



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

Control Interno y su influencia en las Estrategias Empresariales de micro
empresas de calzado. El Porvenir, Trujillo 2021.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Contador Público

AUTORAS:

Ruitón Castillo, Anyela Leidy (ORCID: 0000-0002-9446-2382)

Pereda Rivas, Selina Norita (ORCID: 0000-0003-2912-865X)

ASESORA:

Dra. Cabanillas Ñaño, Sara Isabel (ORCID:0000-0002-9032-6076)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Auditoría

TRUJILLO – PERÚ

2021

DEDICATORIA

PEREDA RIVAS SELINA NORITA

A Dios por haberme dado la fuerza y sabiduría por ser mi guía en mi camino de vida, bendiciendo mis metas trazadas.

A mis padres, Jhony Pereda y Elisa Rivas por ser mi apoyo incondicional en el transcurso de estos años y estar para mí en todo momento de mi vida, por ser la razón del cumplimiento de mis metas que significa alegría para mí y para ellos.

A mi hermana, Rocio Pereda Rivas por ser mi cómplice y mi inspiración para seguir adelante. A mi Rufo, por acompañarme en mis desvelos y ser mi felicidad.

DEDICATORIA

RUITÓN CASTILLO ANYELA LEIDY

Doy gracias, a Dios por darme la oportunidad de seguir en mi carrera firme hasta el final y la fortaleza.

Agradecer por el acompañamiento en cada momento de mi vida y apoyarme en cada idea y sacarlo adelante a mis padres, Castillo Rodríguez Carmela y Ruitón carrasco Cesar. A mis tías Lucila, Olinda como mis abuelos Praxcedes y Carlos.

A mis hermanos que siempre están presente Yorbi y María Julia, y mis amistades que han estado presente en todo momento.

AGREDECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme concedido cumplir una de mis metas más grandes, y ser mi guía en cada momento de mi vida. A mí, por nunca rendirme, por dar todo para llegar hasta donde estoy y por ser mejor cada día. A mi mejor amigo incondicional, que nunca me dejó sola, que estuvo en cada momento conmigo y me dio de su tiempo y de su apoyo. A mis padres por apoyarme aun en las peores circunstancias de la vida, por darme años de su vida, y por ser mi gran inspiración. A mi Rufo porque siempre me regalo sonrisas en las noches largas, y por ser mi compañero de cuarto en el silencio de la noche.

Agradezco a las personas más cercanas que apoyaron con su motivación y las palabras positivas que siempre influyeron para poder lograr lo que me propongo, a la vez a los profesores quienes me formaron y cada uno de ellos pude aprender algo, siendo también el agradecimiento a contador Roger, por influir y sus aportaciones en mi conocimiento, a la vez a las personas que me dieron la oportunidad de demostrar lo que puedo lograr, por último a Dios, quien está siempre presente en cada camino y la fortaleza que me brinda para seguir adelante.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE TABLAS	II
ÍNDICE DE GRÁFICOS	III
DEDICATORIA	IV
DEDICATORIA	IV
AGREDECIMIENTO	V
RESUMEN	VI
ABSTRACT	VII
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	12
3.1. Tipo y Diseño de Investigación	12
3.2 Variables y Operacionalización	15
3.3 Población, muestra y muestreo	17
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	18
3.5 Procedimientos	19
3.6 Método de análisis de datos	20
3.7 Aspectos éticos	20
IV. RESULTADOS	21
V. DISCUSIÓN	34
VI. CONCLUSIONES	39
VII. RECOMENDACIONES	43
REFERENCIAS:	46
ANEXOS:	49

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: Total por la Dimensión Administrativa.....</i>	<i>21</i>
<i>Tabla 2: Total por la Dimensión Financiera.....</i>	<i>23</i>
<i>Tabla 3: Total por la Dimensión Funcional.....</i>	<i>25</i>
<i>Tabla 4: Total por la Dimensión Estrategia Corporativa.....</i>	<i>27</i>
<i>Tabla 5: Total por la Dimensión Estrategia Competitividad.....</i>	<i>29</i>
<i>Tabla 6: Total por la Dimensión Estrategia Funcional.....</i>	<i>31</i>

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Figura 1: Dimensión Administrativa</i>	<i>22</i>
<i>Figura 2: Dimensión Financiera</i>	<i>24</i>
<i>Figura 3: Dimensión Funcional</i>	<i>26</i>
<i>Figura 4: Dimensión Estratégica Corporativa.....</i>	<i>28</i>
<i>Figura 5: Dimensión Estratégica Competitiva</i>	<i>30</i>
<i>Figura 6: Estratégica Funcional</i>	<i>32</i>

RESUMEN

El control interno es el proceso integral de gestión, diseñado para la evaluación de los riesgos que fueron medidas a través aspectos administrativo, financiero y funcional. Las estrategias son la determinación de una organización que define como creara el valor, de qué hacer y cómo hacerlo, define las metas, objetivos, recursos y acciones que va a emplear para cumplir con objetivos planteados a largo plazo de la empresa, a través de las estrategias: corporativas, competitividad y funcional. La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la incidencia del control interno en las estrategias empresariales de las micro empresas de calzado El Porvenir Trujillo-202. La metodología de la investigación tuvo un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental transversal correlacional – descriptivo, que tuvo como población a las micro empresas del Porvenir Trujillo, 2021. La técnica que se utilizo es la encuesta y como instrumento tuvo el cuestionario. Concluyendo así que el control interno implementar medidas como las metas de la organización que requiere conocer aspectos importantes ya que influye en las estrategias que se considere de acuerdo a la situación actual que se encuentre.

Palabras Clave: Control Interno, Estrategias Empresariales

ABSTRACT

The internal control is the integral process of management, designed for the evaluation of risks that were measured through administrative, financial and functional aspects. The strategies are the determination of an organization that defines how to create value, what to do and how to do it, defines the goals, objectives, resources and actions that will be used to meet long-term objectives of the company, through the strategies: corporate, competitiveness and functional. The general objective of this research was to determine the impact of internal control in the business strategies of micro enterprises of footwear El Porvenir Trujillo-202. The methodology of the investigation had a quantitative approach with a non-experimental transversal correlational-descriptive design, which had as population the micro enterprises of El Porvenir Trujillo, 2021. The technique that was used is the survey and as an instrument had the questionnaire. Concluding thus that the internal control implement measures such as the goals of the organization that requires to know important aspects since it influences the strategies that are considered according to the current situation that is found.

Keywords: Control Interno, Estrategias Empresariales

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las organizaciones a nivel mundial se mueven mediante procesos y nace la necesidad de controlar cada proceso para que este se desarrolle de una manera eficiente por lo que es importante el control interno aplicado a manuales de procedimientos, los que al mismo tiempo son guías operativas para el proceso que se asigna a una persona o actividad dentro de una organización. Por otro lado, el desconocimiento de control en las áreas funcionales por parte del empresario ha conllevado a la falta de planificación estratégica creando un desinterés en la organización de cada empresa, colocando así, en último lugar las metas con las cuales se llegaría al mercado esto se da por consecuencias posteriores a una falta de conocimiento del personal de la empresa.

A nivel nacional las microempresas son vulnerables en el aspecto organizacional, ya que no existe un orden que les permita llevar un control en sus áreas, por más mínimas que sea su importancia de un control interno como las normativas implementadas para el mejor manejo de las actividades es fundamental para que sean más fortalecidas en sus gestiones. Hurtado (2018), menciona que es importante destacar la aplicación del control interno en una organización porque contribuye a la posibilidad de prevenir los riesgos provocados durante el desarrollo de su actividad; que conlleva a una gran variedad de beneficios en cada una de las áreas que la establecidas.

En el mundo de los negocios interviene la competitividad, por lo cual es fundamental conocer el negocio internamente, también reconocer factores externos que impactan directamente y como hacer frente a estos, las microempresas siempre tienden a incrementar su nivel de ingresos, implica conocer más el sector al que se dirige.

Según Hennings (2016), en su resumen, las pequeñas y medianas empresas tienen la necesidad de conocer el entorno macroeconómico. En el año 2004 según información de SUNAT el 0.26% de las micro y pequeñas empresas (MYPES) en el Perú tenían un conocimiento respecto de exportación.

Según la Agencia Peruana de noticias, publica que el 62% de las compañías exportadoras actuales son pequeñas y medianas empresas, las estrategias que se implemente serán según la situación de cada lugar.

Cervantes (2016), menciona que la aplicación de control interno es una de las áreas beneficiarias en la contabilidad ésta debe diseñarse según su necesidad de la empresa.

Según los diferentes medios como el artículo Mypes, muchos de los emprendimientos empiezan a fracasar porque no toman en cuenta las normas de control interno el cual conlleva a las nuevas empresas asumir riesgos que en el futuro se convierten en deudas económicas muy altas con la SUNAT y muchos de los pequeños empresarios no cuentan con un buen capital que puedan respaldarlas ante estos casos. Manuel Riveros, socio de auditoría BDO Perú da a conocer que las empresas tienden a tener el gran reto de poder adaptarse a las nuevas tecnologías, para así poder brindar un mejor servicio. Por su otro lado, Mario Alfaro, especialista y consultor en tributación, indica que el 80% de las empresas en el país genera estados financieros y el resto los omite.

El problema de investigación se formula de la siguiente forma ¿De qué manera incide el Control Interno en las Estrategias Empresariales de las micro empresas de calzado El Porvenir, Trujillo 2021?

La investigación se justifica siguiendo los criterios de (Hernandez, Fernandez y Baptista 2014, p-40) Por conveniencia, se tiene en cuenta que la relevancia social Permitirá profundizar y poner énfasis en el tema estrategia empresarial de los empresarios, ya que son importantes dentro de las entidades, generando así un mejor desempeño, cumpliendo con los objetivos de la empresa.

Implicaciones prácticas Se han desarrollado los instrumentos de recolección de datos de las variables Control Interno, y su incidencia en la estrategia empresarial. Logrando probar su validez por el juicio de expertos, así como la confiabilidad de los

mismos. Teóricamente, nuestra investigación se justifica a través de investigaciones de control interno y estrategias empresariales (revistas, artículos, proyectos de investigación). Metodológicamente: la presente investigación es valorado porque se fundamenta en la aplicación de metodología científica orientado a los procedimientos y las respectivas técnicas e instrumentos que se emplearon, identificado la importancia de las estrategias empresariales en el Control Interno. Teóricamente, nuestra investigación se justifica a través de investigaciones de control interno y estrategias empresariales (revistas, artículos, proyectos de investigación).

El objetivo general de la investigación: Determinar la incidencia del control interno en las estrategias empresariales de las micro empresas de calzado El Porvenir Trujillo-2021. Objetivos específicos:

- a) Diagnosticar y analizar el control interno de las micro empresas de calzado, El Porvenir Trujillo-2021.
- b) Diagnosticar y analizar las estrategias empresariales de la micro empresas de calzado, El Porvenir Trujillo-2021.

A partir del problema, la hipótesis se formuló de la siguiente manera: El control interno incide significativamente en las estrategias empresariales de las micro empresas de calzado, El Porvenir Trujillo-2021.

II. MARCO TEÓRICO

ANTECEDENTES NACIONALES

Poves (2016), en su trabajo “*Auditoría interna y Gestión del Riesgo Operacional en el Banco de Crédito del Perú en lima-2015*”. Su objetivo fue identificar la relación que existe que se encuentra entre la auditoría interna y la gestión de riesgo operacional en el Banco de Crédito en Lima, 2015. El estudio que realizo -diseño no experimental, se tomó una muestra de 40 trabajadores. Se determinó dentro de su conclusión general que, si hubo relación entre la Auditoria interna que cumple todos los niveles comprendidos en su realización, con una planificación clara de las actividades y el seguimiento de las medidas adaptadas para corregir las deficiencias, esta Contribuyó al análisis y evaluación de la gestión de riesgos para diseñar las estrategias identificando los riesgos que puedan afectar a la empresa económicamente.

Osorio (2020), en su estudio de investigación, “*Propuesta Estratégica para la sostenibilidad de una empresa en la industrial de lácteos orgánicos. Caso de estudio: VACAS FELICES. Periodo 2020-2023*”. Tuvo como objetivo elaborar una propuesta estratégica para la sostenibilidad de la empresa peruana del sector de lácteos orgánicos el cual posee una estructura de negocio híbrido, que es seguida por dos lógicas de valor; una de ellas es la lógica del desarrollo sostenible, que elabora la propuesta, su metodología fue de enfoque cualitativo, alcance descriptivo y exploratorio, y realizó el estudio de caso como estrategia de investigación. Asimismo, se basó en el marco teórico de la gestión estratégica. Se desarrolló una descripción del modelo de negocio de la empresa a través del Flourishing Business Canvas, seguidamente, se identificaron los factores externos que orientan a reconocer

oportunidades y amenazas para la empresa de lácteos a través de las megatendencias, PESTEL y cinco fuerzas de Porter, se identifican los factores internos que reflejan sus fortalezas y debilidades a través de un análisis funcional. Se concluyó que la empresa híbrida requirió herramientas estratégicas que se adapten al modelo de negocio, esto permitió potenciar un impacto que viene realizando a través del diseño e implementación de la estrategia propuesta.

Sánchez (2018), en su investigación titulada "*Caracterización Del Control Interno De Las Empresas Privadas Del Perú: Caso Empresa "Inversiones Y Representaciones Gasur E.I.R.L." - Cañete, 2017.*" Tuvo como objetivo general la determinación y descripción de las características del control interno en las empresas privadas del Perú y de la empresa "Inversiones y Representaciones Gasur E.I.R.L." - Cañete, 2017. fue de diseño no experimental, descriptivo, bibliográfico, documental y de caso y entre su conclusión principal, el control interno es un instrumento de suma importancia, ya que contribuye en el proceso de la mejora de la gestión, de recursos, eficiencias de las operaciones y a la confiabilidad de la información financiera.

Pastor (2016), en su investigación "*El control externo de la actividad económico-financiera del Sector Público por el Tribunal de Cuentas. Especial referencia a la responsabilidad contable*". Su objetivo fue limitar la actividad económica financiera y determinar la fiscalización de los principios de legalidad como la eficacia. El diseño de investigación fue cuantitativo – Descriptiva, la muestra estuvo conformada por los trabajadores del Sector Público Tributario y concluyendo así que el control externo organiza el funcionamiento de la actividad económica permitiendo el conocimiento a profundidad de la Auditoría.

ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Daza (2017), en su investigación "*Importancia del Control interno en la Gestión de Inventarios en Pymes, Colombia*". En su investigación como objetivo de la investigación fue explicar la importancia del control interno en la gestión de inventarios para las PYME. Es de diseño no experimental, documental, bibliográfico y en su conclusión, El control interno es imprescindible porque denota y establece la exactitud y precisión de los datos dentro de una compañía y en lo cual logra aislar riesgos que inciden en la inestabilidad financiera.

Ibarra (2018), *Planificación Estratégica para la empresa Ventavid, aplicable para el Período 2014 – 2018 Chile*. El objetivo de su investigación fue la Planificación Estratégica para la mejora y desarrollo de los procesos internos de la empresa Ventavid para obtener un aumento significativo en la gestión interna, para el análisis de la situación actual de la empresa, para desarrollar un estudio del medio interno y externo de la misma, lo anterior apoyado con las metodologías de Porter, FODA y Pest, que les permitió evaluar las capacidades, falencias y competencias de la empresa. Indicó que con la implementación de las propuestas de mejora, la empresa obtendrá en el término del periodo un crecimiento de 13%, se realizaron importantes niveles de inversiones. Concluyó que la mayoría de las Pymes, presentaron un gran potencial y altas posibilidades de surgir a medida que realicen sus operaciones de manera ordenada y con orientación emprendedora.

Gutiérrez (2017) en su trabajo de investigación "*Diseño De La Estrategia De Negocio Para La Sociedad Comercializadora Andinos S. A*". Tuvo como objetivo formular un diseño de la estrategia de la empresa, esto sirvió como guía para la mejor toma de

decisión a los jefes y así lograr una buena posición de los productos en el mercado colombiano. Su diseño de investigación fue experimental para construcción y formulación de la estrategia que se implementó en las herramientas y metodologías administrativas Canvas, PESTEL, cinco fuerzas de Porter y FODA. Se concluyó que para que una organización sea sostenible y rentable con el tiempo debe cumplir con un servicio diferenciado que pueda satisfacer las necesidades y expectativas de una población con unas características y unas necesidades particulares como también. El por ello que se realizó el análisis y desarrollo de la FODA el cual permitió identificar las fortalezas y oportunidades que se propuso en el diseño de la estrategia, y esto potenció el crecimiento de la empresa.

TEORIA CONTROL INTERNO

Control interno es un proceso que ejecuta el cumplimiento de los objetivos de la empresa la que es coordinada de manera adecuada con toda la organización en diferentes niveles para el logro de sus de sus metas, el control interno de una empresa se puede ir mejorando en todos los procesos que sean planteados que se lleva a cabo por la gerencia y administración el cual ayuda a fomentar operaciones eficientes para el cumplimiento de los objetivos proyectados. El control interno es importante en toda empresa porque evita que se cometan errores frecuentemente y sobre todo detecta el fraude para que la empresa pueda mantener la competitividad en el mercado. Huamachuco Jian (2020).

Importancia del control interno en las organizaciones ha implementado los conocimientos teóricos mostrados años tras años en diferentes artículos: Debemos entender el propósito del control interno, para que la empresa cumpla con toda la normatividad vigente y existe una cultura que se debe fortalecer las funciones y el cumplimiento de la misión, donde todo es integral. Donde resalto la auditoría que se realice, es para evaluar los riesgos que cada organización presente de acuerdo al plan y modelo adoptado durante sus operaciones con el personal calificado

permitiendo un enfoque más claro al momento de ejecutar. El control interno es la relación entre la eficiencia de las operaciones establecidas por el ente y sus instrumentos que sirve para plasmar los objetivos y la evaluación del entorno. EMPAS S.A (2019).

La herramienta FODA es la construcción de una matriz en la cual se identifican diferentes factores internos y externos (oportunidades y amenazas) que influyen en el desempeño de la organización. A su vez se contraponen los factores internos, esta Herramienta permite evaluar a la empresa en tiempos de crisis como en crecimiento, para observar que estrategias se van a implementar o eliminar para la confiabilidad en el mercado económico, su influencia está en que la empresa se enfoque al momento de realizar su estructura. Christopher (2015)

Visión concepción del futuro son aspiraciones que tienen los líderes que se va desarrollando mediante la práctica o proceso de las empresas, así se proporciona una idea orientada a lo que necesita hacerse a largo plazo logrando una flexibilidad de metas u objetivos. Bengt Karlof (2018).

La misión es un objetivo que se da en el futuro, el a dónde queremos llegar y cómo se logrará desarrollar los objetivos en largo plazo. Dicho lo anterior la misión de tener en cuenta que debe ser corta, inspiradora, debe ser original, se dirija al mercado que la empresa se dedique; debe incluir aspectos particulares de la organización primordialmente evaluada y reconocida por sus integrantes para tener una misión clara de lo que quieren lograr actualmente. Mientras que la visión debe estar proyectada al futuro de acuerdo a sus expectativas, incluye ser clara y realista debe concordar con lo que es actualmente y cómo puede lograr ser algo en el tiempo que transcurre con los recursos que tiene y tendrá, debe ser consecuente.

El modelo financiero es la representación el plan de la organización, las políticas y procedimientos que se da a través de los recursos, esto la verificación de la exactitud y confiabilidad de los registros e informes financieros; esto conlleva en la tributación aspectos de la cultura tributaria donde se identifica el cumplimiento voluntario de los deberes y obligaciones tributarios por parte del contribuyente con base a la razón la y

afirmación de los valores de ética, respeto a la ley y con la responsabilidad ciudadana. Christopher (2015).

La SUNAT siempre está a los pasos de los contribuyentes, como también va cambiando su plataforma para mejorar su calidad y disminuir estos tipos de fraudes por los contribuyentes. Es necesario resaltar que existen muchas formas ilegales de disminuir la obligación tributaria y poner en falta nuestras responsabilidades, pero no estamos listos para saber que sucede ante una nueva sanción, y que nos estaría poniendo en desventaja por dichas acciones. Endeudamientos, falta de fiabilidad por entidades financieras. Si somos empresas formales, y falta de cumplimiento o comportamientos fraudulentos: recaer en auditorias, perdidas, multas impagables, investigación tediosa. Su implementación en la constitución de la empresa permitirá tener mayor conocimiento y menor Marge de error al momento de poner en marcha la organización, tendrá un modelo estructurado a la organización, puedes medir, controlar, sobre todo tomar decisiones más acertadas al propósito o giro de negocio. Uno de los puntos que se destaca en el control interno y a implementar la empresa mostrado. Reátegui Manuel (2016).

ENTORNO EXTERNO

Se entiende como entorno externo al conjunto de variables que pueden caracterizarse en el desempeño y crecimiento de la empresa ya que está compuesto por factores externos que pueden afectar al funcionamiento de la organización ya que no pueden ser controlables por los sujetos decisores de una empresa porque está en interacción todo el tiempo esto va dependiendo del crecimiento y mantenimiento que tiene la empresa, que pueden ejercer sobre su rentabilidad u objetivos. Antonio Sanz (2016).

Las fuerzas externas son situaciones ajenas a la organización, se traducen en los cambios de la demanda de los consumidores, esto conlleva a que pueda afectar los tipos de servicios y productos que son desarrollados por la organización, por otro lado, también el posicionamiento estratégico empresarial, las estrategias de

segmentación del mercado que conlleva a la selección de empresas para adquirir o vender. El análisis externo de las organizaciones son condiciones en un entorno social o también ambientales se caracteriza por la volatilidad, tecnología, políticas, la incertidumbre, la complejidad que forman un conjunto de elementos que la gestión estratégica de forma general que se define por las diferentes variables. Jorge Gonzales (2018) Pag.27.

La técnica PESTEL es la herramienta de evaluación en las empresas muy útil que facilita los conocimientos de los factores para la clasificación estratégica que en algunos casos pasan por desapercibido. PESTEL analiza todos los factores políticos ecológicos y medioambientales, la legislación futura o prevista, existencia de grupos de interés entre otros, esta herramienta consiste en identificar y reflexionar, los diversos factores de estudio para analizar el entorno en el que la empresa va a comenzar a desarrollarse para así poder actuar en consecuencia estratégicamente llegando a un resultado favorable. Torralba (2018).

TEORIA ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

Las estrategias empresariales busca alcanzar los objetivos planteados por las empresas a través de un plan de acción que se desarrollan por cada área funcional, está basada en cuatro fases: primera, fuerza financiera esta abarca el rendimiento sobre la inversión, apalancamiento financiero, liquidez, el capital de trabajo y flujo de efectivo; segundo, ventaja competitiva es la partición en el mercado, la calidad y ciclo del producto, lealtad a los clientes y la utilización de la capacidad de la competencia; tercera, estabilidad el ambiente, se encuentra los cambios de tecnología, tasa de inflación, la variedad de la demanda y la escala de precios de los productos competidores; cuarto fuerza de la industrial, es el potencial de crecimiento, potencial de utilidades, estabilidad financiera y el aprovechamiento de los recursos. Sierra (2017).

Es importante para las empresas identificar los objetivos que se van a trabajar en la organización llegando a conocer la situación actual del mercado a través del plan

estratégico. Es relevante saber que las estrategias que se van adecuar es después de evaluar a la organización, pensando en la contabilidad, control interno, factores externos entre incluyó la administración tributaria ya que todos permiten conocer en qué está fallando, que adecuar después de un periodo de posicionamiento como al inicio de nuestra organización. Sabemos que nos será muy útil y tendremos mayor capacidad de decisión. Sabiendo que los 4 pilares de la empresa se respetan y se verifican estaremos más cerca aun paso de un nuevo nivel ante influencias procedencia des conocibles.

Tipos de estrategias

Estrategias corporativas

Se encarga de evaluar los mercados en los que se va a posicionar la empresa. Incorpora decisiones importantes de relevancia para los empresarios ya que es la parte principal de una organización a través del mercadotécnica que estudia el nivel de influencia de la empresa en el mercado.

Estrategias competitivas

Es el plan a seguir que tiene la empresa que está orientado a largo plazo el cual ayudara a explotar las fortalezas, así de esa manera desarrollar las capacidades y aprovechar las oportunidades de una organización para tener una ventajosa posición en el mercado.

Las estrategias competitivas se dividen en: A través de las 5 fuerzas de Porter (anexo)

- Liderazgo en costes
- Diferenciación
- Segmentación o especialización

Estrategias funcionales

El plan de acción administrativo para la actividad de procesos de los negocios logrando de esa manera diseñar las acciones que ayudarán a conocer la producción, recursos humanos y la investigación de desarrollo. Muchas de las instituciones descuidan la estrategia funcional sin embargo es la estrategia más importante y debe ir alimentada y respaldada de las otras estrategias. Se encuentra

- Estrategia de recursos humanos.
- Estrategia producción
- Estrategia financiación

Las estrategias permiten ver de manera particular el entorno de la empresa permitiendo tener una mejor eficiencia en las áreas funcionales.

En el área contable contribuye analizar nuestra información y ver el movimiento de la empresa a través de los hechos históricos que muestra EE. FF para tomar las decisiones adecuadas a través de las estrategias a implementar según se adecue a la organización. Chandler (2016).

III. METODOLOGÍA

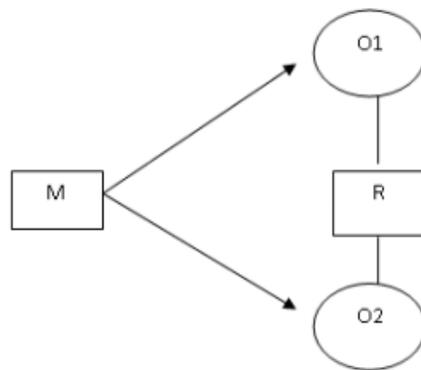
3.1. Tipo y Diseño de Investigación

Por naturaleza la investigación tiene como diseño no experimental transversal y como tipo de investigación cuantitativa.

La investigación no experimental

Observa los fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para después analizarlos y depende de la interpretación conjunto con la observación en lo cual llega a una conclusión.

A palabras de Arias menciona que: “el diseño de investigación es la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado” (Arias, 2018, p, 27). El diseño correlacional es un tipo de investigación identificando el grado de relación que mide dos o más variables, es decir evalúa la relación estadística sin influenciar en ninguna variable (Hernández, Fernández y Baptista, 2019). El diseño que utilizaré en mi investigación es descriptivo correlacional, ya que permitirá conocer los hechos y fenómenos y sus diferentes relaciones en la realidad a fin de conocer su nivel de influencia o ausencia entre ellas. Cuyo esquema es la siguiente:



APLICADA

Para Murillo (2018), la investigación aplicada, se caracteriza porque resuelve los problemas en un contexto determinado y controla situaciones prácticas es decir busca resolver la utilización o aplicación de conocimientos desde una o más variables en las áreas especializadas, tiene como propósito implementar de forma práctica para que así pueda satisfacer las necesidades concretas proporcionando la solución a los problemas.

ENFOQUE CUANTITATIVO

Sampieri (2016), se basa en la recolección de datos para probar hipótesis, a través de la medición numérica y el análisis estadístico, estableciendo patrones de comportamiento y probando teorías”.

	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Nivel de medición
Control interno (independiente)	<p>El control interno es el proceso integral de gestión, diseñado para la evaluación de los riesgos.</p> <p>Fuad (2017). Son medidas a través aspectos administrativo, financiero y funcional.</p>	<p>Esta variable será medida mediante un cuestionario de 14 ítems teniendo en cuenta las dimensiones planteadas por Faud (2017) utilizando una escala tipo Likert.</p>	Administrativo	<ul style="list-style-type: none"> ● FODA ● MISIÓN ● VISIÓN 	✓ Ordinal
			Financiero	<ul style="list-style-type: none"> ● TRIBUTARIA 	
			Funcional	<ul style="list-style-type: none"> ● PESTEL 	

3.2 Variables y Operacionalización

	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Nivel de medición
Estrategias empresariales (dependiente)	La estrategia es la determinación de una organización que define como creara el valor, de qué hacer y cómo hacerlo, define las metas, objetivos, recursos y acciones que va a emplear para cumplir con objetivos planteados a largo plazo de la empresa, a través de las estrategias: corporativas, competitividad y funcional Molina (2019).	Esta variable será medida mediante un cuestionario de 11 ítems teniendo en cuenta las dimensiones planteadas. Sierra (2017) utilizando una escala tipo Likert.	▪ Corporativa	● Mercadotecnia.	✓ Ordinal
			▪ Competitividad	● 5 fuerzas de Porter.	
			▪ Funcional	● Estrategia de producción. ● Estrategia de financiación.	

3.3 Población, muestra y muestreo

Población

La población, señalan Hernández, Fernández y Baptista (2014) que: Es el conjunto de todas las cosas que concuerdan con una serie de particularidades. El estudio no será mejor solo por tener una población amplia; implica que la calidad de un trabajo de investigación debe delimitar la población en base al planteamiento del problema. (p.174).

La población para esta investigación lo conforman las micro empresas del Porvenir Trujillo, 2021.

Muestra

Para determinar nuestra muestra fue necesario consultar la base científica (Neftali Toledo, 2016) DESCRIPCI

La muestra es una porción o parte de la población de interés, que refleja las mismas características que la población.

En el resultado de nuestra muestra se hace uso de la fórmula de la población conocida. Se tuvo un margen de error de 0.066% y una confiabilidad 95%. Se obtuvo una muestra de 187 microempresas a encuestar.

Se tomó en cuenta la fórmula:

$$n = \frac{NZ^2 pq}{(N-1)E^2 + Z^2 pq} =$$

Donde:

N= 1250

Z= 1.96

P= 0.5

Q = 0.5

$$E= 0.066$$

Muestreo

La clase de muestreo es no probabilística y la técnica es encuesta.

Criterios para su selección

Factores de inclusión:

Se incluyó a la población de micro empresas de calzado, porque en la ciudad de Trujillo en el Distrito de Porvenir existen de este tipo de empresas.

Factores de exclusión:

No se tomó en cuenta a la población de empresarios que cuentan con organizaciones o empresas fortalecidas, ya que cuentan con un sistema estratégico, controles adecuados.

Unidad de análisis

Las microempresas de calzado del Distrito del Porvenir de Trujillo.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas e Instrumentos

En el estudio realizado se consideró las técnicas e instrumentos de recolección:

Tabla 1

Técnicas e instrumentos aplicados en la investigación

Variable de estudio	Técnica	Instrumento
Estrategia Empresarial	Encuesta	Cuestionario
Control Interno y Externo	Encuesta	Cuestionario

Validez

La validación para los instrumentos de la investigación es considerada por expertos.

Tabla 2

Lista de expertos de evaluación de los instrumentos de investigación

Instrumentos	Expertos	Grado Académico
Ficha de registro	Mg. PEDRO SILVA LEON	Maestro
colegiado	ROGER DE LA CRUZ VENTURA	Contador Público
	KATY JANET DE CRUZ MORENO	Maestra

Confiabilidad:

Se hizo uso del alfa de Cronbach para medir su confiabilidad del cuestionario.

Instrumento	Alfa de Cronbach
Control Interno y Externo	0.85
Estrategia Empresarial	0.85

3.5 Procedimientos

Se realizó el cuestionario a través de Google Drive, para proceder a enviar a los empresarios de las micro empresas de calzado Distrito Porvenir de la ciudad de Trujillo, previamente seleccionados por la cantidad de población 187, con la respectiva privacidad sin fomentación de datos solo de uso para el desarrollo de la investigación y acorde a nuestros indicadores tomados para la encuesta. Para el recibimiento de la encuesta se considera aspectos previos de compromiso por el empresario como los investigadores para la veracidad de los datos.

3.6 Método de análisis de datos

Para la determinación de las variables de Estrategia Empresarial como la de Control Interno, Se utilizó el método estadístico SPSS, para las pruebas de normalidad se toma los valores.

3.7 Aspectos éticos

En el presente trabajo de investigación se hizo uso del estilo APA, la información que se obtuvo es de fuentes confidenciales, se tuvo en cuenta los derechos de autores debidamente citados de las diferentes investigaciones. De esta manera la investigación se realizó a través de la encuesta. Se tuvo en cuenta el respeto de las directivas y lineamientos brindadas por la Universidad César Vallejo.

IV. RESULTADOS

Objetivo general

Determinar la incidencia del control interno y su influencia en las estrategias empresariales de las microempresas de calzado El Porvenir Trujillo-2021.

4.1 Variable Independiente (Control Interno)

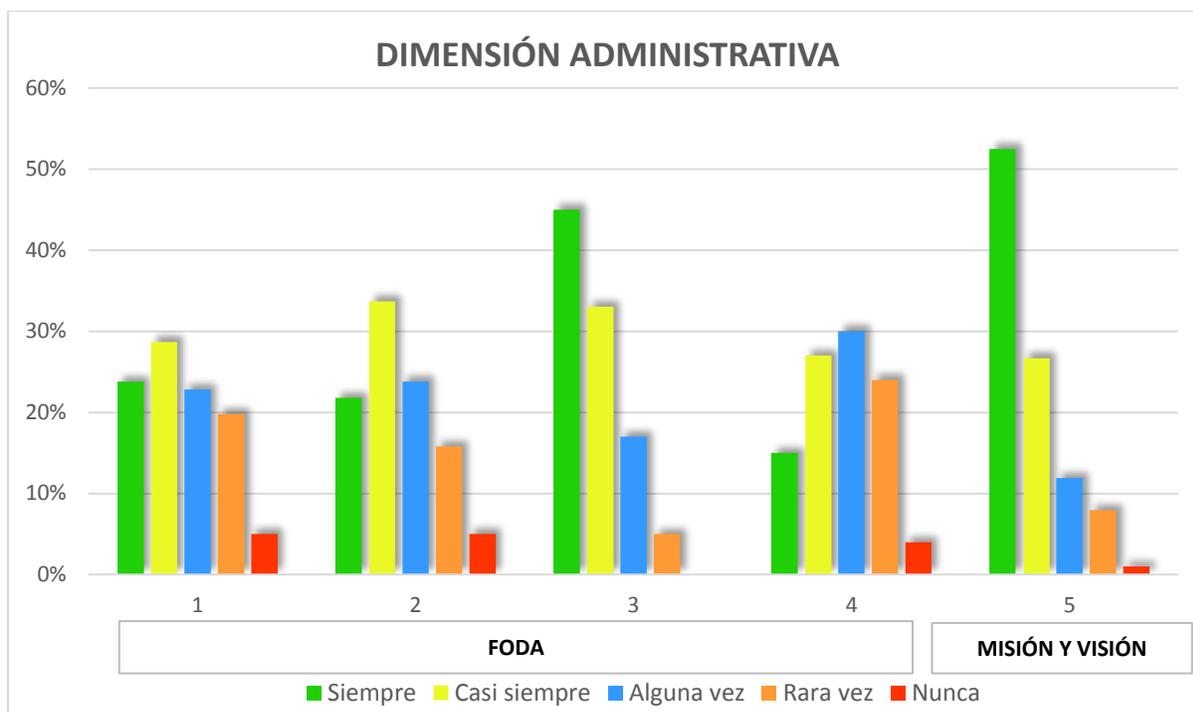
4.1.1 Dimensión Administrativa

Tabla 1: Total por la Dimensión Administrativa

Dimensión	Indicador	Preguntas	Nivel de Respuesta					Porcentaje Acumulado
			Siempre	Casi siempre	Alguna vez	Rara vez	Nunca	
Administrativa	FODA	Su ubicación es mejor que su competencia.	23.8%	28.7%	22.8%	19.8%	5%	100%
		Tus proveedores que te favorecen están cerca de ti	21.8%	33.7%	23.8%	15.8%	5%	100%
		Los cambios te ayudan a mejorar.	45%	33%	17%	5%	0%	100%
		Cuentas con recursos intangibles	15%	27%	30%	24%	4%	100%
	MISION VISIÓN	Es importante para usted, tener una idea clara de sus objetivos a través de una visión y misión de su empresa.	52.5%	26.7%	11.9%	7.95%	1%	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 187 las microempresas de calzado El Porvenir Trujillo-2021.

Figura 1. Dimensión Administrativa



Interpretación:

Según los resultados de la tabla 1, se observa que de los 187 microempresas de calzado encuestados, el 28.7% cuentan con una ubicación accesible frente a su competencia; el 33.7% está al alcance de sus proveedores; un 45% considera importante hacer cambios; siendo que un 30% de la mayor parte de microempresarios no cuenta con capacidades de dirección de negocio, mientras que el 52.5% considera importante la aplicación de una misión y visión empresarial al comparación de un 11.9% considera no tan importante.

4.1.2 Dimensión Financiera

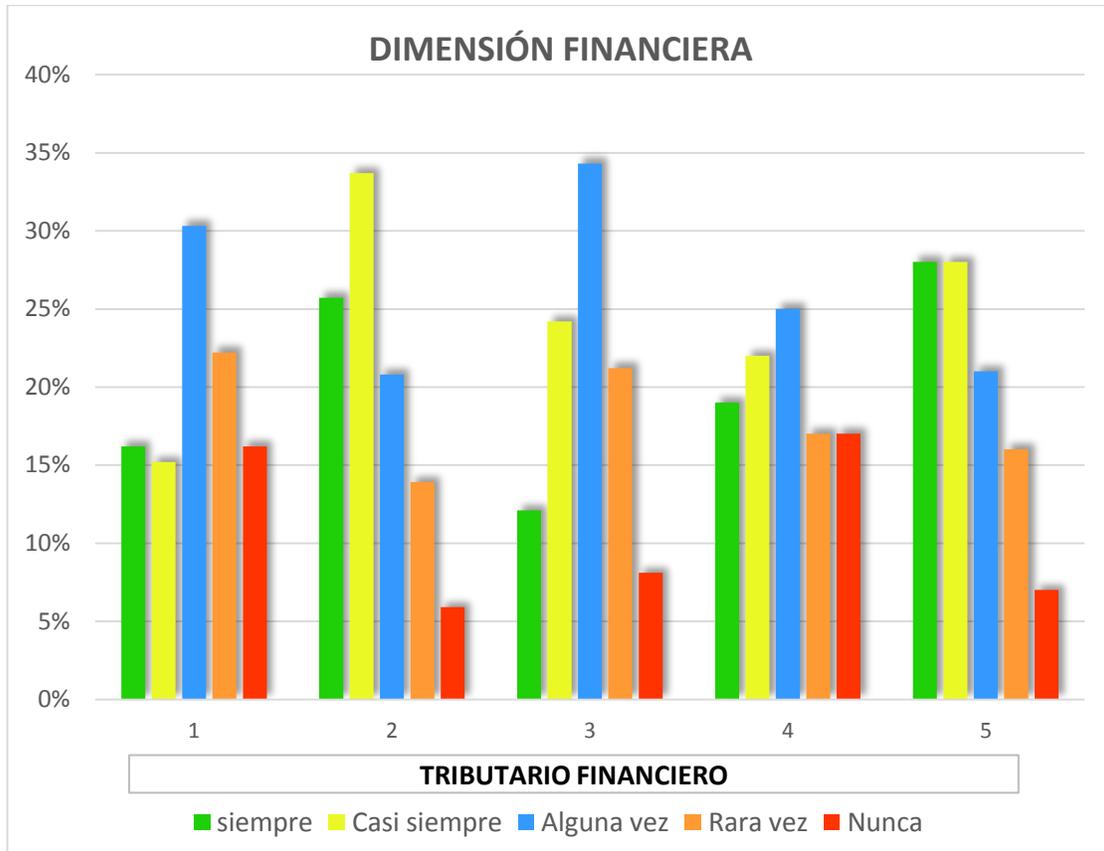
Tabla 2: Total por la Dimensión Financiera

Dimensión	Indicador	Preguntas	Nivel de Respuesta					Porcentaje Acumulado
			Siempre	Casi siempre	Algun a vez	Rara vez	Nunca	
Financiera	Tributario Financiero	Cuenta usted con una asesoría de un experto.	16.2%	15.2%	30.3%	22.2%	16.2%	100%
		Tiene en cuenta el desarrollo de inversión para el futuro.	25.7%	33.7%	20.8%	13.9%	5.9%	100%
		Ha tenido dificultad en temas tributarios.	12.1%	24.2%	34.3%	21.2%	8.1%	100%
		Existe un planeamiento tributario en su empresa y Cuenta con facturación electrónica dentro de su empresa.	19%	22%	25%	17%	17%	100%
		Tiene en cuenta cuáles son sus deberes en temas tributarios de acuerdo a su giro de negocio.	28%	28%	21%	16%	7%	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 187 las microempresas de calzado El Porvenir Trujillo-2021.

Figura 2

Dimensión Financiera



Interpretación:

Según los resultados de la tabla 2, se observa que de los 187 microempresas de calzado encuestados, 30.3% considera a ver recibido una asesoría mientras que el 16.2% nunca; el 33.7% considera en ocasiones una inversión en su negocio mientras que el 25.7% si lo realiza; el 34.3% no tiene dificultad en tema tributario; mientras que el 17% no considera planeamiento tributario con respecto al 25% algunas veces lo aplica; un 21% tiene en cuenta algunas veces sus deberes tributarios, mientras que 28% siempre.

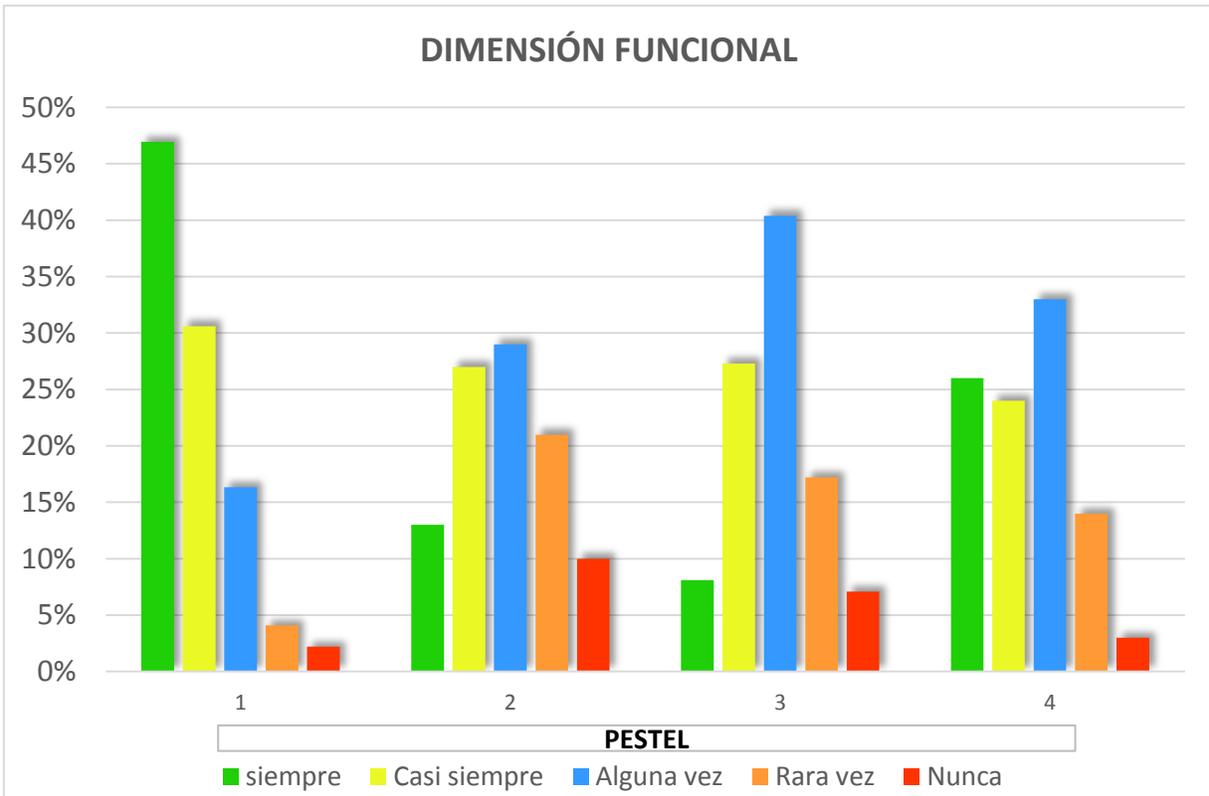
4.1.3 Dimensión Funcional

Tabla 3: Total por la Dimensión Funcional

Dimensión	Indicador	Preguntas	Nivel de Respuesta					Porcentaje Acumulado
			Siempre	Casi siempre	Algun a vez	Rara vez	Nunca	
Funcional	PESTEL	La tecnología e innovación favorece su negocio.	46.9%	30.6%	16.35%	4.1%	2.2%	100%
		Existen conflictos políticos, o leyes que afecten directamente.	13%	27%	29%	21%	10%	100%
		La demanda es limitada en tu negocio.	8.1%	27.3%	40.4%	17.2%	7.1%	100%
		Cuentas con tecnología, marca, ventas, trabajadores, capacitaciones, distribución y costos.	26%	24%	33%	14%	3%	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 187 las microempresas de calzado El Porvenir Trujillo-2021.

Figura 3: Dimensión Funcional



Interpretación:

Según los resultados de la tabla 3, se observa que, de las 187 microempresas de calzado encuestados, el 46.9% toma en cuenta la importancia de tecnología; un 27% considera los conflictos políticos afectan su negocio; mientras que el 44.4% mencionan que existe algunas veces baja demanda; los microempresarios en un total de 33% no cuentan constantemente con tecnología, trabajadores, capacitación, ni uso de costeo en su producción, mientras que el 26% si cuenta con alguno.

4.2 Variable Dependiente (Estrategias Empresariales)

4.2.1 Dimensión Estrategia Corporativa

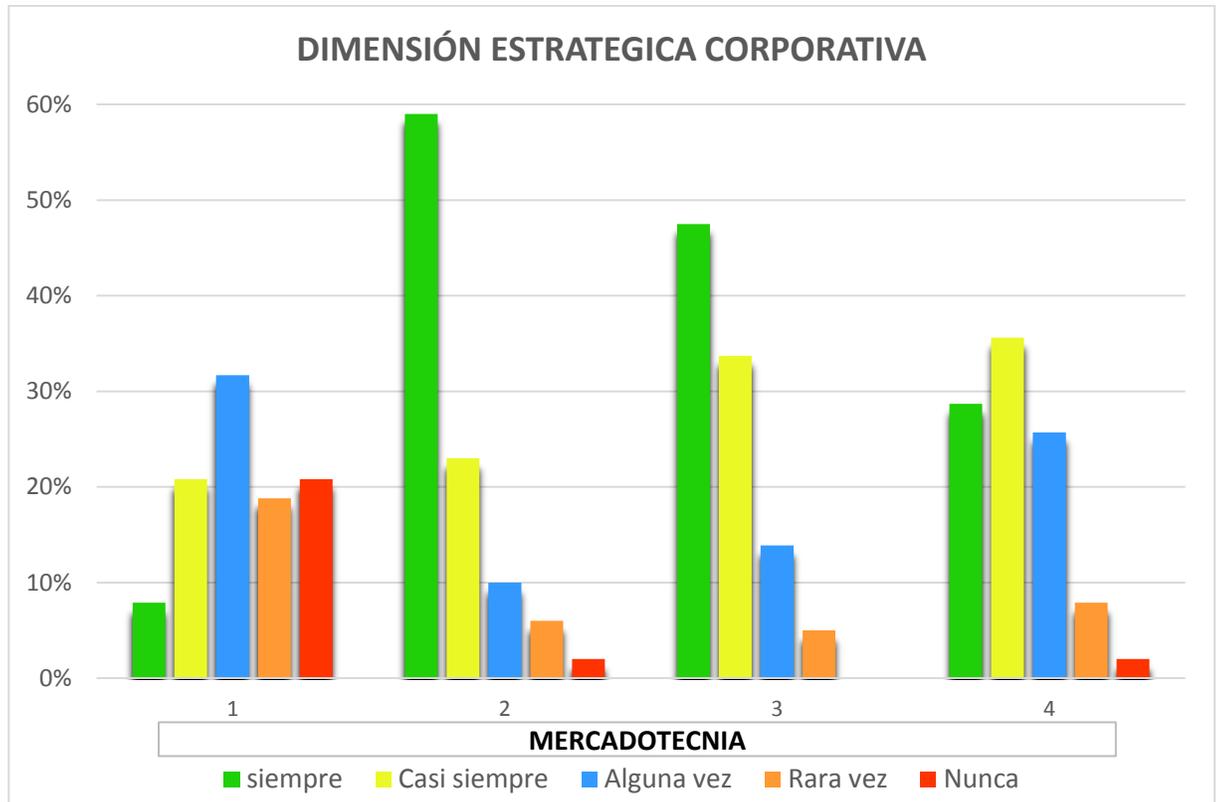
Total, por la Dimensión Estrategia Corporativa

Dimensión	Indicador	Preguntas	Nivel de Respuesta					Porcentaje Acumulado
			Siempre	Casi siempre	Alguna vez	Rara vez	Nunca	
Corporativa	Mercadotecnia	Cuenta con un estudio de mercado, que involucre en que tanto influye su negocio ante la demanda de la misma y un sistema de marketing	7.9%	20.8%	31.7%	18.8%	20.8%	100%
		Es importante la diferenciación frente sus competidores	59%	23%	10%	6%	2%	100%
		Cree usted que es importante invertir un porcentaje de los ingresos del negocio para su crecimiento, e implementar nuevo capital para mejorar sus condiciones, para satisfacer a los consumidores, frente a sus competidores.	47.5%	33.7%	13.9%	5%		100%
		Para mejorar la situación actual de su empresa, aplicaría y utilizaría los recursos, habilidades dentro de su empresa como aspectos externos que influye en su empresa frente a su competencia, a través de estrategias de corto plazo.	28.7%	35.6%	25.7%	7.9%	2%	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 187 las microempresas de calzado El Porvenir Trujillo-2021.

Figura 2

Dimensión Estratégica Corporativa



Interpretación:

Según los resultados de la tabla 4, se observa que, de las 187 microempresas de calzado encuestados, un 20.8% de los microempresarios no realizan un estudio de mercado mientras que un 31.7% alguna vez lo hizo; el 59% menciona que es importante diferenciarse; 47.5% cree que es importante invertir mientras que un 13.9% considera que no siempre; para mejorar la situación de su negocio considera que se debe aplicar casi siempre las estrategias en un 35.6%.

4.2.2 Dimensión Estrategia Competitividad

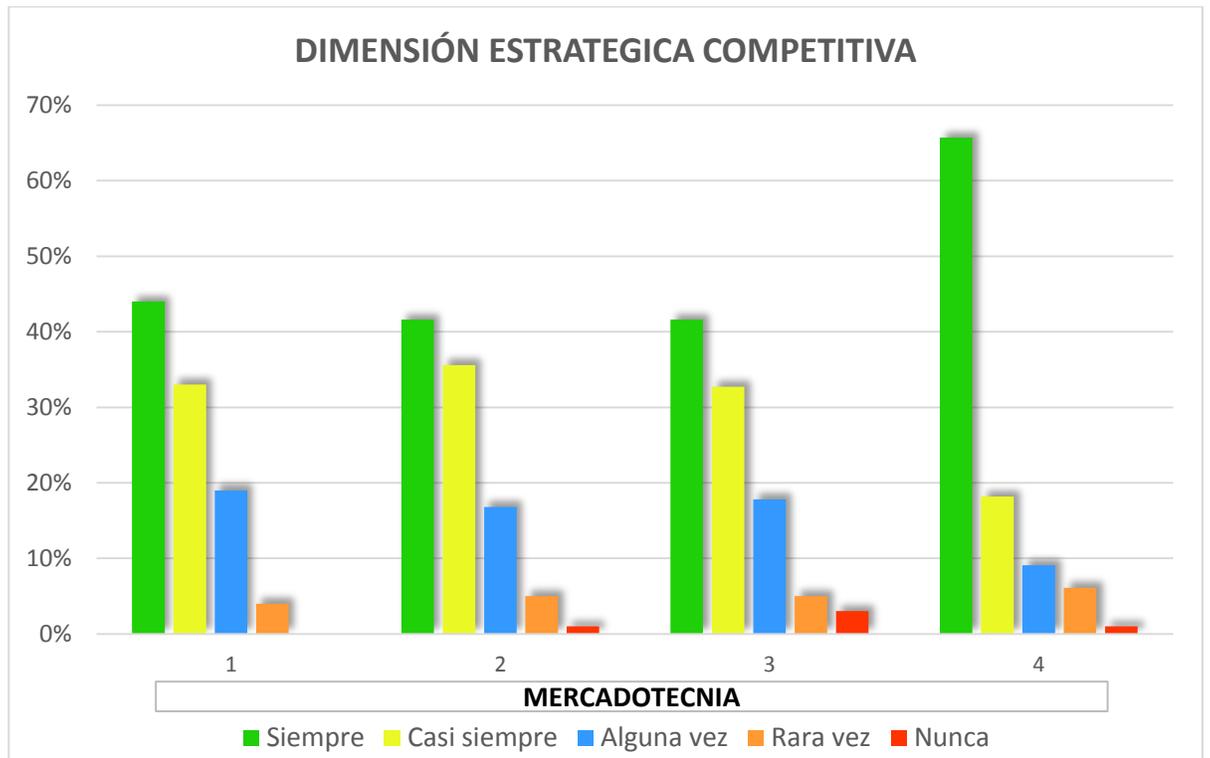
Tabla 4: Total por la Dimensión Estrategia Competitividad

Dimensión	Indicador	Preguntas	Nivel de Respuesta					Porcentaje Acumulado
			Siempre	Casi siempre	Alguna vez	Rara vez	Nunca	
Competitividad	5 fuerzas De Porte	Sí, analiza la competencia en su giro de negocio, permitirá conocer cuáles son sus ventajas y desventajas ante sus competidores, y mejorar a través de sus fortalezas.	44%	33%	19%	4%	0%	100%
		Al realizar, una evaluación de nuestro servicio, bien, o producto que ofrecemos para mejorar a través de la innovación y calidad, nos permitirá alcanzar una nueva perspectiva de nuestros consumidores.	41.6%	35.6%	16.8%	5%	1%	100%
		Sí, realizamos una lista de nuestros proveedores y a la vez evaluar sus, costos, precios, ventajas para mejorar nuestros resultados, tomando en cuenta los beneficios para mejorar nuestros resultados sin bajar la calidad, realizaría su aplicación.	41.6%	32.7%	17.8%	5%	3%	100%
		Realizaría estrategias para mejorar su forma de atención al cliente.	65.7%	18.2%	9.1%	6.1%	1%	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 187 las microempresas de calzado El Porvenir Trujillo-2021.

Figura 3

Dimensión Estratégica Competitiva



Interpretación:

Según los resultados de la tabla 5, se observa que de los 187 microempresas de calzado encuestados, si los microempresarios de calzado analizan como se encuentra frente a su competencia el 44% responden que les permitirá conocer sus fortaleza y debilidades; el 41.6% considera que si evalúan sobre el producto que ofrecen llegaran a más consumidores; un 41.6% aplicaría el usos de costeo de producción, calidad, para llegar a sus clientes; consideran

que si realizarían la adecuación de estrategias para llegar sus clientes con un mejor producto 65.7%.

4.2.3 Dimensión Estrategia Funcional

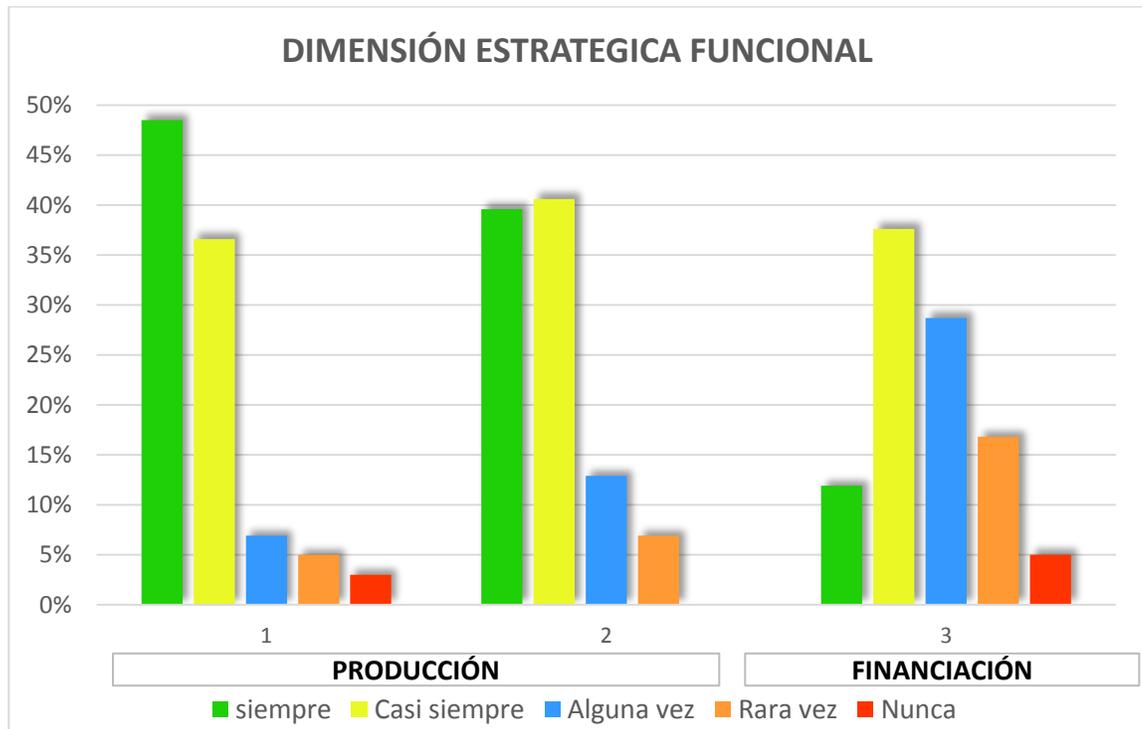
Tabla 5: Total por la Dimensión Estrategia Funcional

Dimensión	Indicador	Preguntas	Nivel de Respuesta					Porcentaje Acumulado
			Siempre	Casi siempre	Algun a vez	Rara vez	Nunca	
Funcional	Producción	Realizaría un plan estratégico, para mejorar el control interno y tener una mejor percepción del entorno externo de su empresa.	48.5%	36.6%	6.9%	5%	3%	100%
		Cree usted que la evaluación de todos estos aspectos y la aplicación de estrategias de acuerdo a nuestro giro de negocio, influye en la organización y con respecto a nuestra misión y visión que nos planteamos.	39.6%	40.6%	12.9%	6.9%		100%
	Financiación	Cuenta con financiación, capital suficiente para desarrollo de su empresa.	11.9%	37.6%	28.7%	16.8%	5%	100%

Fuente: Instrumento aplicado a los 187 las microempresas de calzado El Porvenir Trujillo-2021.

Figura 4

Estratégica Funcional



Interpretación:

Según los resultados de la tabla 6, se observa que de las 187 microempresas de calzado encuestados, consideran que si aplicarían un plan estratégico el 48.5%, mientras que un 36.6% a menudo; el 40.6% considera la evaluación del entorno y estos influyen en su visión y misión de su negocio; el 16.8% de los microempresarios no cuentan con capital ni financiamiento para producir e incrementar su negocio, mientras que 11.9% son los que sí cuentan con los recursos financieros.

Tabla 7: Correlación entre control interno y las Estrategias Empresariales.

		Control Interno	Estrategias Empresariales.
Control Interno	Correlación de Pearson	0.575	1
	Sig. (Bilateral)		
	N		187
Estrategias Empresariales.	Correlación de Pearson	1	0.575
	Sig. (Bilateral)		
	N		187

Figura 7

Correlación



COEFICIENTE DE CORRELACIÓN 0.575

En la tabla 7, después de realizar la descripción de las dimensiones de cada variable, se pudo determinar la influencia control interno en las Estrategias Empresariales. Se llegó a establecer que el control interno es un factor importante a tomar en consideración como el seguimiento, para poder establecer estrategias con la

información relevante. En tanto al relacionar las variables se obtiene a través de Pearson, se obtuvo una correlación directa 0.575, confirmando la hipótesis planteada que efectivamente positivamente influye el control interno en las Estrategias Empresariales.

V. DISCUSIÓN

En la presente investigación se analizó determinar la incidencia del control interno en las estrategias empresariales de las micro empresas de calzado El Porvenir Trujillo-2021, Según los resultados obtenidos y los conocimientos teóricos como aportes para el desarrollo de la investigación, en contribución a las conclusiones obtenidas, por consiguiente:

En el objetivo general al Determinar la incidencia del control interno y su influencia en las estrategias empresariales de las microempresas de calzado El Porvenir Trujillo-2021. Se concluye que el control interno influye en las estrategias empresarial, cuanto más control exista y aplicación del control interno, mejor será el conocimientos y reconocimiento de factores positivos y negativos que ocurra dentro como fuera de la empresa y de esa manera aplicar las estrategias necesarias e implementarlas de esta manera poder evaluarlas posteriormente y determinar si han sido aplicadas o reforzadas.

Hurtado (2018), menciona que es importante destacar la aplicación del control interno en una organización porque contribuye a la posibilidad de prevenir los riesgos provocados durante el desarrollo de su actividad; que conlleva a una gran variedad de beneficios en cada una de las áreas que la establecidas. Mientras que por parte de Ibarra (2018), Planificación Estratégica para la empresa Ventavid, aplicable para el Período 2014 – 2018 Chile. El objetivo de su investigación fue la Planificación Estratégica para la mejora y desarrollo de los procesos internos de la empresa, apoyado con las metodologías de Porter, FODA y Pest, que les permitió evaluar las capacidades, falencias y competencias de la empresa. Indicó que, con la implementación de las propuestas de mejora, la empresa obtendrá en el término del periodo un crecimiento de 13%,

En el objetivo específico1, diagnosticar y analizar el control interno de las micro empresas de calzado, El Porvenir Trujillo-2021.

Se realizó la encuesta a los microempresarios de calzado con respecto Según los resultados de la tabla 1, de los 187 microempresas por la dimensión Administrativa, en relación a la matriz FODA , el 28.7% cuentan con una ubicación accesible frente a su competencia; el 33.7% está al alcance de sus proveedores; un 45% considera importante hacer cambios; siendo que un 30% de la mayor parte de microempresarios no cuenta con capacidades de dirección de negocio, mientras que el 52.5% considera importante la aplicación de una misión y visión empresarial al comparación de un 11.9% considera no tan importante. La herramienta FODA es la construcción de una matriz en la cual se identifican diferentes factores internos y externos (oportunidades y amenazas) que influyen en el desempeño de la organización, su influencia está en que la empresa se enfoque al momento de realizar su estructura. Christopher (2015). El control interno es importante en toda empresa porque evita que se cometan errores frecuentemente y sobre todo detecta el fraude para que la empresa pueda mantener la competitividad en el mercado. Huamachuco Jian (2020).

Según los resultados de la tabla 2, de los encuestados en la dimensión Financiera, 30.3% considera a ver recibido una asesoría mientras que el 16.2% nunca; el 33.7% considera en ocasiones una inversión en su negocio mientras que el 25.7% si lo realiza; con relación a los indicadores tributario el 34.3% no tiene dificultad en tema tributario; mientras que el 17% no considera planeamiento tributario con respecto al 25% algunas veces lo aplica; un 21% tiene en cuenta algunas veces sus deberes tributarios, mientras que 28% siempre. La SUNAT siempre está a los pasos de los contribuyentes, como también va cambiando su plataforma para mejorar su calidad y disminuir estos

tipos de fraudes por los contribuyentes. Su implementación en la constitución de la empresa permitirá tener mayor conocimiento y menor Marge de error al momento de poner en marcha la organización, tendrá un modelo estructurado a la organización, puedes medir, controlar Reátegui Manuel (2016).

Según los resultados de la tabla 3, se observa en la dimensión Funcional con la herramienta Pestel, el 46.9% toma en cuenta la importancia de tecnología; un 27% considera los conflictos políticos afectan su negocio; mientras que el 44.4% mencionan que existe algunas veces baja demanda; los microempresarios en un total de 33% no cuentan constantemente con tecnología, trabajadores, capacitación, ni uso de costeo en su producción, mientras que el 26% si cuenta con alguno. El entorno externo de un negocio se refiere condiciones en un entorno social o también ambientales se caracteriza por la volatilidad, tecnología, políticas, la incertidumbre, la complejidad que forman un conjunto de elementos que la gestión estratégica de forma general que se define por las diferentes variables. Jorge Gonzales (2018) Pag.27. Su identificación de estos factores externos y el control determinado por la propia entidad menciona, la herramienta PESTEL analiza todos los factores políticos ecológicos y medioambientales, la legislación futura o prevista, existencia de grupos de interés entre otros, esta herramienta consiste en identificar y reflexionar, los diversos factores de estudio para analizar el entorno en el que la empresa . Torralba (2018).

Objetivo específico 2, Diagnosticar y analizar las estrategias empresariales de las micro empresas de calzado, El Porvenir Trujillo-2021.

Según los resultados de la tabla 4, en la dimensión estrategia Corporativa, que abarca los aspectos más amplios de la organización relacionado al producto, el valor agregado, las inversiones como la innovación se analiza si existe una aplicación en los microempresarios de calzado donde se observa que , un 20.8% de los microempresarios no realizan un estudio de mercado mientras que un 31.7% alguna vez lo hizo; mientras que la mayor parte de microempresarios optan reconocer la importancia de diferenciarse de la

competencia en un 59%; los micro empresarios un 47.5% cree que es importante invertir por su mayoría teniendo mayor alcance con sus clientes , realizando mayor producción a la vez incrementando sus ingresos, mientras que un 13.9% considera que no siempre realizan inversión adicional ; para mejorar la situación de su negocio considera que se debe aplicar casi siempre las estrategias en un 35.6% lo cual indica que están dispuestos adecuar estrategias empresariales según la circunstancias en las que se encuentren. la utilización de la capacidad de la competencia; tercera, estabilidad el ambiente, se encuentra los cambios de tecnología, tasa de inflamación, la variedad de la demanda y la escala de precios de los productos competidores; cuarto fuerza de la industrial, es el potencial de crecimiento, potencial de utilidades, estabilidad financiera y el aprovechamiento de los recursos. Sierra (2017).

Según los resultados de la tabla 5, en la dimensión estrategia competitividad como herramienta de análisis 5 fuerzas de porte contribuye a que los microempresarios de calzado realicen un análisis en los aspectos como se encuentran frente a sus proveedores, nuevos competidores, clientes, y productos sustitutos , si los microempresarios de calzado analizan como se encuentra frente a su competencia el 44% responden que les permitirá conocer sus fortaleza y debilidades; el 41.6% considera que si evalúan sobre el producto que ofrecen llegaran a mas consumidores; un 41.6% aplicaría el usos de costeo de producción, calidad, para llegar a sus clientes; consideran que si realizarían la adecuación de estrategias para llegar sus clientes con un mejor producto 65.7%.

Según los resultados de la tabla 6, la dimensión de estrategia funcional que comprende en medir aspectos productivos desde los proceso, costos, áreas intervinientes, para mantener un mejor alcance de su producción, manejo y control de sus recursos que influyen directamente como indirectamente de esta manera poder saber si es rentable como viable el negocio, en lo cual los micros empresarios de calzado encuestados, consideran que si aplicarían un plan estratégico el 48.5%, mientras que un 36.6% a menudo; el 40.6%

considera la evaluación del entorno y estos influyen en su visión y misión de su negocio; en el indicador de financiación se evalúa si los negocios cuenta con los recursos para poder hacer frente sus obligaciones como también si existe relaciones de terceros para incrementar el capital como la liquidez, el 16.8% de los microempresarios no cuentan con capital ni financiamiento para producir e incrementar su negocio, mientras que por minoría el 11.9% son los que sí cuentan con los recursos financieros . Identificar los objetivos que se van a trabajar en la organización llegando a conocer la situación actual del mercado a través del plan estratégico. Es relevante saber que las estrategias que se van adecuar es después de evaluar a la organización, pensando en la contabilidad, control interno, factores externos entre incluyó la administración tributaria Sierra (2017). En la hipótesis planteado partir de los hallazgos encontrados, corroboramos que el control interno y externo incide significativamente en las estrategias empresariales de las micro empresas de calzado, El Porvenir Trujillo-2021. Debido a que los resultados de la investigación guardan relación con lo que sostienen Huamachuco Jian (2020), Reátegui Manuel (2016), Jorge Gonzales (2018) , Sierra (2017), Torralba (2018), Christopher (2015).

VI. CONCLUSIONES

1.- Objetivo general, al determinar la incidencia del control interno en las estrategias empresariales de las micro empresas de calzado El Porvenir Trujillo -2021 con los resultados obtenidos se concluye que el control interno al implementar medidas como las metas de la organización requiere conocer aspectos importantes ya que influye en las estrategias que se considere de acuerdo a la situación actual que se encuentre, por lo tanto; a través de la dimensión administrativa reconocemos con el FODA el entorno interno como externo del negocio ,y misión y visión que deseamos ahora y en un próximo futuro de nuestro negocio y al aplicarla en las estrategias por la dimensión Corporativa contribuye a elaborar las estrategias de corto plazo mediante la aplicación de la mercadotécnica en lo cual los resultados no son alentadores en lo cual tenemos como resultados al comparar vemos , 23.8% tiene una mejor ubicación , un 21.8% cuenta con sus proveedores más cercanos esto influye de manera negativa ya que no se aplicó estrategia de un estudio de mercado siendo que existe solo un 7.9 % que realiza ; un 45% de microempresarios creen que si es importante diferenciarse de la competencia en tanto obtenemos 59% que si aplican estrategias de diferenciación de la competencia; tenemos que un 15% cuenta con recursos intangibles y un 52.5% cree que es bueno aplicar una misión y visión en lo cual influye negativamente por que solo un 28.7% si aplica estrategias para mejorar su negocio.

Dimensión financiera tenemos 47.5% cree que es importante invertir en la cual se aplica una estrategia, pero solo 25.75% Tiene en cuenta el desarrollo de inversión para el futuro por lo cual influye negativamente

2.- objetivo específico, al diagnosticar y analizar el control interno de las micro empresas de calzado, El Porvenir Trujillo-2021.

Se concluye que a través de las dimensiones administrativas, por parte de los dueños existe una preocupación por mejorar en sus negocios en su ámbito organizacional, donde nos muestra la importancia de la utilización de matriz FODA, se identificó solo un porcentaje de 28.7% del total de los microempresarios de calzado cuentan con una ubicación accesibles al público nos muestra que la mayoría tiene dificultad para ofrecer y difundir, dicho también que entre 33.7% cuenta al alcance de sus proveedores siendo un grupo reducido y la mayor parte es más difícil conseguir insumos a la vez existe factores de costos por medio ,a la vez el 45% de los microempresarios que están dispuesto a realizar cambios en su estructura organizacional cómo implementarlas siendo que aún existe una gran parte que no comprenden la necesidad de realizarlo y esto repercute de manera negativa a su negocio ya que pueden seguir teniendo los mismos resultados , Sabiendo también que existe un 30% del total que no cuenta con capacidad de dirección de negocio y es un factor que hace más explícito los resultados que se tiene en la actualidad en la baja de Ruc, liquidación del negocios; un 52.5% Expresa que la aplicación de una visión y misión en su negocio exige conocer que es lo que quiere ahora frente a donde quiere llegar, a la vez evaluar si se encuentran cerca de llegar a su meta que se asemejan a su realidad, mientras que el resto necesita una orientación. Esto indica que la aplicación de la herramienta

FODA dentro de un negocio permite conocer, mejor el estado actual permitiendo tomar mejores decisiones y estrategias que considere.

Por medio de la dimensión financiera encontramos menos del 30% de microempresas de esta naturaleza no cuentan con asesoría permanente nos indica que 70 % tendrá dificultades, la importancia de inversión para mejorar la maquinaria y equipo usado como incremento de capital para comprar materia prima como insumos, es escaso ya que solo 25.7% lo realiza constantemente y tiene la capacidad para hacerlo. Un 17% de los microempresarios implementa un planeamiento tributario, para disminuir las faltas, y pagos en exceso por pagos a destiempo, mientras que el resto no cuenta con esa anticipación, lo cual se concluye que sino implementan estrategias como nuevas formas de contrarrestar los problemas financieros que a menudo tienen como los retrasos en pagos de impuestos pueden seguir con los mismos desafíos y reflejarse en sus ingresos como gastos.

Dimensión funcional podemos ver de manera globalizada como se encuentra la empresa frente a sus competidores en lo cual podemos ver a través de la herramienta Pestel, el 46.9% considera la importancia de tener tecnología a su disposición ya que mejora su oferta de producción ante la demanda, pero la capacidad de capital y reinversión no cuentan cómo se pudo ver en el resultado, lo cual si estas no son implementadas seguirán dependiendo de otra mano de obra y solo producir la cantidad por capacidad. ; un 27% considera los conflictos políticos afectan su negocio mientras que no exista una estabilidad política se encuentra en inestabilidad la producción, demanda como oferta ya que influyen factores de costos de producción a la vez la competencia es más fuerte en lo cual se debe considerar de análisis para tomar acciones, mientras que el 44.4% mencionan que existe algunas veces baja demanda y es perjudicial para mantener el negocio en temporadas, se debe considerar el estudio de mercado como Herramienta para reconocer que producir y ofrecer al público para incrementar la utilidad; los microempresarios en un total de 33% no cuentan constantemente con tecnología adecuada y actualizada, trabajadores, capacitación, ni uso de costeo en su producción,

mientras que el 26% si cuenta con alguno y es por lo tanto que se debe evaluar estos aspectos que intervengan dentro como fuera del negocio para diagnosticar e implementar estrategias pertinentes lo cual deben ser controladas.

3.- objetivo específico, al diagnosticar y analizar las estrategias empresariales de las micro empresas de calzado, El Porvenir Trujillo-2021. en la dimensión estrategia Corporativa, donde se observa que , un 7.9% realiza estudio mercado siendo que la mayor parte no toma encuesta ; mientras que la mayor parte de microempresarios optan reconocer la importancia de diferenciarse de la competencia en un 59% nos indica que si están dispuestos a realizar cambios a favor del producto y servicio que ofrecen; los micro empresarios un 47.5% cree que es importante invertir por su mayoría teniendo mayor alcance con sus clientes , realizando mayor producción a la vez incrementando sus ingresos, un 47.5% considera importante aplicar una estrategia de inversión ; para mejorar la situación de su negocio considera que se debe aplicar casi siempre las estrategias en un 35.6% lo cual indica que están dispuestos adecuar estrategias empresariales según la circunstancias en las que se encuentren. Según los resultados, en la dimensión estrategia competitividad como herramienta de análisis 5 fuerzas de porte contribuye a que los microempresarios de calzado realicen un análisis en los aspectos como se encuentran frente a sus proveedores, nuevos competidores, clientes, y productos sustitutos , si los microempresarios de calzado analizan como se encuentra frente a su competencia el 44% responden que les permitirá conocer sus fortaleza y debilidades; el 41.6% considera que si evalúan sobre el producto que ofrecen llegaran a mas consumidores; un 41.6% aplicaría el usos de costeo de producción, calidad, para llegar a sus clientes; consideran que si realizarían la adecuación de estrategias para llegar sus clientes con un mejor producto 65.7%. Los resultados, la dimensión de estrategia funcional que comprende en medir aspectos productivos desde los proceso, costos,

áreas intervinientes, para mantener un mejor alcance de su producción que influyen directamente como indirectamente de esta manera poder saber si es viable el negocio, en lo cual los micros empresarios de calzado encuestados, si aplicarían un plan estratégico el 48.5%, el 40.6% considera la evaluación del entorno y estos influyen en su visión y misión de su negocio; en el indicador de financiación se evalúa si los negocios cuenta con los recursos para poder hacer frente sus obligaciones como también si existe relaciones de terceros para incrementar el capital como la liquidez, el 16.8% de los microempresarios no cuentan con capital ni financiamiento para producir e incrementar su negocio, por lo tanto es importante aplicar estrategias, que permite adecuar, planificar y controlar después del análisis del entorno de esta manera los microempresarios pueden tener mejores resultados como datos reales de cómo se encuentra su negocio y que aspectos debe mejorar.

VII. RECOMENDACIONES

1. Recomendamos tener más énfasis en la implementación de la herramienta FODA como un instrumento de medición para evaluar, cuáles son las fortalezas que tiene el negocio para enfrentar la realidad actual en la cual viene ser disminuir las debilidades de los microempresarios de calzado al enfrentar aspectos internos propios de la organización como externo que influyen netamente a la comercialización del calzo y a través de ese análisis poder determinar estrategias de mercadotecnia para obtener resultados eficientes; siendo puntual el mejoramiento de la misión y visión de que tienen de su negocio y tener objetivos establecidos. Reconocer aspectos financieros en una organización es imprescindible, en lo cual recomendamos reconocer y aplicar estrategias que contribuyan a mejorar la inversión, manejos tributarios, Implementación capital; a la vez el uso de la herramienta Pestel ayuda que el empresario vea aspectos generales de la organización en lo cual recomendamos aplicar ya que se ve a qué nivel nos afecta, políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legal. Aplicando la estrategia competitiva, ayudará a

reconocer aspectos de suma importancia con la herramienta 5 fuerzas Porter, influirá de manera positiva al reconocer, poder de negociación de los proveedores, amenazas de sustitutos, poder de negociación de los clientes, amenaza de nuevos entrantes.

2. Se recomienda que los microempresarios aplique la matriz FODA, para poder reconocer, planificar, controlar y direccionar el negocio de la mejor manera, en lo cual la revisión de los objetivos como la implementación de la visión y misión planteada sea constante, claras y acorde a su realidad, a la vez poner énfasis en la revisión y evaluación de la parte financiera, el uso de recursos propios como de terceros y poder tener recursos de uso de capital y poder producir acorde a la demanda; esto implica aplicar la herramienta Pestel, que ayude a determinar cómo conocer factores que afectan de manera positiva como negativamente al rubro y tomar decisiones para mejor uso de los recursos.
3. Se recomienda la aplicación de las estrategias corporativa se aplique ya que, a través de la mercadotecnia, podemos evaluar el posicionamiento, poder de negociación para obtener ventajas competitivas, poder evaluar diferentes estrategias, siendo así de gran importancia la aplicación de estrategias competitivas, para poder tener mejores resultados frente a nuestros competidores y poder evaluar que tenemos y que nos falta usándolo a nuestro favor, como por estrategia funcional es imprescindible en el negocio ya que exige conocer estrategias de financiación y producción siendo de carácter imprescindible, para resultados favorables en toda la empresa.

REFERENCIAS:

Sánchez F. (2018), "Caracterización Del Control Interno De Las Empresas Privadas Del Perú: Caso Empresa Inversiones Y Representations Gasur E.I.R.L.". Año 2018- Cañete – Perú.

Poves Y. (2016), "Auditoría interna y Gestión del Riesgo Operacional en el Banco de Crédito del Perú en lima-2015". Lima-Perú.

Osorio D. (2020), "Propuesta Estratégica para la sostenibilidad de una empresa en la industrial de lácteos orgánicos. 2020". Perú.

Daza D. (2017), "Importancia del Control interno en la Gestión de Inventarios en Pymes, Colombia". Colombia.

Ibarra F. (2018), "Planificación Estratégica para la empresa Ventavid, aplicable para el Período 2014 – 2018 Chile". Chile.

Gutiérrez J. (2017), "Diseño De La Estrategia De Negocio Para La Sociedad Comercializadora Andinos S. A".

Carrillo C. (2016). Control interno

https://apps.contraloria.gob.pe/wcm/control_interno/documentos/Publicaciones/Marco_Conceptual_Control_Interno_CGR.pdf

Reátegui M. (2016). Importancia de la cultura tributaria en el Perú- Artículo.

https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/view/898

Bengt K. (2018). Visión-Práctica De La Estrategia. – Artículo Pag.2

<http://planuba.orientaronline.com.ar/wp-content/uploads/2009/09/05avision.pdf>

<https://core.ac.uk/download/pdf/80531608.pdf>

Huamachuco J. (2020). "Implementación de un sistema de control interno para mejorar la gestión financiera en la ferretería Leydi" Tesis – Lima – Perú.

<https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/6660>

<https://www.youtube.com/watch?v=uxWDJ-qu500>

Nikulin C. (2018). Metodología Sistémica FODA

https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-27242015000200009

Importancia De La Cultura Tributaria En El Perú

https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_apfb/article/view/898

Sanz A. (2016). El Análisis Estratégico: La Empresa Y El Entorno-Perú -Artículo.

<https://core.ac.uk/download/pdf/58904512.pdf>

Gonzales J. (2013). Gerencia estratégica para la toma de decisiones en las organizaciones. Perú.

<https://www.redalyc.org/jatsRepo/993/99357718032/99357718032.pdf>

Blanco M. (2018). El Análisis Interno Y Externo

<https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7043/BVE18040203e.pdf;jsessionid=9D16A417C6FA5FF091518770B636BC0B?sequence=1>

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6660/Huamanchumo%20Chanduy%20Jian%20Harvey.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Salazar G. (2017). Estrategia Empresarial

<https://www.gestiopolis.com/principales-autores-estrategia-empresarial/>

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_demografia_empresarial_3.pdf

<https://www.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/demografia-empresarial-8237/1/>

Molina A. (2019) La Estrategia Empresarial Y Cómo Ella Se Relaciona Con El Bsc.

<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/07/que-es-la-estrategia-empresarial-y-como-ella-se-relaciona-con-el-bsc/>

Fuad K. (2017) Control Interno

https://apps.contraloria.gob.pe/wcm/control_interno/documentos/Publicaciones/Marco_Conceptual_Control_Interno_CGR.pdf

Pastor F. (2016) El control externo de la actividad económico-financiera del Sector Público por el Tribunal de Cuentas. Especial referencia a la responsabilidad contable – Perú.

https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/47625/paco_pastor_Tribunal%20de%20Cuentas.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Variable Estrategia Empresarial

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Estrategias empresariales (dependiente)	La estrategia es la determinación de las metas y objetivos de una empresa a largo plazo, las acciones a emprender y la asignación de recursos necesarios para el logro de dichas metas. ()	TIPOS DE ESTRATEGIA	Corporativa	<ul style="list-style-type: none"> • Mercadotecnia. 	1 - 2 3 - 4
			Competitividad	<ul style="list-style-type: none"> • 5 fuerzas de Porter. 	5 - 6 7 - 8
			Funcional	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia producción. • Estrategia financiación. 	10 11 - 12

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del especialista	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del instrumento
CPC. Roger Alfonso de la Cruz Ventura	Capacitaciones Chaska	Cuestionario sobre Estrategias empresariales	Ruitón Castillo, Anyela Leidy Pereda Rivas, Selina Norita
Título del estudio: Control Interno y externo del área contable y las Estrategias Empresariales de las micro empresas de calzado. El Porvenir, Trujillo 2021.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPCIONES DE RESPUESTA	CLARIDAD			OBJETIVIDAD			ACTUALIDAD			ORGANIZACIÓN			SUFICIENCIA			INTENCIONALIDAD			CONSISTENCIA			COHERENCIA			METODOLOGÍA		
				M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B
Estrategias empresariales	Corporativa	Cuenta con un estudio de mercado, que involucre en que tanto influye su negocio ante la demanda de la misma y un sistema de marketing	Siempre (5) Casi siempre (4)			X			X			X	X					X			X			X			X			X
		Es importante la diferenciación frente sus competidores	Alguna vez (3) Rara vez (2) Nunca (1)			X			X			X			X			X			X			X			X			X
		Cree usted que es importante invertir un porcentaje de los ingresos del negocio para su crecimiento, e implementar nuevo capital para mejorar sus condiciones, para satisfacer a los consumidores, frente a sus competidores				X			X			X	X					X			X			X			X			X
	Mercadotecnia	para mejorar la situación actual de su empresa, aplicaría y utilizaría los recursos, habilidades dentro de su empresa como aspectos externos que influye en su empresa frente a su competencia, a través de estrategias de corto plazo				X			X			X	X					X			X			X			X			X
		Sí, analiza la competencia en su giro de negocio, permitirá conocer cuáles son sus ventajas y desventajas ante sus competidores, y mejorar a través de sus fortalezas				X			X			X	X					X			X			X			X			X
		Al realizar, una evaluación de nuestro servicio, bien, o producto que ofrecemos para mejorar a través de la innovación y calidad, nos permitirá alcanzar una nueva perspectiva de nuestros consumidores				X			X			X	X					X			X			X			X			X
Financiero	5 fuerzas de Porter.	Sí, realizamos una lista de nuestros proveedores y a la vez evaluar sus, costos, precios, ventajas para mejorar nuestros resultados, tomando en cuenta los beneficios para mejorar nuestros resultados sin bajar la calidad, realizaría su aplicación				X			X			X	X					X			X			X			X			X

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del especialista	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del instrumento
CPC. Roger Alfonso de la Cruz Ventura	Capacitaciones Chaska	Cuestionario sobre Control interno y externo	Ruitón Castillo, Anyela Leidy Pereda Rivas, Selina Norita
Título del estudio: Control Interno y externo del área contable y las Estrategias Empresariales de las micro empresas de calzado. El Porvenir, Trujillo 2021.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

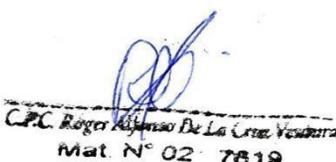
	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPCIONES DE RESPUESTA	CLARIDAD			OBJETIVIDAD			ACTUALIDAD			ORGANIZACIÓN			SUFICIENCIA			INTENCIONALIDAD			CONSISTENCIA			COHERENCIA			METODOLOGÍA		
					M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B
Control interno y externo	Administrativo	FODA	Su ubicación es mejor que su competencia.	Siempre (5) Casi siempre (4)			X			X			X			X			X			X			X			X			
			Tus proveedores que te favorecen están cerca de ti	Alguna vez (3) Rara vez (2) Nunca (1)						X			X			X			X			X			X			X			
			Los cambios te ayudan a mejorar.				X			x			x			x			x			x			x			x			
			Cuentas con recursos intangibles																												
	MISION VISION	Es importante para usted, tener una idea clara de sus objetivos a través de una visión y misión de su empresa.				X			X			X			X			X			X			X			X				
	Financiero	TRIBUTARIA	Cuenta usted con una asesoría de un experto.				X			X			X			X			X			X			X			X			
			Tiene en cuenta el desarrollo de inversión para el futuro.				X			X			X			X			X			X			X			X			
			Ha tenido dificultad en temas tributarios.				X			X			X			X			X			X			X			X			
			Existe un planeamiento tributario en su empresa																												

			Cuenta con facturación electrónica dentro de su empresa.			X		X		X		X		X		X		X		X	
			Tiene en cuenta cuáles son sus deberes en temas tributarios de acuerdo a su giro de negocio.			X		X		X		X		X		X		X		X	
	Funcional	PESTEL	La tecnología e innovación favorece su negocio.	Siempre (5)		X		X		X		X		X		X		X		X	
Existe conflictos políticos, o leyes que afecten directamente.			Casi siempre (4)		X		X		X		X		X		X		X		X		X
La demanda es limitada en tu negocio.			Alguna vez (3)		X		X		X		X		X		X		X		X		X
Cuentas con tecnología, marca, ventas, trabajadores, capacitaciones, distribución y costos.			Rara vez (2)		X		X		X		X		X		X		X		X		X
				Nunca (1)		X		X		X		X		X		X		X		X	

Leyenda: M: Malo R: Regular B: Bueno

X	Procede su aplicación.
	Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan.
	No procede su aplicación.

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Trujillo 12 /06 /2021	43660003		973735210
Lugar y fecha	DNI. N°	Firma y sello del experto	Teléfono

ANEXOS

Anexo N.º 1: Operacionalización de variables-Título: Control Interno y externo del área contable y las Estrategias Empresariales de las micro empresas de calzado. El Porvenir, Trujillo 2021. Problema: ¿De qué manera incide el Control Interno y externo del área contable en las Estrategias Empresariales de las micro empresas de calzado. ¿El Porvenir, Trujillo 2021?

Variable Estrategia Empresarial

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Estrategias empresariales (dependiente)	La estrategia es la determinación de las metas y objetivos de una empresa a largo plazo, las acciones a emprender y la asignación de recursos necesarios para el logro de dichas metas.	TIPOS DE ESTRATEGIA	Corporativa	<ul style="list-style-type: none"> • Mercadotecnia. 	1 - 2 3 - 4
			Competitividad	<ul style="list-style-type: none"> • 5 fuerzas de Porter. 	5 - 6 7 - 8
			Funcional	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia producción. • Estrategia financiación. 	10 11 - 12

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del especialista	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del instrumento
Mg. PEDRO SILVA LEON	Docente tiempo parcial –UCV Chepen	Cuestionario sobre Estrategias empresariales	Ruitón Castillo, Anyela Leidy Pereda Rivas, Selina Norita
Título del estudio: Control Interno y externo del área contable y las Estrategias Empresariales de las micro empresas de calzado. El Porvenir, Trujillo 2021.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Estrategias empresariales	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPCIONES DE RESPUESTA	CLARIDAD			OBJETIVIDAD			ACTUALIDAD			ORGANIZACIÓN			SUFICIENCIA			INTENCIONALIDAD			CONSISTENCIA			COHERENCIA			METODOLOGÍA				
					M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B		
							X			X			X			X			X			X			X			X			X		
Corporativa	Mercadotecnia.		Cuenta con un estudio de mercado, que involucre en que tanto influye su negocio ante la demanda de la misma y un sistema de marketing	Siempre (5) Casi siempre (4) Alguna vez (3) Rara vez (2) Nunca (1)			X			X			X			X			X			X			X			X			X		
			Es importante la diferenciación frente sus competidores			X			X			X			X			X			X			X			X			X			X
			Cree usted que es importante invertir un porcentaje de los ingresos del negocio para su crecimiento, e implementar nuevo capital para mejorar sus condiciones, para satisfacer a los consumidores, frente a sus competidores			X			X			X			X			X			X			X			X			X			X
			para mejorar la situación actual de su empresa, aplicaría y utilizaría los recursos, habilidades dentro de su empresa como aspectos externos que influye en su empresa frente a su competencia, a través de estrategias de corto plazo			X			X			X			X			X			X			X			X			X			X
Financiero	5 fuerzas de Porter.		Sí, analiza la competencia en su giro de negocio, permitirá conocer cuáles son sus ventajas y desventajas ante sus competidores, y mejorar a través de sus fortalezas			X			X			X			X			X			X			X			X			X			X
			Al realizar, una evaluación de nuestro servicio, bien, o producto que ofrecemos para mejorar a través de la innovación y calidad, nos permitirá alcanzar una nueva perspectiva de nuestros consumidores			X			X			X			X			X			X			X			X			X			X
			Sí, realizamos una lista de nuestros proveedores y a la vez evaluar sus costos, precios, ventajas para mejorar nuestros resultados, tomando en cuenta los beneficios para mejorar nuestros resultados sin bajar la calidad, realizaría su aplicación			X			X			X			X			X			X			X			X			X			X

		Realizaría estrategias para mejorar su forma de atención al cliente			X		X		X		X		X		X		X		X
Funcional	Estrategia producción.	Realizaría un plan estratégico, para mejorar el control interno y tener una mejor percepción del entorno externo de su empresa			X		X		X		X		X		X		X		X
		Cree usted que la evaluación de todos estos aspectos y la aplicación de estrategias de acuerdo a nuestro giro de negocio, influye en la organización y con respecto a nuestra misión y visión que nos planteamos			X		X		X		X		X		X		X		X
	Estrategia financiación.	Cuenta con financiación, capital suficiente para desarrollo de su empresa			X		X		X		X		X		X		X		X

Leyenda: M: Malo R: Regular B: Bueno

X	Procede su aplicación.
	Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan.
	No procede su aplicación.

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Trujillo 14/06/2021	42763003		931575409
Lugar y fecha	DNI. Nº	Firma y sello del experto	Teléfono

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del especialista	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del instrumento
Mg. PEDRO SILVA LEON	Docente tiempo parcial –UCV Chepen	Cuestionario sobre Control interno y externo	Ruitón Castillo, Anyela Leidy Pereda Rivas, Selina Norita
Título del estudio: Control Interno y externo del área contable y las Estrategias Empresariales de las micro empresas de calzado. El Porvenir, Trujillo 2021.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Control interno y externo	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPCIONES DE RESPUESTA	CLARIDAD			OBJETIVIDAD			ACTUALIDAD			ORGANIZACIÓN			SUFICIENCIA			INTENCIONALIDAD			CONSISTENCIA			COHERENCIA			METODOLOGIA		
					M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B
Administrativo	FODA	Su ubicación es mejor que su competencia. Tus proveedores que te favorecen están cerca de ti Los cambios te ayudan a mejorar. Cuentas con recursos intangibles	Siempre (5) Casi siempre (4) Alguna vez (3) Rara vez (2) Nunca (1)			X			X			X			X			X			X			X			X			X	
									X			X			X			X			X			X			X			X	
						X			X			X			X			X			X			X			X			X	
	MISION	Es importante para usted, tener una idea clara de sus objetivos a través de una visión y misión de su empresa.			X			X			X			X			X			X			X			X					
	VISION																														
Financiero	TRIBUTARIA	Cuenta usted con una asesoría de un experto.			X			X			X			X			X			X			X			X					
		Tiene en cuenta el desarrollo de inversión para el futuro.			X			X			X			X			X			X			X			X					
		Ha tenido dificultad en temas tributarios.			X			X			X			X			X			X			X			X					
		Existe un planeamiento tributario en su empresa																													

ANEXOS

Anexo N° 1: Operacionalización de variables-Título: Control Interno y externo del área contable y las Estrategias Empresariales de las micro empresas de calzado. El Porvenir, Trujillo 2021. Problema: ¿De qué manera incide el Control Interno y externo del área contable en las Estrategias Empresariales de las micro empresas de calzado. ¿El Porvenir, Trujillo 2021?

Variable estrategia Empresarial

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Estrategia empresarial (dependiente)	La estrategia es la determinación de las metas y objetivos de una empresa a largo plazo, las acciones a emprender y la asignación de recursos necesarios para el logro de dichas metas. ()	TIPOS DE ESTRATEGIA	<p>Corporativa</p> <p>Competitividad</p> <p>Funcional</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mercadotecnia. • 5 fuerzas de Porter. • Estrategia producción. • Estrategia financiación. 	<p>1 - 2</p> <p>3 - 4</p> <p>5 - 6</p> <p>7 - 8</p> <p>10</p> <p>11 - 12</p>

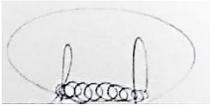
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del especialista	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del instrumento
Katy Janet de Cruz Moreno	Docente	Cuestionario sobre Estrategias empresariales	Ruitón Castillo, Anyela Leidy Pereda Rivas, Selina Norita
Título del estudio: Control Interno y externo del área contable y las Estrategias Empresariales de las micro empresas de calzado. El Porvenir, Trujillo 2021.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Estrategias empresariales	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPCIONES DE RESPUESTA	CLARIDAD			OBJETIVIDAD			ACTUALIDAD			ORGANIZACIÓN			SUFICIENCIA			INTENCIONALIDAD			CONSISTENCIA			COHERENCIA			METODOLOGÍA					
					M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B			
Corporativa	Mercadotecnia		Cuenta con un estudio de mercado, que involucre en que tanto influye su negocio ante la demanda de la misma y un sistema de marketing	Siempre (5) Casi siempre (4)			X			X			X			X			X			X			X			X			X			
			Es importante la diferenciación frente sus competidores	Alguna vez (3) Rara vez (2) Nunca (1)			X			X			X			X			X			X			X			X			X			X
			Cree usted que es importante invertir un porcentaje de los ingresos del negocio para su crecimiento, e implementar nuevo capital para mejorar sus condiciones, para satisfacer a los consumidores, frente a sus competidores				X			X			X			X			X			X			X			X			X			X
			para mejorar la situación actual de su empresa, aplicaría y utilizaría los recursos, habilidades dentro de su empresa como aspectos externos que influye en su empresa frente a su competencia, a través de estrategias de corto plazo				X			X			X			X			X			X			X			X			X			X
			Sí, analiza la competencia en su giro de negocio, permitirá conocer cuáles son sus ventajas y desventajas ante sus competidores, y mejorar a través de sus fortalezas				X			X			X			X			X			X			X			X			X			X
Financiero			Al realizar, una evaluación de nuestro servicio, bien, o producto que ofrecemos para mejorar a través de la innovación y calidad, nos permitirá alcanzar una nueva perspectiva de nuestros consumidores				X			X			X			X			X			X			X			X			X			X
							X			X			X			X			X			X			X			X			X			

Trujillo 23/06/2021	00095234		949372467
Lugar y fecha	DNI. N°	Firma y sello del experto	Teléfono

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del especialista	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del instrumento
Katy Janet de Cruz Moreno	Docente	Cuestionario sobre Control interno y externo	Ruitón Castillo, Anyela Leidy Pereda Rivas, Selina Norita
Título del estudio: Control Interno y externo del área contable y las Estrategias Empresariales de las micro empresas de calzado. El Porvenir, Trujillo 2021.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

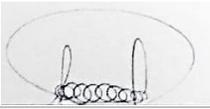
Control interno y externo	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	OPCIONES DE RESPUESTA	CLARIDAD			OBJETIVIDAD			ACTUALIDAD			ORGANIZACIÓN			SUFICIENCIA			INTENCIONALIDAD			CONSISTENCIA			COHERENCIA			METODOLOGÍA		
					M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B
Administrativo	FODA		Su ubicación es mejor que su competencia.	Siempre (5) Casi siempre (4)		X			X			X			X			X			X			X			X				
			Tus proveedores que te favorecen están cerca de ti	Alguna vez (3) Rara vez (2) Nunca (1)					X			X			X			X			X			X			X			X	
			Los cambios te ayudan a mejorar.						X			x			x			x			x			x			x			x	
	MISION	VISION	Cuentas con recursos intangibles																												
	Es importante para usted, tener una idea clara de sus objetivos a través de una visión y misión de su empresa.							X			X			X			X			X			X			X			X		
	Financiero	TRIBUTARIA		Cuenta usted con una asesoría de un experto.																											
Tiene en cuenta el desarrollo de inversión para el futuro.									X			X			X			X			X			X			X			X	
Ha tenido dificultad en temas tributarios.									X			X			X			X			X			X			X			X	
Existe un planeamiento tributario en su empresa																															

			Cuenta con facturación electrónica dentro de su empresa.			X		X		X		X		X		X		X		X	
			Tiene en cuenta cuáles son sus deberes en temas tributarios de acuerdo a su giro de negocio.			X		X		X		X		X		X		X		X	
	Funcional	PESTEL	La tecnología e innovación favorece su negocio.	Siempre (5)		X		X		X		X		X		X		X		X	
Existe conflictos políticos, o leyes que afecten directamente.			Casi siempre (4)		X		X		X		X		X		X		X		X		X
La demanda es limitada en tu negocio.			Alguna vez (3)		X		X		X		X		X		X		X		X		X
Cuentas con tecnología, marca, ventas, trabajadores, capacitaciones, distribución y costos.			Rara vez (2)		X		X		X		X		X		X		X		X		X
				Nunca (1)		X		X		X		X		X		X		X		X	

Leyenda: M: Malo R: Regular B: Bueno

X	Procede su aplicación.
	Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan.
	No procede su aplicación.

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

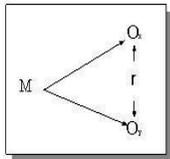
Trujillo 23/ 06 /2021	00095234		949372467
Lugar y fecha	DNI. N°	Firma y sello del experto	Teléfono

Anexo 2 Matriz de consistencia

Título: “Control Interno y su influencia en las Estrategias Empresariales de micro empresas de calzado. El Porvenir, Trujillo 2021”

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Técnica e Instrumentos
<p>Problema general</p> <p>De qué manera incide el Control Interno en las Estrategias Empresariales de las micro empresas de calzado El Porvenir, Trujillo 2021?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar la incidencia del control interno en las estrategias empresariales de las micro empresas de calzado El Porvenir Trujillo-2021</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diagnosticar y analizar el control interno de las micro empresas de calzado, El Porvenir Trujillo-2021. • Diagnosticar y analizar las estrategias empresariales de la micro empresas de calzado, El Porvenir Trujillo-2021 	<p>Hipótesis</p> <p>H1: El control interno incide significativamente en las estrategias empresariales de las micro empresas de calzado, El Porvenir Trujillo-2021</p>	<p>Técnica</p> <p>Muestra</p> <p>Instrumentos</p> <p>Cuestionario</p>
Diseño de investigación	Población y muestra	Variables y dimensiones	

investigación tiene como diseño no experimental transversal y como tipo de investigación cuantitativa. de tipo correccional, el control interno y las estrategias empresariales de las micro empresas de calzado El Porvenir Trujillo-2021



en donde:

M: Muestra de estudio

r: Coeficiente de relación.

Los subíndices "x" y "y" en cada O nos indican las observaciones obtenidas en cada una de las dos variables distintas.

r: Relación de variable o correlación

Población: En el trabajo investigativo la población estará conformada por 1250 empresarios de calzado del Distrito de Porvenir - 2021

Muestra: En la presente investigación, la muestra estará conformada por los 187 empresarios de calzado del Distrito de Porvenir - 2021

Variables	Dimensiones
Control Interno	Administrativo
	Financiero
	Funcional
Estrategias Empresariales	Corporativa
	Competitividad
	Funcional