



**Universidad César Vallejo**

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

Incidencia del control interno en la gestión de ventas de la empresa  
Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Contador Público

**AUTORES:**

De la Cruz Aranda, Billy Brayan ([orcid.org/0000-0002-5287-1735](https://orcid.org/0000-0002-5287-1735))

Rodriguez Ubaldo, Leyla Stephany ([orcid.org/0000-0001-9687-739K](https://orcid.org/0000-0001-9687-739K))

**ASESOR:**

Dr. León Alva, Martos Ernesto ([orcid.org/0000-0003-3955-9736](https://orcid.org/0000-0003-3955-9736))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Auditoría

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**HUARAZ - PERÚ**

**2024**



**Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, LEON ALVA MARTOS ERNESTO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - HUARAZ, asesor de Tesis titulada: "Incidencia del control interno en la gestión de ventas de la empresa Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023", cuyos autores son RODRIGUEZ UBALDO LEYLA STEPHANY, DE LA CRUZ ARANDA BILLY BRAYAN, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

HUARAZ, 13 de Julio del 2024

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
LEON ALVA MARTOS ERNESTO <b>DNI:</b> 32980999 <b>ORCID:</b> 0000-0003-3955-9736	Firmado electrónicamente por: MLEONA54 el 15-07- 2024 23:49:23

Código documento Trilce: TRI - 0813160



**Declaratoria de Originalidad de los Autores**

Nosotros, RODRIGUEZ UBALDO LEYLA STEPHANY, DE LA CRUZ ARANDA BILLY BRAYAN estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - HUARAZ, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Incidencia del control interno en la gestión de ventas de la empresa Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
BILLY BRAYAN DE LA CRUZ ARANDA <b>DNI:</b> 73586521 <b>ORCID:</b> 0000-0002-5287-1735	Firmado electrónicamente por: BBCRUZC el 13-07- 2024 20:46:21
LEYLA STEPHANY RODRIGUEZ UBALDO <b>DNI:</b> 71772781 <b>ORCID:</b> 0000-0001-9687-739X	Firmado electrónicamente por: LRODRIGUEZUB el 13- 07-2024 20:51:23

Código documento Trilce: TRI - 0813161

## **Dedicatoria**

Dedicamos este trabajo, ante todo, a Dios, por ser nuestra guía y fortaleza, y por brindarnos las oportunidades y bendiciones necesarias para alcanzar nuestras metas. A nuestros padres, por su amor incondicional, su apoyo constante y sus sacrificios invaluable. A nuestro docente Dr. León Alva Martos Ernesto, por guiarnos con sabiduría y paciencia a lo largo de este camino académico, sus enseñanzas han dejado una huella imborrable en nuestra formación.

## **Agradecimiento**

Con profunda gratitud, expresamos el reconocimiento a la Universidad César Vallejo y a nuestros valiosos docentes, quienes han sido faros en nuestra travesía académica. Agradecemos especialmente a la empresa Servicios Generales Paola EIRL, cuya colaboración y disposición han sido esenciales e invaluable para la realización satisfactoria de este estudio. Esperamos que este análisis impulse su éxito continuo de las empresas en el mercado. ¡Gracias por ser parte de este viaje!

## Índice de contenidos

Declaratoria de Autenticidad del Asesor.....	ii
Declaratoria de Originalidad del Autor .....	iii
Dedicatoria .....	iv
Agradecimiento .....	v
Índice de contenidos.....	vi
Índice de tablas .....	vii
Índice de figuras .....	viii
Resumen .....	ix
Abstract .....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. METODOLOGÍA .....	11
III. RESULTADOS .....	13
IV. DISCUSIÓN.....	40
V. CONCLUSIONES .....	43
VI. RECOMENDACIONES.....	45
REFERENCIAS.....	47
ANEXOS .....	

## Índice de tablas

TABLA 1 RESULTADOS DE LA PRIMERA INTERROGANTE .....	14
TABLA 2 RESULTADOS DE LA SEGUNDA INTERROGANTE .....	15
TABLA 3 RESULTADOS DE LA TERCERA INTERROGANTE.....	16
TABLA 4 RESULTADOS DE LA CUARTA INTERROGANTE.....	17
TABLA 5 RESULTADOS DE LA QUINTA INTERROGANTE .....	18
TABLA 6 RESULTADOS DE LA SEXTA INTERROGANTE .....	19
TABLA 7 RESULTADOS DE LA SÉPTIMA INTERROGANTE.....	20
TABLA 8 RESULTADOS DE LA OCTAVA INTERROGANTE.....	21
TABLA 9 RESULTADOS DE LA NOVENA INTERROGANTE .....	22
TABLA 10 RESULTADOS DE LA DÉCIMA INTERROGANTE .....	23
TABLA 11 RESULTADOS DE LA UNDÉCIMA INTERROGANTE .....	24
TABLA 12 RESULTADOS DE LA DUODÉCIMA INTERROGANTE.....	25
TABLA 13 RESULTADOS DE LA DECIMOTERCERA INTERROGANTE .....	26
TABLA 14 RESULTADOS DE LA DÉCIMO CUARTA INTERROGANTE .....	26
TABLA 15 RESULTADOS DE LA DÉCIMO QUINTA INTERROGANTE .....	27
TABLA 16 RESULTADOS DE LA DECIMOSEXTA INTERROGANTE .....	28
TABLA 17 RESULTADOS DE LA DECIMOSÉPTIMA INTERROGANTE .....	29
TABLA 18 RESULTADOS DE LA DECIMOCTAVA INTERROGANTE .....	30
TABLA 19 RESULTADOS DE LA DECIMONOVENA INTERROGANTE.....	31
TABLA 20 RESULTADOS DE LA VIGÉSIMA INTERROGANTE .....	32
TABLA 21 CORRELACIÓN ENTRE EL CONTROL INTERNO Y LA GESTIÓN DE VENTAS.....	34
TABLA 22 CORRELACIÓN ENTRE EL AMBIENTE DE CONTROL Y LA GESTIÓN DE VENTAS .....	35
TABLA 23 CORRELACIÓN ENTRE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN CON LA GESTIÓN DE VENTAS .....	36
TABLA 24 CORRELACIÓN ENTRE LA EVALUACIÓN DE RIESGOS Y LA GESTIÓN DE VENTAS .....	37
TABLA 25 CORRELACIÓN ENTRE LA ACTIVIDAD DE CONTROL Y LA GESTIÓN DE VENTAS .....	38
TABLA 26 CORRELACIÓN ENTRE LA SUPERVISIÓN Y LA GESTIÓN DE VENTAS .....	39

## Índice de figuras

FIGURA 1 RESULTADOS EN PORCENTAJE DE LA PRIMERA INTERROGANTE .....	14
FIGURA 2 RESULTADOS EN PORCENTAJE DE LA SEGUNDA INTERROGANTE.....	15
FIGURA 3 RESULTADOS EN PORCENTAJE DE LA TERCERA INTERROGANTE.....	16
FIGURA 4 RESULTADOS EN PORCENTAJE DE LA CUARTA INTERROGANTE.....	17
FIGURA 5 RESULTADOS EN PORCENTAJE DE LA CUARTA INTERROGANTE .....	18
FIGURA 6 RESULTADOS EN PORCENTAJE DE LA SEXTA INTERROGANTE .....	19
FIGURA 7 RESULTADOS EN PORCENTAJE DE LA SÉPTIMA INTERROGANTE .....	20
FIGURA 8 RESULTADOS EN PORCENTAJE DE LA OCTAVA INTERROGANTE.....	21
FIGURA 9 RESULTADOS EN PORCENTAJE DE LA NOVENA INTERROGANTE .....	22
FIGURA 10 RESULTADOS EN PORCENTAJE DE LA DÉCIMA INTERROGANTE .....	23
FIGURA 11 RESULTADOS EN PORCENTAJE DE LA UNDÉCIMA INTERROGANTE.....	24
FIGURA 12 RESULTADOS EN PORCENTAJE DE LA DUODÉCIMA INTERROGANTE.....	25
FIGURA 13 RESULTADOS EN PORCENTAJE DE LA DECIMOTERCERA INTERROGANTE .....	26
FIGURA 14 RESULTADOS EN PORCENTAJE DE LA DÉCIMO CUARTA INTERROGANTE .....	27
FIGURA 15 RESULTADOS EN PORCENTAJE DE LA DECIMOQUINTA INTERROGANTE .....	28
FIGURA 16 RESULTADOS EN PORCENTAJE DE LA DECIMOSEXTA INTERROGANTE.....	29
FIGURA 17 RESULTADOS EN PORCENTAJE DE LA DECIMOSÉPTIMA INTERROGANTE .....	30
FIGURA 18 RESULTADOS EN PORCENTAJE DE LA DECIMOCTAVA INTERROGANTE .....	31
FIGURA 19 RESULTADOS EN PORCENTAJE DE LA DECIMONOVENA INTERROGANTE .....	32
FIGURA 20 RESULTADOS EN PORCENTAJE DE LA VIGÉSIMA INTERROGANTE .....	33



## **Resumen**

La investigación tuvo como objetivo principal, determinar la incidencia del control interno en la gestión de ventas de la empresa Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023; correspondió a una investigación de tipo cuantitativo de enfoque no experimental y de diseño descriptivo correlacional; tuvo como población a 35 colaboradores de la compañía Servicios Generales Paola EIRL; entre sus principales resultados tenemos: 100% de colaboradores consideraron de importancia el ambiente de control, así mismo, la información y comunicación, y de igual manera, evaluaciones periódicas para identificar y mitigar riesgos, y finalmente implementar procesamientos de control en el área de ventas; y el 80% de importancia a la supervisión en esta área.

**Palabras clave:** Control Interno, Gestión de ventas, servicio

## **Abstract**

The main objective of the research was to determine the incidence of internal control in the sales management of the company Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - year 2023; It corresponded to a quantitative research with a non-experimental approach and a descriptive correlational design; Its population was 35 employees of the company Servicios Generales Paola EIRL; Among its main results we have: 100% of collaborators considered the control environment to be important, as well as information and communication, and likewise, periodic evaluations to identify and mitigate risks, and finally implement control processes in the sales area. ; and 80% importance to supervision in this area.

**Keywords:** Internal Control, Sales Management, service

## I. INTRODUCCIÓN

El control interno en el mundo empresarial jugó un papel importante en la gestión de la misma, puesto que permitió en todo momento, con un buen sistema y apropiado control interno de salvaguardar los intereses en la empresa, facilitando así cumplimiento de objetivos predeterminados y la consecución de las metas propuestas; en particular, en el área de ventas, ayudaron siempre a ser mejores y buscando siempre la maximización de estas que ayuden en todo momento al ansiado objetivo económico de obtener las mayores utilidades y satisfaciendo la necesidad de los consumidores. Problemática que la investigación planteada se propuso estudiar.

La gestión empresarial se manifestó a través de diversos procesos clave que influyeron directamente el rendimiento de la firma. Uno de estos procesos abarca una serie de elementos esenciales que permiten a una empresa operar de manera eficiente y efectiva. Estos componentes abarcan aspectos como la gestión y supervisión, operaciones de control, evaluación de riesgos y comunicación ( Tunque Suyo, 2021)

En el ámbito internacional, la experiencia de Ferretería Vargas en Ambato, Ecuador, destaca la importancia crítica de una gestión empresarial robusta y eficiente en el ámbito internacional. En un entorno competitivo y dinámico, influenciado por la globalización y las fluctuaciones económicas, la implementación de estrategias efectivas de gestión empresarial emerge como un fundamento esencial para asegurar la rentabilidad y el crecimiento sostenible de las organizaciones. Desde la optimización de recursos hasta la adaptación ágil a los cambios del mercado, la gestión empresarial eficaz capacita a las organizaciones para enfrentar desafíos y aprovechar oportunidades en un contexto globalizado, según (Vargas, 2020)

En el contexto peruano, la gestión empresarial se erige como un pilar fundamental para impulsar la competitividad y rentabilidad de las empresas. Desde la meticulosa planificación estratégica hasta el exhaustivo control de procesos, cada aspecto, planificación, organización, dirección y control contribuye al éxito empresarial. Este análisis subraya la relevancia de una

administración eficaz para sobresalir y prosperar en el dinámico mercado nacional peruano, (Quispe & Bellido, 2020).

Los controles internos son cruciales porque pueden contribuir al logro de los objetivos de una organización y salvaguardar sus recursos, incluida la identificación y prevención del fraude, la mejora operativa y el cumplimiento de reglas y políticas internas (Br. Roa Quintana, 2021). En un mercado empresarial cada vez más competitivo, la habilidad de una empresa para mantenerse y crecer puede depender de qué tan bien funcionen sus controles internos.

Según lo destacado por el estudio internacional llevado a cabo por (Patricio & Ramírez , 2021), en Chimborazo, Ecuador, se enfatiza la relevancia del control interno como un elemento crucial para cumplir con los objetivos de la organización y proteger los recursos. Se reconoce que los controles internos son esenciales para detectar y prevenir el fraude, optimizar las operaciones y asegurar el cumplimiento de las normativas internas. En un contexto empresarial cada vez más competitivo, la efectividad de los controles internos puede resultar determinante para la capacidad de una empresa de mantenerse y crecer (Goicochea Junco & Romero Giraldo, 2021)

En el escenario nacional, el control interno, tal como lo indican (Jimenez, 2020), se posiciona como un componente fundamental para una gestión empresarial efectiva. La ausencia de este sistema de supervisión y orientación conlleva el riesgo de ineficiencias operativas y pérdidas financieras. Además, al alinear las metas de la organización mediante las actividades cotidianas, el control interno contribuye a mitigar los riesgos inherentes. Es esencial ajustar este mecanismo de control a las necesidades particulares de cada empresa para garantizar su rendimiento óptimo.

En el contexto específico la razón Servicios Generales Paola EIRL, especializada en la comercialización de productos de construcción y herramientas de ferretería, en la ciudad de Huaraz, se han identificado situaciones en la gestión de ventas que requieren una evaluación empleando el control interno. Los clientes de la empresa han experimentado una atención regular en el proceso de compra, junto con la falta de claridad en la información proporcionada sobre los productos y las promociones vigentes.

Estos problemas han tenido un efecto directo en el rendimiento de ventas de la compañía, ya que muchos clientes se mostraron insatisfechos y, como resultado, las cotizaciones frecuentemente no culminaron en una venta exitosa. Además, la empresa no ha logrado comunicar de manera efectiva las ofertas y promociones disponibles para captar y mantener a los clientes.

Para abordar estas problemáticas, se propuso el siguiente problema ¿Qué impacto tiene el control interno en la gestión comercial de la empresa Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023? En este contexto, Se identificaron los siguientes aspectos particulares: Este estudio tiene como objetivo investigar los siguientes aspectos del impacto del ambiente de control en la gestión de ventas de Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz en el año 2023: i) Impacto de la información y comunicación en la gestión de ventas; ii) Impacto de la evaluación de riesgos en la gestión de ventas de Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz en el año 2023; iv) Impacto de las actividades de control en la gestión de ventas de Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz en el año 2023? iii) ¿Cómo impacta la evaluación de riesgos en la gestión de ventas de Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz en el año 2023? iii) ¿Cómo afecta la evaluación de riesgos a Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023? iv) ¿Cómo afectan las actividades de control a Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023? v) ¿Cómo afecta la supervisión a Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023? vi) ¿Cómo afecta la supervisión a los Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023? vii) ¿Cómo afecta la evaluación de riesgos a los Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023? viii) ¿Cómo afectan las actividades de control a los Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023?

Esta investigación se justificó en múltiples niveles. Desde una justificación social, el foco de esta investigación está en examinar el control interno y su incidencia en la gestión de ventas de la organización, Servicios Generales Paola EIRL, una empresa local de Huaraz. La trascendencia social del estudio ha realizado radicó en la capacidad para abordar deficiencias en la gestión de ventas que pueden afectar tanto a la empresa como a la comunidad. Potenciar la gestión de ventas y fortalecer el control interno para lograr el éxito empresarial y la contribución al crecimiento económico local al fortalecer la empresa y crear oportunidades de empleo. Desde un punto de justificación teórica, este estudio

busca comprender el enlace que relaciona afecta la gestión de ventas. Este estudio proporcionó una visión clara de las áreas de mejora dentro de la organización y sus actividades comerciales. Además, profundizó en el entendimiento teórico de la importancia del control interno en el entorno empresarial afecta la gestión de ventas, se llevó a cabo un análisis respaldado por información sólida y concisa.

De esta manera, Determinar la prevalencia del control interno en la gerencia de ventas de Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz, en el año 2023 fue el objetivo principal. Simultáneamente se plantearon los siguientes objetivos puntuales: i) Determinar la prevalencia del ambiente de control en Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz, en la gerencia de ventas para el año 2023. ii) Determinar la frecuencia de contacto e información en la gerencia de ventas de Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz, en el año 2023. iii) Determinar la frecuencia de contacto e información en los Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz, en la gerencia de ventas en el año 2023. iv) Conocer la prevalencia del control interno en los Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz, en el año 2023, en la gerencia de ventas, iii) Determinar la frecuencia de evaluación de riesgos en la gestión de ventas de Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023; iv) Determinar la frecuencia de actividades de control en la gestión de ventas de Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023; v) Definir la frecuencia de supervisión en la gestión de ventas de Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023.

Se realizaron diversos análisis previos relacionados con investigación. A escala mundial, (Serrano Carrión, 2022) en su investigación titulada “El control interno como herramienta indispensable para una gestión financiera y contable eficiente en las empresas bananeras del cantón Machala”. El objetivo principal de esta investigación fue determinar la utilidad de los controles como una herramienta crucial para lograr una administración financiera y contable eficaz en las empresas dedicadas a la producción de banano en el estado de Machala. Los pilares de este estudio abarcaron un enfoque cuantitativo y un diseño que se centró en revisar la literatura, documentos y descripciones. Se decidió realizar un estudio de campo para investigar los procedimientos de control interno utilizados por las grandes empresas bananeras en Machala. Con base en el

estudio, quedo claro que monitorear las actividades de la dirección de la organización especialmente Machala, es muy importante para brindar capacitación e información financiera confiable a los gerentes. Después del análisis, se ha determinado que la compañía bananera ubicada en la ciudad de Machala cumple principalmente cumpliendo con los requisitos del control interno, asegurando la legalidad y la precisión de la información relacionada con sus actividades y operaciones.

Asimismo, según (Ambuludí Cando, 2021) en el estudio realizado tiene como título “Control interno de inventarios y su incidencia en la rentabilidad de la ferretería centro ferretero Lumbaquí situada en la provincia de Sucumbíos, Cantón Gonzalo Pizarro.”, el propósito central es para mejorar las operaciones en la cuenta de inventario del Centro Ferretero Lumbaquí, se está creando un sistema de controles internos, lo que condujo a descubrir diversos fallos que se mejoran con el estudio respectivo. El control interno de inventarios afecta a la rentabilidad de la decimotercera empresa, según los resultados de este análisis, que se sustenta en la labor de campo e investigación bibliográfica. Como resultado, la propuesta de Lumbaquí fue el foco principal. El estudio se realizó para probar la hipótesis y garantizar que las recomendaciones se implementaran correctamente. Se sugiere instaurar el sistema interno de control de inventarios de una ferretería.

De manera Nacional, según (Flores Lanares & Shupingahua Piña, 2019) mediante su investigación bajo el epígrafe “Control interno y su incidencia en la gestión de ventas de la compañía Exportadora Sheryl’sk Trading SAC, Juanjuí 2019” El objetivo principal de este estudio es determinar la frecuencia con la que se aplica supervisión interna en la gestión de las operaciones de ventas en la Compañía, Juanju 2019. La investigación se categorizó como no experimental y aplicada, con un enfoque descriptivo. Estaba claro que representaba un nivel bajo como resultado del incumplimiento de las directrices para la comercialización establecidas por la dirección y del incumplimiento de los controles internos, lo que tuvo un efecto adverso en la capacidad del negocio para crecer económica y financieramente. El control interno es, como se dijo anteriormente, un conjunto de funciones y acciones comerciales que se centran en la coordinación y gestión interna.

De manera Local, (Garay Anaya, 2021) se menciona en su trabajo de investigación titulado “Control Interno y la Gestión Financiera de la Municipalidad Provincial de Huaraz, 2021”, con el propósito de conocer la conexión entre el control interno del municipio en estudio y la gestión financiera. Se basó en una metodología cuantitativa correlacional y no experimental. Los ciudadanos se determinaron que fueron los 151 colaboradores administrativos. Según los porcentajes examinados, se rechazó la hipótesis nula, como resultado, la hipótesis del investigador sostiene una fuerte correlación entre las variables de control intra y gestión financiera. Además, el municipio estudiado implementó y se llevaron a cabo reuniones y sesiones de discusión sobre la responsabilidad individual de cada persona en cuanto al control interno, esto conduce a la conclusión de que la distribución del contenido no es normal respecto de cada variable examinada.

Asimismo, (Mendoza Ramirez, 2020) en base a esta investigación denominada “Control interno de inventario y su influencia en la rentabilidad de la empresa grupo Tassedo SAC Huaraz - 2020”. El propósito general de este estudio consistió en analizar el impacto de la variable uno hacia la variable dos de la compañía. Este fue el objetivo general de la investigación realizada en Huaraz en el año 2018, con este fin, se aplicó un enfoque cuantitativo y se planificó una investigación de estudio de caso con un enfoque interpretativo, complementado con un análisis estadístico descriptivo que abarcó un período transversal. Para este estudio, se seleccionó el departamento administrativo de la compañía, como el foco principal de investigación y se optó por un muestreo no probabilístico debido a que no se tenía la intención de extrapolar los resultados a un nivel más amplio, para recopilar información, se emplearon diversas herramientas, que incluyeron la recolección de datos, la ejecución de encuestas, entrevistas y el análisis de los estados financieros. Según los encargados de la división administrativa de la compañía y el gerente, una investigación indicó que la empresa tiene deficiencias en su control interno, por lo que no pueden controlar eficazmente su inventario. Como resultado, después de examinar tanto los estados financieros como los indicadores de rentabilidad, se concluyó que la escasa rotación de inventarios tiene un efecto desfavorable en las ganancias de la organización.



Según (Bacallao H, 2019) afirma que el control interno, que incluye los planes organizacionales, se trata de una herramienta de gestión que se emplea con el fin de proporcionar un nivel adecuado de certeza en el cumplimiento de los propósitos previamente establecidos por una organización, así como en la coordinación y supervisión de los métodos, procedimientos y medidas implementados dentro de la entidad que protege sus activos y mejora la precisión y confiabilidad de los datos contables, respalda y evalúa la eficiencia operativa y el cumplimiento del plan, y fomenta el cumplimiento de los estándares, prácticas y regulaciones establecidos. Cada director de la organización es encargado de garantizar la eficacia del sistema de control interno, así como de supervisar y mantener su continua revisión y mejora.

El control se convierte en una función, su objetivo es garantizar el logro de las metas y estrategias establecidas durante la fase de planificación. El control se concentra en la acción, de manera similar a lo que ocurre en la última fase formal del proceso de gestión, se busca que los resultados obtenidos en las etapas anteriores sean coherentes con los objetivos planificados. Entonces, el primer requisito de esta función es la existencia de un objetivo predeterminado. La pregunta es cuáles son los objetivos de la empresa. Es complicado proporcionar una respuesta definitiva ya que la empresa no decide ni formula sus metas específicas. Son sus directivos, llamados Dirección, los responsables establecer. Es verdad que toda organización requiere cumplir ciertas cosas requisitos para la supervivencia, al igual que la rentabilidad, el crecimiento y la solvencia. Los gestores de las prioridades de la empresa, que a su vez se fijan en beneficio de otros grupos, inciden en la importancia relativa de estos parámetros, en pro de otros conjuntos, empleados, consumidores, accionistas, proveedores y, en términos generales, en beneficio de, las comunidades en las que opera la organización. (Pérez, López, & Ramírez, 2021)

Según (Bacallao H, 2019) nos indicó que el marco conceptual COSO incluye un conjunto de parámetros para evaluar la eficacia del control interno y, por ende, identificar los sistemas existentes dentro del sistema, teniendo en cuenta los aspectos integrados en la elaboración del marco de gestión interna de cada organización señala cinco componentes que suelen estar

interconectados. Algunas áreas de una organización involucran criterios de gestión y evaluación. Estos componentes son:

- ❖ Ambiente de Control: Se debe tener en cuenta el entorno o entorno de control ya que proporciona un marco para el fomento del desarrollo de medidas y representa la perspectiva de la dirección abordando la relevancia del control interno y cómo afecta a las operaciones y al éxito de la empresa. Todas las normativas, políticas y regulaciones consideradas esenciales para su adecuada implementación y desarrollo.
- ❖ Evaluación de riesgos: Objetivo principal del control interno radica en mitigar los riesgos que impactan en las operaciones de la compañía. Con este fin, es necesario centrarse en los riesgos y actividades organizacionales (internos y externos) y adquirir conocimientos prácticos sobre la empresa y sus componentes para identificar debilidades.
- ❖ Medidas de control: Cada nivel aplica medidas de control y áreas de la empresa, incluyendo la dirección a cada nivel. Este proceso se inicia mediante la elaboración de un diagrama de riesgos, como se detalló en la sección anterior. Una vez reconocidos los riesgos, se establecen controles para evitarlos o minimizarlos.
- ❖ Información y Comunicación: Los individuos encargados de la gestión y control deben estar informados de manera oportuna sobre los asuntos relacionados con sus responsabilidades. Cada función debe estar claramente detallada y comprender los temas relacionados con la responsabilidad individual en el sistema de controles internos.
- ❖ Supervisión o Monitoreo: Este procedimiento implica la evaluación continua de la efectividad de los controles internos a lo largo del tiempo. Es importante monitorear los controles internos para evaluar si están funcionando como se espera y si se necesitan cambios. La vigilancia directa y continua es un tipo de vigilancia permanente que llevan a cabo varias organizaciones gubernamentales.

Asimismo, manteniendo el enfoque local de la investigación, se presenta a (Mozombite, 2020) en la investigación que realizó menciona la finalidad de identificar la importancia de las constantes en las empresas privadas. Esta

investigación se realizó de forma descriptiva, la cual presenta una muestra conformada por documentación de diversas empresas, aquel instrumento fue aplicado dentro del análisis documental. Por último, dio a conocer que la relevancia de realizar supervisión interna en las empresas es parte de la auditoría evaluar a eficiencia de los procesos con las cuales se quiere llegar a cumplir diversos objetivos, y poder reducir los riesgos y tomar decisiones.

Reforzando el contexto, (Camacho Elera, 2019) nos menciona en su proyecto de investigación, cuyo objetivo principal era, determinar si existía una relación de sus variables: gestión de ventas y rentabilidad. Dicha investigación se realizó de manera descriptiva, teniendo como muestra 5 empresas privadas, asimismo, el instrumento utilizado fue la entrevista. Pues finalmente se determinó que las variables inciden significativamente debido a que las empresas ejecutadas redujeron los niveles en sus ventas con evolución de la diligencia de ventas. Dentro de la investigación consideramos el desarrollo de la diligencia de ventas, como una herramienta de la gestión comercial para poder atender las necesidades de clientes, que desean adquirir un bien o servicio por parte de una entidad comercial. Nos indica (Chipana Ríos, 2021) que todo ello con el propósito de satisfacer y al mismo tiempo las entidades puedan desarrollarse. De este modo se realizó el análisis del consumidor, donde se plasma un análisis al posible cliente para reconocer que necesidades presenta y de qué manera con los productos se puede lograr satisfacer dichas necesidades o deseos.

Con respecto a la promoción de ventas como parte de las variables tenemos el argumento de, (Pérez, López, & Ramírez, 2021) quienes indican, mediante este paso el agente de ventas debió ofrecer los beneficios y concretar la venta con el cliente. Dentro de la promoción de ventas se va a evaluar el desenvolvimiento del vendedor, como su cualidades y habilidades para desempeñarse proactivamente con todos los clientes. Asimismo, es importante poder establecer estrategias para desarrollar de manera más planificada un desarrollo en las ventas, para que de esta manera se pueda cumplir con la finalidad de incrementar y asegurar ventas. Por consiguiente, es recomendable emplear y adquirir curso o capacitaciones para poder preparar de manera eficaz

a los colaboradores quienes abordaran un espacio clave que impulsa en el crecimiento de la empresa.

Siguiendo con el punto de las ventas, (Pérez, López, & Ramírez, 2021) manifiestan que es importante establecer un contacto amical con el cliente, para poder obtener la confianza, donde este mismo pueda entender la explicación de los beneficios del producto, que fue beneficioso para tal y que esto ayudó a que cumpla su necesidad y sienta satisfacción por parte del vendedor, esto conllevó a que crezca la imagen del vendedor debido a que de manera indirecta el cliente se sintió contribuido por el agente de ventas.

La hipótesis general planteada para el problema investigado es la siguiente:  $H_1$  - En Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023, existe una considerable incidencia del control interno en la gestión de ventas. Por otra parte, como hipótesis nula se desarrolló:  $H_0$  - Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz, no presenta instancias de control interno en su gestión de ventas al año 2023.

## II. METODOLOGIA

Naturaleza y estructura del estudio del proyecto se clasifica como aplicada y se dirigió a la implementación práctica, de teorías generales en contextos concretos, en la cual se destinan a solucionar concretamente las obligaciones que se plantea la entidad mediante los controles internos, el enfoque es cuantitativo lo cual nos orienta a entender los problemas, para poder analizarlos desde la perspectiva de los usuarios y los clientes, así determinar el efecto del control interno en la administración de ventas, pues desde el enfoque de los participantes, se aplica una comparación para poder brindar recomendaciones a la entidad en ciertos controles de gestión. Asimismo, presentara un nivel descriptivo ya que menciona las propiedades y procedimientos de las actividades llevadas a cabo dentro de un período de tiempo predeterminado. Por último, el diseño del proyecto es no experimental, debido a que sus variables en estudio no tuvieron manipulación intencionada, tampoco un grupo de control experimental, debido a que después de los hechos y situaciones desarrolladas se observó y se admitió los sucesos.

Como definición conceptual de las variables, control interno y gestión de ventas, se consideró las indicadas en la matriz de operacionalización. (Quintana & Sotomayor, 2019) sostiene que el control interno es un sistema de controles, incluyendo políticas y procedimientos, que una organización utiliza para asegurar la protección de sus recursos, garantizar la exactitud de sus registros financieros, maximizar la eficacia operativa y cumplir con las reglas y regulaciones. Su propósito es establecer una base sólida para la toma de decisiones y la gestión de riesgos, fomentando la transparencia y la responsabilidad en toda la organización. Como definición conceptual de la variable gestión de ventas, (Palma, 2019) afirmó que la gestión de ventas es un procedimiento estratégico y operativo que abarca la elaboración de planes, la organización, el liderazgo y la supervisión de todas las actividades vinculadas a la comercialización de productos o servicios de una empresa. Su objetivo principal es mejorar la efectividad y la productividad de las ventas, desde la identificación de clientes potenciales hasta la finalización de las transacciones (Nicole & Romero , 2019). El control interno utilizó como dimensiones a sus componentes y El análisis del cliente, la promoción de ventas y el seguimiento son los tres pilares de la gestión

de ventas. Para los investigadores, esto conlleva a la elección y formación de equipos de ventas, el diseño de estrategias de mercadotecnia, la supervisión de las interacciones con los clientes y la evaluación continuo de los resultados de ventas con el objetivo de alcanzar las metas comerciales de la compañía.

La muestra se compuso de 35 empleados que trabajan en diversas áreas en corporación Servicios Generales Paola EIRL, de acuerdo con los datos registrados en el departamento de recursos humanos. En la determinación de la muestra implicó seleccionar un grupo más pequeño dentro de una población, es decir, definir claramente a quiénes se está estudiando y luego utilizar los resultados de este grupo pequeño para hacer afirmaciones más amplias sobre la población en su conjunto ( Diaz Rojas & Lozano Paredes , 2020). Se utilizó como criterio de inclusión a los empleados de las áreas de administración, contabilidad, ventas, finanzas y almacén, que conocen la problemática de la investigación y como criterio de exclusión a los trabajadores diferentes a las áreas mencionadas, es decir que desconocen del tema en estudio. La muestra estuvo constituida por 25 colaboradores que se encontraron dentro de las áreas de administración, contabilidad, ventas y almacén, que tienen conocimiento del tema objeto de estudio, los que han sido seleccionados de manera no probabilística, es decir, por conveniencia; reafirmando lo sostenido por (Cortez Ortiz, 2019)

Se empleó la encuesta como técnica de recolección de datos, proporcionando información para el estudio, tal como lo afirmó (Ortega, 2020) a fin de recoger datos de la fuente primaria que son los trabajadores de las áreas arriba mencionadas utilizando preguntas que infieren los ítems y de los indicadores de las correspondientes dimensiones (Tipo Mamani, 2022). El cuestionario comprendió interrogantes de 20 ítems, tipo escala de Likert. El cuestionario, instrumento utilizado para recoger la información de la muestra, fue validado por el método de los expertos y por el alfa de Cronbach para medir su consistencia interna; donde se consideró 10 ítems para cada variable, los cuales fueron aplicados a los colaboradores de la empresa Servicios Generales Paola EIRL - Huaraz.

Como métodos para el análisis de datos, se utilizó software estadístico SPSS, versión 25 a fin de tabular las respuestas planteadas en el cuestionario

tipo escala de Likert, con valores que fueron del 1 al 5 dependiendo de la respuesta a la interrogante. El software SPSS, permitió una base de datos que posteriormente permitió la elaboración de tablas y gráficos para su análisis correspondiente a través de los objetivos específicos propuestos y la contrastación de la hipótesis que dieron origen a las conclusiones y posteriores recomendaciones.

Como aspectos éticos, se consideró al principio de integridad moral, que fue primordial en este estudio, asegurando la veracidad en La recolección de datos y la gestión de la información de manera transparente y honesta (Vidal Salinas, 2020). Además, se enfatizó en la confidencialidad como un pilar ético central, priorizando la seguridad y confidencialidad de la información de los involucrados. Por último, se promovió activamente el principio de equidad, garantizando así, que todos los participantes en la investigación hayan sido tratados equitativamente, respetando en todo momento sus derechos y su dignidad.

### III. RESULTADOS

Del objetivo específico 01: Establecer la incidencia en el ambiente de control en la gestión de ventas de la empresa Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023.

**Tabla 1:** ¿Estás de acuerdo en que la alta dirección de la empresa debería fomentar un entorno laboral en el área de ventas que esté fundamentado en valores y ética?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%

En desacuerdo	0	0%
Neutral	0	0%
De acuerdo	14	56%
Totalmente de acuerdo	11	44%
Total	25	100%

Tabla 1 Resultados de la primera interrogante

**Figura 1:** ¿Estás de acuerdo en que la alta dirección de la empresa debería fomentar un entorno laboral en el área de ventas que esté fundamentado en valores y ética?

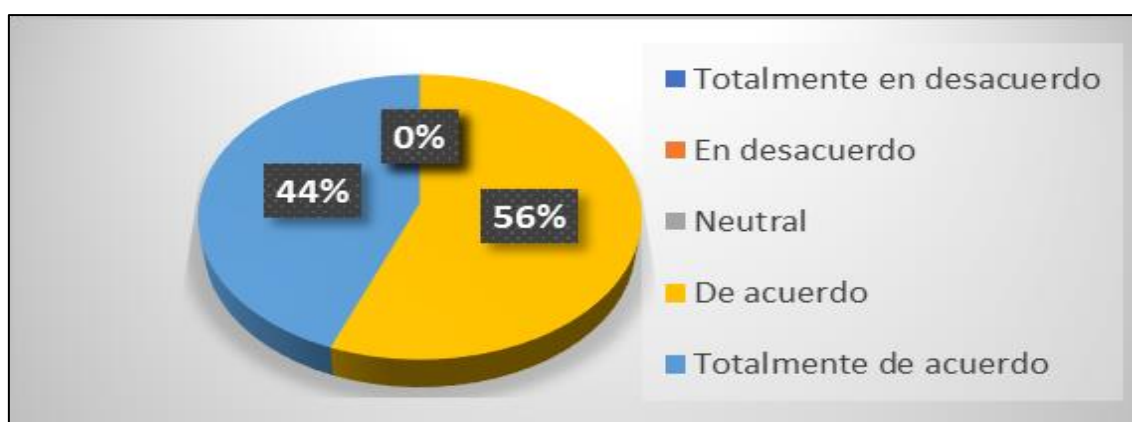


Figura 1 Resultados en porcentaje de la primera interrogante

**Interpretación:** Los resultados de la pregunta CI-01 muestran que el 100% de los encuestados está de acuerdo en que la alta dirección debería fomentar un entorno laboral en el área de ventas basado en valores y ética, con un 56% "de acuerdo" y un 44% "totalmente de acuerdo". Esta unanimidad destaca la importancia que los empleados otorgan a la ética y los valores en su entorno de trabajo, sugiriendo que estas prácticas son fundamentales para la moral y el rendimiento del equipo de ventas.

**Tabla 2:** ¿Estás de acuerdo en que la dirección de la compañía debería promover un ambiente laboral eficaz y eficiente mediante la innovación de nuevas actividades en el área de ventas?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Neutral	0	0%



De acuerdo	12	48%
Totalmente de acuerdo	13	52%
Total	25	100%

Tabla 2 Resultados de la segunda interrogante

**Figura 2:** ¿Estás de acuerdo en que la dirección de la compañía debería promover un ambiente laboral eficaz y eficiente mediante la innovación de nuevas actividades en el área de ventas?

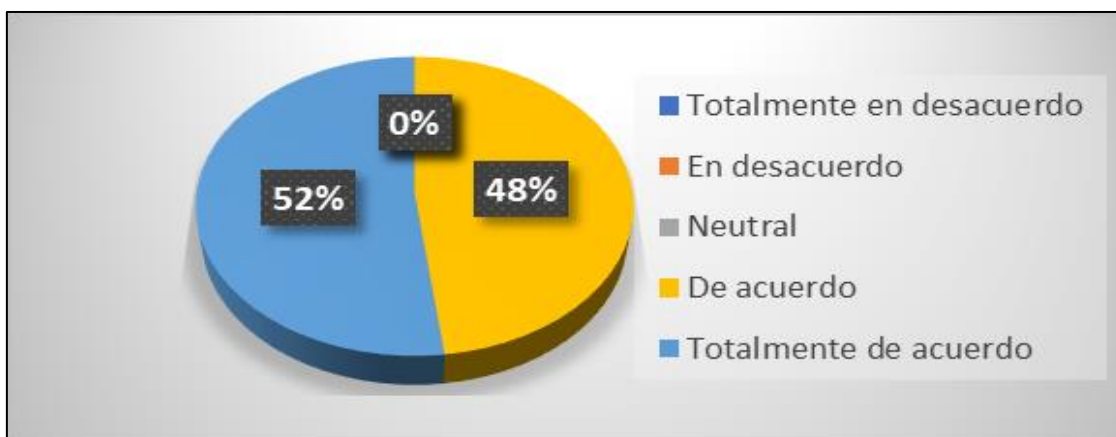


Figura 2 Resultados en porcentaje de la segunda interrogante

**Interpretación:** La tabla muestra que en la pregunta CI-02, el 48% de los participantes está de acuerdo, mientras que el 52% está totalmente de acuerdo con la afirmación. No se registraron respuestas en las categorías de desacuerdo, en desacuerdo o neutralidad. Esto sugiere una alta aceptación de la idea presentada en la encuesta, con la mayoría de los encuestados mostrando acuerdo o acuerdo total. Sería importante profundizar en las motivaciones detrás de estas respuestas para comprender mejor la perspectiva de los participantes en relación con el tema abordado.

El segundo propósito específico es determinar la frecuencia de información y comunicación en la gerencia de ventas de Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz, en el año 2023.

**Tabla 3:** ¿Según tu criterio, estás de acuerdo con el nivel de información y comunicación empleada por el área de ventas?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	12%

En desacuerdo	17	68%
Neutral	5	20%
De acuerdo	0	0%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	25	100%

Tabla 3 Resultados de la tercera interrogante

**Figura 3:** ¿Según tu criterio, estás de acuerdo con el nivel de información y comunicación empleada por el área de ventas?

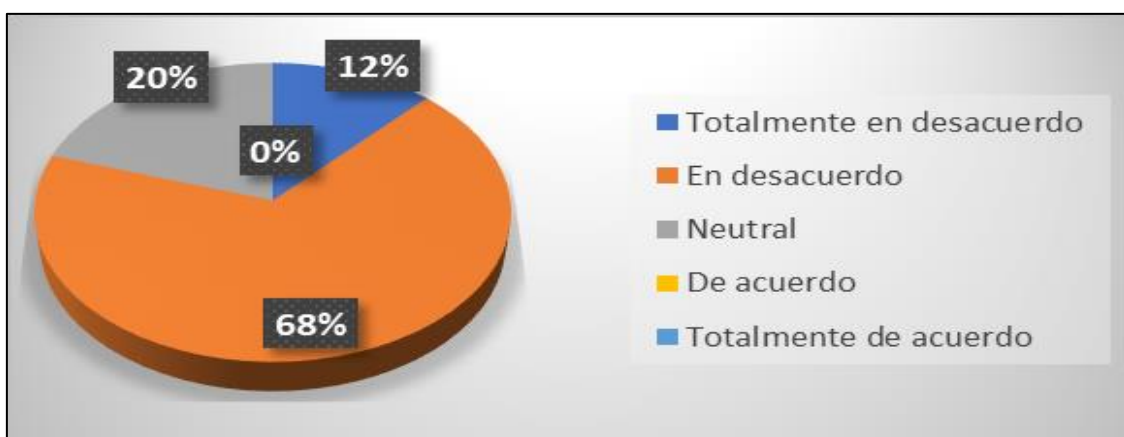


Figura 3 Resultados en porcentaje de la tercera interrogante

**Interpretación:** En la pregunta CI-03, se muestra que el 80% de los encuestados están insatisfechos con el grado de comunicación e información en el ámbito de las ventas, mientras que el 20% se mantiene neutral. No hay encuestados que expresen satisfacción. Esto indica una fuerte tendencia hacia el desacuerdo entre los encuestados, con una mayoría significativa mostrando algún grado de insatisfacción con la idea planteada en la encuesta.

**Tabla 4:** ¿Qué tan de acuerdo estás con la idea de que la calidad de la información y la comunicación influyen de manera significativa en el rendimiento del área de ventas?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Neutral	0	0%
De acuerdo	18	72%

Totalmente de acuerdo	7	28%
Total	25	100%

Tabla 4 Resultados de la cuarta interrogante

**Figura 4:** ¿Qué tan de acuerdo estás con la idea de que la calidad de la información y la comunicación influyen de manera significativa en el rendimiento del área de ventas?

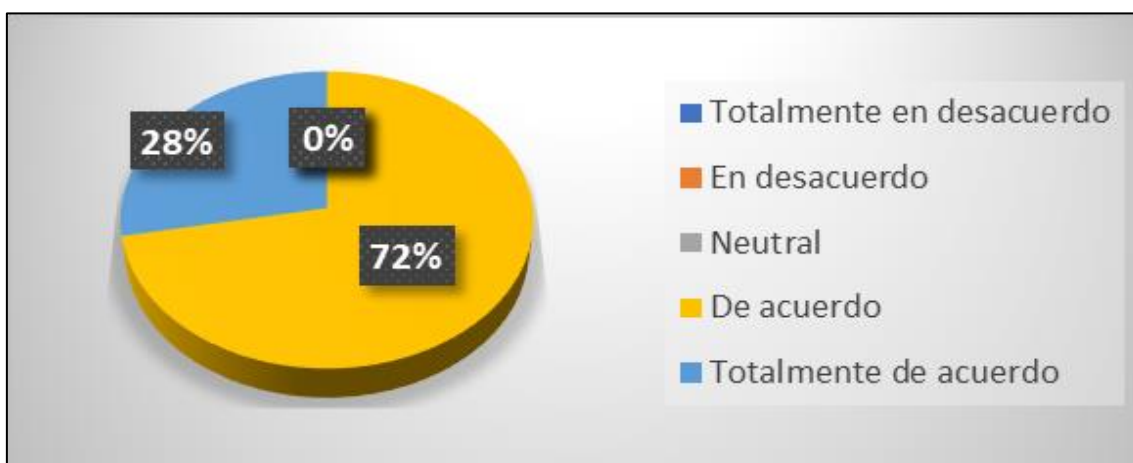


Figura 4 Resultados en porcentaje de la cuarta interrogante

**Interpretación:** En la pregunta CI-04, todos los participantes han expresado algún grado de acuerdo con la afirmación. El 72% está de acuerdo y el 28% está totalmente de acuerdo, lo que sugiere una tendencia general hacia la aceptación de la idea presentada. Este alto nivel de acuerdo puede indicar una fuerte convicción o consenso dentro de la muestra encuestada en relación con el tema abordado en la pregunta CI-04. Esta información puede ser crucial para respaldar las conclusiones de tu tesis, ya que demuestra una actitud positiva o favorable hacia el tema que estás investigando.

Tercer objetivo específico: Determinar la prevalencia de la evaluación de riesgos en Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz, en la gerencia de ventas de la empresa para el año 2023.

**Tabla 5:** ¿Estás de acuerdo que la empresa implemente evaluaciones periódicas para prevenir y reducir los riesgos en el área de ventas?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%

En desacuerdo	0	0%
Neutral	8	32%
De acuerdo	6	24%
Totalmente de acuerdo	11	44%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Tabla 5 Resultados de la quinta interrogante

**Figura 5:** ¿Estás de acuerdo que la empresa implemente evaluaciones periódicas para prevenir y reducir los riesgos en el área de ventas?

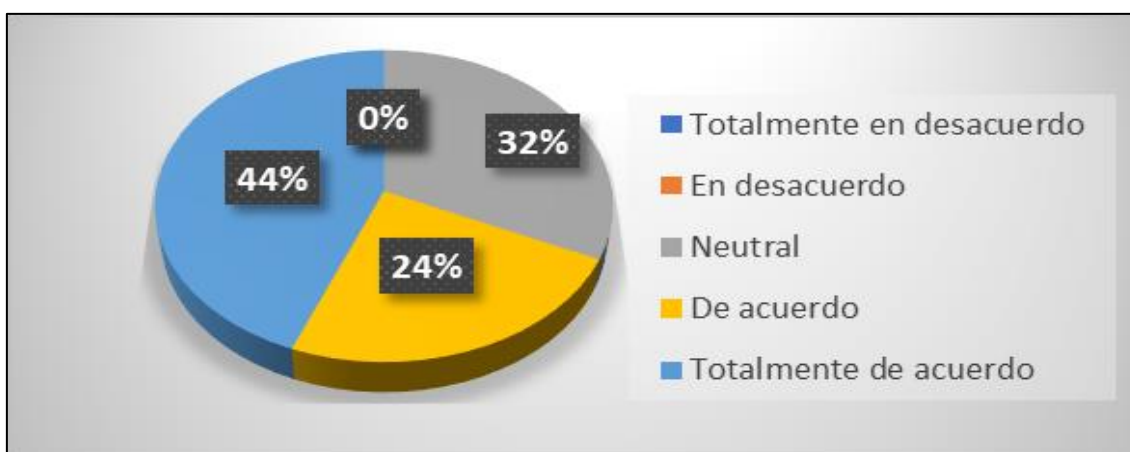


Figura 5 Resultados en porcentaje de la cuarta interrogante

**Interpretación:** En la pregunta CI-05, el 44% de los participantes está totalmente de acuerdo con la afirmación, mientras que el 32% se encuentra en una posición neutral y el 24% está de acuerdo. No hubo respuestas en las categorías de desacuerdo o en desacuerdo. Esto sugiere una división entre los encuestados, con una parte significativa mostrando acuerdo total y otro grupo optando por la neutralidad. Sería interesante explorar más a fondo las razones detrás de estas respuestas para entender mejor las perspectivas de los participantes sobre el tema en cuestión

**Tabla 6:** ¿Estás de acuerdo en participar en la identificación de posibles riesgos y fraude en el área de ventas de la organización?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Neutral	0	0%

De acuerdo	16	64%
Totalmente de acuerdo	9	36%
Total	25	100%

Tabla 6 Resultados de la sexta interrogante

**Figura 6:** ¿Estás de acuerdo en participar en la identificación de posibles riesgos y fraude en el área de ventas de la organización?

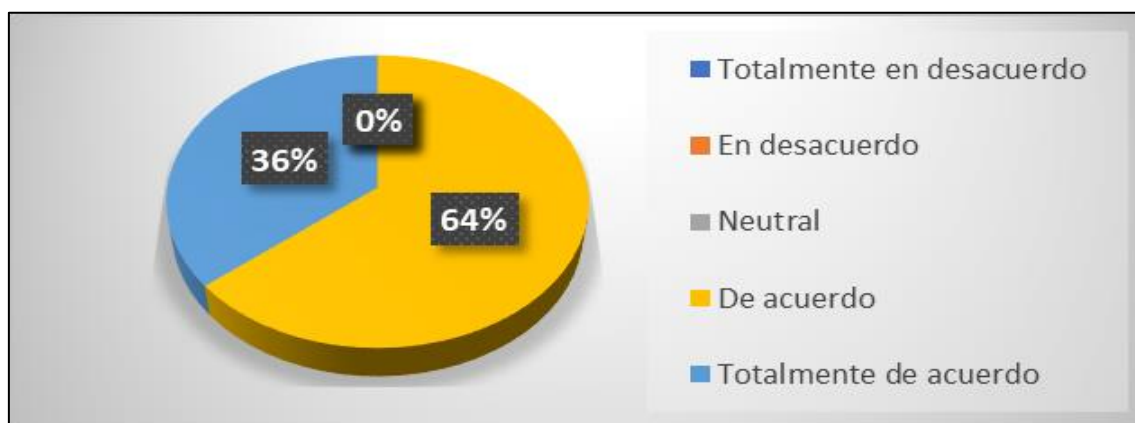


Figura 6 Resultados en porcentaje de la sexta interrogante

**Interpretación:** En la pregunta CI-06, la totalidad de los participantes ha mostrado acuerdo con la afirmación presentada. El 64% está de acuerdo, mientras que el 36% está totalmente de acuerdo. Esto indica una marcada inclinación hacia la aceptación de la idea planteada en la pregunta CI-06 por parte de los encuestados. Esta alta tasa de acuerdo puede ser una evidencia sólida para respaldar las conclusiones de tu tesis, ya que refleja una actitud positiva y un respaldo significativo hacia el tema que estás investigando dentro de la muestra analizada.

Objetivo 04: Determinar la frecuencia de las medidas de control en la gestión de ventas de Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz para el año 2023.

**Tabla 7:** ¿Estás de acuerdo que se implemente procedimientos de control para realizar de manera efectiva las actividades diarias del área de ventas?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Neutral	0	0%

De acuerdo	7	28%
Totalmente de acuerdo	18	72%
Total	25	100%

Tabla 7 Resultados de la séptima interrogante

**Figura 7:** ¿Estás de acuerdo que se implemente procedimientos de control para realizar de manera efectiva las actividades diarias del área de ventas?

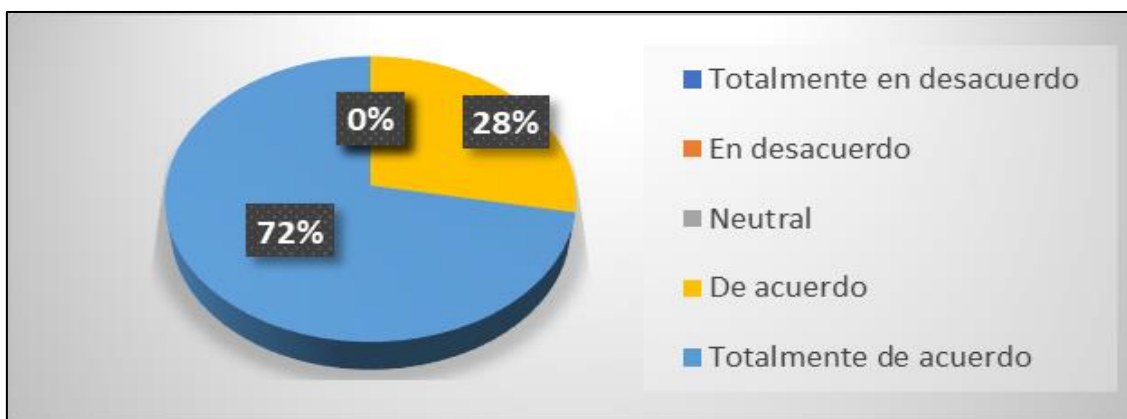


Figura 7 Resultados en porcentaje de la séptima interrogante

**Interpretación:** En la pregunta CI-07, la gran mayoría de los participantes, un 72%, está totalmente de acuerdo con la afirmación, mientras que el 28% restante está de acuerdo. No hubo respuestas en las categorías de desacuerdo, en desacuerdo o neutralidad. Estos resultados sugieren un consenso notable y un fuerte respaldo hacia la idea presentada en la pregunta CI-07 dentro de la muestra encuestada. Este alto nivel de acuerdo puede ser un respaldo significativo para las conclusiones de tu tesis, ya que muestra una actitud positiva y un respaldo claro hacia el tema que estás investigando.

**Tabla 8:** ¿Estás de acuerdo en que el área de ventas utiliza las herramientas y recursos necesarios para realizar eficazmente sus actividades?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	6	24%
En desacuerdo	16	64%
Neutral	3	12%
De acuerdo	0	0%

Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	25	100%

Tabla 8 Resultados de la octava interrogante

**Figura 8:** ¿Estás de acuerdo en que el área de ventas utiliza las herramientas y recursos necesarios para realizar eficazmente sus actividades?

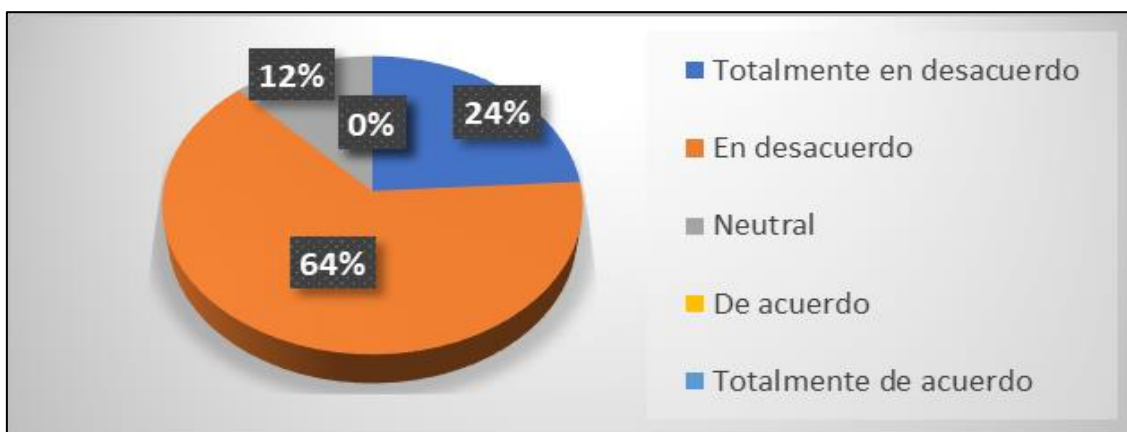


Figura 8 Resultados en porcentaje de la octava interrogante

**Interpretación:** En la pregunta CI-08, Se observa que la mayor parte de los participantes, un 64%, está en desacuerdo con la afirmación, mientras que un 24% muestra un desacuerdo total. Además, un 12% optó por la neutralidad. No se registraron respuestas de acuerdo o totalmente de acuerdo. Estos resultados indican una divergencia significativa de opiniones dentro de la muestra encuestada, con una mayoría expresando desacuerdo con la idea presentada en la pregunta CI-08. Esta diversidad de respuestas puede ser crucial para tu tesis, ya que muestra diferentes perspectivas y posturas sobre el tema en estudio, lo que enriquece el análisis y la comprensión de este.

Determinar el efecto de la supervisión en la gestión de ventas de Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz en el año 2023 es el quinto objetivo específico.

**Tabla 9:** ¿Usted está de acuerdo que la supervisión garantiza los estándares de calidad y cumplimiento en el área de ventas?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	7	28%
Neutral	1	4%

De acuerdo	11	44%
Totalmente de acuerdo	6	24%
Total	25	100%

Tabla 9 Resultados de la novena interrogante

**Figura 9:** ¿Usted está de acuerdo que la supervisión garantiza los estándares de calidad y cumplimiento en el área de ventas?

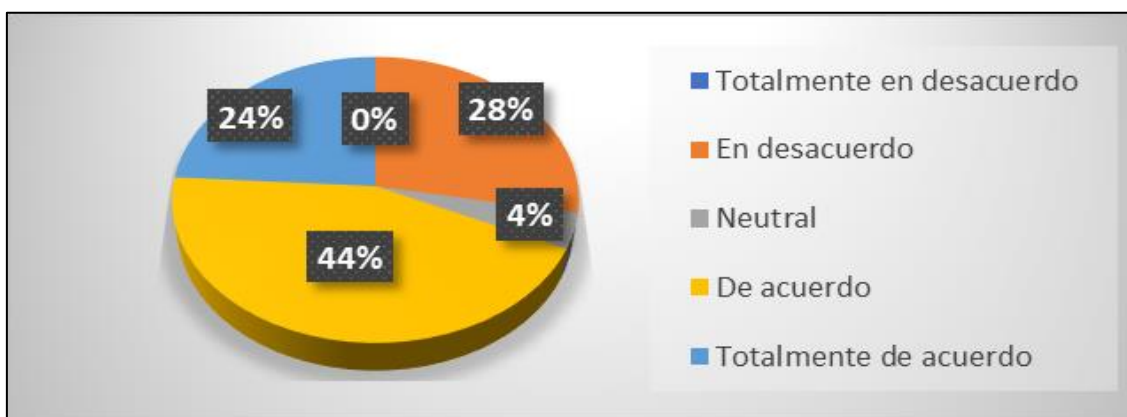


Figura 9 Resultados en porcentaje de la novena interrogante

**Interpretación:** En la pregunta CI-09, se observa una distribución variada de respuestas entre los participantes. el 44% está de acuerdo con la afirmación, mientras que el 24% está totalmente de acuerdo. por otro lado, el 28% muestra un desacuerdo y el 4% opta por la neutralidad. estos resultados reflejan una diversidad de opiniones dentro de la muestra encuestada en relación con la pregunta CI-09. Esta diversidad puede ser relevante para tu tesis al mostrar diferentes perspectivas y posturas sobre el tema analizado, lo que enriquece el análisis y la comprensión de este.

**Tabla 10:** ¿Usted está de acuerdo que los supervisores deben estar disponibles para abordar inquietudes o resolver problemas sobre las labores de los trabajadores del área de ventas?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Neutral	1	4%
De acuerdo	20	80%



Totalmente de acuerdo	4	16%
Total	25	100%

Tabla 10 Resultados de la décima interrogante

**Figura 10:** ¿Usted está de acuerdo que los supervisores deben estar disponibles para abordar inquietudes o resolver problemas sobre las labores de los trabajadores del área de ventas?

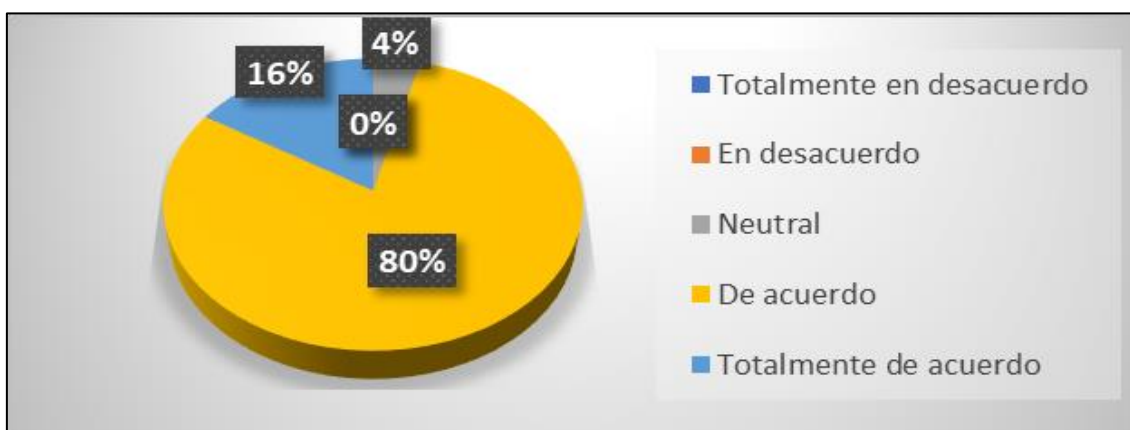


Figura 10 Resultados en porcentaje de la décima interrogante

**Interpretación:** Para la pregunta CI-10, se observa que el 80% de los participantes está de acuerdo con la afirmación, mientras que el 16% muestra un acuerdo total. Solo el 4% optó por la neutralidad y no hubo respuestas de desacuerdo o en desacuerdo. Estos resultados indican un fuerte respaldo o aceptación hacia la idea planteada en la pregunta CI-10 dentro de la muestra encuestada. Este alto nivel de acuerdo puede ser relevante para respaldar las conclusiones de tu tesis, ya que muestra una actitud positiva y un respaldo claro hacia el tema que estás investigando en esta pregunta específica.

**Tabla 11:** ¿Está de acuerdo en que el análisis del consumidor proporciona información crucial sobre el mercado objetivo al que el área de ventas debería dirigirse?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Neutral	0	0%
De acuerdo	17	68%

Totalmente de acuerdo	8	32%
Total	25	100%

Tabla 11 Resultados de la undécima interrogante

**Figura 11:** ¿Está de acuerdo en que el análisis del consumidor proporciona información crucial sobre el mercado objetivo al que el área de ventas debería dirigirse?

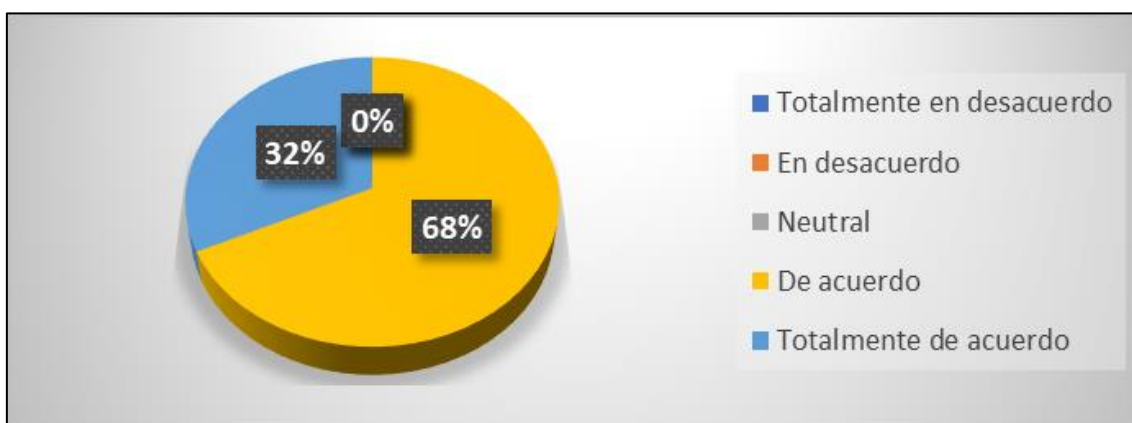


Figura 11 Resultados en porcentaje de la undécima interrogante

**Interpretación:** En la pregunta GV-01, se observa que la mayoría de los participantes, un 68%, está de acuerdo con la afirmación, mientras que un 32% muestra un acuerdo total. No hubo respuestas de desacuerdo, en desacuerdo o neutralidad. Estos resultados sugieren un fuerte respaldo o aceptación hacia la idea planteada en la pregunta GV-01 dentro de la muestra encuestada. Este alto nivel de acuerdo puede ser una evidencia significativa para respaldar las conclusiones de tu tesis, ya que muestra una actitud positiva y un respaldo claro hacia el tema que estás investigando en esta pregunta específica.

**Tabla 12:** ¿Está de acuerdo en que el análisis del consumidor orienta el desarrollo de productos y servicios que el área de ventas debería ofrecer?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Neutral	0	0%
De acuerdo	12	48%
Totalmente de acuerdo	13	52%

Total	25	100%
-------	----	------

Tabla 12 Resultados de la duodécima interrogante

**Figura 12:** ¿Está de acuerdo en que el análisis del consumidor orienta el desarrollo de productos y servicios que el área de ventas debería ofrecer?

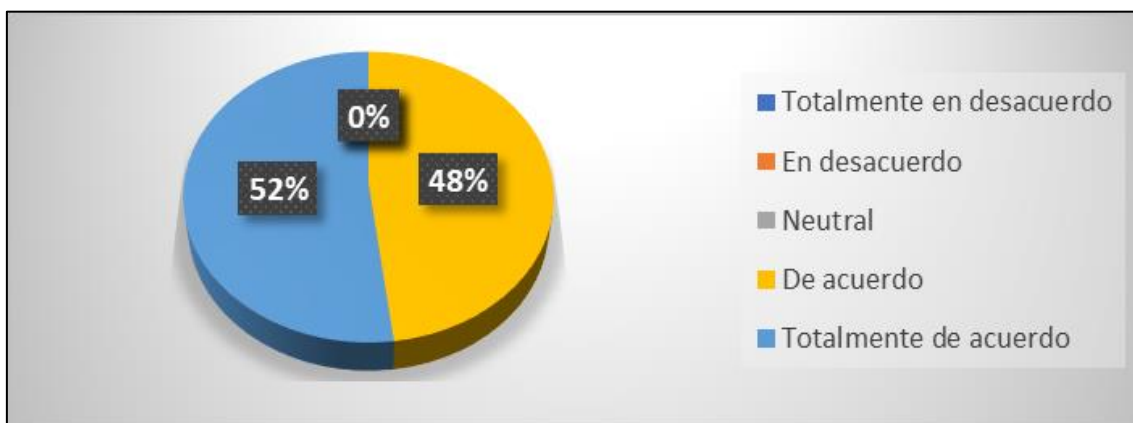


Figura 12 Resultados en porcentaje de la duodécima interrogante

**Interpretación:** En la pregunta GV-02, la mayoría de los participantes, un 52%, está totalmente de acuerdo con la afirmación, mientras que el 48% restante muestra un acuerdo. No se registraron respuestas de desacuerdo, en desacuerdo o neutralidad. Estos resultados sugieren un fuerte respaldo o aceptación hacia la idea planteada en la pregunta GV-02 dentro de la muestra encuestada. Este alto nivel de acuerdo puede ser un respaldo significativo para las conclusiones de tu tesis, ya que muestra una actitud positiva y un respaldo claro hacia el tema que estás investigando en esta pregunta específica.

**Tabla 13:** ¿Está de acuerdo en que el análisis del consumidor facilita la segmentación del mercado para que el área de ventas pueda enfocarse mejor?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Neutral	0	0%
De acuerdo	17	68%
Totalmente de acuerdo	8	32%
Total	25	100%

Tabla 13 Resultados de la decimotercera interrogante

**Figura 13:** ¿Está de acuerdo en que el análisis del consumidor facilita la segmentación del mercado para que el área de ventas pueda enfocarse mejor?

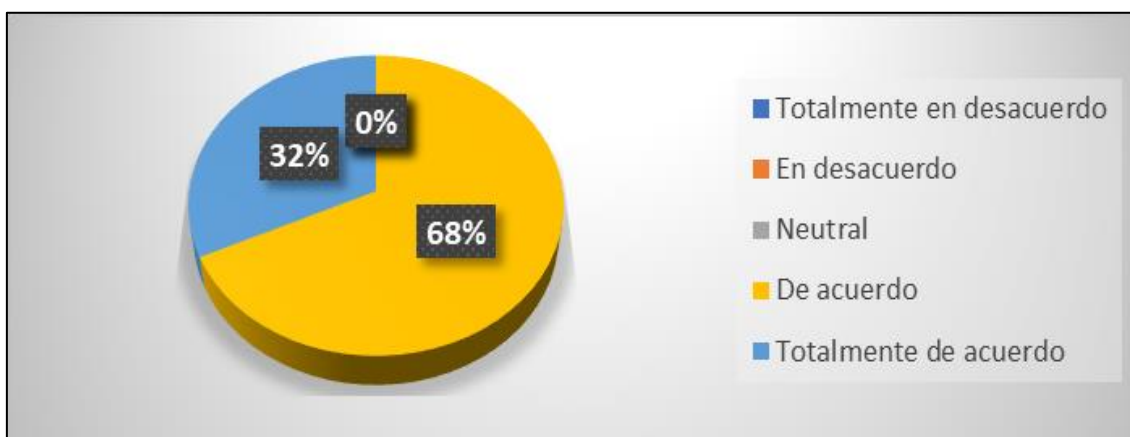


Figura 13 Resultados en porcentaje de la decimotercera interrogante

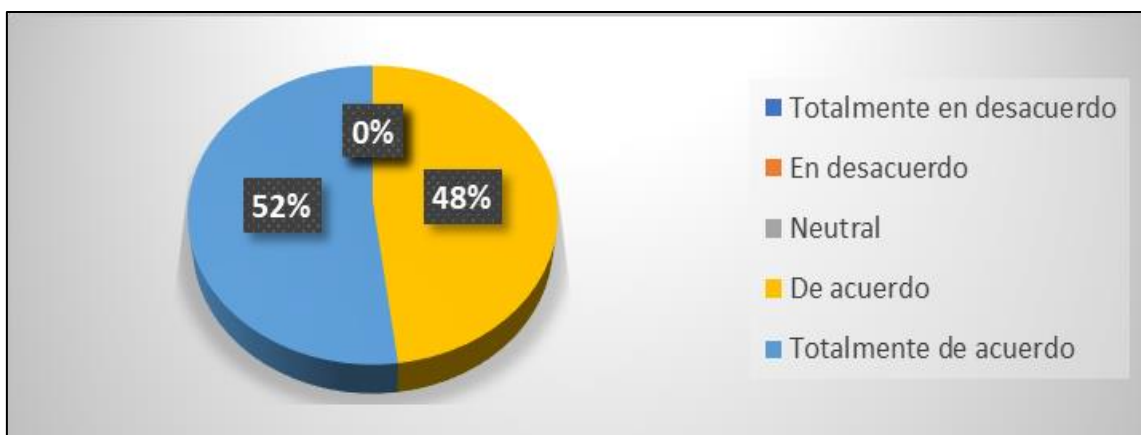
**Interpretación:** En la pregunta GV-03, se observa que la mayoría de los participantes, un 68%, está de acuerdo con la afirmación, mientras que un 32% muestra un acuerdo total. No hubo respuestas de desacuerdo, en desacuerdo o neutralidad. Estos resultados indican un fuerte respaldo o aceptación hacia la idea planteada en la pregunta GV-03 dentro de la muestra encuestada. Este alto nivel de acuerdo puede ser una evidencia significativa para respaldar las conclusiones de tu tesis, ya que muestra una actitud positiva y un respaldo claro hacia el tema que estás investigando en esta pregunta específica.

**Tabla 14:** ¿Está de acuerdo que el análisis del consumidor proporciona al área de ventas información valiosa sobre cómo mejorar la experiencia de los clientes?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Neutral	0	0%
De acuerdo	12	48%
Totalmente de acuerdo	13	52%
Total	25	100%

Tabla 14 Resultados de la décimo cuarta interrogante

**Figura 14:** ¿Está de acuerdo que el análisis del consumidor proporciona al área de ventas información valiosa sobre cómo mejorar la experiencia de los clientes?



*Figura 14 Resultados en porcentaje de la décimo cuarta interrogante*

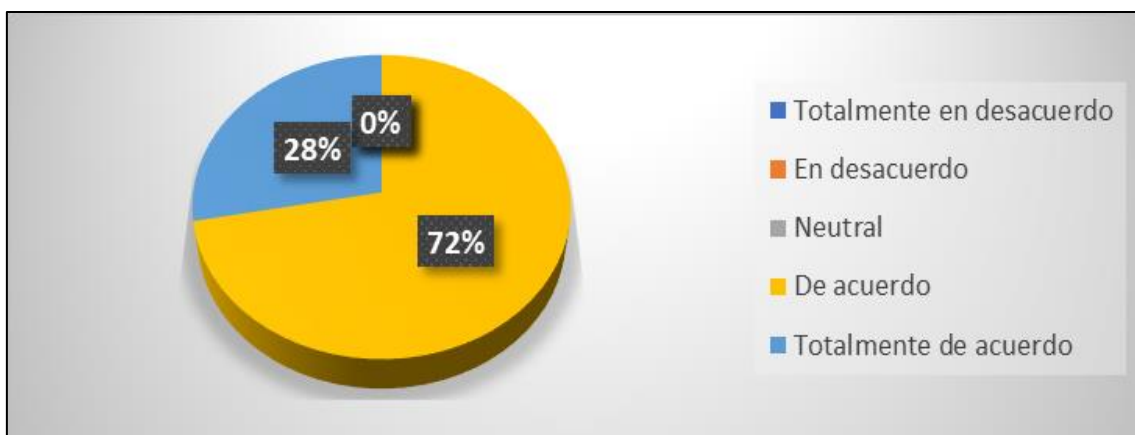
**Interpretación:** En la pregunta GV-04, la mayoría de los participantes, un 52%, está totalmente de acuerdo con la afirmación, mientras que el 48% restante muestra un acuerdo. No hubo respuestas de desacuerdo, en desacuerdo o neutralidad. Estos resultados sugieren un fuerte respaldo o aceptación hacia la idea planteada en la pregunta GV-04 dentro de la muestra encuestada. Este alto nivel de acuerdo puede ser una evidencia significativa para respaldar las conclusiones de tu tesis, ya que muestra una actitud positiva y un respaldo claro hacia el tema que estás investigando en esta pregunta específica.

**Tabla 15:** ¿Estás de acuerdo en que el área de ventas debe disponer de información clara y precisa sobre los consumidores para planificar estrategias y actividades de promoción de ventas efectivas?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Neutral	0	0%
De acuerdo	18	72%
Totalmente de acuerdo	7	28%
Total	25	100%

*Tabla 15 Resultados de la décimo quinta interrogante*

**Figura 15:** ¿Estás de acuerdo en que el área de ventas debe disponer de información clara y precisa sobre los consumidores para planificar estrategias y actividades de promoción de ventas efectivas?



*Figura 15 Resultados en porcentaje de la decimoquinta interrogante*

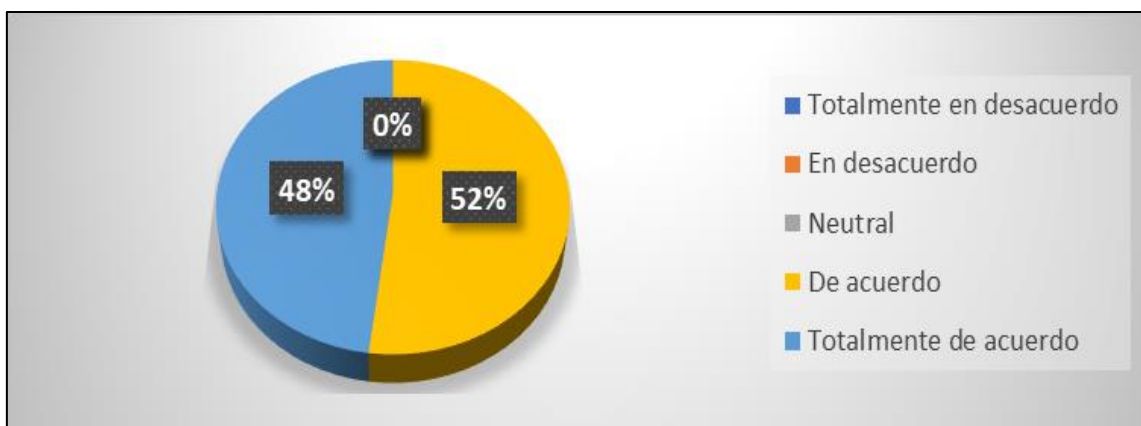
**Interpretación:** Los resultados de la pregunta GV-05 revelan que el 100% de los encuestados está de acuerdo en que el área de ventas debe disponer de información clara y precisa sobre los consumidores para planificar estrategias y actividades de promoción efectivas, con un 72% "de acuerdo" y un 28% "totalmente de acuerdo". Esta unanimidad refleja la importancia crítica que los empleados atribuyen a la disponibilidad de información precisa sobre los consumidores para el éxito en la planificación y ejecución de estrategias de ventas.

**Tabla 16:** ¿Está de acuerdo en que el área de ventas debe manejar una comunicación interna y externa eficiente para optimizar las estrategias y lograr el éxito en la promoción de ventas?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Neutral	0	0%
De acuerdo	12	48%
Totalmente de acuerdo	13	52%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

*Tabla 16 Resultados de la decimosexta interrogante*

**Figura 16:** ¿Está de acuerdo en que el área de ventas debe manejar una comunicación interna y externa eficiente para optimizar las estrategias y lograr el éxito en la promoción de ventas?



*Figura 16 Resultados en porcentaje de la decimosexta interrogante*

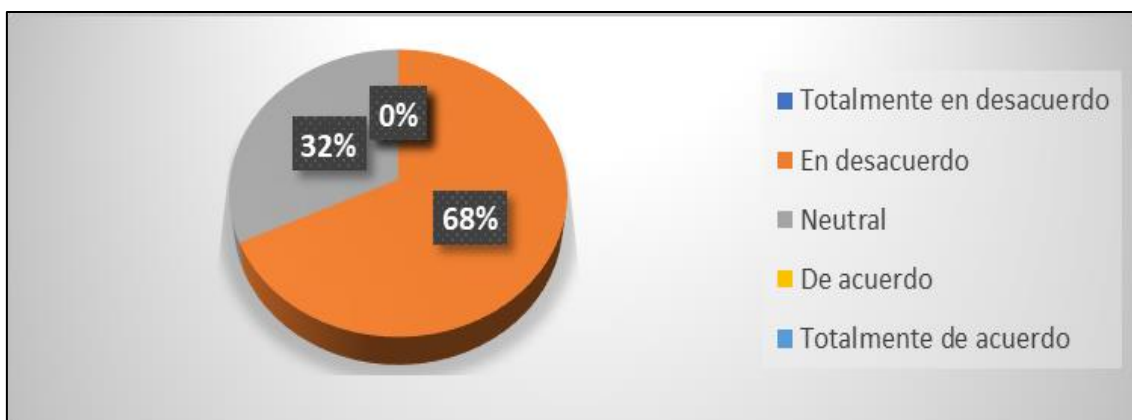
**Interpretación:** Los resultados de la pregunta GV-06 indican que el 100% de los encuestados está de acuerdo en que el área de ventas debe manejar una comunicación interna y externa eficiente para optimizar las estrategias y lograr el éxito en la promoción de ventas, con un 48% "de acuerdo" y un 52% "totalmente de acuerdo". Esta unanimidad subraya la importancia fundamental que los empleados otorgan a la comunicación eficiente como clave para el éxito en la promoción de ventas y la optimización de estrategias.

**Tabla 17:** ¿Estás de acuerdo en que las actividades de control son fundamentales para asegurar el cumplimiento eficaz de las políticas y procedimientos en la promoción comercial generada por el área de ventas?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	17	68%
Neutral	8	32%
De acuerdo	0	0%
Totalmente de acuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

*Tabla 17 Resultados de la decimoséptima interrogante*

**Figura 17:** ¿Estás de acuerdo en que las actividades de control son fundamentales para asegurar el cumplimiento eficaz de las políticas y procedimientos en la promoción comercial generada por el área de ventas?



*Figura 17 Resultados en porcentaje de la decimoséptima interrogante*

**Interpretación:** En la pregunta GV-07, la mayoría de los participantes, un 68%, está en desacuerdo con la afirmación, mientras que un 32% optó por la neutralidad. No hubo respuestas de acuerdo, totalmente de acuerdo o en total desacuerdo. Estos resultados indican una tendencia clara hacia el desacuerdo dentro de la muestra encuestada en relación con la pregunta GV-07. Esta información es importante para tu tesis, ya que muestra una diversidad de opiniones y posturas sobre el tema tratado en esta pregunta específica.

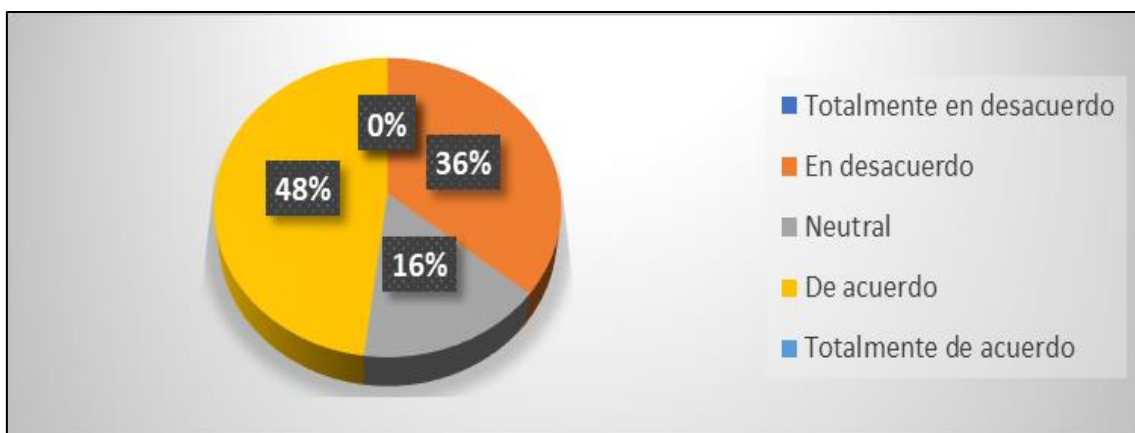
**Tabla 18:** ¿Estás de acuerdo en que la evaluación de riesgos realizada por el área de ventas es fundamental para garantizar la efectividad y el éxito de las promociones de marketing?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	9	36%
Neutral	4	16%
De acuerdo	12	48%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	25	100%

*Tabla 18 Resultados de la decimoctava interrogante*



**Figura 18:** ¿Estás de acuerdo en que la evaluación de riesgos realizada por el área de ventas es fundamental para garantizar la efectividad y el éxito de las promociones de marketing?



*Figura 18 Resultados en porcentaje de la decimoctava interrogante*

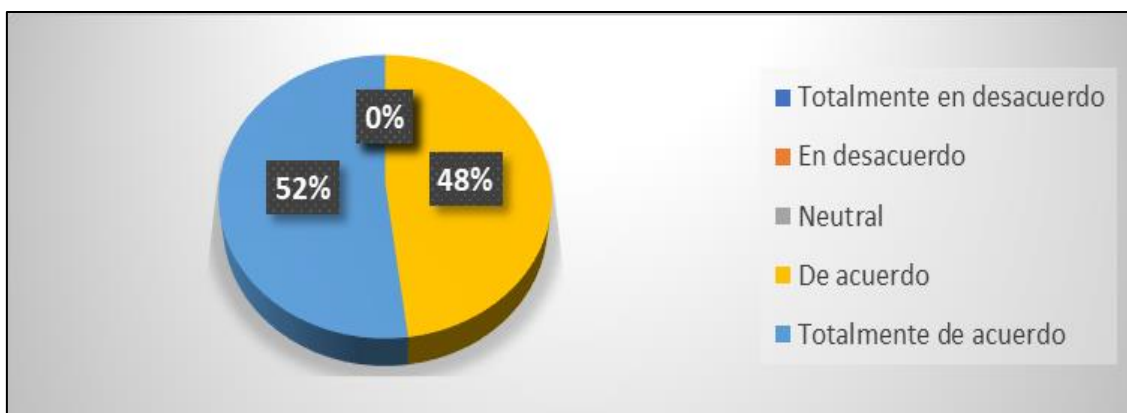
**Interpretación:** En la pregunta GV-08, se observa una distribución variada de respuestas entre los participantes. El 48% está de acuerdo, mientras que el 36% está en desacuerdo y el 16% opta por la neutralidad. No hubo respuestas de total desacuerdo o acuerdo. Estos resultados reflejan una diversidad de opiniones dentro de la muestra encuestada en relación con la pregunta GV-08. Esta diversidad puede ser relevante para tu tesis al mostrar diferentes perspectivas y posturas sobre el tema analizado en esta pregunta específica.

**Tabla 19:** ¿Estás de acuerdo en que el área de ventas implemente la recopilación datos sobre el volumen de ventas y tendencia de compras cumpliendo las políticas y procedimientos establecidos por la empresa?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Neutral	0	0%
De acuerdo	12	48%
Totalmente de acuerdo	13	52%
Total	25	100%

*Tabla 19 Resultados de la decimonovena interrogante*

**Figura 19:** ¿Estás de acuerdo en que el área de ventas implemente la recopilación de datos sobre el volumen de ventas y tendencia de compras cumpliendo las políticas y procedimientos establecidos por la empresa?



*Figura 19 Resultados en porcentaje de la decimonovena interrogante*

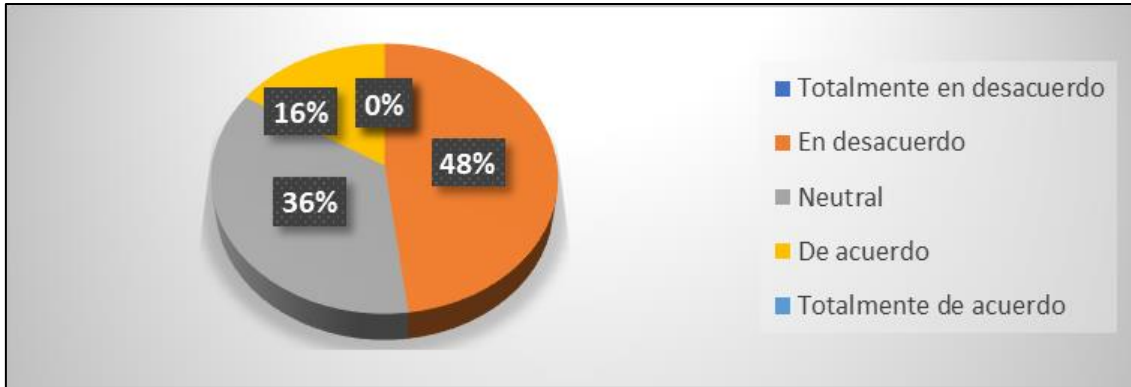
**Interpretación:** En la pregunta GV-09, se observa que la mayoría de los participantes, un 52%, está totalmente de acuerdo con la afirmación, mientras que el 48% está de acuerdo. No hubo respuestas de en desacuerdo, en desacuerdo o neutralidad. Estos resultados indican un fuerte respaldo o aceptación hacia la idea planteada en la pregunta GV-09 dentro de la muestra encuestada. Este alto nivel de acuerdo puede ser una evidencia significativa para respaldar las conclusiones de tu tesis, ya que muestra una actitud positiva y un respaldo claro hacia el tema que estás investigando en esta pregunta específica.

**Tabla 20:** ¿Está de acuerdo en que el área de ventas identifica los clientes potenciales utilizando estrategias efectivas del control interno para garantizar con éxito las ventas?

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	12	48%
Neutral	9	36%
De acuerdo	4	16%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total	25	100%

*Tabla 20 Resultados de la vigésima interrogante*

**Figura 20:** ¿Está de acuerdo en que el área de ventas identifica los clientes potenciales utilizando estrategias efectivas del control interno para garantizar con éxito las ventas?



*Figura 20 Resultados en porcentaje de la vigésima interrogante*

**Interpretación:** En la pregunta GV-10, se observa una distribución variada de respuestas entre los participantes. El 48% está en desacuerdo, mientras que el 36% opta por la neutralidad y el 16% está de acuerdo. No hubo respuestas de total desacuerdo o acuerdo. Estos resultados reflejan una diversidad de opiniones dentro de la muestra encuestada en relación con la pregunta GV-10. Esta diversidad puede ser relevante para tu tesis al mostrar diferentes perspectivas y posturas sobre el tema analizado en esta pregunta específica.

## Correlación

### Del objetivo General

**Tabla 21:** Correlación entre el control interno y la gestión de ventas.

Correlaciones			
		Control Interno	Gestión de ventas
	Coeficiente de correlación	1	,913
	Sig. (bilateral)		,001
Rho de Spearman	N	25	25
	Coeficiente de correlación	,913	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	25	25

*Tabla 21 Correlación entre el control interno y la gestión de ventas*

**Interpretación:** El objetivo general está relacionado con la correlación entre el control interno y la gestión de ventas.

Los hallazgos indican una correlación positiva, sólida y estadísticamente significativa entre ambos elementos, con coeficientes de correlación de 0.913, cada uno con un nivel de significancia de 0.001.

Esto indica que hay una conexión importante entre un control interno efectivo y una gestión exitosa de ventas, apoyando la noción de que una administración interna sólida puede influir favorablemente en los resultados de ventas de la compañía.

### Del primer objetivo específico

**Tabla 22:** Relación entre el ambiente de control y la gestión de ventas.

<b>Correlaciones</b>			
		Ambiente de Control	Gestión de ventas
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1	,811
	Sig. (bilateral)		,001
	N	25	25
	Coeficiente de correlación	,811	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	25	25

*Tabla 22 Correlación entre el ambiente de control y la gestión de ventas*

**Interpretación:** El análisis de correlación reveló un coeficiente de 0.811 entre el Ambiente de Control y la Gestión de Ventas, con una significancia bilateral de 0.001 para ambas variables.

Esta relación moderadamente fuerte indica una conexión positiva entre el control interno y el desempeño en ventas, destacando la relevancia de un entorno de control eficaz para optimizar la gestión de ventas en la empresa.

## Del segundo objetivo específico

**Tabla 23:** Correlación entre la información y comunicación con la gestión de ventas.

Correlaciones			
		Información y Comunicación	Gestión de ventas
	Coeficiente de correlación	1	,898
	Sig. (bilateral)		,001
Rho de Spearman	N	25	25
	Coeficiente de correlación	,898	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	25	25

*Tabla 23 Correlación entre la información y comunicación con la gestión de ventas*

**Interpretación:** El análisis revela una correlación robusta y significativa de 0.898 entre Información y Comunicación (I&C) y Gestión de Ventas, con un nivel de significancia bilateral de 0.001 para ambas variables, basado en una muestra de 25 observaciones.

Estos hallazgos destacan la importancia crucial de una gestión sólida de la información y la comunicación para el éxito de las actividades de venta en una organización. Este resultado reafirma la pertinencia de la investigación que estamos realizando en la tesis.

### Del tercer objetivo específico

**Tabla 24:** Correlación entre la evaluación de riesgos y la gestión de ventas.

<b>Correlaciones</b>			
		Evaluación de Riesgos	Gestión de ventas
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1	,846
	Sig. (bilateral)		,001
	N	25	25
	Coeficiente de correlación	,846	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	25	25

*Tabla 24 Correlación entre la evaluación de riesgos y la gestión de ventas*

**Interpretación:** El análisis revela una correlación significativa y sólida de 0.846 entre la Evaluación de Riesgos y la Gestión de Ventas, con una significancia bilateral de 0.001 para ambas variables, basada en una muestra de 25 observaciones.

Estos hallazgos subrayan la importancia vital de una evaluación de riesgos adecuada para optimizar la gestión de ventas y la toma de decisiones estratégicas en una organización. Este hallazgo es fundamental para mi investigación en la tesis.

### Del cuarto objetivo específico

**Tabla 25:** Correlación entre la actividad de control y la gestión de ventas.

<b>Correlaciones</b>			
		Actividades de Control	Gestión de ventas
	Coeficiente de correlación	1	,836
	Sig. (bilateral)		,001
Rho de Spearman	N	25	25
	Coeficiente de correlación	,836	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	25	25

*Tabla 25 Correlación entre la actividad de control y la gestión de ventas*

**Interpretación:** El estudio indica una correlación relevante y significativa de 0.836 entre la gestión de ventas y las actividades de control, con una significancia bilateral 0.001 entre ambas variables, basada en una muestra de 25 observaciones.

Estos resultados sugieren que una implementación efectiva de actividades de control está positivamente relacionada con el desempeño en ventas de una empresa.

Estos descubrimientos respaldan la importancia crítica de contar con un control interno sólido para optimizar la gestión de ventas y mejorar los resultados en una organización, lo cual es un aspecto crucial para considerar en la tesis.



## Del quinto objetivo específico

**Tabla 26:** Correlación entre la supervisión y la gestión de ventas.

<b>Correlaciones</b>			
		Supervisión	Gestión de ventas
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1	,836
	Sig. (bilateral)		,001
	N	25	25
	Coeficiente de correlación	,836	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	25	25

*Tabla 26 Correlación entre la supervisión y la gestión de ventas*

**Interpretación:** Al examinar, la relación entre la gestión de ventas y la supervisión en mi investigación, descubrí un coeficiente de correlación de 0.899. Esto indica una conexión sólida y significativa entre una supervisión efectiva y el rendimiento en ventas.

Estos descubrimientos resaltan la importancia crítica de contar con una supervisión adecuada para mejorar la gestión de ventas y, en última instancia, los resultados comerciales de una empresa.

Este aspecto fundamental respalda la tesis realizada sobre la relevancia de la supervisión en el contexto de la gestión de ventas.

#### IV. DISCUSIÓN

Determinar el efecto sobre el entorno de control en la gestión de ventas es el primer objetivo específico de la empresa Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023, se encontró que el 100% están de acuerdo que se fomente un entorno laboral favorable para una buena gestión, a partir de nuevas actividades propias del área de ventas, para tal efecto un 80% afirma que la información y comunicación juega un papel preponderante, resultados que coinciden, con (Bacallao H, 2019) el cual nos indica que el ambiente de control proporciona un marco para promover el desarrollo de acciones o estrategias destinadas al progreso y representa la perspectiva de la dirección abordando la relevancia del control interno y cómo esto influye en las operaciones y los logros de la compañía. Todos los estatutos, principios y normas que se consideren necesarios para su adecuada implementación y desarrollo. Situación con la cual se coincide como investigadores, en tanto un apropiado ambiente de control en la empresa Servicios Generales Paola EIRL- Huaraz, en el área de ventas, genera y promueve una eficaz administración de las ventas; confirmado con el índice de correlación de Rho de Spearman de 0.811 que significa una correlación significativa en la medida que se acerca a la unidad.

Determinar el efecto de la comunicación y la información en la gestión de ventas es el segundo propósito específico de la empresa Servicios Generales Paola EIRL, se encontró que el 72% de los encuestados están de acuerdo y el 28% están totalmente de acuerdo, esto significa que el 100% de encuestados coinciden que la comunicación eficaz y el intercambio de conocimientos influyen significativamente en el rendimiento de ventas, resultados que coinciden con la definición de los autores que ha sido referenciados, donde se indica que los individuos encargados de la gestión y control deben estar informados de manera oportuna sobre los asuntos relacionados con sus responsabilidades. Cada función debe estar claramente detallada y comprender los temas relacionados con la responsabilidad individual en el Sistema de Control Interno. Como investigadores coincidimos que en tanto una apropiada información y comunicación empleada en el área de ventas de la empresa Servicios Generales Paola EIRL- Huaraz, va a generar y promover una eficaz administración tanto las ventas como en el cumplimiento de roles y funciones; ello se puede ver reflejado

en el índice de correlación de Rho de Spearman con un coeficiente de 0.898 que significa una correlación significativa.

Determinar el efecto de la evaluación de riesgos en la gestión de ventas es el tercer objetivo específico de la empresa Servicios Generales Paola EIRL, se encontró que el 100% de colaboradores encuestados están de acuerdo que la empresa implemente evaluaciones periódicas para prevenir y reducir los riesgos y fraude, al mismo tiempo están de acuerdo en participar en la identificación de ello, resultados que coinciden con la definición de los autores ya citados, quien menciona que la función principal del control interno radica en mitigar los riesgos que impactan en las operaciones de la compañía. Con este fin, es necesario centrarse en los riesgos y actividades organizacionales, tanto internas y externas, y adquirir conocimientos prácticos sobre la empresa y sus componentes para identificar sus debilidades. Como investigadores coincidimos que en tanto que la evaluación de riesgos es esencial para proteger los intereses de la empresa Servicios Generales Paola EIRL- Huaraz, tanto en que garantiza su sostenibilidad a largo plazo, sino que también mejora su capacidad para afrontar los desafíos. en un entorno empresarial dinámico y cambiante; ello se puede ver reflejado en el índice de correlación de Rho de Spearman con un coeficiente de 0.846 que significa una correlación significativa fuerte y notable.

Determinar el efecto de la evaluación de riesgos en la gestión de ventas es el cuarto objetivo específico de la empresa Servicios Generales Paola EIRL, se encontró que el 100% de encuestados están de acuerdo y totalmente de acuerdo que se implemente procedimientos de control para realizar de manera efectiva las actividades diarias del área de ventas, sin embargo, tienen opiniones completamente opuestas sobre cómo el departamento de ventas utiliza las herramientas y recursos disponibles para llevar a cabo sus actividades, Los hallazgos coinciden con la perspectiva de los autores mencionados, quienes definen las actividades de control como los procedimientos y acciones específicas destinados a asegurar el cumplimiento de los objetivos organizacionales y a mitigar los riesgos identificados. Estas medidas incluyen acciones como la división de responsabilidades, la autorización de transacciones y la supervisión de operaciones. Estas acciones son esenciales para proteger los activos, garantizar la precisión de la información financiera y fomentar la

eficiencia en las operaciones. Como investigadores, coincidimos en que las actividades de control dentro del marco de control interno de Servicios Generales Paola EIRL en Huaraz son un componente esencial para garantizar la efectividad y la integridad de sus operaciones, proteger sus activos, cumplir con las regulaciones y optimizar sus procesos operativos. Esto se refleja en el índice de correlación de Rho de Spearman con un coeficiente de 0.836, que indica una correlación significativa.

Determinar el efecto de la evaluación de riesgos en la gestión de ventas es el quinto objetivo específico de la empresa Servicios Generales Paola EIRL, se encontró que la mayoría que representa el 44% de los encuestados está de acuerdo que la supervisión si garantiza los estándares de calidad y cumplimiento e del área de ventas y el 80% también está de acuerdo en que los supervisores deben estar disponibles para abordar inquietudes o resolver problemas sobre las labores de los trabajadores del área de ventas, resultados que coinciden con la definición de los autores ya citados, quien aborda la supervisión como un componente crítico para garantizar la efectividad de los controles establecidos en una organización. La supervisión implica la revisión continua y evaluación de las acciones implicadas en la operación y de control para detectar cualquier desviación o irregularidad que pueda surgir. Situación en la cual como investigadores coincidimos con lo mencionado, en tanto la supervisión dentro del control interno es esencial para garantizar la integridad, eficiencia y cumplimiento normativo de la empresa Servicios Generales Paola EIRL- Huaraz, lo que contribuye a su éxito a largo plazo un apropiado ambiente de control en el área de ventas; confirmado con el índice de correlación de Rho de Spearman con un coeficiente de 0.899 que significa una correlación muy significativa.

Del objetivo general de este estudio fue investigar cómo el control interno afecta la gestión de ventas en la empresa Servicios Generales Paola EIRL en Huaraz durante el año 2023. Tras analizar los resultados, se encontró una fuerte correlación de 0,913 y un nivel de significación de 0,001. Estos hallazgos condujeron al rechazo de la hipótesis nula y a la aceptación de la hipótesis alterna.

## V. CONCLUSIONES

- 5.1. En el objetivo específico número uno el ambiente de control influye significativamente en la gestión de ventas, ya que un entorno laboral favorable y bien estructurado fomenta una gestión más eficiente. El 100% de los encuestados están de acuerdo en la importancia de este ambiente, y el valor de correlación de 0.811 respalda la fuerte relación entre un buen regular el entorno y la administración efectiva de ventas. Esto coincide con estudios previos que subrayan la importancia de un marco adecuado para el desarrollo de acciones estratégicas y operacionales (Bacallao H, 2019). Como investigadores, confirmamos que un apropiado ambiente de control en el área de ventas de Servicios Generales Paola EIRL promueve una eficaz administración de las ventas.
  
- 5.2. En el objetivo específico número dos la información y la comunicación son esenciales para la gestión de ventas. Aunque el 100% de los encuestados no están satisfechos con el nivel actual de información y comunicación, reconocen su importancia para el rendimiento de ventas. El coeficiente de correlación de 0.898 indica una relación significativa entre una comunicación eficaz y una mejor gestión de ventas. Esto sugiere que mejorar los canales de comunicación y la transparencia puede tener un impacto positivo considerable en las operaciones de ventas. Estos resultados concuerdan con las investigaciones de (Bacallao H, 2019), quien afirma que la información oportuna es crucial para la responsabilidad y el desempeño eficiente en el control interno.
  
- 5.3. En el objetivo específico número tres la evaluación de riesgos es fundamental para la gestión de ventas. El 100% de los encuestados coinciden en la necesidad de implementar evaluaciones periódicas para identificar y mitigar riesgos. Se ha encontrado una relación significativa, con un coeficiente de correlación de 0.846, entre la evaluación de riesgos y una gestión de ventas efectiva. Esto indica que llevar a cabo una evaluación proactiva y constante de riesgos puede resguardar los intereses de la empresa y fortalecer su habilidad para hacer frente a desafíos. Este hallazgo está alineado con (Bacallao H, 2019) , quien

menciona que la evaluación de riesgos es esencial para mitigar los riesgos que impactan las operaciones de la compañía.

- 5.4. En el objetivo específico número cuatro las actividades de control son vitales para la gestión de ventas. El 100% de los encuestados están de acuerdo en la necesidad de implementar procedimientos de control efectivos, aunque señalan deficiencias en el uso actual de herramientas y recursos. El coeficiente de correlación de 0.836 refuerza la importancia de estas actividades para garantizar la integridad y eficacia operativa. Implementar controles adecuados puede optimizar los procesos de ventas y salvaguardar los activos de la empresa. Los resultados coinciden con (Bacallao H, 2019) , menciona que las medidas de control son necesarias para salvaguardar los activos y promover la eficacia operativa.
  
- 5.5. En el objetivo específico número cinco la supervisión efectiva es crucial para garantizar los estándares de calidad y cumplimiento en la gestión de ventas. La supervisión si garantiza los estándares de calidad y cumplimiento debido a que el 80% reconoce su importancia. Con un coeficiente de correlación de 0.899, se confirma que una supervisión adecuada es esencial para mantener la integridad y eficiencia en las operaciones de ventas. Mejorar la supervisión puede asegurar el cumplimiento normativo y contribuir al éxito a largo plazo de la empresa. Este hallazgo coincide con (Bacallao H, 2019) , aborda la supervisión como un componente crítico para garantizar la efectividad de los controles establecidos. En el objetivo general la investigación ha demostrado que el control interno tiene una incidencia significativa en la gestión de ventas de la empresa Servicios Generales Paola EIRL en Huaraz durante el año 2023. Con un coeficiente de correlación de 0.913 y un nivel de significancia de 0.001, la conclusión extraída es que la introducción de un sistema de control interno sólido resulta crucial para mejorar tanto la eficiencia como la efectividad de las operaciones de ventas. Esto confirma la hipótesis de que un control interno sólido está directamente relacionado con una mejor gestión de ventas.

## **VI. RECOMENDACIONES**

- 6.1. Que Servicios Generales Paola EIRL priorice el mejorar su marco de control interno, donde se sugiere realizar una evaluación detallada de los procedimientos y controles internos actuales para identificar áreas de mejora y posibles deficiencias que puedan estar afectando la gestión de ventas, asimismo, se puede documentar los procedimientos de manera clara de todas las actividades relacionadas con las ventas, desde la captación de clientes potenciales hasta el seguimiento posterior a la venta, también proporcionar al personal técnicas de gestión de ventas efectivas y adoptar por herramientas tecnológicas, como software de seguimiento de ventas, para mejorar la recopilación, el análisis y la utilización de datos en el proceso de ventas.
  
- 6.2. Se sugiere realizar una evaluación exhaustiva del clima laboral dentro del equipo de ventas. Esto se puede conseguir a través de la realización de encuestas anónimas, entrevistas personales o grupos de discusión para comprender las percepciones y necesidades de los empleados. Con base en estos resultados, se pueden desarrollar tácticas para mejorar el entorno laboral, tales como incentivos, reconocimientos, programas de bienestar o actividades de integración que fomenten la colaboración y el respaldo mutuo entre los integrantes del equipo.
  
- 6.3. Se sugiere realizar una evaluación exhaustiva de los canales de comunicación existentes dentro del equipo de ventas. Identificar los puntos fuertes y áreas de mejora en términos de efectividad, accesibilidad y claridad de la información transmitida, como definir protocolos de comunicación que especifiquen los procedimientos para compartir información adecuada, resolver problemas y tomar decisiones dentro del equipo de ventas. Estos protocolos deben ser fácilmente comprensibles y estar disponibles para todos los miembros del equipo y así mejorar estos aspectos en la empresa Servicios Generales Paola EIRL.
  
- 6.4. Se recomienda establecer un proceso formal y estructurado para llevar a cabo evaluaciones periódicas de riesgos en el área de ventas. Esto

incluye la identificación, análisis y evaluación, que podrían afectar las operaciones de ventas, así como la determinación de medidas de mitigación apropiadas. Cada integrante del equipo puede contribuir con su experiencia y conocimientos para detectar los riesgos particulares en su ámbito de responsabilidad. Posteriormente, es crucial clasificar estos riesgos según su potencial impacto en las operaciones de ventas y la probabilidad de ocurrencia. Esta medida facilitará la concentración de recursos y esfuerzos en aquellos riesgos que sean más críticos y urgentes. Asimismo, brindar capacitación adecuada al equipo de ventas sobre conceptos básicos de gestión de riesgos, técnicas de evaluación y herramientas disponibles. Esto ayudará a fortalecer la conciencia y la capacidad del personal reconocer, evaluar y gestionar con éxito los riesgos en el trabajo diario.

- 6.5. Se sugieren realizar una revisión de los procedimientos de control existentes para identificar deficiencias y áreas de mejora. Esto puede incluir la documentación de los procesos actuales, la identificación de puntos de control clave y la evaluación de la eficacia de los controles implementados. Por ello, introducir herramientas y recursos específicos diseñados para facilitar y fortalecer las actividades de control en el área de ventas es de gran importancia. Como software de seguimiento de clientes, controles automatizados, entre otros, que ayuden a monitorear y gestionar de manera efectiva las operaciones de ventas.
  
- 6.6. Se sugiere definir y documentar claramente los protocolos de supervisión que definan las responsabilidades y expectativas del equipo de supervisión en el área de ventas. Esto incluye la frecuencia y el alcance de las revisiones, los criterios de evaluación y los procedimientos para el seguimiento de las acciones correctivas. Asimismo, brindar capacitación y desarrollo continuo a los supervisores de ventas para mejorar sus habilidades en la supervisión de equipos. Esto puede incluir programas de liderazgo, cursos de comunicación efectiva o técnicas de retroalimentación constructiva, entre otros, para garantizar que estén equipados para liderar y motivar a su equipo de manera efectiva.



## REFERENCIAS

- Ambuludí Cando, L. E. (2021). *Internal inventory control and its impact on the profitability of the hardware store “centro ferretero lumbaquí” located in the province of sucumbíos, Cantón Gonzalo Pizarro*. Universidad Tecnica de Ambato, Ambato- Ecuador. Recuperado el 24 de setiembre de 2023, de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/20500/1/T2519i.pdf>
- Bacallao H, M. (2019). Génesis del control interno. *Contribuciones a la Economía*. Obtenido de <https://www.eumed.net/ce/2009a/mbh3.htm>
- Br. Roa Quintana, M. (2021). *Levels of the internal control system in the Electoral Registry Management of the National Registry of Identification and Civil Status – Lima*. Thesis to opt for the academic degree of: Magister in public Management, universidad cesar vallejo, Lima. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/4468/Roa\\_QMA-Sotomayor\\_MRF.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/4468/Roa_QMA-Sotomayor_MRF.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Bravo Alay, S. S. (2020). *Control Interno en la Gestión de Ventas de una Empresa ferretera ABC ciudad de Piura*. Piura - Peru: Repositorio Institucional Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/45845/Bravo\\_ASS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/45845/Bravo_ASS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Camacho Elera, W. K. (2019). *Gestión de la fuerza de ventas y su relación con la rentabilidad de la empresa moda mas moda de la ciudad de tarapoto*. Tarapoto. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/10434/camacho\\_ew.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/10434/camacho_ew.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Chipana Ríos, C. (2021). El consumidor y su relación con las cláusulas generales de los contratos de consumo en el distrito de Gregorio Albarracín Lanchipa, 2021. *tesis para obtener el titulo profesional de Abogado*. Lanchipa. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/103598>
- Cortez Ortiz, R. (2019). *Internal control in the administrative management of the staff of the Treasury Office of the Ministry of the Interior*. Thesis to obtain the bachelor's degree of Master in Public Management, Peru. Recuperado

el 12 de octubre de 2023, de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/18937/Cortez\\_ORI..pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/18937/Cortez_ORI..pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Diaz Rojas, E. G., & Lozano Paredes, P. (2020). *Sistema de control interno y gestión administrativa de la unidad de gestión educativa local – Bagua*. tesis para optar el grado académico de Maestro en Gestión Pública, Universidad Cesar Vallejo, Chiclayo. Recuperado el 12 de Octubre de 2023, de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26511/D%c3%adaz\\_REG-Lozano\\_PP.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26511/D%c3%adaz_REG-Lozano_PP.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Fabian, E. (2019). *Gestión de ventas y su relación con los indicadores de desempeño del personal de consumo masivo de Alicorp en Lima*. Tesis para obtener el título Profesional de Licenciada en Administración, Lima. Recuperado el 12 de Octubre de 2023, de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/3167/Fabian\\_AEM.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/3167/Fabian_AEM.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Flores, F. (2019). *Internal control and results-based management in the managers and workers of the local government of Huaraz*. Universidad Cesar Vallejo, Huaraz. Recuperado el 12 de Octubre de 2023, de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/5583/Flores\\_PFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/5583/Flores_PFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Flores Lanares, K. J., & Shupingahua Piña, L. I. (2019). *Control interno y su incidencia en la gestión de ventas de la empresa Exportadora Sheryl'sk Trading SAC, Juanjuí*. Trabajo de investigación para obtener el grado de: Bachiller en contabilidad, Universidad Cesar Vallejo, Tarapoto. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/35840/B\\_Flores%20\\_LKJ-Shupingahua%20\\_PLI.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/35840/B_Flores%20_LKJ-Shupingahua%20_PLI.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Flores, F. (2020). *Control interno y gestión por resultados en los directivos y trabajadores del gobierno local de Huaraz*. Tesis para optar el grado académico de Magister en Gestión Pública, Universidad Cesar Vallejo, Huaraz. Recuperado el 12 de Octubre de 2023, de

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/5583/Flores\\_PFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/5583/Flores_PFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Garay Anaya, V. J. (2021). *Control Interno y la Gestión Financiera de la Municipalidad Provincial de Huaraz, 2021*. Tesis para obtener el título Profesional de Contabilidad, Universidad Cesar Vallejo, Huaraz. Recuperado el 23 de setiembre de 2023, de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/87084/Garay\\_AVJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/87084/Garay_AVJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Goicochea Junco, V. N., & Romero Giraldo, P. A. (2021). *El control interno y su incidencia en la gestión del área de ventas de la empresa Industrias Jormen S.R.L. del distrito de San Martín de Porres*. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/28145/Tesis%20%2811%29.pdf?sequence=11&isAllowed=y>

Jimenez, K. (2020). *Factores de contingencia relevantes para el diseño del control interno, grado de Bachiller en Administración*. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas Universidad Esan, Lima, Perú. Obtenido de <https://repositorio.esan.edu.pe/server/api/core/bitstreams/24a0a7be-be9b-4fdd-bda3-7518244c702a/content>

Mendoza Ramirez, A. E. (2020). *“Control interno de inventario y su influencia en la rentabilidad de la empresa Grupo Tassedo S.A.C”*. Tesis para obtener el título profesional de Contador Público, Universidad Cesar Vallejo, Huaraz. Recuperado el 23 de setiembre de 2023, de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26245/Mendoza\\_RAE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26245/Mendoza_RAE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Mozombite, M. M. (2020). *El control interno en las empresas privadas*. Tarapoto: Universidad Nacional de San Martín. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/112358/Hurtado\\_MJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/112358/Hurtado_MJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Nicole, V., & Romero, A. (2019). *El control interno y su incidencia en la gestión del área de ventas de la empresa Industrias Jormen S. R. L., del distrito de San Martín de Porres, durante el periodo 2019*. Lima. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/28145/Tesis%20%2811%29.pdf?sequence=11&isAllowed=y>
- Ortega, A. Y. (2020). *Control interno y su incidencia en la rentabilidad de la Empresa*. Cusco. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/62847/P%203%a9rez\\_OAY-SD.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/62847/P%203%a9rez_OAY-SD.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Palma, B. (2019). *Datamart para la gestión de ventas de Travel Confirmations S.A.C.* Tesis para obtener el Título profesional de Ingeniero de Sistemas, Universidad Cesar Vallejo, Lima. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/38549/Palma\\_BBL.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/38549/Palma_BBL.pdf?sequence=5&isAllowed=y)
- Patricio, A., & Ramírez, A. (2021). *Internal Control As A Tool For Administrative Management Case Study Sumac Llacta Cooperative,. Observatory of the latin American Economy*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/control-interno-sumaclacta.html>
- Pérez, J. F. (2021). *Control de la gestión*. Obtenido de [https://sgfm.elcorteingles.es/SGFM/dctm/MEDIA01/201305/16/00106524182018\\_2\\_.pdf](https://sgfm.elcorteingles.es/SGFM/dctm/MEDIA01/201305/16/00106524182018_2_.pdf)
- Pérez, J., López, M., & Ramírez, M. (2021). *Administración de ventas*. Managua. Obtenido de <https://repositoriosiidca.csuca.org/Search/Results?lookfor=perez+mariela+del&type=AllFields&page=3>
- Quintana, M., & Sotomayor, R. (2019). *Niveles del sistema de control interno en la Gerencia de Registro Electoral del Registro Nacional de Identificación y Estado Civil*. Tesis para optar el grado académico de: Magister en Gestión Pública, Universidad Cesar vallejo, Lima. Recuperado el 12 de octubre de 2023, de

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/4468/Roa\\_QMA-Sotomayor\\_MRF.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/4468/Roa_QMA-Sotomayor_MRF.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Quispe, E., & Bellido, L. (2020). *Business management and its relationship with the competitiveness of hardware Mypes Cercado Arequipa*. Universidad Tecnológica del Perú, Arequipa. Obtenido de [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2575/Ediluz%20Ramos\\_Leidy%20Huerta\\_Tesis\\_Titulo%20Profesional\\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2575/Ediluz%20Ramos_Leidy%20Huerta_Tesis_Titulo%20Profesional_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Serrano Carrión, P. A. (2022). *El control interno como herramienta indispensable para una gestión financiera y contable eficiente en las empresas bananeras del Cantón Machala*,. Ingeniería en Contabilidad y Auditoría Cpa, Universidad Técnica de Machala, Machala . Recuperado el 24 de Setiembre de 2023, de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/11787/1/TTUACE-2017-CA-CD00153.pdf>

Tunque Suyo, H. M. (2021). *Business management and its relationship with the competitiveness of mypes, commercial sector round table*. Thesis to obtain the professional title of : Bachelor of Administration, universidad cesar vallejo, Lima. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/123786/Tunque\\_SHM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/123786/Tunque_SHM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Tipo Mamani, G. M. (2022). *Control interno y su incidencia en la rentabilidad de la empresa*. LIMA.

Vargas, M. (2020). *Marketing Strategies and their impact on Sales Volume in the Hardware and Construction Materials Store, Ambato, Ecuador*. Ambato, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1517/1/184%20Ing.pdf>

Vidal Salinas, M. (2020). *Clima ético y el control interno del personal de la Oficina de General de Administración y Finanzas del Ministerio del Interior. Tesis para el grado académico de Maestro en Gestión Pública*. Universidad

cesar vallejo, Lima. Obtenido de  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23989/Vida\\_I\\_SM..pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23989/Vida_I_SM..pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## **ANEXOS**

### Anexo 1. Tabla de operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
<b>Variable 1:</b> Control interno	Según (Quintana & Sotomayor, 2019), el control interno es el conjunto de controles, incluidas políticas y procedimientos, que utiliza una compañía para salvaguardar sus recursos, garantizar la exactitud de sus registros financieros, maximizar la eficacia operativa y cumplir con las reglas y regulaciones.	De acuerdo (Flores F. , 2019), desde una perspectiva operativa, el control interno se divide en tres dimensiones fundamentales: evaluación, supervisión y técnicas de evaluación.	1. Ambiente de control	Normatividad	1) Inaceptable 2) Pobre 3) Débil 4) Aceptable 5) Bueno 6) Excelente
				Evaluación y monitoreo	
				Valores	
			2. Información y comunicación.	Transparente	
				Efectiva	
				Sencilla	
			3. Evaluación de riesgos	Gestión de riesgos	
				Eficacia	
				Eficiencia	
			4. Actividades de control.	Administración de recursos	
				Cumplimiento de procedimientos	
				Identificación de Riesgos	
			5. Supervisión.	Auditorias	
Seguimiento					
Acciones de Supervisión					
<b>Variable 2:</b> Gestión de ventas	Conforme a (Palma, 2019), la gestión de ventas es un procedimiento estratégico y operativo que abarca la elaboración de planes, la organización, el liderazgo y la supervisión de todas las actividades vinculadas a la comercialización de productos o servicios de una empresa. Su objetivo principal es mejorar la efectividad y la productividad de las ventas, desde la identificación de clientes potenciales hasta la finalización de las transacciones.	Basado en (Fabian, 2019), la definición operacional de Gestión de Ventas se enfoca en la planificación estratégica, el desarrollo de equipos de ventas, las estrategias de marketing y la supervisión de indicadores clave. Su propósito es perfeccionar el ciclo de ventas, desde la identificación de clientes hasta la conclusión de transacciones, con el objetivo de cumplir con las metas de ventas de la compañía y evaluar su eficacia.	1. Análisis del consumidor.	Objetividad	
			2. Promoción de venta.	Suficiencia	
			3. Seguimiento de las ventas.	Objetividad	



## Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos

### CUESTIONARIO

<b>EMPRESA SERVICIOS GENERALES PAOLA EIRL</b>	El tema por evaluar es la incidencia del control interno en la gestión de ventas de la empresa Servicios Generales Paola EIRL - Huaraz, año 2023.									
El presente cuestionario tiene como objetivo recoger información a fin de determinar la incidencia del control interno en la gestión de ventas de la empresa Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023. Con tu participación estarás ayudando en la investigación de los estudiantes de la Escuela de Contabilidad de la Universidad César Vallejo.										
<b>INDICACIONES:</b> Marque con una "X" en la casilla que corresponda a su respuesta.										
<b>1 = Totalmente en desacuerdo; 2 = En desacuerdo; 3 = Neutral; 4 = De acuerdo; 5 = Totalmente de acuerdo.</b>										
					<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
<b>AMBIENTE DE CONTROL</b>										
1. ¿Estás de acuerdo en que la alta dirección de la empresa debería fomentar un entorno laboral en el área de ventas que esté fundamentado en valores y ética?										
2. ¿Estás de acuerdo en que la dirección de la compañía debería promover un ambiente laboral eficaz y eficiente mediante la innovación de nuevas actividades en el área de ventas?										
<b>INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN</b>										
3. ¿Según tu criterio, estás de acuerdo con el nivel de información y comunicación empleada por el área de ventas?										
4. ¿Qué tan de acuerdo estás con la idea de que la calidad de la información y la comunicación influyen de manera significativa en el rendimiento del área de ventas?										
<b>EVALUACIÓN DE RIESGOS</b>										
5. ¿Estás de acuerdo que la empresa implemente evaluaciones periódicas para prevenir y reducir los riesgos en el área de ventas?										


6. ¿Estás de acuerdo en participar en la identificación de posibles riesgos y fraude en el área de ventas de la organización?					
<b>ACTIVIDADES DE CONTROL</b>					
7. ¿Estás de acuerdo que se implemente procedimientos de control para realizar de manera efectiva las actividades diarias del área de ventas?					
8. ¿Estás de acuerdo en que el área de ventas utiliza las herramientas y recursos necesarios para realizar eficazmente sus actividades?					
<b>SUPERVISIÓN</b>					
9. ¿Usted está de acuerdo que la supervisión garantiza los estándares de calidad y cumplimiento en el área de ventas?					
10. ¿Usted está de acuerdo que los supervisores deben estar disponibles para abordar inquietudes o resolver problemas sobre las labores de los trabajadores del área de ventas?					
<b>ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR</b>					
11. ¿Está de acuerdo en que el análisis del consumidor proporciona información crucial sobre el mercado objetivo al que el área de ventas debería dirigirse?					
12. ¿Está de acuerdo en que el análisis del consumidor orienta el desarrollo de productos y servicios que el área de ventas debería ofrecer?					
13. ¿Está de acuerdo en que el análisis del consumidor facilita la segmentación del mercado para que el área de ventas pueda enfocarse mejor?					
14. ¿Está de acuerdo que el análisis del consumidor proporciona al área de ventas información valiosa sobre cómo mejorar la experiencia de los clientes?					
<b>PROMOCIÓN DE VENTAS</b>					


15. ¿Estás de acuerdo en que el área de ventas debe disponer de información clara y precisa sobre los consumidores para planificar estrategias y actividades de promoción de ventas efectivas?					
16. ¿Está de acuerdo en que el área de ventas debe manejar una comunicación interna y externa eficiente para optimizar las estrategias y lograr el éxito en la promoción de ventas?					
17. ¿Estás de acuerdo en que las actividades de control son fundamentales para asegurar el cumplimiento eficaz de las políticas y procedimientos en la promoción comercial generada por el área de ventas?					
18. ¿Estás de acuerdo en que la evaluación de riesgos realizada por el área de ventas es fundamental para garantizar la efectividad y el éxito de las promociones de marketing?					
<b>SEGUIMIENTO DE LAS VENTAS</b>					
19. ¿Estás de acuerdo en que el área de ventas implemente la recopilación de datos sobre el volumen de ventas y tendencia de compras cumpliendo las políticas y procedimientos establecidos por la empresa?					
20. ¿Está de acuerdo en que el área de ventas identifique los clientes potenciales utilizando estrategias efectivas del control interno para garantizar con éxito las ventas?					

**Anexo 3. Fichas de validación de instrumentos para la recolección de datos**

**Ficha de validación de juicio de experto**

<b>Nombre del instrumento</b>	Cuestionario
<b>Objetivo del instrumento</b>	Recopilar datos
<b>Nombres y apellidos del experto</b>	Segundo Juvencio Tomás Aguilar
<b>Documento de identidad</b>	18072021
<b>Máximo Grado Académico</b>	Doctorado
<b>Nacionalidad</b>	Peruano
<b>Institución</b>	Universidad Cesar Vallejo
<b>Cargo</b>	Director de la Escuela de Contabilidad
<b>Código Orcid</b>	0000-0002-9133-1678
<b>Firma</b>	

<b>Nombre del instrumento</b>	Cuestionario
<b>Objetivo del instrumento</b>	Recopilar datos
<b>Nombres y apellidos del experto</b>	Carolina Vergara Ramírez
<b>Documento de identidad</b>	40800304
<b>Máximo Grado Académico</b>	Magister
<b>Nacionalidad</b>	Peruana
<b>Institución</b>	Universidad Cesar Vallejo
<b>Cargo</b>	Docente de la Escuela de Contabilidad
<b>Código Orcid</b>	0000-0002-8277-2105
<b>Firma</b>	

<b>Nombre del instrumento</b>	Cuestionario
<b>Objetivo del instrumento</b>	Recopilar datos
<b>Nombres y apellidos del experto</b>	Judith Del Pilar Zúñiga Rondan
<b>Documento de identidad</b>	31675023
<b>Máximo Grado Académico</b>	Magister
<b>Nacionalidad</b>	Peruana
<b>Institución</b>	Universidad Cesar Vallejo
<b>Cargo</b>	Docente de la Escuela de Contabilidad
<b>Código Orcid</b>	0000-0003-0632-5319
<b>Firma</b>	 <p>Mg. Econ. Judith Del Pilar Zúñiga Rondán CEA N° 0044</p>

#### Anexo 4. Resultados del análisis de consistencia interna

<b>Rangos del Alfa de Cronbach</b>	
<b>Rangos de <math>\alpha</math></b>	<b>Magnitud</b>
<0,50	Inaceptable
0,50 – 0,59	Pobre
0,60 – 0,69	Débil
0,70 – 0,79	Aceptable
0,80 – 0,89	Bueno
> 0,9	Excelente

<b>Estadísticas de fiabilidad.</b>	
<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de elementos</b>
0.934	20

## **Anexo 5. Consentimiento o asentimiento informado UCV**

### **Consentimiento Informado**

Título de la investigación: “Incidencia del control interno en la gestión de ventas de la empresa Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023”

Investigador (es):

- De la Cruz Aranda, Billy Brayan
- Rodríguez Ubaldo, Leyla Stephany

### **Propósito del estudio**

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Incidencia del control interno en la gestión de ventas de la empresa Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023”, cuyo objetivo es examinar el control interno y su influencia en la administración de las ventas de la organización, Servicios Generales Paola EIRL, una empresa local de Huaraz.

Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Contabilidad, de la Universidad César Vallejo del campus Huaraz, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso del gerente general de la empresa Servicios Generales Paola EIRL.

Describir el impacto del problema de la investigación: El problema general de la investigación es: ¿Cómo incide el control interno en la gestión de ventas de Servicios Generales Paola EIRL en el año 2023?

### **Procedimiento**

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “Incidencia del control interno en la gestión de ventas de la empresa Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023”.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 20 minutos y se realizará en la empresa Servicios Generales Paola EIRL. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

### **Participación voluntaria (principio de autonomía):**

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de marcar su respuesta. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

### **Riesgo (principio de No maleficencia):**

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

**Beneficios (principio de beneficencia):**

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

**Confidencialidad (principio de justicia):**

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (es): De la Cruz Aranda, Billy Brayan con email: [bbcruz@ucvvirtual.edu.pe](mailto:bbcruz@ucvvirtual.edu.pe), Rodríguez Ubaldo, Leyla Stephany con email: [Irodriguezub@ucvvirtual.edu.pe](mailto:Irodriguezub@ucvvirtual.edu.pe) y Docente asesor: Dr. León Alva Martos Ernesto con email: [mleona54@ucvvirtual.edu.pe](mailto:mleona54@ucvvirtual.edu.pe)

**Consentimiento**

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombres y apellidos: Hidalgo Cruz Marialena Giovanna

Fecha y Hora: 14 de noviembre de 2023 hora: 6:00pm

SERVICIOS GENERALES PAOLA EIRL  
RUC: 27609329492

  
HIDALGO CRUZ MARIALENA GIOVANNA  
GERENTE GENERAL

---

Gerente General

## **Consentimiento Informado del Apoderado**

Título de la investigación: "Incidencia del control interno en la gestión de ventas de la empresa Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023"

### **Investigador (a) (es):**

- De la Cruz Aranda, Billy Brayan
- Rodríguez Ubaldo, Leyla Stephany

### **Propósito del estudio**

Estamos invitando a su hijo (a) a participar en la investigación titulada "Incidencia del control interno en la gestión de ventas de la empresa Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023", cuyo objetivo es examinar el control interno y su influencia en la administración de las ventas de la organización, Servicios Generales Paola EIRL, una empresa local de Huaraz.

Esta investigación es desarrollada por estudiantes de la carrera profesional de Contabilidad o programa pregrado, de la Universidad César Vallejo del campus Huaraz, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la empresa Servicios Generales Paola EIRL.

Describir el impacto del problema de la investigación: El problema general de la investigación es: ¿Cómo incide el control interno en la gestión de ventas de Servicios Generales Paola EIRL en el año 2023?

### **Procedimiento**

Si usted acepta que su hijo participe y su hijo decide participar en esta investigación:

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerá datos personales y algunas preguntas sobre la investigación: "Incidencia del control interno en la gestión de ventas de la empresa Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023".
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 20 minutos y se realizará en el ambiente de la empresa Servicios Generales Paola EIRL. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

### **Participación voluntaria (principio de autonomía):**

Su hijo puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a que su hijo haya aceptado participar puede dejar de participar sin ningún problema.

### **Riesgo (principio de No maleficencia):**

La participación de su hijo en la investigación NO existirá riesgo o daño en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad a su hijo tiene la libertad de responderlas o no.



**Beneficios (principio de beneficencia):**

Mencionar que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

**Confidencialidad (principio de justicia):**

Los datos recolectados de la investigación deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información recogida en la encuesta o entrevista a su hijo es totalmente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es): De la Cruz Aranda, Billy Brayan con email: [bbcruz@ucvvirtual.edu.pe](mailto:bbcruz@ucvvirtual.edu.pe), Rodríguez Ubaldo, Leyla Stephany con email: [lrdriguez@ucvvirtual.edu.pe](mailto:lrdriguez@ucvvirtual.edu.pe) y Docente asesor Dr. León Alva Martos Ernesto con email: [mleona54@ucvvirtual.edu.pe](mailto:mleona54@ucvvirtual.edu.pe)

**Consentimiento:**

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo que mi menor hijo participe en la investigación.

Nombre y apellidos: De la Cruz Duran Alipio Armando

Fecha y hora: 14 de noviembre de 2023. Hora: 15:30pm

Nombre y apellidos: Rodríguez Moreno José Antonio

Fecha y hora: 14 de noviembre de 2023 Hora: 15:30pm



**Apoderado**

De la Cruz Duran Alipio Armando



**Apoderado**

Rodríguez Moreno José Antonio

## **Asentimiento Informado**

Título de la investigación: "Incidencia del control interno en la gestión de ventas de la empresa Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023"

### **Investigador (a) (es):**

- De la Cruz Aranda, Billy Brayan
- Rodríguez Ubaldo, Leyla Stephany

### **Propósito del estudio**

Estamos invitando a su hijo (a) a participar en la investigación titulada "Incidencia del control interno en la gestión de ventas de la empresa Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023", cuyo objetivo es examinar el control interno y su influencia en la administración de las ventas de la organización, Servicios Generales Paola EIRL, una empresa local de Huaraz.

Esta investigación es desarrollada por estudiantes de la carrera profesional de Contabilidad o programa pregrado, de la Universidad César Vallejo del campus Huaraz, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la empresa Servicios Generales Paola EIRL.

Describir el impacto del problema de la investigación: El problema general de la investigación es: ¿Cómo incide el control interno en la gestión de ventas de Servicios Generales Paola EIRL en el año 2023?

### **Procedimiento**

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerá datos personales y algunas preguntas sobre la investigación: "Incidencia del control interno en la gestión de ventas de la empresa Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023".
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 20 minutos y se realizará en el ambiente de la empresa Servicios Generales Paola EIRL. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

### **Participación voluntaria (principio de autonomía):**

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

### **Riesgo (principio de No maleficencia):**

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

### **Beneficios (principio de beneficencia):**

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico

ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

**Confidencialidad (principio de justicia):**

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es): De la Cruz Aranda, Billy Brayan con email: [bbcruz@ucvvirtual.edu.pe](mailto:bbcruz@ucvvirtual.edu.pe), Rodríguez Ubaldo, Leyla Stephany con email: [lrodriguez@ucvvirtual.edu.pe](mailto:lrodriguez@ucvvirtual.edu.pe) y Docente asesor Dr. León Alva Martos Ernesto con email: [mleona54@ucvvirtual.edu.pe](mailto:mleona54@ucvvirtual.edu.pe)

**Consentimiento:**

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo que mi menor hijo participe en la investigación.

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo que mi menor hijo participe en la investigación.

Nombre y apellidos: De la Cruz Duran Alipio Armando

Fecha y hora: 14 de noviembre de 2023. Hora: 15:30pm

Nombre y apellidos: Rodríguez Moreno José Antonio

Fecha y hora: 14 de noviembre de 2023 Hora: 15:30pm



**Investigador**

De la Cruz Aranda, Billy Brayan



**Investigador**

Rodríguez Ubaldo, Leyla Stephany

## **Anexo 8. Autorizaciones para el desarrollo del proyecto de investigación**

### **CARTA A LA GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA**

**SOLICITO AUTORIZACIÓN  
PARA REALIZAR UNA  
INVESTIGACIÓN EN LA  
EMPRESA**

Huaraz, 10 de agosto de 2023

Señor (a):

**Hidalgo Cruz Marielena Giovanna**

**GERENTE GENERAL**

**Servicios Generales Paola EIRL**

Presente. -

Es grato dirigirme a usted para saludarlo, y a la vez manifestarle que dentro de mi formación académica en la experiencia curricular de investigación del X ciclo, se contempla la realización de una investigación con fines netamente académicos /de obtención de mi título profesional al finalizar mi carrera.

En tal sentido, considerando la relevancia de su organización, solicito su colaboración, para que pueda realizar mi investigación en su representada y obtener la información necesaria para poder desarrollar la investigación titulada: "Incidencia del control interno en la gestión de ventas de la empresa Servicios Generales Paola EIRL, Huaraz - año 2023".

En dicha investigación me comprometo a mantener en reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa, salvo que se crea a bien su socialización. Se adjunta la carta de autorización de uso de información en caso de que se considere la aceptación de esta solicitud para ser llenada por el representante de la empresa.

Agradeciéndole anticipadamente por vuestro apoyo en favor de mi formación profesional, hago propicia la oportunidad para expresar las muestras de mi especial consideración.

Atentamente,



---

**Estudiante**  
De la Cruz Aranda, Billy Brayan  
DNI: 73586521



---

**Estudiante**  
Rodríguez Ubaldo, Leyla Stephany  
DNI: 71772781

## AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA

Yo Hidalgo Cruz Marielena Giovanna con DNI 73742222, en mi calidad de Titular-Gerente del área administrativa **de la empresa** Servicios Generales Paola E.I.R.L. con R.U.C N° 20609329492, ubicada en la ciudad de Huaraz.

### OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

A los estudiantes De la Cruz Aranda Billy Brayan y Rodríguez Ubaldo Leyla Stephany

Identificados con DNI N°73586521 y DNI N°71772781 respectivamente, de la Carrera profesional de contabilidad, para que utilice la siguiente información de la empresa:

- Evaluación del control interno del área de ventas
- Encuesta con las áreas de administración, almacén, contabilidad y ventas.
- Recopilación de datos del control interno y de la gestión de las ventas.

con la finalidad de que pueda desarrollar su (X)Tesis para optar el Título Profesional, ( ) Trabajo de investigación para optar al grado de Bachiller, ( ) Trabajo académico, ( ) Otro (especificar).

Indicar si el Representante que autoriza la información de la empresa, solicita mantener el nombre o cualquier distintivo de la empresa en reserva, marcando con una "X" la opción seleccionada.

( ) Mantener en Reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o

( ) Mencionar el nombre de la empresa.

**SERVICIOS GENERALES PAOLA EIRL**  
RUC: 20609329492

  
-----  
**HIDALGO CRUZ MARIELENA GIOVANNA**  
**GERENTE GENERAL**

DNI: 73742222

El Estudiante declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación / en la Tesis son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Estudiante será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.



De la Cruz Aranda, Billy Brayan  
DNI: 73586521



Rodríguez Ubaldo, Leyla Stephany  
DNI: 71772781