



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Control interno y gestión de ventas en las Mypes del sector
comercial de calzado, de Tarapoto, 2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Contador Público

AUTORES:

Rodríguez Campos, Noemi (ORCID: 0000-0001-7638-3480)

Pinedo Silva, Katherin (ORCID: 0000-0002-8984-8029)

ASESOR:

Dr. Villafuerte De La Cruz, Avelino Sebastián (ORCID: 0000-0002-9447-8683)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

TARAPOTO – PERÚ

2021

Dedicatoria

A mis padres, porque todo lo que soy
se los debo a ellos y por inculcar en mi la importancia de estudiar,
Por el apoyo incondicional en todo momento y por ser ellos la
Inspiración de finalizar este proyecto, Katherin

El presente Trabajo de investigación lo dedico principalmente a Dios,
por haberme dado la vida y las fuerzas de continuar y para hacer realidad
mi sueño y a mis padres por su amor su sacrificio y su trabajo,
enseñanzas, a mis hermanos, amistades por sus consejos
y por haber sido partícipe en todo este proceso, Noemi

Agradecimiento

A Dios.

Por darnos la sabiduría para culminar esta etapa académica.

Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades y personal que hacen la Universidad Cesar, por confiar en nosotros, y abrirnos las puertas y permitirnos realizar todo el proceso investigativo dentro de su establecimiento educativo.

A las diferentes personas “Familiares, compañeros, amigos” que me ayudaron de una manera desinteresada, gracias infinitas por toda su ayuda y buena voluntad.

Finalmente quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento al Dr. Villafuerte De La Cruz, Avelino Sebastián principal colaborador durante todo este proceso, quien con su dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración permitió el desarrollo de este trabajo.

A todo mi más sincero agradecimiento por el apoyo y la fortaleza que siempre nos brindaron.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	18
3.1. Tipo y diseño de investigación	18
3.2. Variables y operacionalización	19
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis	19
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	20
3.5. Procedimientos	21
3.6. Método de análisis de datos	21
3.7. Aspectos éticos	22
IV. RESULTADOS	23
V. DISCUSIÓN	32
VI. CONCLUSIONES	34
VII. RECOMENDACIONES	36
REFERENCIAS	37
ANEXOS	42

Índice de tablas

Tabla 1 Ambiente de control.....	23
Tabla 2 Evaluación de riesgos	24
Tabla 3 Actividades de control	24
Tabla 4 Información y comunicación	25
Tabla 5 Supervisión.....	25
Tabla 6 Factores administrativos.....	26
Tabla 7 Factores logísticos.....	26
Tabla 8 Factores de productividad	27
Tabla 9 Administración del talento humano.....	27
Tabla 10 Administración comercial.....	28
Tabla 11 Prueba de normalidad	28
Tabla 12 Relación del control interno y los factores administrativos	29
Tabla 13 Relación del control interno y los factores logísticos	29
Tabla 14 Relación del control interno y los factores de productividad	30
Tabla 15 Relación del control interno y la administración del talento humano	30
Tabla 16 Relación del control interno y la administración comercial	31
Tabla 17 Relación del control interno y la gestión de ventas.....	31

Resumen

El presente informe de investigación tuvo como objetivo establecer la relación del control interno y la gestión de ventas en Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021; el tipo de investigación fue aplicada con un diseño no experimental, de nivel descriptiva y correlacional; cuya muestra de estudio estuvo compuesta por 179 empresarios del rubro calzado. Para la recolección de datos se empleó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario. Teniendo como resultados que, los empresarios raras veces se responsabilizan de supervisar el funcionamiento del control interno, así mismo los objetivos de riegos no son claros, además casi nunca se comunica al personal sobre la información del control interno por lo que las supervisiones son escasas; por otro lado, la gestión de ventas en las empresas de calzado de Tarapoto, se viene llevando a cabo de manera deficiente, esto debido a que los empresarios no planifican estratégicamente las actividades, pocas veces realizan el inventariado de sus productos, por último, manifestaron que pocas veces realizan publicidad para mejorar las ventas. Concluyendo que, el control interno y la gestión de ventas de las empresas de calzado se relacionan significativamente, decisión que es contrastada por un nivel de significancia de 0.000 y un coeficiente de correlación (ρ) de 0.892, siendo una relación positiva y considerable.

Palabras clave: Control interno, gestión de ventas, Mypes.

Abstract

The objective of this research report was to establish the relationship between internal control and sales management in commercial footwear Mypes in Tarapoto, 2021; the type of research was applied with a non-experimental design, descriptive and correlational level; whose study sample was made up of 179 entrepreneurs in the footwear industry. For data collection, the survey was used as a technique and the questionnaire as an instrument. As a result, employers are seldom responsible for supervising the functioning of internal control, likewise the risk objectives are not clear, in addition, the personnel are almost never communicated about the internal control information, so supervisions are scarce; On the other hand, the sales management in the footwear companies of Tarapoto, has been carried out in a poor way, this due to the fact that the entrepreneurs do not strategically plan the activities, they seldom carry out the inventory of their products, finally, they stated They rarely advertise to improve sales. Concluding that internal control and sales management of footwear companies are significantly related, a decision that is contrasted by a significance level of 0.000 and a correlation coefficient (ρ) of 0.892, being a positive and considerable relationship.

Keywords: Internal control, Sales management, Mypes.

I. INTRODUCCIÓN

La globalización de la economía y la competitividad en el ambiente empresarial ha hecho que sea necesario configurar, favorecer y ejecutar diferentes métodos de control interno con el propósito de proteger en todo lo que se pueda como la dirección precisa de las organizaciones, pues representa una de los principales objetivos de la gestión empresarial. (Serrano et al., 2018). Sin embargo, el sistema de control interno no es empleado en todas las empresas, sobre todo en las Pymes, que a nivel Latinoamérica, se caracteriza por contar con bajo capital, por tener una contabilidad no profesionalizada, bajo nivel de inversión en innovación, posee dificultades para el acceso a fuentes de financiamiento, etc. Estos evidentes problemas que enfrentan las pymes están relacionados a la falta de un adecuado control interno, ello a su vez tiene consecuencias negativas, pues les dificulta adquirir financiamiento, los empresarios muchas veces desconocen las normas y regulaciones. (Cortés, 2019)

Por otro lado, la gestión de ventas, es un aspecto importante en el ciclo empresarial, es así que los jefes son responsables de impulsar el poder empresarial, definir los objetivos del grupo, organizar y controlar los procesamientos de ventas, por último, está en la obligación de garantizar la utilización de la visión del grupo. “Ello debido a que la fuerza de ventas representa uno de los elementos trascendentales en cualquier organización, pues tienen relación directa con los ingresos” (Skiba et al., 2018, p. 127).

En el Perú las pymes representan el 42% del PBI, el 98% del total de las empresas y en cuanto al 80.9% de pobladores económicamente activa. “Si bien asume una función significativa en la economía, el espacio en que se realizan es más aun frágil, pues se evidencia una minimización en el nivel de supervivencia y combinación de negocios” (Avolio et al., 2013, p.7). En gran parte estos problemas se deben a la falta de un adecuado control interno, ello a su vez le ha impedido alcanzar con sus objetivos, pues la mayoría de las Mypes tienen como

primordiales características la ausencia de formalidad y de estructura organizativas, esta consecuencia se debe que los negocios son familiares, y difícilmente tienen establecidos los procedimientos. “No obstante las Mypes necesitan de un adecuado control interno, pues este les permitirá optimar los recursos, y fortificar el desempeño de las compañías, además de multiplicar las utilidades, generar mayor confiabilidad y aprovechar las oportunidades de nuevas inversiones” (Macias et al., 2016, p. 7).

En la región San Martín, sobre todo en la ciudad de Tarapoto existen muchas micro y pequeñas empresas comerciales de calzado, que con el tiempo algunas se han mantenido en el mercado, así como otras han desaparecidos, muchas por factores de gestión y por falta de control interno, pues es uno de los motivos por lo que no logran desarrollar las empresas, ya que la falta de un buen control interno no les ha permitido alcanzar con eficacia su metas y objetivos, no logran usar eficientemente sus recursos y no toman decisiones correctas, esta situación sigue complicándose, al no existir un proceso de mejora continua en los recursos y procedimientos, lo que dificulta en levantar la competitividad de las empresas en el mercado a un nivel más alto, asimismo no le ha permitido alcanzar sus metas en cuanto a las ventas. Sumado a ello no manejan adecuadamente la información requerida de los clientes, y brindan poca capacitación al personal de ventas.

Por lo tanto se reformularon el problema, ya que tenemos como problema general ¿cuál es nivel de relación del control interno y la gestión de ventas en el régimen de las Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021? además los problemas específicos ¿cuál es la relación del control interno y los factores administrativos en el Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021?, ¿cuál es la relación del control interno y los factores logísticos en el régimen de las Mypes de calzado de Tarapoto, 2021?, ¿cuál es la relación del control interno y los factores de productividad en las Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021?, ¿cuál es la relación del control interno y la administración del talento humano en las Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021?, ¿cuál es la

relación del control interno y la administración comercial en la Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021?

El presente estudio resulto conveniente, pues se abordara un tema importante para las pymes de calzado, como es el control interno, una herramienta útil que de emplearse correctamente puede contribuir a la gestión de ventas, desde la perspectiva social, la investigación favoreció a la población y clientes de las diferentes empresas, pues al mejorar cada uno de los procesos organizativos y evaluar permanentemente el desarrollo de las actividades, los clientes percibirán una mejor organización empresarial, generando una confianza para volver a consumir sus productos o utilizar sus servicios. Asimismo, el estudio se caracterizó por su gran aporte teórico, ya que la información que se encuentran en el contenido se recogerá de diversas fuentes bibliográficas, la misma que enriquecerá los conocimientos de los estudiantes y de las personas que decidan utilizar el trabajo como base para futuras investigaciones. Por otro lado, el estudio se justificó en la práctica, ya que la información y los resultados obtenidos pueden ser utilizados por los empresarios para tomar decisiones en base a ello y aplicar estrategias que le permitan mejorar las falencias, finalmente el estudio tiene utilidad metodológica ya que al emplearse las diversas técnicas y métodos estadístico les brindan confiabilidad a los resultados y al trabajo para ser utilizados como sustento en otros estudios de similares características.

La investigación tuvo como objetivo general: Establecer la relación del control interno y la gestión de ventas en Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021. Para ello se consideró dos objetivos específicos i) Establecer la relación del control interno y los factores administrativos en el régimen de las Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021. ii) Establecer la relación del control interno y los factores logísticos en el régimen de las Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021. iii) Establecer la relación del control interno y los factores de productividad en las Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021. iv) Establecer la relación del control interno y la administración del talento humano en las Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021. v) Establecer

la relación del control interno y la administración comercial en las Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021.

Para el presente estudio se planteó una hipótesis general, Hi: El control interno y la gestión de ventas en el régimen de las micro y pequeñas empresas comerciales de calzado de Tarapoto, 2021, se relacionan significativamente. En tal sentido se consideró dos hipótesis específicas tales como Hi1: El control interno y los factores administrativos en Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021, se relacionan significativamente. Hi2: El control interno y los factores logísticos en el régimen de las Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021, se relacionan significativamente. Hi3: El control interno y los factores de productividad en el Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021, se relacionan significativamente. Hi4: El control interno y la administración del talento humano en las Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021, se relacionan significativamente. Hi5: El control interno y la administración comercial en el micro y pequeñas empresas comerciales de calzado de Tarapoto, 2021, se relacionan significativamente.

II. MARCO TEÓRICO

A continuación, para profundizar el tema de la investigación, se analizarán diversas investigaciones que tengan similitud a nuestra variable, siendo este una fuente para poder conocer la situación del control interno y la gestión de ventas en el régimen de la micro y pequeña empresa, a nivel internacional, nacional y local, el cual será útil para poder discutir los resultados futuros.

Para, Ubillús et al. (2016). En su trabajo de investigación titulado: *El control interno como herramienta eficiente en las Mypes de la ciudad de Portoviejo*. (Artículo científico). Revista ECA Sinergia, Manabí, Ecuador. Siendo el tipo investigación descriptiva con diseño no experimental, una población y muestra por 175 empresas, se aplicó la observación como técnica y la ficha de observación como instrumento. Se concluyó que, el 35% de los encuestados no tiene la más remota idea acerca de la importancia del control interno, ya que se quedan cortos en este instrumento y el 65% dijo que lo sabía, ya que se había asociado de manera directa o implícita con su uso. Por otra parte, se requiere una acentuación inequívocamente más notoria con respecto a los especialistas o sustancias preocupadas por el ámbito empresarial, preparando a empresarios en miniatura para mejorar el control dentro de sus asociaciones y niveles de surtido, y construir sus beneficios.

Según Valverde et al. (2017). En su trabajo de investigación titulado: *El sistema de control interno en la gestión financiera de las micro y pequeñas empresas de la provincia de Barranca*. (Artículo científico). Revistas Infinitum, Barranca, Perú. Siendo el tipo de estudio aplicada, con un diseño no experimental y de corte transversal, se tomó una población de 1500 Mypes, la muestra que nos arrojó fue 306 empresas, se empleó la encuesta y el cuestionario de preguntas como técnica e instrumentos. Concluyo que, el sistema de control interior impacta la administración monetaria de las micro y pequeñas empresas, con un nivel de significancia del 5%. Asimismo, se identificó que la viabilidad y productividad de las tareas que impacta con la variable subsiguiente, en un grado del 5%, así como la confiabilidad de los datos

monetarios que impacta con la variable subsiguiente, con un nivel de criticidad del 5%.

De acuerdo con Villacreses (2017). En su estudio de investigación titulado: *El capital humano y su incidencia en la gestión de ventas de las microempresas del mercado artesanal*. (Artículo científico). Revista Empresarial, Guayaquil, Ecuador. Siendo el tipo de investigación descriptivo acompañado de un diseño no experimental, se aplicó una encuesta como técnica y un cuestionario como instrumento a una población de 212 personas; llegando a concluir que, los recursos humanos afectan a los tratos de la junta, lo que provoca prácticamente ningún desarrollo a satisfacción de los destinos y secuelas del negocio regulatorio y la organización de partes de empresas en miniatura. Por otra parte, el perfil de recursos humanos de los acuerdos de la junta en pequeños emprendimientos presenta numerosas carencias en las distintas medidas descritas, ya que se carece de medidas de determinación de personal, no hay personal preparando programas o evaluaciones intermitentes para cuantificar la exposición realizada.

Por su parte, Talaverano y Paima (2018). En su trabajo de investigación titulado: *Caracterización del control interno y la gestión de la Empresa Logística Peruana del Oriente SA, Pucallpa, 2016*. (Artículo científico). In Crescendo, Chimbote, Perú. El tipo de estudio cuantitativo, descriptivo, con un diseño no experimental - retrospectivo, se tomó una población y muestra de 33 trabajadores, se usó la encuesta como técnica y un cuestionario de tipo Likert como instrumento. Concluyo que, el 94% expresó que la organización apoya la incorporación de su personal y avanza el clima de trabajo, su manual autoritario y capacidades del MOF lo tienen actualizado, 94% expresa que la organización dispersa y avanza normas de control. Asimismo, el 94% expresa que la organización transmite a medias las deficiencias del control interno de manera ideal en todos los niveles comprometidos con la ejecución de medidas restaurativas.

Asimismo, López et al. (2019). En su trabajo de investigación titulado: *Plan estratégico para la gestión de ventas e inventarios en la microempresa atomizadores Ecuador*. (Artículo científico). Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador. Fue de tipo descriptiva de enfoque cuantitativo, se tomó una población y muestra a 15 clientes, se utilizó como técnicas encuestas y como instrumento la ficha de encuesta, ficha de observación y entrevistas. Concluyo que, que la empresa tiene varios años dentro del mercado y que con el pasar de los años sus ventas se incrementaron, pero se evidencio a falta de control de inventarios ha ocasionado pérdidas grandes. Asimismo, dicha empresa goza de rentabilidad de 30%, la cual se puede optimizar y alcanzar a cifras mucho más elevadas y además se aplicó un plan para gestión de ventas en la cual permitió ayudar a lograr los objetivos y metas planteadas.

Asimismo, Pavón et al. (2019). En su trabajo de investigación titulado: *Control interno de inventario como recurso competitivo en una MyPE de Guayaquil*. (Artículo científico). Revista Venezolana de Gerencia, Venezuela. Se aplicó el tipo de estudio cuantitativo, y diseño de campo con apoyo en una revisión documental, se tomó una población y muestra de 17 trabajadores, se utilizó la encuesta y el cuestionario como técnica e instrumento. Concluyo que, la empresa en ocasiones, ingresa al almacén mercancía en mal estado y no es reportada en el momento de entrada, luego una vez ingresada, se hace difícil su evolución, porque el personal de almacén no detectó la falla oportunamente y se pierde tiempo, tanto para los proveedores como para almacén.

Según Ríos et al. (2020). En su trabajo de investigación titulado: *Internal control and the level of effectiveness in the organizational management of MSMEs*. (Artículo científico). Revista mktDescubre, Chimborazo, Ecuador. Siendo el tipo de estudio analítico y descriptivo con diseño no experimental, la población y muestra estuvo constituida por 4 empresas, se aplicó como técnica la encuesta y el cuestionario de Modelo COSO como instrumento. Llego a concluir que, el 75% de las organizaciones objeto de este estudio no llevan un control interno efectivo, esto significa que la gestión organizacional está sujeta a riesgos de gobernabilidad, administrativos, financieros. Asimismo, se obtuvo que

el sistema de control interno en dos organizaciones alcanzó un nivel no efectivo, una organización alcanzó un nivel parcialmente efectivo y el nivel efectivo alcanzó una organización.

Por su parte, Xiao (2020). En su trabajo de investigación titulado: *The effectiveness of internal control and innovation performance: An intermediary effect based on corporate social responsibility*. (Artículo científico). Plos One, Hubei, China. Es de tipo descriptiva, con diseño no experimental, la población y muestra estuvo conformada por 4 empresas, a quienes se aplicó como técnica e instrumento la encuesta y la ficha de preguntas abiertas. Concluyó que, la mejora de la eficacia del control interno tiene un efecto promotor significativo sobre el desempeño de la innovación empresarial. En las empresas estatales, el control interno no tiene un efecto significativo y positivo en el desempeño de la innovación. Y el control interno efectivo promueve que las empresas mejoren significativamente el desempeño de RSE. En las empresas no estatales, las actividades de RSE tienen un efecto intermedio parcial en el proceso de control interno para mejorar el desempeño de la innovación.

Así mismo, como parte de marco teórico se describen diversos aspectos teóricos que contemplan el control interno como herramienta, por lo que comprende, la verificación y certificación de la información financiera realizada por un experto independiente con el fin de emitir una opinión sobre la materialidad y precisión de los datos comprendidos (Montes, et al., 2017). Así mismo, Cevallos et al. (2018) señalan que el control interno “implica identificar los riesgos que podrían impedir que una organización logre sus objetivos, asegurarse de que los líderes de la organización conozcan estos riesgos y recomendar mejoras de manera proactiva para ayudar a reducir los riesgos” (p. 19); por lo tanto, para que el control interno sea eficaz, los líderes de la organización deben estar abiertos a discutir temas difíciles y aprovechar las oportunidades para realizar los cambios necesarios que busquen el crecimiento y competitividad de la empresa.

De la misma forma, la Contraloría General de la República (2020) señala que el control interno “son los sistemas utilizados por una organización para administrar el riesgo y disminuir la ocurrencia de fraude. La estructura de control interno está compuesta por el entorno de control, el sistema contable y los procedimientos denominados actividades de control” (párr. 1). Es un medio por el cual se dirigen, monitorean y miden los recursos de una organización. Desempeña un papel importante en la detección y prevención del fraude y en la protección de los recursos de la organización, tanto físicos (por ejemplo, maquinaria y propiedad) como intangibles (por ejemplo, reputación o propiedad intelectual como marcas registradas). De acuerdo a la Resolución de Contraloría N.º 122-2016-CG (2016), establece el control interno como un instrumento de gestión que se utiliza para dar una garantía sensata de la satisfacción de las metas fijadas por el titular o autoridad esperada.

Por su parte, López et al. (2018) el control interno se caracteriza por ser “un proceso para asegurar el logro de los objetivos de una organización en cuanto a eficacia y eficiencia operativa,” (p. 81), así como gestionar de manera eficiente todo aspecto relacionado con su actividad comercial, la cual debe ser desarrollada teniendo en cuenta la supervisión y la asesoría de expertos, dado ello, es indispensable que se aplique los componentes contemplados por el informe COSO actualizado al 2013 para el desarrollo del control interno en las empresas locales. (Donelson et al., 2017)

A nivel organizacional, los objetivos de control interno se relacionan con la confiabilidad de la información financiera, la retroalimentación oportuna sobre el logro de metas operativas o estratégicas y el cumplimiento de las leyes y regulaciones (Talaverano y Paima, 2018). En el nivel de transacción específico, el control interno se refiere a las acciones tomadas para lograr un objetivo específico (cómo garantizar que los pagos de la organización a terceros sean por servicios válidos prestados). Los procedimientos de control interno reducen la variación del proceso, lo que conduce a resultados más predecibles. Los controles se pueden evaluar y mejorar para que una operación comercial funcione de manera más eficaz y eficiente (Ríos et al., 2020).

Una estructura de control interno eficaz incluye el plan de organización de una empresa y todos los procedimientos y acciones que lleva a cabo para según Barišić y Tušek (2016): Proteja sus activos contra robos y despilfarros, asegurar el cumplimiento de las políticas de la empresa y la ley federal, evaluar el desempeño de todo el personal para promover operaciones eficientes, garantizar informes de contabilidad y datos operativos precisos y fiables. Por lo tanto, el control interno es un sistema a través del cual los procedimientos contables de una organización se establecen de tal manera que los procedimientos contables no están bajo el control absoluto e independiente de ninguna persona; de tal forma, el trabajo de un empleado es complementario al de otro, lo que permite realizar una auditoría continua del negocio (Ubillús et al., 2016).

En las Mypes, los dueños o junta directiva son responsable de garantizar que existan controles internos adecuados (Ubillús et al., 2016). Su responsabilidad es para con los accionistas, ya que los jefes actúan como sus agentes; a su vez, los jefes pueden considerar prudente establecer una función de control interno dedicada, el momento en que se tome esta decisión dependerá del grado en que los beneficios de la función superen los costos (Chalmers et al., 2019). Por lo tanto, los jefes o responsables deben prestar la debida atención al entorno de control; de tal modo, para que los controles internos sean efectivos, es necesario crear una cultura adecuada e incorporar un compromiso con controles sólidos en toda la organización (Barišić y Tušek, 2016).

Por otro lado, Quinaluisa, et al., (2018) precisan que el control interno es un procedimiento que permite salvaguardar los recursos de la empresa, aspirando a que se cumplan los objetivos de la misma, tanto en eficiencia como en eficacia de los procesos financieros, administrativos y operativos, además que, busca el acatamiento de normas y leyes que se aplican a la organización.

En la misma línea, cabe mencionar que el modelo con mayor relevancia en el contexto empresarial es el modelo COSO, pues se ha identifica en diversas investigaciones su utilización, así mismo, es Quinaluisa, et al., (2018) quienes

refuerza esta información, pues consideran que dicho modelo actualizado al 2013 es ideal para ser implementada como herramienta en las empresas. Dado ello, los autores establecen **cinco (5) componentes** que agrupa a diecisiete (17) principios que deben ser desarrollada en el proceso de control interno, las misma que fueron tomados en cuenta para la evaluación del control interno.

El primer componente se basa en el ambiente de control, la cual implica el establecimiento de normativas, procedimiento y estructuras que consientan el logro tanto de los objetivos de control y empresariales, por lo tanto, es importante que se demuestre compromiso con la moralidad y valores éticos, determinar la autonomía de la inspección, establecer una estructura organizacional para el control, desarrollar las competencias a través de la administración del talento y asignar la responsabilidad correspondiente al grupo de trabajo (Quinaluisa, et al., 2018).

El segundo componente denominado evaluación de riesgos, hace referencia al proceso para analizar, identificar y gestionar los riesgos que podrían afectar al sistema de control interno implementado en la municipalidad. Por lo que, es importante especificar con claridad los objetivos, analizar e identificar los riesgos, así como la intención de fraude, para finalmente, establecer respuestas oportunas al riesgo identificado (Quinaluisa, et al., 2018).

Como tercer componente denominado como actividades de control, refiera a las políticas y procedimiento que la entidad establece para mitigar los niveles de riesgo que hayan podido identificar a través de la respectiva evaluación, de tal forma se pueda cumplir con los objetivos de la entidad. Dado ello, es importante definir y desarrollar las actividades de control, así como controles generales sobre las tecnologías, que serán desplegadas a partir de políticas y procedimientos para la operatividad de las actividades (Quinaluisa, et al., 2018).

El cuarto componente denominado como sistema de información, la cual implica que se obtenga e indague la información necesaria y relacionada con el

control interno la cual ayuda el logro de los objetivos institucionales, por lo que, es indispensable que se analice información de calidad, la comunicación de la información de manera interna y la comunicación a terceras partes (Quinaluisa, et al., 2018).

El quinto componente denominado como supervisión del sistema de control, proceso que hace referencia al conglomerado de actividades de monitoreo y seguimiento para la verificación de componentes y la identificación de la eficiencia del control interno en la entidad implementado. Dado ello, es importante considerar, la evaluación continua del control interno, así como la comunicación de las deficiencias identificadas (Quinaluisa, et al., 2018).

Las pymes representan un sector importante para la economía, pues son una de las principales fuentes de empleo, que permite el acceso a estratos de bajos recursos, y sirve como apoyo importante para las grandes empresas, ayudándoles a solucionar los cuellos de botella en cuanto a producción, brindando a muchas personas empleo y generando su propio negocio. “En el Perú las microempresas simbolizan un 94.2% empresarial a nivel nacional, las pequeñas empresas un 5.1% y las medianas un 0.2%” (Tello, 2014, p. 205). Esto implica que la mayor parte de la población peruana trabaja para las pymes.

Existen tres regímenes que están enfocados en las pymes, siendo el NRUS, el primer régimen, que incorpora organizaciones con ganancias generales de hasta 96 mil soles anuales, las empresas que se encuentren bajo este sistema realizan una cuota fija de 20 a 50 soles, según sus ingresos, lo que no les exige llevar un libro contable, pero no tiene permitido emitir facturas, o que evita que sean importantes para una cadena de creación, luego nuevamente está el RER, un sistema que incorpora organizaciones con una compensación total común de 525 mil soles y que puede contar con un máximo de 10 colaboradores, en este caso la empresa solo puede llevar libro contable de compras y ventas, por último este pyme tributario, que incorpora organizaciones con salarios de hasta 1700 UIT cada año, en este régimen el impuesto a la renta, se determina en función de la compensación total, por lo que se necesita una contabilidad más

definida, a pesar del registro de compras y ofertas, deben llevar el diario, registro y almacenamiento de libros e informes contables en base a sus ingresos. (Instituto Peruano de Economía, 2019)

De acuerdo a la Ley MYPE (2008), tiene el propósito de fortalecer la promoción de la formalización, los factores competitividad y desarrollo empresarial de las Mypes, de tal forma se pueda ampliar el mercado local y nacional, teniendo, además, la promoción del empleo, la inclusión social y el fortalecimiento de la economía local, buscando de la manera permanente el empleo digno y sustentable.

Así mismo, a través del artículo 36 de la Ley MYPE (2008) se establece el régimen tributario de las micro y pequeñas empresas, la cual tiene como objetivo principal el facilitar la participación de mayor número de empresas en el proceso tributario a través de procesos simplificados y adaptado a la realidad del sector, de tal forma se pueda pagar tributos con montos de acuerdo a las ganancias obtenidas, con tasas reducidas, aplicadas a un movimiento monetario, emitir una amplia gama de comprobantes de pagos y traspasar los registros según los ingresos del Mype.

De la misma forma, a través del título IV de la Ley MYPE (2008) se establece el régimen laboral de la micro y pequeña empresa, la cual tiene el propósito de garantizar la seguridad en el empleo y los ingresos de los trabajadores, además de regular los derechos y beneficios contenido en los contratos laborales; al igual que tiene el propósito de impulsar a que realicen capacitaciones y la educación laboral para los colaboradores.

La gestión de ventas consiste en entrenar, liderar y dirigir a los representantes de ventas para obtener constantemente nuevos clientes potenciales, nutrir prospectos calificados y cerrar más acuerdos. Asimismo, American Marketing Association (2013) señala que la gestión de ventas se define como “la planificación, dirección y control de las ventas personales, incluido el reclutamiento, la selección, el equipamiento, la asignación, la supervisión, el

pago y la motivación, ya que estas tareas se aplican a la fuerza de ventas personal” (p. 25). La gestión de ventas proporciona información fundamental para las decisiones de marketing clave, como la gestión de presupuestos, cuotas y territorio. La gestión de ventas interactúa con otras funciones de marketing mientras se formulan las políticas de estas funciones.

Como señala Mañas (2014), la gestión de ventas “es la coordinación de personas y recursos para producir eficazmente el objetivo deseado” (p. 12). Estos objetivos a largo plazo pueden ser de amplio alcance, sin embargo, generalmente son un mayor volumen de ventas, contribución a las ganancias y crecimiento continuo. Para lograr estos objetivos, los gerentes de ventas tienen amplias responsabilidades que incluyen, entre otras: pronóstico de demanda/ventas, establecimiento de cuotas/objetivos, presupuesto, organización, reclutamiento, capacitación, compensación y evaluación del desempeño de ventas (Asencio et al., 2018).

La gestión de ventas implica la dirección, el control de los vendedores y la planificación de ventas que contribuyen al aumento de ventas y ganancias (Antúnez, 2014), estos objetivos a largo plazo pueden ser de amplio alcance, sin embargo, generalmente son un mayor volumen de ventas, contribución a las ganancias y crecimiento continuo. Como expresa Cravens, *et al.*, (2011), define la gestión de ventas es solo una faceta de la mezcla de marketing general de una empresa, que abarca estrategias relacionadas con las cuatro P (productos, precios, promoción y place).

Por su parte, Malek et al. (2018) señala que “la gestión de ventas es el acto de supervisar y dirigir a los representantes de ventas para crear relaciones sólidas con los clientes potenciales y cerrar más acuerdos” (p. 31). Por cuanto, para comprender con claridad la gestión de ventas, debemos pasar por sus siguientes características según lo mencionado por Brewer (2017): Orientado a metas: similar a otras actividades de gestión, la gestión de ventas también tiene un propósito específico y está destinada al logro de metas u objetivos específicos. Proceso continuo: el gerente de ventas debe realizar funciones de

gestión de ventas con regularidad, y este proceso es interminable. Enfoque Sistemático: Es una forma organizada de manejar la función comercial de la empresa donde cada problema tiene una solución definida y probada. Venta relacional: los vendedores se esfuerzan por construir una relación sólida con el cliente para vender los productos o servicios de manera eficaz. Integración de la gestión de marketing: el marketing es un concepto más amplio, la gestión de marketing incluye todas las actividades relacionadas con la gestión de ventas. Ventas o puestos de trabajo diferentes: son los esfuerzos combinados de todo el equipo de ventas, incluido el vendedor, el ejecutivo de ventas, el jefe de ventas, el gerente de ventas y el personal de servicio posventa. Función omnipresente: es un concepto de aplicación universal que ha sido adoptado y probado por todo tipo de organizaciones empresariales. (Brewer, 2017, párr. 4)

Según Khan (2012) afirmo “existen tres objetivos básicos de la gestión de ventas a saber: aumentar el volumen de ventas, contribuir a las ganancias de la empresa y al crecimiento a largo plazo de una organización” (p. 30). Es decir, la gestión de ventas ha adquirido a lo largo de los años una importancia más amplia, ya que además de la gestión de las ventas personales, la gestión de ventas incluye actividades de marketing como publicidad, promoción de ventas, investigación de marketing, distribución física, precios y comercialización de productos. Por otro lado, López et al. (2019) precisa que los objetivos de gestión de ventas de una empresa comercial, generalmente se relacionan con las áreas de (i) lograr un volumen de ventas suficiente, (ii) proporcionar suficientes ganancias y (iii) experimentar un crecimiento continuo. Generalmente, los objetivos de la gestión de ventas deben cubrir varias funciones de ventas, de manera integrada. En otras palabras, estos objetivos deben expresarse, en la medida de lo posible, en términos mensurables y cuantitativos, y también debenser realistas y alcanzables.

En cuanto Mañas (2014), argumentos los beneficios de una gestión de ventas eficaz en la cuales estas incluyen: crecimiento de ingresos de ventas y rentabilidad, mayor confiabilidad del pronóstico de ventas, que disminuye la fluctuación de ingresos, cumplimiento y devoción más prominente de los dos

clientes y personal, disminución de la rotación de personal y, en consecuencia, disminución de los costos de alistamiento y mantenimiento y mayor eficiencia por parte del personal.

De acuerdo, con Malek et al. (2018) plantea tres técnicas de gestión de ventas que se deben utilizar para impulsar las ventas con éxito incluyen: 1) Gestión del talento, el primer paso para una buena gestión es encontrar, emplear y mantener al mejor personal, ya que la contratación es un ciclo costoso; sin embargo, los administradores reservarán efectivo a largo plazo en caso de que paguen por adelantado para asegurar a las mejores personas para el trabajo. 2) Circuitos de retroalimentación, este paso consiste en que los gerentes de ventas se aseguren de que los estándares clave de desempeño sean muy claros y precisos, ya que ya que el personal de las ofertas debe saber con precisión qué se anticipa de ellos y qué ocurre exactamente si alcanzan o fallan un objetivo. 3) Seguimiento y previsión, es lograr reunir métricas de ventas clave y crear un entorno completamente transparente en la que ayuda a impulsar la motivación. Todos deben saber cómo se desempeñan los demás y cómo el equipo en su conjunto está teniendo éxito, preferiblemente en tiempo real.

La gestión de ventas es responsable de diseccionar y examinar las aperturas de mercado, y caracterizar un plan de actividades dirigido a establecer los métodos esenciales para que sus ocasiones se conviertan en el cumplimiento de los objetivos comerciales. Por lo tanto, hay componentes a considerar en el desarrollo de la gestión de ventas, aspectos que se deben considerar como la ubicación del producto en el mercado y la respuesta a los requisitos del consumidor. Es así que para evaluar la *gestión de ventas* se ha considerado tomar cinco factores propuestos por Asencio et al. (2018) en su artículo científico, quienes clasifican los factores en Administrativos, Logísticos, de productividad, de talento humano y Comercial.

Los **factores administrativos**, se concentra en todas las acciones que se emprenden para facilitar un esfuerzo colectivo, es decir, la forma en la que se trata de lograr los objetivos con la ayuda de los individuos y mediante la

presentación de la medida del proceso de planificación, organización, dirección y control. Por otro lado, los factores logísticos, se centran en la gestión de todas aquellas actividades que tratan de asegurar la accesibilidad de un componente específicos, ya sea un producto, servicio o información, en un tiempo determinado. Este factor está compuesto por el proceso de abastecimiento, infraestructura e inventario. (Asencio et al., 2018)

Los **factores de productividad**, son todas aquellas herramientas que maximizan los niveles de efectividad, teniendo en cuenta los costos de ventas, la participación de mercado y el rendimiento económico. Por su parte la **administración del talento humano**, se centra en todas las acciones y técnicas que emplea la empresa para promover el desempeño eficiente del personal, este está compuesto por el proceso de selección e inducción, proceso de capacitación y desarrollo, y la evaluación del desempeño. Finalmente, la **administración comercial**, se centra en realizar un análisis y examinar las oportunidades de mercado, así como definir un de acciones direccionados a construir los métodos básicos para que las oportunidades se conviertan en el cumplimiento de los objetivos, este está compuesto por el servicio al cliente, ofertas promocionales y publicidad estratégica. (Asencio et al., 2018)

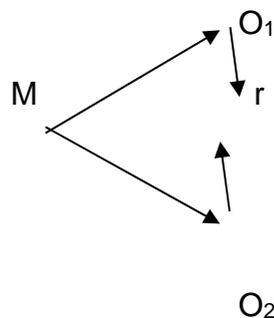
III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

La presente investigación fue de tipo aplicada, pues se busca generar conocimientos basándose primordialmente en la realidad problemática del sector, puesto que se sustentan en teoría ya existentes como son los indicadores de control interno y la gestión de ventas, las mismas que han sido validadas para su aplicación. (CONCYTEC, 2018)

Así mismo, la presente investigación fue de diseño no experimental, de nivel descriptiva y correlacional, pues a partir de la caracterización de cada una de las variables se pretendió establecer la relación estadística que existe entre ellas, por lo que, fue de corte transversas al realizar las evaluaciones una única vez. (CONCYTEC, 2018; Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018)

Esquema del diseño:



Donde:

M: muestra del estudio

O₁: Evaluación del control interno

O₂: Evaluación de la gestión de ventas

r: relación estadística.

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Control interno

Definición conceptual: Quinaluisa, et al. (2018) precisan que el control interno es un proceso que permite salvaguardar los recursos de la organización, aspirando a que se cumplan los objetivos de la misma, tanto en eficiencia como en eficacia de los procesos financieros, administrativos y operativos, además que, busca el acatamiento de normas y leyes que se aplican a la organización.

Definición operacional: la variable fue evaluada de acuerdo a los 5 componentes y 17 principios del modelo COSO que establece Quinaluisa, et al. (2018), para la cual fue pertinente conocer la percepción de los micro empresarios de Tarapoto.

Variable 2: Gestión de Ventas

Definición conceptual: La gestión de ventas es el procesamiento de desarrollar una *fuerza* de ventas, organizar las acciones de ventas e implementar estrategias sobre ventas que permitieron a una empresa alcanzar de manera constante dichos objetivos a también superarlos. (Asencio et al., 2018).

Definición operacional: La variable se evaluó en base a cinco factores propuesto por Asencio et al. (2018), a través del cual se elaborará un cuestionario que permitió conocer la percepción de los microempresarios en cuanto a la Gestión de Ventas.

3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis

Población: estuvo conformada por los micro y pequeños empresarios del rubro calzado de la ciudad de Tarapoto, pues de acuerdo a los

registros otorgados por la SUNAT se precisa una cantidad total de 348 negocios.

Muestra: de tal manera la muestra que emplea este trabajo de investigación estuvo compuesta por 179 micro y pequeños empresarios del rubro calzado de la ciudad de Tarapoto.

Datos:

(Z) Nivel de confianza: 1.96 =95%

(p) Probabilidad: 60%= 0.6

(q) (1 - p) = 0.4

(d) Margen de error: 5% = 0.05

(N) Población: 348

Formula:

$$n = \frac{NZ^2q}{(N - 1)d^2 + Z^2q}$$
$$n = \frac{2\ 600\ (1.96)^2(0.4)}{(2\ 600 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.4)}$$
$$n = \frac{320.850432}{1.79}$$
$$n = 179$$

Muestreo: Además, se aplicó el muestreo probabilístico, ya que toda la población tuvo las mismas posibilidades de ser seleccionados.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica: la técnica a emplear en el presente estudio de investigación fue la encuesta, el cual estuvo dirigido a los micro y pequeños empresarios del rubro calzado de la ciudad de Tarapoto, con la finalidad de comprender mejor la problemática del estudio.

Instrumento: por otro lado, se utilizó como instrumento de recolección de datos el cuestionario, para el cual se formularon preguntas tomándose en cuenta las dimensiones e indicadores correspondientes a cada una de las variables.

Validez: posteriormente los instrumentos empleados fueron validados en base al criterio de (4) expertos en el tema, quienes fueron responsables de analizar cada una de las interrogantes formuladas por cada variable de estudio y la efectividad de los mismos.

Confiabilidad: la información recogida a través de los instrumentos, fueron procesados en el programa estadístico SPSS, con la finalidad de calcular el Alfa de Cronbach que ofrece el nivel de confiabilidad de los datos.

3.5. Procedimientos

Como parte de los procedimientos de recolección de datos, en primera *instancia* se utilizó la técnica seleccionada, la misma que contribuyó al eficiente recojo de la información proporcionada por el objeto de estudio, siempre tomándose en cuenta los respectivos instrumentos que tuvieron que ser validados, con el propósito de que la información sea confiable al momento de ser procesada.

3.6. Método de análisis de datos

En *cuanto* al método de análisis de datos, se empleó herramientas estadísticas como el programa Excel, a través del cual se realizó el proceso de tabulación, este a su vez presento los datos en tabla y figuras, para luego ser analizados e interpretadas respectivamente, siempre en función a los objetivos planteados. Por otro lado, se utilizó el programa estadístico SPSS, con el propósito de poder calcular la confiabilidad de los datos y el nivel de correlación.

3.7. Aspectos éticos

En el presente informe de investigación se respetó y considerar la confidencialidad, motivo por el cual se protegió la identidad de los *informantes* como parte de un protocolo de seguridad y protección. Además, para realizar las encuestas se hizo notar la ética profesional, respetando el manejo de la información y los valores de los encuestados. Asimismo, se protegió los derechos de autor de las diferentes citas plasmadas en el trabajo, haciendo uso de las Normas APA 6ª ed.

IV. RESULTADOS

Resultado descriptivo

Tras la aplicación de la encuesta a los empresarios de la Mypes del sector calzado en la ciudad de Tarapoto, se presenta a continuación las tablas que agrupan las respuestas dadas por cada uno de ellos.

Variable: Control interno

Tabla 1

Ambiente de control

	TED		ED		I		DA		TDA	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Integridad y valores éticos	21	12%	63	35%	51	28%	24	13%	20	11%
Independencia de la supervisión	34	19%	50	28%	55	31%	18	10%	22	12%
Estructura organizacional	24	13%	60	34%	54	30%	23	13%	18	10%
Administración del talento	34	19%	55	31%	47	26%	25	14%	18	10%
Asignación de responsabilidades	25	14%	59	33%	57	32%	20	11%	18	10%

Respecto a la evaluación realizada, en la tabla 1 se observa la percepción de los empresarios encuestados, en la cual se evidencia que el 35% está en desacuerdo con la integridad y valores éticos en el desarrollo de sus actividades comerciales; asimismo, el 31% demuestra estar indiferente con la independencia de supervisión sobre el funcionamiento del control interno; además, el 34% demuestran estar en desacuerdo con la estructura organizacional que contribuya al logro de objetivos; el 31% demuestra estar en desacuerdo con la administración del talento humano para el desarrollo del control interno; por último, el 33% demuestra estar en desacuerdo con la delegación de responsabilidades y el 32% demuestra estar indiferente con ello.

Tabla 2*Evaluación de riesgos*

	TED		ED		I		DA		TDA	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Objetivos claros	34	19%	51	28%	53	30%	23	13%	18	10%
Identificación de riesgos	31	17%	52	29%	49	27%	24	13%	23	13%
Identificación de fraude	28	16%	58	32%	44	25%	27	15%	22	12%
Respuesta al riesgo	33	18%	57	32%	48	27%	22	12%	19	11%

En la tabla 2 respecto a la evaluación de riesgos del control interno, se evidencia que el 30% de los empresarios demuestran estar indiferente con el establecimiento de los objetivos para la identificación de riesgos y el 28% está en desacuerdo; al mismo tiempo, el 29% demuestra estar en desacuerdo con el establecimiento de procedimientos para la identificación y análisis de riesgos y el 27% demuestra estar indiferente; además, el 32% demuestra estar en desacuerdo con la identificación de fraudes y el 25% demuestra estar indiferente con ello; por último, el 32% demuestra estar en desacuerdo con el establecimiento de los procedimientos para identificar y analizar los cambios que podrían afectar al control interno y el 27% se muestra indiferente.

Tabla 3*Actividades de control*

	TED		ED		I		DA		TDA	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Definición y desarrollo de actividades de control	23	13%	66	37%	47	26%	26	15%	17	9%
Controles para las tecnologías	32	18%	49	27%	56	31%	22	12%	20	11%
Despliegue de actividades a través de políticas y procedimientos	31	17%	54	30%	51	28%	20	11%	23	13%

En la tabla 3 se observa que, el 37% de los empresarios demuestra estar en desacuerdo con el establecimiento de actividades de control que permitan hacer frente a los riesgos identificados y el 26% se muestra indiferente; asimismo, el 31% se muestra indiferente con la sistematización de

las actividades de control y el 27% se muestra en desacuerdo; finalmente, el 30% demuestra estar en desacuerdo con las políticas y procedimientos para implementar las actividades de control y el 28% se muestra indiferente.

Tabla 4

Información y comunicación

	TED		ED		I		DA		TDA	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Información de calidad	21	12%	69	39%	47	26%	17	9%	25	14%
Comunicación interna de la información	32	18%	55	31%	44	25%	20	11%	28	16%
Comunicación a terceras partes	25	14%	65	36%	37	21%	31	17%	21	12%

En la tabla 4 se evidencia que, el 39% de los empresarios encuestados demuestran estar en desacuerdo con los medios para elaborar información pertinente y de calidad, el 26% muestra indiferencia; asimismo, el 31% demuestra estar en desacuerdo con la comunicación interna de la información y el 25% se muestra indiferente; además, el 36% demuestra estar en desacuerdo con la comunicación a terceras partes y el 21% demuestra estar indiferente.

Tabla 5

Supervisión

	TED		ED		I		DA		TDA	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Evaluación del control interno	34	19%	52	29%	48	27%	26	15%	19	11%
Comunicación de las deficiencias	29	16%	57	32%	53	30%	18	10%	22	12%

Por último, en la tabla 5 se observa que el 29% de los empresarios encuestados demuestra estar en desacuerdo con el establecimiento de actividades para la supervisión continua e independiente del control interno y el 27% demuestra estar indiferente; el 32% demuestra estar en desacuerdo con la socialización de las deficiencias para tomar medidas correctivas y el 30% se muestra indiferente.

Variable: Gestión de ventas

Tabla 6

Factores administrativos

	TED		ED		I		DA		TDA	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Proceso de planificación	30	17%	58	32%	48	27%	24	13%	19	11%
Proceso de organización	25	14%	55	31%	57	32%	17	9%	25	14%
Proceso de dirección y control	26	15%	60	34%	49	27%	18	10%	26	15%

Respecto a los factores administrativos de la gestión de ventas, en la tabla 6 se evidencia que el 32% de los empresarios demuestra estar en desacuerdo con la planificación estratégica en las actividades de su negocio y el 27% se muestra indiferente; asimismo, el 32% demuestra estar indiferente con la organización de sus actividades y el 31% se muestra en desacuerdo; además el 34% se muestra en desacuerdo con la realización controles de las actividades y el 27% demuestra estar indiferente con ello.

Tabla 7

Factores logísticos

	TED		ED		I		DA		TDA	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Proceso de Abastecimiento	35	20%	54	30%	52	29%	21	12%	17	9%
Infraestructura	30	17%	62	35%	42	23%	19	11%	26	15%
Inventario	27	15%	58	32%	58	32%	19	11%	17	9%

En la tabla 7 respecto a los factores logístico se evidencia que, el 30% demuestra estar en desacuerdo con suficiente cantidad de proveedores que lo abastezcan de mercadería y el 29% demuestra estar indiferente; el 35% demuestra estar en desacuerdo con la adecuada infraestructura que garantice la calidad de sus servicios y el 23% se muestra indiferente con ello; por último, 32% demuestra estar en desacuerdo con el inventariado de sus productos y otro 32% demuestra estar indiferente.

Tabla 8*Factores de productividad*

	TED		ED		I		DA		TDA	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Costos de ventas	30	17%	58	32%	50	28%	19	11%	22	12%
Participación de mercado	28	16%	56	31%	52	29%	21	12%	22	12%
Rendimiento económico	23	13%	67	37%	47	26%	17	9%	25	14%

En cuanto a los factores de productividad, en la tabla 8 se evidencia que el 32% de los empresarios encuestados demuestran estar en desacuerdo con los costos de los productos para satisfacer las necesidades de venta de calzado y el 28% se muestra indiferente; asimismo el 31% demuestra estar en desacuerdo con su participación en el mercado y el 29% demuestra estar indiferente; por último, se evidencia que 37% demuestra estar en desacuerdo con el rendimiento económico de las ventas y el 26% demuestra indiferencia.

Tabla 9*Administración del talento humano*

	TED		ED		I		DA		TDA	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Proceso de selección e inducción	31	17%	59	33%	51	28%	16	9%	22	12%
Proceso de capacitación y desarrollo	28	16%	51	28%	70	39%	16	9%	14	8%
Evaluación del desempeño	37	21%	51	28%	48	27%	19	11%	24	13%

En la tabla 9, se evidencia que el 33% se muestra en desacuerdo con la selección de personal bajo la responsabilidad de personal calificado y el 28% se muestra indiferente; el 39% demuestra estar indiferente con los programas de capacitación para los trabajadores y el 28% demuestra estar en desacuerdo; por último, el 28% demuestra estar en desacuerdo con la realización de evaluaciones del desempeño y el 27% se muestra indiferente.

Tabla 10*Administración comercial*

	TED		ED		I		DA		TDA	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Servicio al cliente	30	17%	54	30%	51	28%	23	13%	21	12%
Ofertas promocionales	26	15%	59	33%	55	31%	16	9%	23	13%
Publicidad estratégica	27	15%	50	28%	56	31%	22	12%	24	13%

Respecto a la dimensión administración comercial, el 30% de los empresarios encuestados demuestra estar en desacuerdo con la preocupación de la atención y servicio al cliente, el 28% se muestra indiferente ante ello; asimismo, el 33% demuestra estar en desacuerdo con la realización de ofertas promocionales y el 31% se muestra indiferente; por último, el 31% demuestra estar indiferente con la publicidad estratégica y el 28% demuestra estar en desacuerdo.

Resultado inferencial**Tabla 11***Prueba de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Control interno	,174	179	,000
Gestión de ventas	,160	179	,000
Factores administrativos	,138	179	,000
Factores logísticos	,131	179	,000
Factores de productividad	,147	179	,000
Administración del talento humano	,109	179	,000
Administración comercial	,124	179	,000

En la tabla 11, se evidencia la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov ya que se ha analizado los datos de 179 individuos, por lo tanto, arrojó una significancia de 0,000 para cada una de las variables y dimensiones analizadas, índice que al ser menor al p-valor esperado (0,05) se determina

que la distribución de los datos no es normal, lo cual nos lleva a tomar al estadístico Rho de Spearman para establecer las correlaciones respectivas.

Tabla 12

Relación del control interno y los factores administrativos

		Rho de Spearman
V1. Control interno	Coeficiente de correlación	,883**
D1. Factores administrativos	Sig. (bilateral)	,000
	N	179

Asimismo, en la tabla 12 se evidencia una significancia (bilateral) de 0,000 que al ser menor a 0,05 (margen de error) se rechaza la hipótesis nula, logrando aceptar la hipótesis de investigación, la cual establece que, el control interno y los factores administrativos en Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021, se relacionan significativamente. Relación de 0,883 la cual es denominada como positiva considerable.

Tabla 13

Relación del control interno y los factores logísticos

		Rho de Spearman
V1. Control interno	Coeficiente de correlación	,889**
D2. Factores logísticos	Sig. (bilateral)	,000
	N	179

En la tabla 13 se evidencia una significancia (bilateral) de 0,000 que al ser menor a 0,05 (margen de error) se rechaza la hipótesis nula, logrando aceptar la hipótesis de investigación, la cual establece que, el control interno y los factores logísticos en el régimen de las Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021, se relacionan significativamente. Relación de 0,889 la cual es denominada como positiva considerable.

Tabla 14*Relación del control interno y los factores de productividad*

		Rho de Spearman
V1. Control interno	Coefficiente de correlación	,887**
D3. Factores de productividad	Sig. (bilateral)	,000
	N	179

En la tabla 14 se evidencia una significancia (bilateral) de 0,000 que al ser menor a 0,05 (margen de error) se rechaza la hipótesis nula, logrando aceptar la hipótesis de investigación, la cual establece que, el control interno y los factores de productividad en el Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021, se relacionan significativamente. Relación de 0,887 la cual es denominada como positiva considerable.

Tabla 15*Relación del control interno y la administración del talento humano*

		Rho de Spearman
V1. Control interno	Coefficiente de correlación	,895**
D4. Administración de talento humano	Sig. (bilateral)	,000
	N	179

En la tabla 15 se evidencia una significancia (bilateral) de 0,000 que al ser menor a 0,05 (margen de error) se rechaza la hipótesis nula, logrando aceptar la hipótesis de investigación, la cual establece que, el control interno y la administración del talento humano en el Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021, se relacionan significativamente. Relación de 0,895 la cual es denominada como positiva considerable.

Tabla 16*Relación del control interno y la administración comercial*

		Rho de Spearman
V1. Control interno	Coeficiente de correlación	,897**
D5. Administración comercial	Sig. (bilateral)	,000
	N	179

Por último, en la tabla 16 se evidencia una significancia (bilateral) de 0,000 que al ser menor a 0,05 (margen de error) se rechaza la hipótesis nula, logrando aceptar la hipótesis de investigación, la cual establece que, el control interno y la administración comercial en el micro y pequeñas empresas comerciales de calzado de Tarapoto, 2021, se relacionan significativamente. Relación de 0,897 la cual es denominada como positiva considerable.

Tabla 17*Relación del control interno y la gestión de ventas*

		Rho de Spearman
V1. Control interno	Coeficiente de correlación	,892**
V2. Gestión de ventas	Sig. (bilateral)	,000
	N	179

En la tabla 17 se evidencia los resultados arrojados por el estadístico de correlación, el cual determina una significancia (bilateral) de 0,000 que al ser menor a 0,05 (margen de error) se rechaza la hipótesis nula, logrando aceptar la hipótesis de investigación, la cual establece que, el control interno y la gestión de ventas en el régimen de las micro y pequeñas empresas comerciales de calzado de Tarapoto, 2021, se relacionan significativamente. Relación de 0,892 la cual es denominada como positiva considerable.

V. DISCUSIÓN

Con respecto al análisis de los resultados obtenidos mediante los instrumentos de recolección de datos, se ha logrado determinar que el control interno en Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, en el año 2021, ha presentado ciertas deficiencias, pues desde la percepción de los empresarios encuestados señalan que raras veces se responsabilizan de supervisar el funcionamiento del control interno, así mismo los objetivos de riesgos no son claros, las actividades de control no son implementadas a partir de políticas ni procedimientos, además casi nunca se comunica al personal sobre la información del control interno por lo que las supervisiones son escasas por lo que los empresarios no toman decisiones correctas. Por ello, coincidimos con lo expuesto por Ubillús et al. (2016), quien determinó que el 35% de los encuestados no tienen la más remota idea acerca de la importancia del control interno, ya que se quedan cortos en este instrumento, por otro lado, Pavón, et al. (2019), en su investigación determinó la empresa a veces ingresa mercancía en mal estado y no es reportada en el momento de entrada, la cual se hace difícil su devolución, porque el personal de almacén no detectó la falla oportunamente y se pierde tiempo. Respecto a ello, Quinaluisa et al. (2018) precisan que el control interno es una herramienta importante, ya que permite salvaguardar los recursos de la empresa, aspirando a que se cumplan los objetivos de la misma, tanto en eficiencia como en eficacia de los procesos financieros, administrativos y operativos, además, busca el acatamiento de normas y leyes que se aplican a la organización.

Por otro lado, se identificó que la gestión de ventas en las micros y pequeñas empresas comerciales de calzado de Tarapoto, se viene llevando a cabo de manera deficiente, esto debido a que los empresarios no planifican estratégicamente las actividades de sus negocios ni por funciones ni tareas específicas, asimismo, no cuenta con suficientes proveedores de calzado, pocas veces realizan el inventariado de sus productos, pero consideran que a veces tienen programas de capacitación para su personal puesto que el desempeño de sus trabajadores se realizan solo anual, por último,

manifestaron que pocas veces realizan publicidad para mejorar las ventas. Dada la situación, López et al. (2019) determinó que la microempresa de atomizadores en Ecuador tiene varios años en el mercado y que sus ventas se incrementaron con el pasar de los años, pero se evidencio a falta de control de inventarios ha ocasionado pérdidas grandes. Por ello, Antúnez (2014) manifestó que la gestión de ventas implica la dirección, el control de los vendedores y la planificación de ventas que contribuyen al aumento ventas y ganancias. Es decir, la gestión de ventas proporciona información fundamental para las decisiones de marketing clave, como la gestión de presupuestos, cuotas y territorio.

De manera general, se ha logrado determinar que existe una relación significativa entre el control interno y la gestión de ventas en el régimen de las micro y pequeñas empresas comerciales de calzado de Tarapoto, 2021, lo cual se corrobora con un coeficiente de correlación de 0,892 siendo positiva considerable. Ante ello, resultados similares se evidencia en la investigación de Valverde et al. (2017), el sistema de control interior impacta la administración monetaria de las micro y pequeñas empresas, con un nivel de significancia del 5%. Asimismo, se identificó que la viabilidad y productividad de las tareas que impacta con la variable subsiguiente, en un grado del 5%, así como la confiabilidad de los datos monetarios que impacta con la variablesubsiguiente, con un nivel de criticidad del 5%.

VI. CONCLUSIONES

Respecto a la evaluación realizada y los objetivos trazados respecto al control interno y la gestión de ventas en las micro y pequeñas empresas comerciales de calzado en la ciudad de Tarapoto, periodo 2021, el trabajo ha concluido que:

- 6.1. El control interno y los factores administrativos se relacionan significativamente, ello ha sido contrastada por un nivel de significancia de 0.000 y un coeficiente de correlación (ρ) de 0.883, siendo una relación positiva y considerable.
- 6.2. Asimismo, se determinó que, existe relación significativa entre el control interno y los factores logísticos, la cual ha sido contrastada por un nivel de significancia de 0.000 y un coeficiente de correlación (ρ) de 0.889, siendo una relación positiva y considerable.
- 6.3. Además, se determinó que, el control interno se relaciona significativamente con los factores de productividad de la empresa comercial, ello ha sido contrastada por un nivel de significancia de 0.000 y un coeficiente de correlación (ρ) de 0.887, siendo una relación positiva y considerable.
- 6.4. Por otro lado, se determinó que, el control interno y la administración del talento humano se relacionan significativamente, la cual es contrastada por un nivel de significancia de 0.000 y un coeficiente de correlación (ρ) de 0.895, siendo una relación positiva y considerable.
- 6.5. Al mismo tiempo, se determinó que, la relación es significativa entre el control interno y la administración comercial, ello ha sido contrastada por un nivel de significancia de 0.000 y un coeficiente de correlación (ρ) de 0.897, siendo una relación positiva y considerable.

6.6. De manera general, se determinó que, el control interno y la gestión de ventas de las empresas de calzado se relacionan significativamente, decisión que es contrastada por un nivel de significancia de 0.000 y un coeficiente de correlación (ρ) de 0.892, siendo una relación positiva y considerable.

VII. RECOMENDACIONES

Dadas las deficiencias encontradas en la investigación se plantea las siguientes recomendaciones.

- 7.1. Se recomienda a micro y pequeños empresarios comerciales de calzado de Tarapoto realizar controles cada semana, esto con la finalidad de llevar un ordenen de las ventas y ganancias generadas, la cual permita tomar decisiones correctivas a cualquier problema identificado en sus negocios.
- 7.2. Se recomienda a los empresarios del rubro calzado de Tarapoto compartir con todo el personal los objetivos que se pretenderán alcanzar durante un determinado tiempo, ocasionando en ellos un compromiso efectivo.
- 7.3. Se recomienda a los micro y pequeños empresarios del rubro calzado implementar un módulo de logística para realizar un seguimiento de las ventas y entrega de productos.
- 7.4. Se sugiere a los empresarios tarapotinos del rubro calzado estar constantemente actualizados en cuanto a moda, colores, tipos de cuero, gustos y preferencias de los clientes que llegan hasta su negocio.
- 7.5. Se recomienda a los micro y pequeños empresarios del rubro calzado establecer un plan de incentivos motivacionales para todo su personal, como bonos por ventas realizadas, confraternidad, premios, entre otros.
- 7.6. Se recomienda a los empresarios tarapotinos del rubro calzado reforzar sus estrategias de publicidad para así mejorar sus ventas y como también a desarrollar una buena imagen en los clientes.

REFERENCIAS

- American Marketing Association. (2013, 10 5). *Definition of sales management*. Retrieved from Economics Discussion: <https://www.economicdiscussion.net/sales/sales-management/32207>
- Antúnez, L. (2014). *La Gestión Profesional de Ventas*. España: IT Campus Academy. ISBN: 9781503258815. Retrieved from https://books.google.com.pe/books?id=uwHPCgAAQBAJ&hl=es&source=gs_navlinks_s
- Asencio, L., Neira, G., & Gonzales, E. (2018). Análisis de factores de competitividad y su incidencia en la gestión de ventas del mercado artesanal Guayaquil. *Revista Índex*, 5(14), 352-369. Retrieved from https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/1159/pdf_842
- Avolio, B., Mesones, A., & Roca, E. (2013). *Factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú*. Repositorio PUCP, Lima. Retrieved from <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/strategia/article/download/4126/4094/0>
- Barišić, I., & Tušek, B. (2016). The importance of the supportive control environment for internal audit effectiveness – the case of Croatian companies. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 29(1), 1021-1037. doi: <https://doi.org/10.1080/1331677X.2016.1211954>
- Brewer, J. (2017, 9 26). *Characteristics of Sales Management*. Retrieved from bizfluent: <https://bizfluent.com/info-8069193-characteristics-sales-management.html>
- Cevallos, D., Moreno, C., & Chávez, Á. (2018). La auditoría interna como herramienta efectiva para la prevención de fraudes en las empresas familiares. *Universidad y Sociedad*, 10(5), 15-20. Retrieved from <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n5/2218-3620-rus-10-05-15.pdf>

- Chalmers, K., Hay, D., & Khlif, H. (2019). Internal control in accounting research: A review. *Journal of Accounting Literature*, 42, 80-103. doi: <https://doi.org/10.1016/j.acclit.2018.03.002>
- CONCYTEC. (2018). *Reglamento de calificación, clasificación y registro de los Investigadores del sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación tecnológica - Reglamento RENACYT*. Lima, Perú: Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica. Retrieved from https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento_renacyt_version_final.pdf
- Contraloría General de la República. (2020, agosto 27). *¿Qué es el sistema de control interno?* Retrieved from CGR Perú: https://apps.contraloria.gob.pe/packanticorrupcion/control_interno.html
- Cortés, A. (2019). El control interno como proceso administrativo para las pymes. *Revista FAECO SAPIENS*, 2(2). Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/268593539.pdf>
- Cravens, D., Meunier-FitzHugh, K., & Piercy, N. (2011). Overview of Strategic Sales and Sales Management. *Scholarly Research Reviews*, II (23), 1 - 16. doi: <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199569458.003.0001>
- Decreto Supremo N.º 007-2008-TR. (2008). *Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley MYPE*. Congreso de la República del Perú. Lima, Perú: El Peruano. Retrieved from <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/Mypes/normas/ds007-2008.pdf>
- Donelson, D. C., Ege, M. S., & McInnis, J. M. (2017). Internal Control Weaknesses and Financial Reporting Fraud. *AUDITING: A Journal of Practice*, 36(3), 45– 69. doi: <https://doi.org/10.2308/ajpt-51608>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (1a ed.). México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C. V. Retrieved from

https://www.academia.edu/41957962/METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_LAS_RUTAS_CUANTITATIVA_CUALITATIVA_Y_MIXTA

Instituto Peruano de Economía. (2019, Julio 22). *Reforma de la micro y pequeña empresa*. Retrieved from IPE: <https://www.ipe.org.pe/portal/reforma-de-la-micro-y-pequena-empresa/>

Khan, M. (2012). *Sales Management*. Phagwara, India: Lovely Professional University. Retrieved from http://ebooks.lpude.in/management/bba/term_4/DMGT205_SALES_MANAGEMENT.pdf

López, A. A., Cañizares, M., & Mayorga, M. P. (2018). La auditoría interna como herramienta de gestión para el control en los gobiernos autónomos descentralizados de la provincia de Morona Santiago. *Cuadernos de Contabilidad*, 19(47), 80 - 93. doi:<https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc19-47.aihg>

López, M. I., Vásquez, J. A., & Moncayo, R. F. (2019). Plan estratégico para la gestión de ventas e inventarios en la microempresa atomizadores, Ecuador. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, V (1), 1 - 16. Retrieved from <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/05/gestion-ventas-inventarios.html>

Macias, J., Tamayo, C., & Zambrano, M. (2016). El control interno como herramienta eficiente en las pymes de la ciudad de Portoviejo. *Revista ECA Sinergia*, 7(2), 6-15. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6197603>

Malek, S., Sarin, S., & JaworskiTo, B. (2018). Sales management control systems: review, synthesis, and directions for future exploration. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 38(1), 30-55. doi:<https://doi.org/10.1080/08853134.2017.1407660>

Mañas, L. (2014). *Gestión de ventas. Manual teórico*. Madrid: CEP. ISBN: 9788468184302. Retrieved from

https://books.google.com.pe/books?id=4upCDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=true

Montes, C., Porras, C., Muñoz, R., & Dextre, J. (2017). Auditoría Interna y Gestión Organizacional. *Resista Proyecciones*, 12(12), 69 - 95. Retrieved from <https://revistas.unlp.edu.ar/proyecciones/article/view/6535>

Pavón, D. E., Villa, L. C., Rueda, M. C., & Lomas, E. X. (2019). Control interno de inventario como recuso competitivo en una PyME de Guayaquil. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(87), 860 - 873. doi: <http://dx.doi.org/10.37960/revista.v24i87.24641>

Quinaluisa, N. V., Ponce, V. A., Muñoz, S. C., Ortega, X. F., & Pérez, J. A. (2018). El control interno y sus herramientas de aplicación entre COSO y COCO. *Cofín Habana*, 12(1), 268-283. Retrieved from http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612018000100018

Resolución de Contraloría N.º 122-2016-CG. (2016). *Directiva N° 008-2016-CG/GPROD: Auditoría de desempeño y Manual de auditoria de desempeño*. Lima, Perú: Contraloría General de la República. Retrieved from https://www.inen.sld.pe/portal/documentos/pdf/normas_legales/resoluciones_contraloria/2016/13052016RES%20N%20122-2016-CG.pdf

Ríos, E. L., Fonseca, G., & Inca, A. (2020). Internal control and the level of effectiveness in the organizational management of MSMES. *Revista mktDescubre*, 1(2), 140-148. doi: <http://dx.doi.org/10.36779/mktdescubre/v%23.%23>

Serrano, P., Señalan, L., Vega, F., & Herrera, J. (2018). El control interno como herramienta indispensable para una gestión financiera y contable eficiente en las empresas bananeras del cantón Machala. *Revista Espacio*, 39(03), 30. Retrieved from <https://www.revistaespacios.com/a18v39n03/a18v39n03p30.pdf>

- Skiba, J., Saini, A., & Scott, F. (2018). Sales manager cost control engagement: antecedents and performance implications. *Routledge Taylor & Francis Group*, 39(2), 123–137. doi:<https://doi.org/10.1080/08853134.2018.1548284>
- Talaverano-Vilcas, D., & Paima-Paredes, R. (2018). Caracterización del control interno y la gestión de la Empresa Logística Peruana del Oriente SA, pucallpa, 2016. *In Crescendo*, 9(4), 649-665. Retrieved from <https://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo/article/view/2098>
- Tello, S. (2014). Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país. *Lex*, xii(ii). doi: <http://dx.doi.org/10.21503/lex.v12i14.623>
- Ubillús, J., Tamayo, C., & Zambrano, M. (2016). El control interno como herramienta eficiente en las Pymes de la ciudad de Portoviejo. *Revista ECA Sinergia*, 7(2), 6 - 15. doi:https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v7i2.378
- Valverde, M. T., Huachua, F., De los Santos, C., Solano, T., & Vellón, V. (2017). El sistema de control interno en la gestión financiera de las micro y pequeñas empresas de la provincia de Barranca. *Revistas Infinitum*, 7(1), 65 - 70. Retrieved from <http://revistas.unjfsc.edu.pe/index.php/INFINITUM/article/view/63>
- Villacreses, M. (2017). El capital humano y su incidencia en la gestión de ventas de las Microempresas del Mercado Artesanal. *Revista Empresarial*, 11(41), 33 - 42. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6053448>
- Xiao, L. (2020). The effectiveness of internal control and innovation performance: An intermediary effect based on corporate social responsibility. *PLOS ONE*, 15(6), 1 - 31. doi:<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0234506>

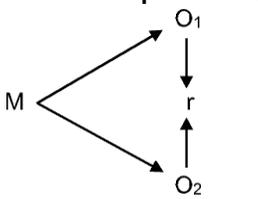
ANEXOS

Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables

Variable s de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Control interno	Quinaluisa, Ponce, Muñoz, Ortega, y Pérez (2018) precisan que el control interno es un proceso que permite salvaguardar los recursos de la organización, aspirando a que se cumplan los objetivos de la misma, tanto en eficiencia como en eficacia de los procesos financieros, administrativos y operativos, además que, busca el cumplimiento de las normas y leyes que se aplican a la organización.	La variable fue evaluada de acuerdo a los 5 componentes y 17 principios del modelo COSO que establece Quinaluisa, Ponce, Muñoz, Ortega, y Pérez (2018), para la cual fue pertinente conocer la percepción de los micro empresarios de Tarapoto.	Ambiente de control	Integridad y valores éticos	Ordinal
				Independencia de la supervisión	
				Estructura organizacional	
				Administración del talento	
				Asignación de responsabilidades	
			Evaluación de riesgos	Objetivos claros	
				Identificación de riesgos	
				Identificación de fraude	
				Respuesta al riesgo	
			Actividades de control	Definición y desarrollo de actividades de control	
				Controles para las tecnologías	
				Despliegue de actividades a través de políticas y procedimientos	
			Información y comunicación	Información de calidad	
Comunicación interna de la información					
Comunicación a terceras partes					
Supervisión	Evaluación del control interno				
	Comunicación de las deficiencias				
Gestión de Ventas	La gestión de ventas es el proceso de desarrollar una fuerza de ventas, coordinar las operaciones de ventas e implementar técnicas de ventas que permitan a una empresa alcanzar de manera constante, e incluso superar, sus objetivos de ventas.	La variable se evaluó en base a cinco factores propuesto por Asencio, Neira, y Gonzales (2018), a través del cual se elaboró un cuestionario que permitió conocer la percepción de los microempresarios en cuanto a la Gestión de Ventas.	Factores Administrativos	Proceso de planificación	Ordinal
				Proceso de organización	
				Proceso de dirección y control	
			Factores Logísticos	Proceso de Abastecimiento	
				Infraestructura	
				Inventario	
			Factores de productividad	Costos de ventas	
				Participación de mercado	
				Rendimiento económico	
			Administración del talento humano	Proceso de selección e inducción	
				Proceso de capacitación y desarrollo	
				Evaluación del desempeño	
			Administración Comercial	Servicio al cliente	
Ofertas promocionales					
Publicidad estratégica					

Anexo 2: Matriz de consistencia

Título: El control interno y la gestión de ventas en el régimen de las micro y pequeñas empresas comerciales de calzado de Tarapoto, 2021.

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Técnica e Instrumentos												
<p>Problema general: ¿Cuál es nivel de relación del control interno y la gestión de ventas en el régimen de las Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021?</p> <p>Problemas específicos: ¿Cuál es la relación del control interno y los factores administrativos en el Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021? ¿Cuál es la relación del control interno y los factores logísticos en el régimen de las Mypes de calzado de Tarapoto, 2021? ¿Cuál es la relación del control interno y los factores de productividad en las Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021? ¿Cuál es la relación del control interno y la administración del talento humano en las Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021? ¿Cuál es la relación del control interno y la administración comercial en la Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021?</p>	<p>Objetivo general: Identificar el nivel de relación del control interno y la gestión de ventas en Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021.</p> <p>Objetivos específicos i) Establecer la relación del control interno y los factores administrativos en el régimen de las Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021. ii) Establecer la relación del control interno y los factores logísticos en el régimen de las Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021. iii) Establecer la relación del control interno y los factores de productividad en las Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021. iv) Establecer la relación del control interno y la administración del talento humano en las Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021. v) Establecer la relación del control interno y la administración comercial en las Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021.</p>	<p>Hipótesis general: Hi: El control interno y la gestión de ventas en el régimen de las micro y pequeñas empresas comerciales de calzado de Tarapoto, 2021, se relacionan significativamente.</p> <p>Hipótesis específicas: Hi₁: El control interno y los factores administrativos en Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021, se relacionan significativamente. Hi₂: El control interno y los factores logísticos en el régimen de las Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021, se relacionan significativamente. Hi₃: El control interno y los factores de productividad en el Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021, se relacionan significativamente. Hi₄: El control interno y la administración del talento humano en el Mypes comerciales de calzado de Tarapoto, 2021, se relacionan significativamente. Hi₅: El control interno y la administración comercial en el micro y pequeñas empresas comerciales de calzado de Tarapoto, 2021, se relacionan significativamente.</p>	<p>Técnica Encuesta</p> <p>Instrumentos Cuestionario.</p>												
Diseño de investigación	Población y muestra	Variables y dimensiones													
<p>Tipo aplicada Nivel correlacional Diseño no experimental</p>  <pre> graph TD M --> O1 M --> O2 O1 --> r O2 --> r </pre>	<p>Población: estuvo conformada por 348 micro y pequeños empresarios del rubro calzado de la ciudad de Tarapoto.</p> <p>Muestra: de acuerdo a la formula aplicada, la muestra que empleo este trabajo de investigación estuvo compuesta por 179 micro y pequeños empresarios del rubro calzado de la ciudad de Tarapoto.</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td rowspan="5" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Control interno</td> <td>Ambiente de control</td> </tr> <tr> <td>Evaluación de riesgos</td> </tr> <tr> <td>Actividades de control</td> </tr> <tr> <td>Información y comunicación</td> </tr> <tr> <td>Supervisión</td> </tr> <tr> <td rowspan="5" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Gestión de Ventas</td> <td>Factores Administrativos</td> </tr> <tr> <td>Factores Logísticos</td> </tr> <tr> <td>Factores de productividad</td> </tr> <tr> <td>Administración del talento humano</td> </tr> <tr> <td>Administración Comercial</td> </tr> </table>		Control interno	Ambiente de control	Evaluación de riesgos	Actividades de control	Información y comunicación	Supervisión	Gestión de Ventas	Factores Administrativos	Factores Logísticos	Factores de productividad	Administración del talento humano	Administración Comercial
Control interno	Ambiente de control														
	Evaluación de riesgos														
	Actividades de control														
	Información y comunicación														
	Supervisión														
Gestión de Ventas	Factores Administrativos														
	Factores Logísticos														
	Factores de productividad														
	Administración del talento humano														
	Administración Comercial														

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

Cuestionario a los comerciantes – Control interno

Estimado comerciante, desde ya agradezco su participación en la evaluación del control interno en las micro y pequeñas empresas comerciales de calzado de Tarapoto, dado ello, se pide total sinceridad con su respuesta en cuanto la interrogante que se presenta, la misma que debe ser valorada de acuerdo a la siguiente escala de medición.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

N°	Ítems	Escala de medición				
<i>Ambiente de control</i>						
1	¿Respalda y se compromete con la integridad y valores éticos para desarrollar correctamente sus actividades comerciales?	1	2	3	4	5
2	¿Se responsabiliza de supervisar el funcionamiento del control interno?	1	2	3	4	5
3	¿Tiene el compromiso de autorizar la estructura organizacional, delegar autoridad y asignar la responsabilidad correspondiente para la consecución de objetivos?	1	2	3	4	5
4	¿Es para usted importante contar con personal competente para el desarrollo del control interno?	1	2	3	4	5
5	¿Delega responsabilidad al personal sobre sus obligaciones con el control interno?	1	2	3	4	5
<i>Evaluación de riesgos</i>						
6	¿Considera importante el establecimiento de objetivos para la identificación de riesgos?	1	2	3	4	5
7	¿Se establece los procedimientos para la identificación y análisis de riesgos?	1	2	3	4	5
8	¿Se considera la posibilidad que se genere actos de fraude u otra irregularidad en las actividades comerciales?	1	2	3	4	5
9	¿Se establece los procedimientos para identificar y analizar los cambios que podrían afectar el control interno?	1	2	3	4	5
<i>Actividades de control</i>						
10	¿Se establecen actividades de control que permitan hacer frente a los riesgos identificados?	1	2	3	4	5
11	¿Se considera la sistematización de las actividades de control?	1	2	3	4	5
12	¿Las actividades de control son implementadas a partir de políticas y procedimientos?	1	2	3	4	5
<i>Información y comunicación</i>						
13	¿Se implementan los medios necesarios para elaborar información pertinente y de calidad?	1	2	3	4	5
14	¿Se comunica al personal toda información relevante sobre el control interno?	1	2	3	4	5
15	¿La información comunicada por los jefes o responsables son necesarias para contribuir a los objetivos del control interno?	1	2	3	4	5
<i>Supervisión</i>						
16	¿Se establecen actividades para la supervisión continua e independiente del control interno?	1	2	3	4	5
17	¿Considera importante la socialización de las deficiencias para tomar medidas correctivas?	1	2	3	4	5

Cuestionario a los comerciantes – Gestión de ventas

Estimado comerciante, desde ya agradezco su participación en la evaluación de la gestión de ventas en las micro y pequeñas empresas comerciales de calzado de Tarapoto, dado ello, se pide total sinceridad con su respuesta en cuanto al interrogante que se presenta, la misma que debe ser valorada de acuerdo a la siguiente escala de medición.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

N°	Ítems	Escala de medición				
<i>Factores administrativos</i>						
1	¿Planifica estratégicamente las actividades del negocio?	1	2	3	4	5
2	¿Organiza las actividades del negocio por funciones y tareas específicas?	1	2	3	4	5
3	¿Realiza control del cumplimiento de las actividades del negocio?	1	2	3	4	5
<i>Factores logísticos</i>						
4	¿Tiene suficientes proveedores para satisfacer el abastecimiento de mercadería de zapatos que se requiera?	1	2	3	4	5
5	¿Tiene infraestructura adecuada para garantizar la calidad de sus productos de ventas de calzado en Tarapoto?	1	2	3	4	5
6	¿Realiza inventario de sus productos para mantener un stock adecuado en relación a la necesidad de ventas de calzado en Tarapoto?	1	2	3	4	5
<i>Factores de productividad</i>						
7	¿Las microempresas tienen costos adecuados de sus productos para satisfacer la necesidad de ventas del calzado?	1	2	3	4	5
8	¿Las microempresas tienen participación de mercado adecuado producto de las ventas de que realizan en el mercado de calzado de Tarapoto?	1	2	3	4	5
9	¿Los microempresarios tienen aceptable rendimiento económico de las ventas de los productos de calzado?	1	2	3	4	5
<i>Administración del talento humano</i>						
10	¿La selección de empleados es realizada por personal con conocimientos técnicos mínimos sobre contratación?	1	2	3	4	5
11	¿Las microempresas de calzado tienen programa de capacitación anual para los trabajadores?	1	2	3	4	5
12	¿Realiza evaluación del desempeño a los trabajadores?	1	2	3	4	5
<i>Administración Comercial</i>						
13	¿Los microempresarios del mercado de calzado se preocupan por la atención y el servicio al cliente?	1	2	3	4	5
14	¿Los microempresarios realizan ofertas promocionales para capturar clientes?	1	2	3	4	5
15	¿Las microempresas del mercado de calzado de Tarapoto realizan publicidad estratégica para mejorar las ventas?	1	2	3	4	5



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: *Alegria Macedo Amanda*
 Institución donde labora : *Gobierno Regional San Martín*
 Especialidad : *Mg. Gestión Pública*
 Instrumento de evaluación : *Cuestionario*
 Autor (s) del instrumento (s): Estudiante 1. RODRIGUEZ CAMPOS NOEMI
 Estudiante 2 PINEDO SILVA KATHERIN

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES					
		1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Gestión de Ventas en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Gestión de Ventas				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Gestión de Ventas					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 45

Tarapoto, 1 de Diciembre de 2020


 Mg. CPC. Amanda Alegria Macedo
 MAT. 19 - 1348

Sello personal y firma



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: *Alegria Macedo Amanda*
 Institución donde labora : *Gobierno Regional San Martín*
 Especialidad : *Mg. Gestión Pública*
 Instrumento de evaluación : *Cuestionario*
 Autor (s) del instrumento (s): Estudiante 1. RODRIGUEZ CAMPOS NOEMI
 Estudiante 2 PINEDO SILVA KATHERIN

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	PUNTAJE				
		1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Gestión de Ventas en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Gestión de Ventas				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Gestión de Ventas					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 45

Tarapoto, 1 de Diciembre de 2020

Mg. CPC Amanda Alegria Macedo
 MAT. 19 - 1348

Sello personal y firma

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Rengifo Pezo Mayte Tatiana
 Institución donde labora : Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento
 Especialidad : Mg. Gestión Pública
 Instrumento de evaluación : Cuestionario
 Autor (s) del instrumento (s): Estudiante 1. Rodríguez Campos, Noemi
 Estudiante 2. Pinedo Silva, Katherin

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestréales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Control Interno en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Control Interno.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Control Interno					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 46

Tarapoto, 09 de diciembre de 2020



C.R.C. Mayte Tatiana Rengifo Pezo
 MAX. 19-1016
 Sello personal y firma

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Rivera Villacorta Jarol
 Institución donde labora : Gobierno Regional San Martín
 Especialidad : Mgtr. Gestión Pública
 Instrumento de evaluación : Cuestionario
 Autor (s) del instrumento (s) : Estudiante 1. Rodríguez Campos, Noemi
 Estudiante 2. Pinedo Silva, Katherin

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Control Interno en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Control Interno				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Control Interno					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL						47

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

EL INSTRUMENTO ES VALIDADO PUEDE SER APLICADO

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 47

Tarapoto, 9 de diciembre de 2020.



Mg. Ing. Jarol Rivera Villacorta
CIP N° 139470

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Rivera Villacorta Jarol
 Institución donde labora : Gobierno Regional San Martín
 Especialidad : Mgtr. Gestión Pública
 Instrumento de evaluación : Cuestionario
 Autor (s) del instrumento (s) : Estudiante 1. Rodríguez Campos, Noemi
 Estudiante 2. Pinedo Silva, Katherin

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Gestión de Ventas en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Gestión de Ventas				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Gestión de Ventas					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						47

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

EL INSTRUMENTO ES VALIDADO PUEDE SER APLICADO

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 47

Tarapoto, 9 de diciembre de 2020.


 Mg. Ing. Jarol Rivera Villacorta
 CIP N° 139470

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Llatanza Pereyra, Rocio
 Institución donde labora : Gobierno Regional San Martín
 Especialidad : Mgtr. Gestión Pública
 Instrumento de evaluación : Cuestionario
 Autor (s) del instrumento (s) : Estudiante 1. Rodríguez Campos, Noemi
 Estudiante 2. Pinedo Silva, Katherin

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Control Interno en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Control Interno				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Control Interno					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL						47

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

EL INSTRUMENTO ES VALIDADO PUEDE SER APLICADO

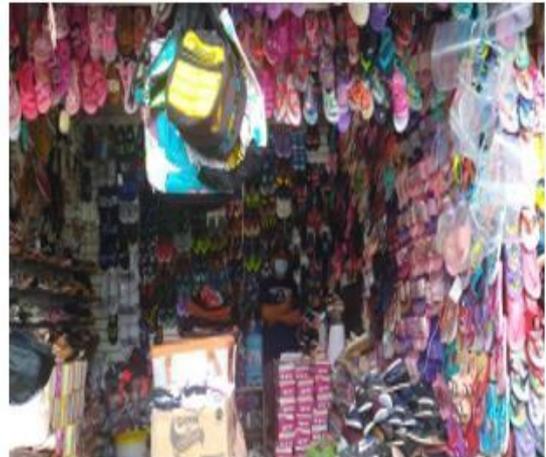
PROMEDIO DE VALORACIÓN:

47



.....
 Mg. Rocio Llatanza Pereyra
 CCPSM Mat. 19 - 0834

Tarapoto, 9 de diciembre de 2020.



Estadístico de confiabilidad

Escala: Control interno

Resumen del procesamiento de los casos

	N	%
Válidos	179	100,0
Casos Excluidos ^a	0	,0
Total	179	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,980	17

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Ci1	43,41	288,839	,842	,979
Ci2	43,50	286,218	,851	,979
Ci3	43,46	289,643	,828	,979
Ci4	43,53	286,632	,854	,978
Ci5	43,48	289,442	,838	,979
Ci6	43,52	287,195	,848	,979
Ci7	43,43	285,449	,860	,978
Ci8	43,42	285,212	,877	,978
Ci9	43,54	286,553	,859	,978
Ci10	43,47	289,318	,838	,979
Ci11	43,47	286,711	,856	,978
Ci12	43,46	286,261	,848	,979
Ci13	43,43	288,314	,824	,979
Ci14	43,42	283,347	,874	,978
Ci15	43,42	285,728	,871	,978
Ci16	43,50	286,015	,860	,978
Ci17	43,48	287,318	,842	,979

Escala: Gestión de ventas

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
	Válidos	179	100,0
Casos	Excluidos ^a	0	,0
	Total	179	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,975	15

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Gv1	37,97	215,072	,855	,973
Gv2	37,87	215,214	,844	,973
Gv3	37,89	214,680	,839	,973
Gv4	38,04	215,796	,840	,973
Gv5	37,94	213,267	,857	,973
Gv6	37,99	218,303	,805	,974
Gv7	37,97	214,482	,859	,973
Gv8	37,92	215,544	,833	,974
Gv9	37,92	215,718	,829	,974
Gv10	38,00	215,674	,827	,974
Gv11	38,01	219,505	,808	,974
Gv12	37,98	212,960	,858	,973
Gv13	37,93	214,344	,864	,973
Gv14	37,93	215,995	,832	,974
Gv15	37,85	214,882	,845	,973