$ es **15.50731306**

Como la $X^2 = 44.2083333 > X^2 c = 15.50731306$ entonces se rechaza la **H₀**

5.3.3 HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 3

HIPOTESIS NULA

La evaluación de cumplimiento del control interno no incide en el aumento de mercado de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco.

HIPOTESIS ALTERNA

La evaluación de cumplimiento del control interno incide en el aumento de mercado de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco.

EVALUACION DE CUMPLIMIENTO Y EL AUMENTO DE MERCADO

| VARIABLES | ESCALA | | | | |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|
| | 1 a | 2 b | 3 c | 4 d | 5 e |
| 8. ESTRATEGIAS DE CONTROL INTERNO Y LA ATENCION A LOS CLIENTES | 18 | 3 | 5 | 4 | 2 |
| 9. OPERACIONES DE CONTROL INTERNO Y LAS PRESTACIONES DE SERVICIOS | 19 | 4 | 2 | 3 | 4 |
| 10. CUMPLIMIENTO DE CONTROL INTERNO Y LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS | 15 | 8 | 3 | 4 | 2 |
| TOTAL | 52 | 15 | 10 | 11 | 8 |

| H1 Opciones | a | b | c | d | e | N |
|----------------|------|------|------|------|------|----|
| O _i | 52 | 15 | 10 | 11 | 8 | 96 |
| E _i | 19.2 | 19.2 | 19.2 | 19.2 | 19.2 | 96 |

$$X^2 = 71.3958333$$

Número de Filas (r) = 3

Número de Columnas (C) = 5

Probabilidad $\alpha = 0.05$

Grado de Libertad, $gl = 8$

El valor crítico de la prueba, considerando 8 grados de libertad y la probabilidad $\alpha = 0.05$ es **15.5073131**

Como la $X^2 = 71.3958333 > X^2_c = 15.5073131$

entonces se rechaza la **H₀**

CONCLUSIONES

1. Se concluye que la implementación del sistema de control interno a través de sus políticas, normas y evaluación mejora significativamente el área de ventas, la satisfacción de clientes y el aumento de mercado en las empresas ferreteras de la ciudad de Huánuco
2. Se concluye que la implementación de políticas de control interno a través de la autoridad, responsabilidad e institucionalidad mejore el área de ventas canalizando a los clientes, utilizando técnicas y equipos de ventas.
3. Se concluye que la implementación de normas de control interno a través de sus prácticas, procedimientos y procesos logre la satisfacción de los clientes asegurando el número, porcentajes y servicios.
4. Se concluye que la evaluación de cumplimiento del control interno a través de estrategias, operaciones y cumplimiento incida en el aumento de mercado con prestaciones de servicios a los clientes y bajos precios.

RECOMENDACIONES

1. Se sugiere que todas las empresas ferreteras implementen su sistema de control interno, lo cual les va a permitir mejorar significativamente sus ventas proporcionando un buen servicio para la satisfacción de sus clientes.
2. Se sugiere que, las empresas ferreteras implementen políticas de control interno, las mismas que deben ser cumplidas estrictamente por los trabajadores, canalizando a los clientes y utilizando técnicas apropiadas de ventas.
3. Se sugiere que la implementación de normas de control interno sean cumplidas por los trabajadores poniendo en práctica en la atención a los clientes, utilizando los procedimientos establecidos para lograr la satisfacción de los clientes y salvaguardando los bienes de la empresa.
4. Se sugiere que se cumpla con evaluar el funcionamiento del control interno, lo cual va a permitir mejoras en las diferentes áreas de la empresa y de esta manera recuperar mercados con estrategias de bajos precios.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- **BERNAL, C.** Metodología de la Investigación. Bogotá: Editorial Prentice Hall. 2007
- **ESCALANTE, M.** (2008). El control interno: Estudio y Evaluación del Control Interno. Michoacán, México.
- **MORENO, A.** (2007). Fundamentos del control interno en Mypes. Michoacán, México.
- **VIZCARRA, J.** (2007) “Auditoría Financiera”, Perú, 1° Edición Editorial Pacifico Editores S.A.C.
- **RUSENAS, R.** (2006). Control interno (1a. ed.). México.
- **MANTILLA S.** (2009). “Auditoría del Control Interno”, Bogotá – Colombia, 2° Edición. Editorial Ecoe Ediciones.
- **BRAVO, M.** (2000). Control Interno. (1a. ed.). Lima, Perú.
- **CLAROS, R. & LEÓN, O.** (2012). El control interno como herramienta de gestión y evaluación (1a. ed.). Lima, Perú: Pacifico Editores S.A.C.
- **NEIRA, P.** (2002) Gestionando una Mediana y Pequeña Empresa. Lima, Perú: Corporación Gráfica Navarrete S.A. p. 78.
- **VEGA, D.** (2005). Tesis: Gestión estratégica del dpto. de ventas en una empresa comercial farmacéutica. Lima, Perú: UNMSM p. 37.

TESIS:

- **Aguirre, L. & Sarmiento, S.** (2007) Diseño y Formulación de un Sistema de Control Interno en el área de ventas de la empresa Distribuidora Agrícola S.A.C. Tesis presentada como requisito para optar el Título de Contador Público. Universidad Nacional de Trujillo.
- **Ledezma, D. & Merino, K.** (2009). “Diseño de un sistema de control interno en el área de ventas, para la mejora de la gestión comercial de la empresa Fabricaciones Metálicas ABC S.A.C.”. Tesis presentada como requisito para optar el Título de Contador Público. Universidad Privada Antenor Orrego.
- **Liza S. Claudia, Año** (2012) , en su tesis, “Diseño de un Sistema de Control Interno sobre los ingresos por la prestación de servicios de transporte urbano de pasajeros de la Empresa Nuevo California de la ciudad de Trujillo”
- **Reyna, S. & Valles, M.** (2007). Diseño y Propuesta de un sistema de control interno en el área de ventas de la empresa Consorcio Turístico las Américas S.A.C. de la ciudad de Trujillo en el año 2007. Tesis presentada como requisito para optar el Título de Contador Público. Universidad Privada Antenor Orrego.

ANEXOS

ENCUESTA

INSTRUCCIONES:

La presente técnica de la encuesta, tiene como finalidad recabar información relacionada con la investigación sobre “**EL SISTEMA DE CONTROL INTERNO Y LA GESTIÓN COMERCIAL EN LAS EMPRESAS FERRETERAS S.C. R.LTDA DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO**”; al respecto, se le solicita que frente a las preguntas que a continuación se les presentan, marque con un aspa (X) en la alternativa que usted considera correcta. Se le agradece su participación:

1. ***¿Considera Ud. que el sistema de control interno mejora el área de ventas para una mejor gestión comercial en las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco?***

TOTALMENTE DE ACUERDO

PARCIALMENTE DE ACUERDO

NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO

PARCIALMENTE EN DESACUERDO

TOTALMENTE EN DESACUERDO

2. ***¿Esta Ud. de acuerdo con que las políticas de autoridad mejoran los canales de ventas en las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco?***

TOTALMENTE DE ACUERDO

PARCIALMENTE DE ACUERDO

NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO

PARCIALMENTE EN DESACUERDO

TOTALMENTE EN DESACUERDO

3. ***¿Considera Ud. que la responsabilidad del control interno guarda relación con las técnicas de ventas para una mejor gestión comercial en las empresas ferreteras de la ciudad de Huánuco?***

TOTALMENTE DE ACUERDO

PARCIALMENTE DE ACUERDO

NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO

PARCIALMENTE EN DESACUERDO

TOTALMENTE EN DESACUERDO

4. ***¿Está Ud. de acuerdo con que la política institucional del sistema de control interno trae mejoras al equipo de ventas en las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco?***

TOTALMENTE DE ACUERDO

PARCIALMENTE DE ACUERDO

NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO

PARCIALMENTE EN DESACUERDO

TOTALMENTE EN DESACUERDO

5. ***¿Considera Ud. que las prácticas del sistema de control interno contribuyen al aumento de clientes en las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco?***

TOTALMENTE DE ACUERDO

PARCIALMENTE DE ACUERDO

NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO

PARCIALMENTE EN DESACUERDO

TOTALMENTE EN DESACUERDO

6. ***¿Considera Ud. que los procedimientos de control interno contribuyen a mejorar aumentos en el porcentaje de clientes en las empresas ferreteras de la ciudad de Huánuco?***

TOTALMENTE DE ACUERDO
PARCIALMENTE DE ACUERDO
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO
PARCIALMENTE EN DESACUERDO
TOTALMENTE EN DESACUERDO

7. ***¿Diga Ud. si el proceso de control interno mejora los servicios a los clientes en las empresas ferreteras de la ciudad de Huánuco?***

TOTALMENTE DE ACUERDO
PARCIALMENTE DE ACUERDO
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO
PARCIALMENTE EN DESACUERDO
TOTALMENTE EN DESACUERDO

8. ***¿Esta Ud. de acuerdo con que la evaluación estratégica de control interno incide en la atención de clientes en las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco?***

TOTALMENTE DE ACUERDO
PARCIALMENTE DE ACUERDO
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO
PARCIALMENTE EN DESACUERDO
TOTALMENTE EN DESACUERDO

9. ¿Tienen relación las operaciones de control interno con las prestaciones de servicios de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco?

TOTALMENTE DE ACUERDO

PARCIALMENTE DE ACUERDO

NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO

PARCIALMENTE EN DESACUERDO

TOTALMENTE EN DESACUERDO

10. ¿Considera Ud. que el cumplimiento de control interno tiene incidencia en los precios de sus productos en las empresas ferreteras de la ciudad de Huánuco?

TOTALMENTE DE ACUERDO

PARCIALMENTE DE ACUERDO

NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO

PARCIALMENTE EN DESACUERDO

TOTALMENTE EN DESACUERDO

TITULO: EL SISTEMA DE CONTROL INTERNO Y LA GESTIÓN COMERCIAL EN LAS EMPRESAS FERRETERAS DE LA CIUDAD DE HUÁNUCO.

| PROBLEMA | OBJETIVOS | HIPÓTESIS | VARIABLES | INDICADORES |
|---|--|--|---|--|
| General: ¿En qué medida la implementación del sistema de control interno en el área de ventas mejora la gestión comercial de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco. | General: Determinar en qué medida la implementación del sistema de control interno en el área de ventas mejora significativamente la gestión comercial de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco | General: La implementación del sistema de control interno en el área de ventas mejora significativamente la gestión comercial de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco | <u>VARIABLE INDEPENDIENTE</u> X: Sistema de control interno <u>VARIABLE DEPENDIENTE</u> Y: Gestión Comercial | |
| Específicos: a. ¿De qué manera la implementación de políticas de control interno mejora el área de ventas de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco? | Específicos: a. Conocer de qué manera la implementación de políticas de control interno mejora el área de ventas de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco. | Específicas: a. La implementación de políticas de control interno mejora el área de ventas de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco. | <u>Sub Variables Dimensiones</u> - Políticas - Área de ventas | - Autoridad - Responsabilidad - Institucional - Canales de venta - Técnicas de ventas - Equipo de ventas |
| b. ¿En qué medida la aplicación de normas de control interno contribuye a la satisfacción de los clientes de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco? | b. Determinar en qué medida la aplicación de normas de control interno contribuye a la satisfacción de los clientes de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco. | b. La implementación de normas de control interno contribuye a la satisfacción de clientes de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco. | - Normas - Satisfacción de clientes | - Prácticas - Procedimientos - Procesos - Número de clientes - Porcentaje de clientes - Servicio a los clientes |
| c. ¿En qué forma la evaluación de control interno incide en el aumento de mercado de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco? | Analizar en qué forma la evaluación de control interno incide en el aumento de mercado de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco. | c. La evaluación de cumplimiento del control interno incide en el aumento de mercado de las empresas ferreteras en la ciudad de Huánuco. | - Evaluación - Aumento de mercado | - Estratégicos - Operaciones - Cumplimiento - Atención al cliente - Prestación de servicios - Precios |

NOTA BIOGRAFICA

- Gloria Krishna Velásquez Esquivel
- Fecha de nacimiento : 20-06-73
- Lugar de nacimiento Huánuco
- E.mail:mariposakri20@hotmail.com
- DNI:22510207



EDUCACION

- Nivel primaria : Escuela primaria Nacional 32205 La Unión (1980 -1985)
- Nivel secundario : Institución Educativa Particular La Inmaculada Concepción Huánuco (1986 -1990)
- Nivel Superior: Universidad Nacional Hermilio Valdizan
- Bachiller en Ciencias contables Y Financieras : 31-10-2012

PRACTICAS PRE PROFESIONALES

Constructora Virgen de las Mercedes S.Rltda. Enero 2010 a marzo 2012

EXPERIENCIA PROFESIONAL

Empresa de transportes Leoncio Prado S.Rltda en ventas y administración

Sociedad de Beneficencia Pública de Huánuco febrero a Diciembre de1991

Dolly Carmela Vila Esquivel (Empresa Natural de ferretería) del 2013 al 2017

NOTA BIOGRAFICA



- Sofia Iris Palacios Gómez
- Fecha de Nacimiento:19-09- 72
- Lugar de Nacimiento: Huánuco
- Teléfono: 962986705
- E.mail :72gopalso@gmail.com
- DNI: 22502913

Education

- Nivel Primaria : Colegio Nacional Leoncio Prado (1979-1984)
- Nivel Secundaria: Colegio Nacional Nuestra Señora de las Mercedes (1986-1990)
- Nivel Superior: Universidad Nacional Hermilio Valdizán
- Bachiller en Ciencias Contables y Financieras (28-02-2003)
- Estudio de Excel Básico (Junio-2016) en el Instituto Nacional de Estadística
- -Estudio de Excel Intermedio (Agosto – 2016) en el Instituto Nacional de Estadística.

Prácticas Pre Profesionales

Dirección de Economía: Unidad de Tesorería de la Sub Región de Salud Huánuco. Enero – Mayo de 1998.

Experiencia Profesional

Empresa de Transportes León de Huánuco S.A.: Área de Ventas
Enero 2000 – junio 2001.

Colegio Particular María de los Angeles: Secretaria Abril 2002 – 2007.

Encuestadora en la Ciudad de Huánuco del Instituto de Estadística VOX POPULI en el año 2016

Censo Nacional en Huánuco el 23 Octubre del 2017

NOTA BIBLIOGRAFICA

ESPINOZA BARRIONUEVO, Yessica Estella

| | |
|-----------------------------|--|
| DATOS PERSONALES | <p>Nombre : Yessica Estella Apellido : Espinoza Barrionuevo Edad : 32 Lugar de nacimiento : Huánuco Idioma : Castellano Dirección : Psj. Trebol 167- Moras Huánuco Email : yessi_eb07@hotmail.com Teléfono : 999720244</p>  |
| EDUCACIÓN PRIMARIA | 1992 – 1998 En La Institución Educativa 33131 |
| EDUCACIÓN SECUNDARIA | 1999 -2003 Colegio Nacional “MILAGRO DE FATIMA”. |
| EDUCACIÓN SUPERIOR | 2007- 2011 Universidad Nacional Hermilio Valdizán Huánuco. Facultad de Ciencias Contables y Financieras. |
| EXPERIENCIA LABORAL | 2012- 2013 Municipalidad Distrital de Amarilis- Área de Presupuesto. 2013 – 2014 Red De Salud Huamalies- Área de Presupuesto. 2014 – 2018 Trabajo Independiente en parte contable y Empresaria. |



"Año de la Consolidación del Mar de Grau"

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILO VALDIZÁN
HUÁNUCO-PERÚ
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS
DECANATO



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

En la Ciudad Universitaria de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco, sito en Cayhuayna - Pilico Marca, a los 24 días del mes octubre 2018, a horas 5:30 p.m., se reunieron en la Sala de Grados de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, ubicada en el Pabellón N° 4, Segundo Piso, el Jurado de Tesis de la Tesis titulada: "EL SISTEMA DE CONTROL INTERNO Y LA GESTION COMERCIAL EN LAS EMPRESAS FERRETERAS S.C.R.L LTDA. DE LA CIUDAD DE HUANUCO", de la bachiller GLORIA KRISHNA VELASQUEZ ESQUIVEL designado con la Resolución N° 003-2018-UNHEVAL-FCCyF-D, del 03.ENE.18, procedieron a dar inicio el acto público de sustentación para obtener el Título Profesional de Contador Público; siendo los miembros del Jurado de Tesis los siguientes docentes:

| | |
|---------------------------------|------------|
| Dr. Cayto Didi Miraval Tarazona | Presidente |
| Mg. Guillermo Carlos Peña | Secretario |
| Mg. Josué Canchari de la Cruz | Vocal |

Finalizada la sustentación de la tesis, se procedió a evaluar y calificar a la tesis, obteniendo el resultado siguiente:

APROBADO POR

DESAPROBADO POR

UNHEVAL

En consecuencia, de acuerdo al Artículo 31° del Reglamento de Grados y Títulos de la UNHEVAL, y al Art. 30° del Reglamento Interno de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, al sustentante ha obtenido la nota de Dieciséis (16), considerándose el calificativo de: BUENO.

Finalmente se dio por concluido el acto público de sustentación a horas 19:30 horas, firmando el presente en señal de conformidad.

PRESIDENTE
DNI N° 0863/228

SECRETARIO
DNI N° 222/20284

VOCAL
DNI N° 80089687



"Año de la Consolidación del Mar de Grau"

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN
HUÁNUCO-PERÚ
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS
DECANATO



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

En la Ciudad Universitaria de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco, sito en Cayhuayna - Pilico Marca, a los 24 días del mes octubre 2018, a horas 5:30 p.m., se reunieron en la Sala de Grados de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, ubicada en el Pabellón N° 4, Segundo Piso, el Jurado de Tesis de la Tesis titulada: "EL SISTEMA DE CONTROL INTERNO Y LA GESTION COMERCIAL EN LAS EMPRESAS FERRETERAS S.C.R.L LTDA. DE LA CIUDAD DE HUANUCO", de la bachiller YESSICA ESTELLA ESPINOZA BARRIONUEVO designado con la Resolución N° 003-2018-UNHEVAL-FCCyF-D, del 03.ENE.18, procedieron a dar inicio el acto público de sustentación para obtener el Título Profesional de Contador Público; siendo los miembros del Jurado de Tesis los siguientes docentes:

| | |
|---------------------------------|------------|
| Dr. Cayto Didí Miraval Tarazona | Presidente |
| Mg. Guillermo Carlos Peña | Secretario |
| Mg. Josué Canchari de la Cruz | Vocal |

Finalizada la sustentación de la tesis, se procedió a evaluar y calificar a la tesista, obteniendo el resultado siguiente:

APROBADO POR

DESAPROBADO POR

UNANIMIDAD

En consecuencia, de acuerdo al Artículo 31° del Reglamento de Grados y Títulos de la UNHEVAL, y al Art. 30° del Reglamento Interno de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, al sustentante ha obtenido la nota de Dieciséis (16), considerándose el calificativo de: BUENO.

Finalmente se dio por concluido el acto público de sustentación a horas 19:30 HORAS, firmando el presente en señal de conformidad.

PRESIDENTE
DNI N° 84651228

SECRETARIO
DNI N° 22420284

VOCAL
DNI N° 80082687



"AÑO DEL DIÁLOGO Y LA RECONCILIACIÓN NACIONAL"
UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILO VALDIZÁN
HUÁNUCO-PERÚ



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS
DECANATO

RESOLUCIÓN N° 0881-2017-UNHEVAL-FCCyF-D

Cayhuayna, 22 de noviembre de 2017.

VISTO, la solicitud de fecha 17.NOV.2017, **Reg. 2627**, presentada por las egresadas señoritas Gloria Krishna VELASQUEZ ESQUIVEL, Sofía Iris PALACIOS GOMEZ y Yessica Estella ESPINOZA BARRIONUEVO, de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, pidiendo cambio de Asesor de tesis colectiva;

CONSIDERANDO:

Que, mediante la Resolución N° 052-2016-UNHEVAL-CEU, del 26.AGO.2016, se proclama y acredita al **Dr. Cayto Didí MIRAVAL TARAZONA**, como Decano de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras de la UNHEVAL, a partir del 02.SET.2016 hasta el 01.SET.2020;

Que, con Resolución N° 0247-2017-UNHEVAL-FCCyF-D de fecha 28/03/2017, se nombra al docente Mg. Zenón Cielo Malpartida, como **ASESOR de TESIS**, de las egresadas señoritas Gloria Krishna VELASQUEZ ESQUIVEL, Sofía Iris PALACIOS GOMEZ y Yessica Estella ESPINOZA BARRIONUEVO, de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras;

Que ante la solicitud de fecha 17.NOV.2017, las egresadas señoritas Gloria Krishna VELASQUEZ ESQUIVEL, Sofía Iris PALACIOS GOMEZ y Yessica Estella ESPINOZA BARRIONUEVO de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, solicitan cambio de Asesor de Tesis, en vista que el Mg. Zenón Cielo Malpartida, cesó por edad máxima;

Estando a las atribuciones conferidas al Decano de Facultad de Ciencias Contables y Financieras por la Ley Universitaria N° 30220, y a los reglamentos internos;

SE RESUELVE:

1° **NOMBRAR** al docente **Dr. Alcides Bernardo Tello**, como nuevo **Asesor de Tesis**, de las egresadas señoritas Gloria Krishna VELASQUEZ ESQUIVEL, Sofía Iris PALACIOS GOMEZ y Yessica Estella ESPINOZA BARRIONUEVO de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras; por lo expuesto en los considerandos de la presente Resolución.

2° **DAR A CONOCER** a las instancias correspondientes y a las interesadas.

Regístrese, comuníquese y archívese.



DR. CAYTO DIDÍ MIRAVAL TARAZONA
DECANO

Distribución:

Asesor
Interesadas
Archivo

RLC/sec.

| | | | | | |
|---|---|--|---------|------------|--------|
| UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN |  | REGLAMENTO DE REGISTRO DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR GRADOS ACÁDEMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES | | | |
| VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN | | RESPONSABLE DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UNHEVAL | VERSION | FECHA | PAGINA |
| | | OFICINA DE BIBLIOTECA CENTRAL | 0.0 | 06/01/2017 | 1 de 2 |

ANEXO 2

AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TESIS ELECTRÓNICAS DE PREGRADO

1. IDENTIFICACIÓN PERSONAL (especificar los datos de los autores de la tesis)

Apellidos y Nombres: ESPINOZA BARRIONUEVO, Yessica Estella
 DNI: 43906496 Correo electrónico: yessi_e607@hotmail.com

Teléfonos: Casa _____ Celular 999720244 Oficina _____

Apellidos y Nombres: Velasquez Esquivel, Gloria Krishna
 DNI: 22510207 Correo electrónico: _____

Teléfonos: Casa _____ Celular 974965406 Oficina _____

Apellidos y Nombres: Palacios Gómez, Sofia tris.
 DNI: 22502913 Correo electrónico: _____

Teléfonos: Casa _____ Celular 962986705 Oficina _____

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS


| | |
|--------------|---|
| Pregrado | |
| Facultad de: | <u>Ciencias Contables y Financieras</u> |
| E. P.: | <u>Ciencias Contables y Financieras</u> |

Título Profesional obtenido:

Por Elaboración de tesis

Título de la tesis:

El sistema de Control Interno y la Gestión Comercial
 En las Empresas Ferreteras S.C. RLtda.
 de la Ciudad de Huánuco.

| | | | | | |
|---|---|--|---------|------------|--------|
| UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN |  | REGLAMENTO DE REGISTRO DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR GRADOS ACÁDEMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES | | | |
| VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN | | RESPONSABLE DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UNHEVAL | VERSION | FECHA | PAGINA |
| | | OFICINA DE BIBLIOTECA CENTRAL | 0.0 | 06/01/2017 | 2 de 2 |

Gloria Krishna Velasquez Esquivel, Sofia Iris Palacios
Gómez, Yessica Estella Espinoza Barrionuevo

Tipo de acceso que autoriza(n) el (los) autor(es):

| Marcar "X" | Categoría de Acceso | Descripción del Acceso |
|---------------|------------------------|---|
| | PÚBLICO | Es público y accesible al documento a texto completo por cualquier tipo de usuario que consulta el repositorio. |
| X | RESTRINGIDO | Solo permite el acceso al registro del metadato con información básica, más no al texto completo |

Al elegir la opción "Público", a través de la presente autorizo o autorizamos de manera gratuita al Repositorio Institucional – UNHEVAL, a publicar la versión electrónica de esta tesis en el Portal Web repositorio.unheval.edu.pe, por un plazo indefinido, consintiendo que con dicha autorización cualquier tercero podrá acceder a dichas páginas de manera gratuita, pudiendo revisarla, imprimirla o grabarla, siempre y cuando se respete la autoría y sea citada correctamente.

En caso haya(n) marcado la opción "Restringido", por favor detallar las razones por las que se eligió este tipo de acceso:

Nuestra investigación de tesis es de mucha Valía y que
será tramitada Para el artículo indexado más adelante.

Asimismo, pedimos indicar el periodo de tiempo en que la tesis tendría el tipo de acceso restringido:

- () 1 año
 () 2 años
 (X) 3 años
 () 4 años

Luego del período señalado por usted(es), automáticamente la tesis pasará a ser de acceso público.

Fecha de firma: 30 de octubre del 2018

Firma del autor y/o autores:





Yessica Estella Espinoza Barrionuevo, Gloria Velasquez Esquivel


Sofia I. Palacios Gómez