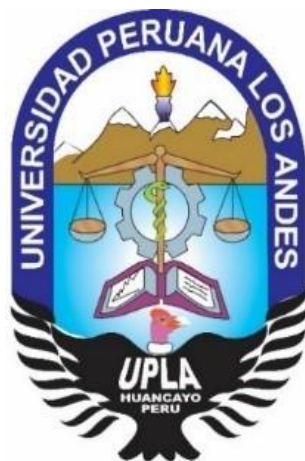


UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN CONTABILIDAD Y FINANZAS



TESIS

El informe COSO III y el área de ventas en la empresa
CONTASIC SAC – Huancayo 2020

Para Optar : El Grado Académico de Maestro en Contabilidad
y Finanzas Mención en: Auditoría y Control de
Gestión

Autor : Bach. Efraín Félix Salomón Vara

Asesor : Mg Román Quispe Sullca

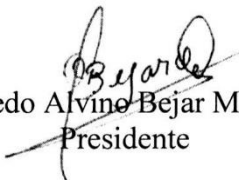
Línea de Investigación
Empresarial : Ciencias Empresariales y Gestión de los Recursos

Fecha de Inicio y Culminación: 03.01.2020 – 15.11.2021

HUANCAYO – PERÚ

2022

MIEMBROS DEL JURADO DE SUSTENTACIÓN



Dr. Aguedo Alvino Bejar Mormontoy
Presidente



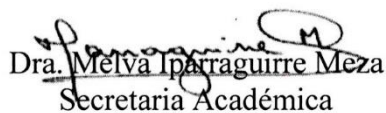
Dr. Richard Victor Diaz Urbano
Miembro



Mtro. Fernando Polo Orellana
Miembro



Mg. Luis Marquez Crisóstomo
Miembro



Dra. Melva Iparaguire Meza
Secretaria Académica

Asesor

Mg Román Quispe Sullca

DEDICATORIA

A Dios por guiarme por el buen camino.

A mis Padres por brindarme su apoyo incondicional, a mis hijos que me dieron fuerza para lograr lo que uno anhela.

AGRADECIMIENTO

Al Mg Román Quispe Sullca, por brindarnos su tiempo y guiarnos en el desarrollo de la presente investigación.

A la Empresa Contasic SAC, por darnos las facilidades de sus informaciones para el desarrollo de la presente investigación.

Efraín

CONTENIDO

| | |
|---|------|
| CARÁTULA..... | i |
| MIEMBROS DEL JURADO DE SUSTENTACIÓN | ii |
| ASESOR | iii |
| DEDICATORIA | iv |
| AGRADECIMIENTO | v |
| CONTENIDO | vi |
| CONTENIDO DE TABLAS | ix |
| CONTENIDO DE FIGURAS..... | x |
| RESUMEN | xi |
| ABSTRACT..... | xii |
| INTRODUCCIÓN | xiii |

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

| | |
|--|----|
| 1.1 Descripción de la realidad problemática..... | 15 |
| 1.2 Delimitación del Problema | 17 |
| 1.3 Formulación del Problema..... | 18 |
| 1.3.1 Problema General | 18 |
| 1.3.2 Problemas Específicos | 18 |
| 1.4 Justificación | 19 |
| 1.4.1 Social..... | 19 |
| 1.4.2 Teórica | 19 |
| 1.4.3 Metodológica | 20 |
| 1.5 Objetivos..... | 20 |

| | |
|----------------------------------|----|
| 1.5.1 Objetivo General..... | 20 |
| 1.5.2 Objetivos Específicos..... | 21 |

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

| | |
|--|----|
| 2.1 Antecedentes del Estudio..... | 22 |
| 2.1.1 Antecedentes nacionales | 22 |
| 2.1.2 Antecedentes internacionales | 24 |
| 2.2 Bases Teóricas ò Científicas | 25 |
| 2.2.1. Informe caso III..... | 25 |
| 2.2.2. Área de ventas | 33 |
| 2.3 Marco Conceptual..... | 36 |

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS

| | |
|----------------------------------|----|
| 3.1. Hipótesis General..... | 39 |
| 3.2. Hipótesis Especificas | 39 |
| 3.3 Variables | 39 |

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

| | |
|--|----|
| 4.1 Método de Investigación..... | 41 |
| 4.2 Tipo de Investigación | 42 |
| 4.3 Nivel de Investigación | 42 |
| 4.4 Diseño de la Investigación..... | 43 |
| 4.5 Población y Muestra | 43 |
| 4.6 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos..... | 44 |
| 4.7 Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos..... | 45 |

| | |
|---|----|
| 4.8 Aspectos Éticos de la Investigación | 47 |
|---|----|

CAPÍTULO V

RESULTADOS

| | |
|--|----|
| 5.1 Descripción de resultados | 48 |
| 5.1.1 Análisis descriptivo de la variable Informe Coso III y sus dimensiones | 48 |
| 5.1.2 Análisis descriptivo de la variable área de ventas y sus dimensiones | 55 |
| 5.2 Contraste de Hipótesis | 58 |
| ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS..... | 64 |
| CONCLUSIONES | 67 |
| RECOMENDACIONES..... | 69 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 70 |
| ANEXOS | 73 |
| Anexo 01: Matriz de Consistencia..... | 74 |
| Anexo 02: Matriz de Operacionalización de Variables | 75 |
| Anexo 03: Matriz de Operacionalización del Instrumento | 77 |
| Anexo 04: El Instrumento de Investigación y constancia de su aplicación..... | 80 |
| Anexo 05: Confiabilidad y validez del instrumento | 82 |
| Anexo 06: La data de procesamiento de datos | 86 |
| Anexo 07: Consentimiento informado..... | 87 |

CONTENIDO DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1 Riesgo interno..... | 48 |
| Tabla 2 Riesgo externo | 49 |
| Tabla 3 Logro de objetivos | 50 |
| Tabla 4 Prevención | 51 |
| Tabla 5 Riesgo | 52 |
| Tabla 6 Exactitud de la información..... | 53 |
| Tabla 7 Accesibilidad de la información | 54 |
| Tabla 8 Producción de bienes | 55 |
| Tabla 9 Producción de servicios | 56 |
| Tabla 10 Satisfacción..... | 57 |
| Tabla 11 Correlación de hipótesis general..... | 59 |
| Tabla 12 Correlación de hipótesis específica 1 | 60 |
| Tabla 13 Correlación de hipótesis específica 2 | 61 |
| Tabla 14 Correlación de hipótesis específica 2 | 63 |

CONTENIDO DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1 Riesgo interno..... | 49 |
| Figura 2 Riesgo externo | 50 |
| Figura 3 Logro de objetivos..... | 51 |
| Figura 4 Prevención | 52 |
| Figura 5 Riesgo..... | 53 |
| Figura 6 Exactitud de la información | 54 |
| Figura 7 Accesibilidad de la información..... | 55 |
| Figura 8 Producción de bienes..... | 56 |
| Figura 9 Producción de servicios..... | 57 |
| Figura 10 Satisfacción | 58 |

RESUMEN

La presente investigación intitulada **EL INFORME COSO III Y EL ÁREA DE VENTAS EN LA EMPRESA CONTASIC SAC – HUANCAYO 2020**, planteó como problema general ¿Qué relación existe entre el Informe Cosso III y el Área de Ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020?, respectivamente el objetivo fue: Determinar la relación que existe entre el Informe Cosso III y el Área de Ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020. Para el desarrollo de la investigación y cumplimiento de los objetivos del estudio, se desarrolló en base al método científico, la investigación es de tipo aplicada, la investigación es de nivel correlacional, y como diseño de investigación es descriptivo-correlacional. El resultado del coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0.628 lo que señala la existencia de una correlación positiva media; por tanto, concluye la existencia de relación entre el Informe Cosso III y el Área de ventas es significativa en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020. Se recomienda implementar equipos y planes de trabajo, con gerentes, ejecutivos y colaboradores trabajando en equipo para efectuar y desarrollar un sistema de control interno seguro con las actualizaciones en el tiempo. Para ello, se deben elaborar métodos de trabajo que les permitan enfocarse en el logro de metas, el progreso y la aversión al riesgo.

Palabras clave: Informe Cosso III, control interno, gestión del riesgo, prevención del fraude, desempeño organizacional, riesgo de fraude, actividades de control, sistema de control.

ABSTRACT

The present investigation entitled THE COSSO III REPORT AND THE SALES AREA IN THE COMPANY CONTASIC SAC - HUANCAYO 2020, I pose as a general problem: What relationship exists between the Cosso III Report and the Sales Area in the Company Contasic SAC - Huancayo 2020? Respectively, the objective was: To determine the relationship that exists between the Cosso III Report and the Sales Area in the Company Contasic SAC - Huancayo 2020. For the development of the investigation and fulfillment of the objectives of the study, the use of the scientific method was used, the type of research is applied, the research level is correlational, and the research design is descriptive-correlational. The result of Spearman's Rho correlation coefficient is 0.628, which indicates that there is a mean positive correlation; therefore, it is concluded that the relationship that exists between the Cosso III Report and the Sales Area is significant in the Company Contasic SAC - Huancayo 2020. It is suggested to implement a team and work plan, that the Managers, Administration and collaborators work in team to implement and maintain an effective and updated Internal Control System. For this, a work plan must be established that allows them to be attentive to the achievement of objectives, progress and avoid risks.

Keywords: Cosso III Report, internal control, risk management, fraud prevention, organizational performance, fraud risk, control activities, control system.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación “El Informe Cosso III y El Área de Ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020”, Considero la falta de implementación de control interno en el departamento de ventas, la falta de implantar un proceso de operaciones de ventas, la falta de implantar objetivos, la falta de supervisar el proceso de ventas, lo cual afecta en el logro de los objetivos rentabilidad, aumento de los ingresos, margen de utilidad, la calidad del producto, etc., los que dañan la operación normal de la empresa. Además de la presencia de controles de inventario deficientes, la falta de controles internos reduce la efectividad. Por ello planteo como objetivo: Determinar la relación que existe entre el Informe Cosso III y el Área de Ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020.

Para el cumplir los objetivos del estudio de la investigación, se realizó mediante el método científico, el tipo de investigación es aplicada, la investigación tiene el nivel correlacional, y el diseño de investigación tiene el descriptivo-correlacional.

Para alcanzar el resultado de la investigación se realizó la estructura que a continuación detallamos:

Capítulo I Planteamiento del problema: Este capítulo es fundamental ya que se describe la realidad en cuestión, se definen sus límites, así mismo se formulan problemas generales y específicos, acotando se identifican razones y objetivos generales y específicos.

Capítulo II Marco Teórico: Se hace de conocimiento los historiales anteriores de la investigación, las bases teóricas son establecidas y se precisa el marco conceptual.

Capítulo III Hipótesis: Es la operacionalización de variables a partir de los hipótesis generales y específicos de la investigación.

Capítulo IV Metodología: Describe los métodos científicos que se utilizaron, el tipo, el nivel y el diseño del estudio, la población, la muestra, las técnicas e instrumentos de recopilación de datos, las técnicas de procesamiento y análisis de datos y los aspectos éticos del estudio

Capítulo V Resultado: Expone los resultados y la contratación de hipótesis.

Capítulo VI Referencia Bibliográficas Por último presentamos, el análisis y discusión de resultado, conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

En el entorno actual de nuestro país, es muy claro que si un empresario desea salir adelante necesitará mucha dedicación y esfuerzo para cumplir sus metas. En los últimos años el país está en proceso de implementación de las empresas, la mayoría de las empresas peruanas no han implementado adecuadamente el control interno, Debido a que la mayoría de las empresas son empresas familiares, no tienen control interno, ni tienen los conocimientos necesarios para implementar el control interno. En estas empresas, algunos empleados no pueden dirigir la empresa, y muchas empresas no están posicionadas en el mercado corriendo el riesgo de ser extinguido o liquidado. Para que una empresa crezca económica y financieramente, es muy importante ser financiado con capital de terceros porque el patrimonio personal es insuficiente para poner marcha una empresa, por tanto, cuando una institución financiera quiere otorgar crédito a una empresa, el primer requisito son sus estados de ingresos y gastos mensuales y anuales para medir si la empresa puede cumplir con sus obligaciones financieras, Por lo tanto, los controles internos adecuados son necesarios para garantizar que las operaciones comerciales sean registrados contablemente se registren de acuerdo con las normas establecidas y puedan proporcionar a las entidades financieras información oportuna y confiable.

En el mundo globalizado el desarrollo de las entidades comerciales se crea con la finalidad de realizar o desarrollar procesos adecuados para una buena conducción organizacional y designar a los trabajadores las labores que deben realizar en las áreas que les corresponden. El control interno es elemental por que ayuda a la organización a minimizar el riesgo que pueden afectar negativamente, por ejemplo, las operaciones contabilizados erróneamente en los libros contables, la empresa al reducir este riesgo gestiona adecuadamente favoreciendo con beneficios a los involucrados en la empresa, trabajadores, directivos y terceros, aplicando adecuados controles para el alcanzar los objetivos requeridos.

Dentro de la empresa Contasic S.A.C. se identifica el incumplimiento de controles, estrategias, formulación de objetivos en el departamento de ventas, fiscalización de las operaciones de ventas; no cuenta con un control adecuado de inventarios disminuyendo de la efectividad, la inoportuna gestión de negocios con los proveedores.

Esto afecta la rentabilidad, el crecimiento de los ingresos, los márgenes de ventas, la calidad del producto, por lo que incide negativamente en el desarrollo normal de las actividades de la empresa. Además, no permite suficientes planes de venta e incluso genera impago a los proveedores, por lo tanto, falta de productos disponibles para la venta, afectando severamente la liquidez de la empresa. El principal motivo identificado fue la falta de capacitación de los empleados sobre el correcto control interno de la empresa.

Por las razones anteriores, existe una gran necesidad de que las empresas implementen sistemas de controles estrictos y efectivos para prevenir fraudes e

irregularidades, y establecer las correspondientes acciones preventivas y correctivas necesarias para ayudar a las empresas a abordar estos problemas.

1.2 Delimitación del Problema

Delimitación Espacial

El desarrollo de la investigación se realizó en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020.

Delimitación Temporal

La investigación se ha desarrollado temporalmente durante doce meses, tiempo donde se recolectó la información necesaria para la culminación del trabajo de investigación.

Delimitación Conceptual o Temática

La delimitación teórica de este trabajo de investigación es la siguiente:

Informe Cosso III:

Según González R. (2016) en su libro “Control Interno. Modelo Coso III conceptualiza que: Control interno es definido como un proceso integrado y dinámico llevado a cabo por la administración, la dirección y demás personal de una entidad, diseñado con el propósito de proporcionar la eliminación de riesgos, gestión de recursos y la claridad de la información logrando un grado de seguridad razonable dentro de las empresas”.

Área De Ventas: Montenegro E. (2018) Montenegro conceptualiza que: “El área de ventas asegura la conexión entre la producción de los productos o servicios de la empresa y los consumidores. También estudia las necesidades a satisfacer para definir los productos a comercializar. Por último, el área de ventas y marketing actúa en el mercado adaptando los productos a las necesidades del cliente”.

1.3 Formulación del Problema

1.3.1 Problema General

¿Qué relación existe entre el Informe Cosso III y el Área de Ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020?

1.3.2 Problemas Específicos

- ¿Qué relación existe entre Eliminación de Riesgos y el Área de Ventas Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020?
- ¿Qué relación existe entre Gestión de Riesgos y el Área de Ventas Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020?
- ¿Qué relación existe entre Claridad de Información y el Área de Ventas Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020?

1.4 Justificación

1.4.1 Social

El estudio benefició a la sociedad de Huancayo ya que al implementar controles que permitan que sus colaboradores mejoren su desempeño, permitió alcanzar los objetivos de la organización. Esto fue de interés como modelo para las empresas de Huancayo, ya que los controles que se implementaron permitieron cometer menos errores en sus tareas, evitando así descuentos y/o amonestaciones. Teniendo como consecuencia que al manejar eficientemente las operaciones se podrán atender al cliente sin ninguna dificultad y por ende el cliente estará satisfecho.

Siendo importante el control interno en el área de ventas, la investigación busca principalmente optimizar el proceso de ventas para lograr los objetivos de la empresa, analizar y evaluar las actividades de control operativo en las ventas, comunicar si las utilidades son los esperados de acuerdo y proveer información oportuna económica y financiero a la gerencia sobre la situación actual de las ventas para la toma de decisiones.

1.4.2 Teórica

La importancia que justifica teóricamente a esta investigación es significativo porque a través de esta, se implementa el sistema de control interno para beneficiar a la directiva, colaboradores de la empresa y terceros, incrementado la utilidad mediante las ventas efectivas, como también al logro de los objetivos, del mismo modo es de imprescindible la aplicación

de control interno en la empresa, con el resultado del estudio de investigación se puede contribuir a explicar los elementos eficaces que producen el control interno, identificando y gestionando potenciales riesgos que pueden afectar negativamente a la empresa.

COSO III Según González R. (2016) en su libro Control Interno. Modelo Coso III conceptualiza que: “El control interno es definido como un proceso integrado y dinámico llevado a cabo por la administración, la dirección y demás personal de una entidad, diseñado con el propósito de proporcionar la eliminación de los riesgos, gestión de recursos y la claridad de la información logrando un grado aceptable dentro de las empresas”.

1.4.3 Metodológica

Para lograr dichas justificaciones se utilizó técnicas mucho más diseñadas a los sistemas de controles internos los cuales realizaron una serie de procedimientos ante las técnicas que se utilizaron como suelen ser las entrevistas y encuestas, que lograron aportar así a las deficiencias de la administración, siendo necesario las ejecuciones y evaluaciones de procesos de dicha empresa.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Determinar la relación que existe entre el Informe Cosso III y el Área de Ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Determinar la relación que existe entre la Eliminación de Riesgos y el Área de Ventas Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020
- Determinar la relación que existe entre Gestión de Riesgos y el Área de Ventas Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020
- Determinar la relación que existe entre Claridad de Información y el Área de Ventas Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del Estudio

2.1.1 Antecedentes nacionales

Según Caballero S. (2016) en su tesis titulada “Aplicación del informe coso iii en el área de ventas y su influencia en la situación económica - financiera de la empresa Atanor Trujillo S. A - año 2015” la Universidad Privada Antenor Orrego de la localidad de Trujillo. “La investigación tuvo como objetivo determinar si la aplicación del Informe COSO III en el Área de Ventas influye en la mejora de la situación económica - financiera de la empresa Autonort Trujillo S. A – año 2015. La metodología utilizada fue el análisis documental utilizando el instrumento la entrevista. Concluyó que se aplicó el Informe Coso III en el área de Ventas, notándose con la aplicación de este que la situación del área en mención se ha fortalecido en el mes de octubre con relación a Setiembre pues se emplearon nuevas políticas y los 5 componentes enfocados en cada uno de sus principios establecidos, principalmente la Actividad de Control, estableciéndose los responsables de supervisar y comunicar el cumplimiento de cada procedimiento. Este antecedente contiene instrumento para medir variables de investigación, que servirán para ser adaptadas a la presente investigación.”

Como sugiere Santilla Y. (2018) en su tesis “Presentación de control interno en el área de ventas y su influencia en la rentabilidad de la empresa Anglo American Trading Co S. A Lima 2018”. La Universidad Peruana las Américas de

la ciudad de Lima. “La investigación tuvo como objetivo implementar el sistema de control interno en el área de ventas, mediante procesos técnicas contables que influye en la rentabilidad. La metodología que se utilizó el diseño pre experimental y se utilizó método nivel explicativo, este tipo de investigación es apropiada para conocer posibles relaciones de causa. Se concluyó que se logró implementar los procesos de ventas para una adecuada culminación de venta hacia nuestros clientes, esto ayudara a que los vendedores puedan tener una relación directa con los clientes, y al incrementar las ventas genera mayores ganancias para el beneficio de la empresa. Este antecedente contiene instrumento para medir variables de investigación, que servirán para ser adaptadas a la presente investigación.”

Según Enríquez N. (2016) en su tesis titulada “Aplicación de Control Interno a través del Informe COSO III en el Área de Ventas y su efecto en el Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados de la Empresa Mont Group S.A.C. en Lima por el Periodo 2016” de la “UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ” de la ciudad de Lima. “La investigación tuvo como objetivo determinar posibles deficiencias del sistema de control interno en el área de ventas, con incidencia en el estado de situación financiera y estado de resultados. La metodología que se utilizó fue el diseño no experimental. Concluyó que los procedimientos establecidos en el área de ventas carecen de supervisión por parte de la gerencia, los resultados obtenidos de la evaluación del sistema de control interno están representado por 55% de nivel de confianza bajo con y nivel de riesgo alto, asimismo el sistema de control interno no cuenta con programa de evaluación por parte de la dirección. Este antecedente contiene instrumento para

medir variables de investigación, que servirán para ser adaptadas a la presente investigación.”

2.1.2 Antecedentes internacionales

Según Ortega M. (2017) en su tesis *“Evaluación del sistema de control interno (COSO III) a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Esperanza Ltda. De la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, período 2015”* de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo de Ecuador. “La investigación tuvo como objetivo evaluar el Sistema de Control Interno con el fin de disminuir los riesgos operativos y mejorar la gestión administrativa en la entidad. La metodología que se utilizó fue de enfoque cualitativo, se utilizó el método deductivo e inductivo, el instrumento que utilizo fue la encuesta y la entrevista. Concluyó la adopción del modelo (COSO III), permitió la estructuración de cinco componentes debidamente interrelacionados entre sí, a fin de producir un Sistema de Control Interno adecuado, para el manejo de los riesgos de la cooperativa. Este antecedente contiene instrumento para medir variables de investigación, que servirán para ser adaptadas a la presente investigación.”

Bustamante J. (2017) en su tesis intitulada *“Actualización del sistema de control interno basado en el modelo COSO III, en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Puerto Francisco de Orellana, periodo 2016”*, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo de Ecuador. “La investigación tuvo como objetivo actualizar el sistema de Control Interno basado en el modelo COSO III, en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Puerto Francisco de Orellana, período 2016, para un adecuado cumplimiento de los objetivos y metas establecidos por la

Cooperativa de Ahorro y Crédito. La metodología fue de enfoque cualitativo, de tipo bibliográfica – documental, descriptiva y explicativa. Concluyo la adopción de la Gestión de Riesgos Corporativos (COSO III), permitió la estructuración de cinco componentes debidamente interrelacionados entre sí, a fin de producir un sistema de control interno adecuado, para el manejo de los riesgos de la cooperativa. Este antecedente contiene instrumento para medir variables de investigación, que servirán para ser adaptadas a la presente investigación.”

2.2 Bases Teóricas e Científicas

2.2.1. Informe coso III

Según González R. (2016) en su libro Control Interno. Modelo Coso III conceptualiza:

“El control interno es definido como un proceso integrado y dinámico llevado a cabo por la administración, la dirección y demás personal de una entidad, diseñado con el propósito de proporcionar la eliminación de riesgos, gestión de recursos y la claridad de la información logrando un grado de seguridad razonable dentro de las empresas”.

La aplicación y ejecución de un sistema de control interno adecuado debe proveer:

- Logro de metas en obtención de utilidades y beneficios previniendo la disminución de recursos.
- Procesos operacionales eficaces y eficientes.

- Ejecución de labores continuas, mediante el cual para alcanzar los objetivos esperados.
- Ejecución del control interno por personal de la empresa y las actividades que realizan en la entidad.
- Elaboración de los estados financieros fiables para gestionar correctamente las operaciones de la empresa.
- Acatar las normas que regulan.
- Acomodo y ajuste a la necesidad de la empresa.
- Supervisión, evaluación y verificación para mejorar continuamente los procesos de la entidad.

Objetivos

Es responsabilidad de establecer los objetivos del negocio los Directivos y la Administración y los objetivos de la empresa deben ser diseñados de acuerdo a lo señalado en el control interno, con la finalidad de gestionar y disminuir adecuadamente los riesgos que afectan a los objetivos. La interrelación entre sí de los objetivos deben ser acordes con los intereses de la empresa. Mediante el establecimiento de objetivos proporcionan metas los que pueden ser medibles con la vigilancia, supervisión y verificación para un control interno eficaz. La administración es responsable de los procesos de la entidad de la siguiente manera:

- Definir los objetivos estratégicos de la entidad inmersa al contexto establecido en su misión y visión.

- Determinar la tolerancia al riesgo de acuerdo a lo que requiere la entidad según las diferentes necesidades de la entidad.
- El apetito de riesgo debe direccionarse de acuerdo a los objetivos estratégicos de la entidad.

De acuerdo al Marco Integrado de Control Interno los objetivos a considerar son tres que deben considerar las empresas en el desarrollo de control interno. Siendo:

Objetivos operativos: Los objetivos deben ser interrelacionado de acuerdo a la misión y visión de la entidad. Se refieren a la eficacia y eficiencia de las operaciones, considerados también los objetivos de rendimiento financiero, asimismo protegiendo su patrimonio a posibles pérdidas.

Por ello, estos objetivos constituyen la base para la evaluación de los riesgos asociados a la protección de los activos de la entidad, así como para la selección y desarrollo de los controles necesarios para mitigar dichos riesgos. Los objetivos comerciales deben reflejar el entorno comercial, industrial y económico en el que se encuentra involucrada la entidad, y relacionarse con un mejor desempeño financiero, productividad, calidad, prácticas ambientales e innovación y satisfacción de empleados y clientes.

Objetivos de información: Se refieren a la elaboración de informes para uso de las organizaciones y accionistas, teniendo en cuenta la autenticidad, oportunidad y transparencia. Estos informes abordan información financiera y no financiera interna y externa y cubren aspectos como confiabilidad,

oportunidad, transparencia y otros conceptos establecidos por las políticas de los reguladores, organismos o entidades reconocidas. La información externa se presenta en respuesta a las normas y estándares establecidos ya los requerimientos de los grupos de interés, la información interna se enfoca en las necesidades de la organización, tales como: la estrategia de la entidad, los planes operativos y los indicadores de desempeño.

Objetivos de Cumplimiento: Se relacionan con el cumplimiento de las leyes y reglamentos a los que está sujeta la entidad. Las entidades deben realizar sus actividades de acuerdo con ciertas leyes y reglamentos.

2. Componentes del sistema de control interno El sistema de control interno se divide en cinco componentes integrales relacionados con los objetivos de la empresa: ambiente de control, evaluación de riesgos, actividades de control, sistemas de información y comunicación, actividades de seguimiento y supervisión. Un ambiente de control apropiado, métodos de evaluación de riesgos, sistemas para la preparación y difusión de información oportuna y confiable en toda la organización, y procesos de monitoreo efectivos respaldados por actividades de control efectivas constituyen una poderosa herramienta de gestión.

Dimensiones

1. Eliminación de riesgos

COSO III Según González R. (2016) “Este elemento identifica y elimina los posibles riesgos asociados con el logro de los objetivos de la entidad. Toda organización debe hacer frente a una serie de riesgos de origen

tanto interno como externo, que deben ser evaluados. Estos riesgos afectan a las entidades en diferentes sentidos, como en su habilidad para competir con éxito, mantener una posición financiera fuerte y una imagen pública positiva. Por ende, se entiende por riesgo cualquier causa probable de que no se cumplan los objetivos de la organización. De esta manera, la organización debe prever, conocer y abordar los riesgos con los que se enfrenta, para establecer mecanismos que los identifiquen, analicen y disminuyan. Este es un proceso dinámico e iterativo que constituye la base para determinar cómo se gestionaran los riesgos”.

2. Gestión de riesgos

COSO III Según González R. (2016) “En el diseño organizacional deben establecerse las políticas y procedimientos que ayuden a que las normas de la organización se ejecuten con una seguridad razonable para enfrentar de forma eficaz los riesgos. Las actividades de control se definen como las acciones establecidas a través de las políticas y procedimientos que contribuyen a garantizar que se lleven a cabo las instrucciones de la dirección para mitigar los riesgos con impacto potencial en los objetivos. Las actividades de control se ejecutan en todos los niveles de la entidad, en las diferentes etapas de los procesos de negocio y en el entorno tecnológico, y sirven como mecanismos para asegurar el cumplimiento de los objetivos. Según su naturaleza pueden ser preventivas o de detección y pueden abarcar una amplia gama de actividades manuales y automatizadas. Las actividades de control conforman una parte fundamental de los elementos de control

interno. Estas actividades están orientadas a minimizar los riesgos que dificultan la realización de los objetivos generales de la organización. Cada control que se realice debe estar de acuerdo con el riesgo que previene, teniendo en cuenta que demasiados controles son tan peligrosos como lo es tomar riesgos excesivos”. Estos controles permiten:

- Prevenir la ocurrencia de riesgos innecesarios.
- Minimizar el impacto de las consecuencias de los mismos.
- Restablecer el sistema en el menor tiempo posible.

En todos los niveles de la organización existen responsabilidades en las actividades de control, debido a esto es necesario que todo el personal dentro de la organización conozca cuáles son las tareas de control que debe ejecutar. Para esto se debe explicitar cuáles son las funciones de control que le corresponden a cada individuo.

3. Claridad de información

COSO III Según González R. (2016) “El personal debe no solo captar una información sino también intercambiarla para desarrollar, gestionar y controlar sus operaciones. Por lo tanto, este componente hace referencia a la forma en que las áreas operativas, administrativas y financieras de la organización identifican, capturan e intercambian información. La información es necesaria para que la entidad lleve a cabo las responsabilidades de control interno que apoyan el cumplimiento de los objetivos. La gestión de la empresa y el progreso hacia los objetivos establecidos implican que la información es necesaria en todos los niveles

de la empresa. En este sentido, la información financiera no se utiliza solo para los estados financieros, sino también en la toma de decisiones. Por ejemplo, toda la información presentada a la Dirección con relación a medidas monetarias facilita el seguimiento de la rentabilidad de los productos, la evolución de deudores, las cuotas en el mercado, las tendencias en reclamaciones, etc. La información está compuesta por los datos que se combinan y sintetizan con base en la relevancia para los requerimientos de información. Es importante que la dirección disponga de datos fiables a la hora de efectuar la planificación, preparar presupuestos, y demás actividades”. Es por esto que la información debe ser de calidad y tener en cuenta los siguientes aspectos:

Contenido: ¿presenta toda la información necesaria?

Oportunidad: ¿se facilita en el tiempo adecuado?

Actualidad: ¿está disponible la información más reciente?

Exactitud: ¿los datos son correctos y fiables?

Accesibilidad: ¿la información puede ser obtenida fácilmente por las personas adecuadas?

COSO III Según González R. (2016) “La comunicación es el proceso continuo e iterativo de proporcionar, compartir y obtener la información necesaria, relevante y de calidad, tanto interna como externamente. La comunicación interna es el medio por el cual la información se difunde a través de toda la organización, que fluye en sentido ascendente, descendente y a todos los niveles de la entidad. Esto hace posible que el personal pueda recibir de la Alta Dirección un mensaje claro

de las responsabilidades de control. La comunicación externa tiene dos finalidades: comunicar de afuera hacia el interior de la organización información externa relevante, y proporcionar información interna relevante de adentro hacia afuera, en respuesta a las necesidades y expectativas de grupos de interés externos. Para esto se tiene en cuenta: Integración de la información con las operaciones y calidad de la información, analizando si ésta es apropiada, oportuna, fiable y accesible”.

Comunicación de la información institucional eficaz y multidireccional. Disposición de la información útil para la toma de decisiones.

COSO III Según González R. (2016) “Los canales de información deben presentar un grado de apertura y eficacia acorde con las necesidades de información internas y externas. La comunicación puede ser materializada en manuales de políticas, memorias, avisos o mensajes de video. Cuando se hace verbalmente la entonación y el lenguaje corporal le dan un énfasis al mensaje. La actuación de la Dirección debe ser ejemplo para el personal de la entidad. Un sistema de información comprende un conjunto de actividades, e involucra personal, procesos, datos y/o tecnología, que permite que la organización obtenga, genere, use y comunique transacciones de información para mantener la responsabilidad y medir y revisar el desempeño o progreso de la entidad hacia el cumplimiento de los objetivos”.

2.2.2. Área de ventas

Montenegro E. (2018) conceptualiza que:

“El área de ventas es el que interconecta a la empresa y los que consumen los bienes y servicios producidos. Además, realiza estudios sobre las necesidades a satisfacer de los clientes a para determinar los bienes a producir y vender. Por último, el área de ventas y marketing actúa en el mercado adaptando los productos a las necesidades del cliente”.

El proceso de ventas son tipos de actividades, reglas y acciones, utilizadas por todos los integrantes del área de ventas y debe contener lo siguiente:

Educativo: preparado para de ser educado e ilustrado a los integrantes del área de ventas, pudiendo ser desarrollado por cualquiera del área de la entidad.

Medible: sostener en el tiempo el crecimiento de manera homogéneo, impulsando el aumento de demanda;

Previsible: los resultados están sujetos a exámenes con indicadores.;

Previsible: la perspectiva debe ser claras para el logro de los resultados en un determinado período.

Importancia del área de ventas

La importancia del área de ventas y marketing se puede entender en varios niveles:

Desde el punto de vista financiero, el estudio de mercados identifica y/o servicios a producir los cuales serán más vendidos para la entidad.

En el plano comercial, la elección acertada de los productos conducirá a la venta masiva de dichos bienes.

Desde un punto de vista estratégico, el estudio de mercado ayuda a identificar a los clientes de acuerdo a los bienes que satisfagan sus necesidades y así evita la confrontación con los competidores.

Importancia de la función comercial en la economía

Analícemos juntos el grado de importancia de la función comercial para las empresas y la economía.

Para la economía, la función empresarial es la fuente de riqueza. Incrementa el valor de los productos y servicios que brinda la empresa. También proporciona soluciones para que los bienes y servicios estén disponibles para la mayor cantidad de personas posible. Por ejemplo, fabrica productos adecuados para aplicaciones militares. El GPS, originalmente utilizado para la guía de misiles de EE. UU., ahora se usa en la mayoría de los vehículos.

Aumenta puestos de trabajo. A nivel mundial, el sector de la automoción (mayorista, minorista y automotriz) tiene cerca de 200.000 puestos de trabajo a cubrir todos los años.

Las funciones comerciales son un factor en el progreso económico y el éxito. Por un lado, te permite vender más productos conquistando nuevos

clientes, nuevos mercados o nuevos países. Por otro lado, te permite vender mejor ofreciendo productos o soluciones que deberían ser cada vez más eficientes.

Este es un factor de competitividad económica. Permite el desarrollo de nuevos productos, el surgimiento de nuevas demandas y la creación de ventajas competitivas. Además, al estimular la innovación, contribuye al desarrollo internacional de empresas y marcas.

Dimensiones

1. Producción

Riggs (2015), “producción es el acto intencional de producir algo útil, denota la generación tanto de bienes, como servicios. La finalidad de la producción es crear un producto que tenga valor agregado. La función de producción es fácilmente identificable dentro de los sectores primario y secundario de la economía, dentro de tales actividades es necesario conocer el insumo, el producto y la operación de transformación, por el contrario, la función de producción es menos obvia en el sector terciario.”

“El término amplio de producción hace referencia a la actividad o actividades que se dedican a la fabricación, elaboración u obtención de bienes y servicios. Es un complejo proceso que requiere de diferentes factores para poder llevar a cabo una serie de actividades”. (Mendez, 2019)

2. Servicios

“Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico”. (Kotler & Bloom, 2014)

“Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo”. (Lamb, 2015)

2.3 Marco Conceptual

- COSO III

“Es un proceso integrado y dinámico llevado a cabo por la administración, la dirección y demás personal de una entidad, diseñado con el propósito de proporcionar la eliminación de riesgos, gestión de recursos y la claridad de la información logrando un grado de seguridad razonable dentro de las empresas”. González R. (2016)

- Eliminación de Riesgos

“Identifica los posibles riesgos asociados con el logro de los objetivos de la organización. Estos riesgos afectan a las entidades en diferentes sentidos, como en su habilidad para competir con éxito, mantener una posición financiera fuerte y una imagen pública positiva. Por ende, se

entiende por riesgo cualquier causa probable de que no se cumplan los objetivos de la organización.”

- **Gestión de Recursos**

“Son acciones establecidas a través de las políticas y procedimientos que contribuyen a garantizar que se lleven a cabo las instrucciones de la dirección para mitigar los riesgos con impacto potencial en los objetivos.”

- **Claridad de Información**

“Es la información para desarrollar, gestionar y controlar sus operaciones. Por lo tanto, este componente hace referencia a la forma en que las áreas operativas, administrativas y financieras de la organización identifican, capturan e intercambian información. La información es necesaria para que la entidad lleve a cabo las responsabilidades de control interno que apoyan el cumplimiento de los objetivos.”

- **Área de ventas**

“El área de ventas asegura la conexión entre la producción de los productos o servicios de la empresa y los consumidores. También estudia las necesidades a satisfacer para definir los productos a comercializar.”

- **Producción**

“Es la actividad o actividades que se dedican a la fabricación, elaboración u obtención de bienes y servicios”. (Mendez, 2019)

- **Servicios**

“Es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico”. (Kotler & Bloom, 2014)

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS

3.1. Hipótesis General

Existe una relación significativa y directa entre el Informe Cosso III y el Área de ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo.

3.2. Hipótesis Específicas

- Existe una relación significativa y directa entre la Eliminación de Riesgos y el Área de ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020.
- Existe una relación significativa y directa entre Gestión de Riesgos y el Área de Ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020.
- Existe una relación significativa y directa entre Claridad de Información y el Área de Ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020.

3.3 Variables

Variable 1: Informe Cosso III

Variable 2: Área de Ventas

Operacionalización de las variables:

| VARIABLE | DEFINICIÓN | DIMENSIÓN | INDICADOR | Escala de Medición | Instrumento de investigación |
|------------------|--|-------------------------|---|--|-------------------------------------|
| INFORME COSO III | Según González R. (2016) en su libro Control Interno. Modelo Coso III conceptualiza que: “El control interno es definido como un proceso integrado y dinámico llevado a cabo por la administración, la dirección y demás personal de una entidad, diseñado con el propósito de proporcionar la eliminación de riesgos, gestión de recursos y la claridad de la información logrando un grado de seguridad razonable dentro de las empresas”. | Eliminación de Riesgos | Identificar el nivel de riesgos interno Identificar el nivel de riesgo externo Identificar el nivel de logro de objetivos | Escala de Likert 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre | cuestionario |
| | | Gestión de riesgos | Medir el nivel de Prevención Identificar el nivel de riesgo | | |
| | | Claridad de información | Identificar el nivel de exactitud de la información Identificar el grado de accesibilidad | | |
| Área de Ventas | Montenegro E. (2018). Conceptualiza que: El área de ventas “asegura la conexión entre la producción de los productos o servicios de la empresa y los consumidores. También estudia las necesidades a satisfacer para definir los productos a comercializar. Por último, el área de ventas y marketing actúa en el mercado adaptando los productos a las necesidades del cliente”. | Producción | Medir el grado producción de bienes Medir el grado Producción de servicios | Escala de Likert 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre | cuestionario |
| | | Servicios | Identificar el nivel satisfacción | | |

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1 Método de Investigación

a. Método General

La investigación tiene como método general el científico. Como lo sostiene (Muñoz, 2015) en su libro “Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis”; cuando expresa: “... es el conjunto de reglas que señalan el procedimiento para llegar a cabo una investigación, cuyos resultados sean aceptados como válidos por la comunidad científica”.

“Al desarrollar trabajos de investigación con el método científico, brinda confiabilidad a los resultados que se alcanzarán, de esta manera fue posible *...comprobar, modificar o rechazar teorías, conceptos, postulados y conocimientos*” (pág. 357)

b. Método Especifico

Los métodos específicos que se utilizó en la tesis serán los siguientes:

- Análisis - Síntesis
- Método Estadístico
- Método deductivo hipotético

4.2 Tipo de Investigación

Según (Gonzales, Abel ; Oseda & Ramírez, Felisícimo; Gave, 2011) al publicar su obra “¿Cómo aprender y enseñar investigación científica?, nos refiere sobre la Aplicada o Tecnológica. Por lo tanto, el trabajo de investigación es concordante con el indicado por los autores cuando dicen: “A diferencia de la pura, ésta persigue fines de aplicación directos e inmediatos”.

“En consecuencia, el tipo de investigación fue la aplicada ya que buscó la aplicación sobre una realidad circunstancial antes que el desarrollo de teorías. Esta investigación busca conocer para hacer y para actuar.”

4.3 Nivel de Investigación

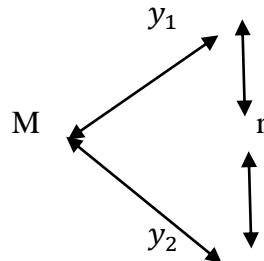
“De acuerdo al diseño de la investigación en general, el problema planteado, los objetivos establecidos, la investigación que se presenta se ajusta al nivel correlacional.”

Según (Gonzales, Abel ; Oseda & Ramírez, Felisícimo; Gave, 2011), sostiene que “Tiene como finalidad establecer el grado de relación o asociación no causal existente entre dos o más variables. Se caracterizan porque primero se miden las variables y luego, mediante pruebas de hipótesis correlacionales y la aplicación de técnicas estadísticas, se estima la correlación.”

Y para concluir, el nivel de investigación fue el correlacional.

4.4 Diseño de la Investigación

El diseño acorde al tipo y nivel de investigación fue el descriptivo-correlacional simple, como se detalla en el diagrama siguiente:



Donde:

M= Muestra

Y_1 = Observación de la variable 1

Y_2 = Observación de la variable 2

4.5 Población y Muestra

Tamayo (2010) sostiene que “la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrado un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación, es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado, donde se desarrollara la investigación.”

Para el estudio de investigación la población es representada por 35 trabajadores de la Empresa Contasic SAC

Muestra

Perez (1994) nos dice que “La muestra es una parte un sub conjunto de una población de estudio. La muestra está constituida de elementos”

Es una parte de la población seleccionada por alguna tecnología. Podemos decir que una muestra es un subconjunto representativo, adecuado y válido de la población.

Para calcular la muestra se utilizó la fórmula siguiente.

$$n = \frac{Z^2 p q x N}{e^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

Donde:

P: 0.50

Q: 0.50

N= 35

E= 0.05

$$n = \frac{35 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{(100-1)0.05^2 + 0.5 \times 0.5 \times 1.96^2} = 30$$

El tamaño de la muestra estuvo conformado por 30 colaboradores de la Empresa Contasic SAC.

4.6 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Técnicas de Recolección de Datos

La técnica aplicada a la investigación de acuerdo al objetivo de estudio fue la encuesta y el análisis documental.

La encuesta según refiere (Carrasco, 2016) nos dice que es la “indagación, exploración y recolección de datos, mediante preguntas formuladas directa o indirectamente a los sujetos que constituyen la unidad de análisis del estudio investigativo”.

El análisis documental es “un conjunto de operaciones encaminadas a representar un documento y su contenido bajo una forma diferente de su forma original, con la finalidad posibilitar su recuperación posterior e identificarlo”. (Castillo, 2005)

Instrumentos de Recolección de Datos

El instrumento de la investigación fue el cuestionario y la guía de análisis documental.

4.7 Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

“El procesamiento y análisis de la información al que se recurrió fue la estadística descriptiva por la naturaleza de la Investigación, se hizo uso del programa de SPSS Vers. 25 en el cual se cruzó variables para formar tablas de contingencia y así determinar los perfiles, adicionalmente, usando el mismo paquete, se ha realizado el análisis de Rho de Spearman para poder determinar la relación entre las variables, así mismo se ha utilizado y Microsoft Excel 2016 para analizar la información en base a las distribuciones, la misma que se presentan en tablas y figuras.”

Validez

Para Hernández, et al (2014), nos señalan que: “al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir” (p. 200).

Fueron juicios de tres expertos que validaron los instrumentos y se confirmó con la validación de los instrumentos es decir los cuestionarios, que son favorables los resultados en el juicio de expertos.

Confiabilidad de los instrumentos

El instrumento se ha sometido a la confiabilidad mediante el alfa de Cronbach, Corral (2009, p. 24), al respecto sostiene que: “para evaluar la confiabilidad o la homogeneidad de las preguntas o ítems es común emplear el coeficiente alfa de Cronbach cuando se trata de alternativas de respuestas policotómicas, como las escalas tipo Likert; la cual puede tomar valores entre 0 y 1, donde: 0 significa confiabilidad nula y 1 representa confiabilidad total.”

“De manera que, para la fiabilidad del instrumento se ha empleado la prueba de Alfa de Cronbach, con la finalidad de medir la consistencia interna de los ítems analizados. Donde el coeficiente de confiabilidad es 0,892 es decir $0.892 > 0.80$; lo cual significa que el instrumento tiene una alta confiabilidad por esta razón es aplicable.”

| Alfa de Cronbach | N.º de elementos |
|------------------|------------------|
| ,892 | 32 |

“Como podemos demostrar que el instrumento no se suprimieron ningún caso, a nivel de confiabilidad nos muestra un valor de 0.892, y que, de acuerdo a la escala, se considera como una fiabilidad significativa, por esta razón existe consistencia interna entre los ítems del instrumento.”

4.8 Aspectos Éticos de la Investigación

Para desarrollar el estudio de la investigación se consideró el Código de Ética de la Universidad Peruana Los Andes en el cual considera que no debe existir plagio, auto plagio ni tomar definiciones de autores sin considerar su procedencia, de eso se desprende que la investigación consideró dichos aspectos con el propósito de mostrar un estudio original.

CAPÍTULO V

RESULTADOS

5.1 Descripción de resultados

Análisis descriptivo de las variables:

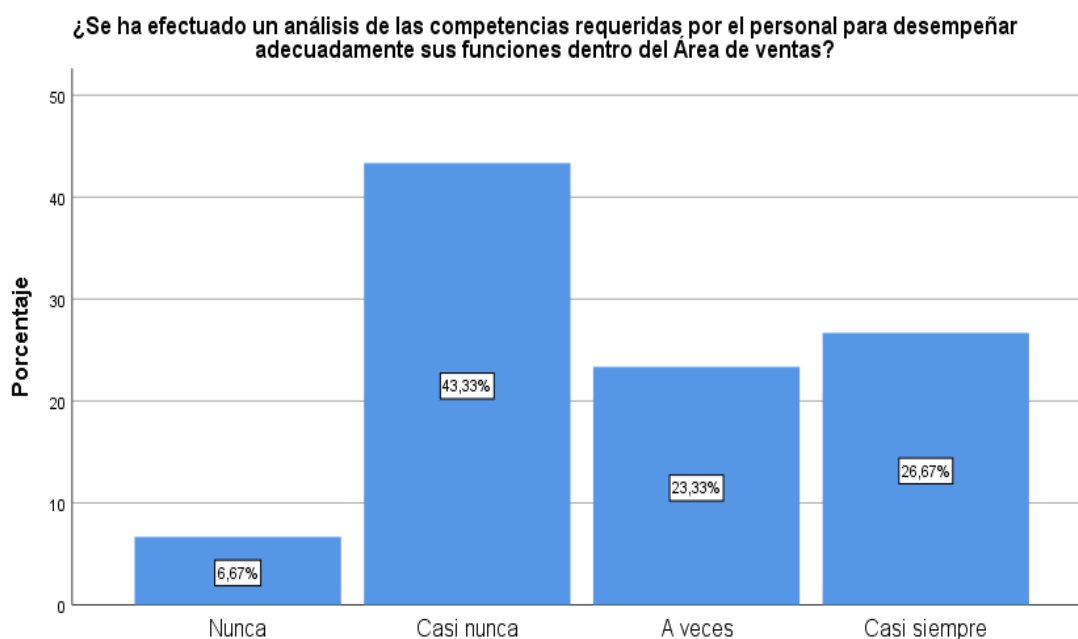
Como resultado de la encuesta aplica, en este apartado se realizaron los análisis descriptivos de las variables: El Informe Cosso III y El Área de Ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020.

5.1.1 Análisis descriptivo de la variable Informe Coso III y sus dimensiones

La recopilación de la información sobre la variable INFORME COSO III, realizado por medio escalas de valoración, los que guardan relación con los Ítems: Riesgos interno, riesgo externo, logro de objetivos, prevenir, minimizar, restablecer y exactitud. y las dimensiones: Eliminación de Riesgos, gestión de riesgos, claridad de información.

Tabla 1 Riesgo interno

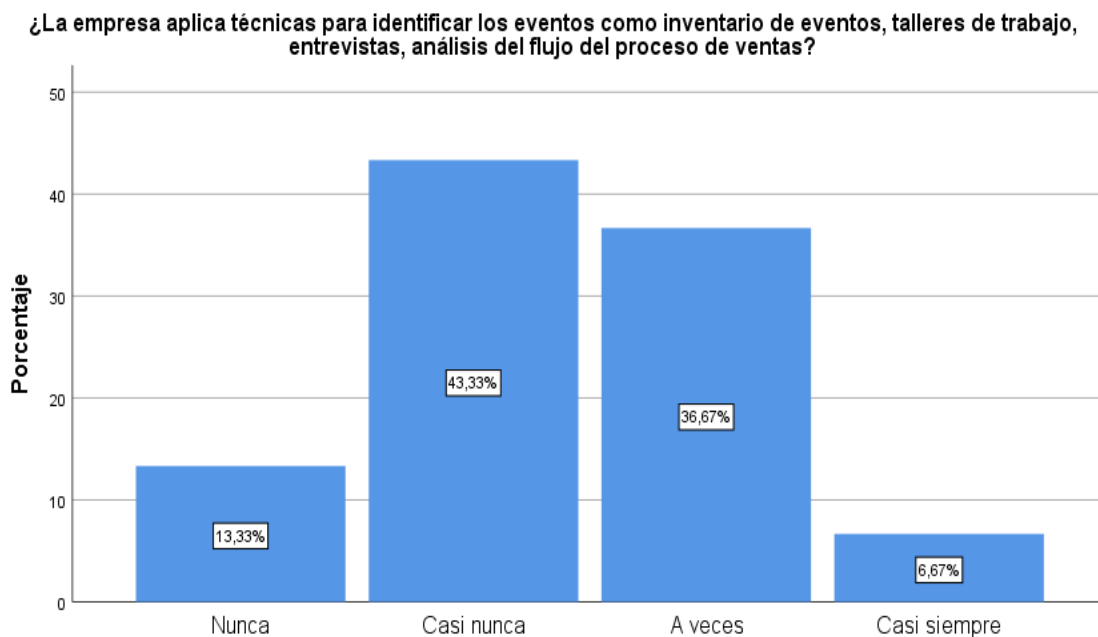
| | | Frecuencia | Porcent. | Porcent. Válido | Porcent. acumulado |
|------------|--------------|------------|----------|--------------------|-----------------------|
| Válid o | Nunca | 2 | 6,7 | 6,7 | 6,7 |
| | Casi nunca | 13 | 43,3 | 43,3 | 50,0 |
| | A veces | 7 | 23,3 | 23,3 | 73,3 |
| | Casi siempre | 8 | 26,7 | 26,7 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 1 Riesgo interno**Análisis:**

Aplicando y analizando mediante la escala de Likert a los trabajadores, en relación al riesgo interno de la empresa Contasic SAC, se determinó un 43.33% donde demuestra que casi nunca existe un análisis de las habilidades que los empleados necesitan para cumplir correctamente sus actividades en el área de ventas. Los resultados muestran que el riesgo interno es desfavorable.

Tabla 2 Riesgo externo

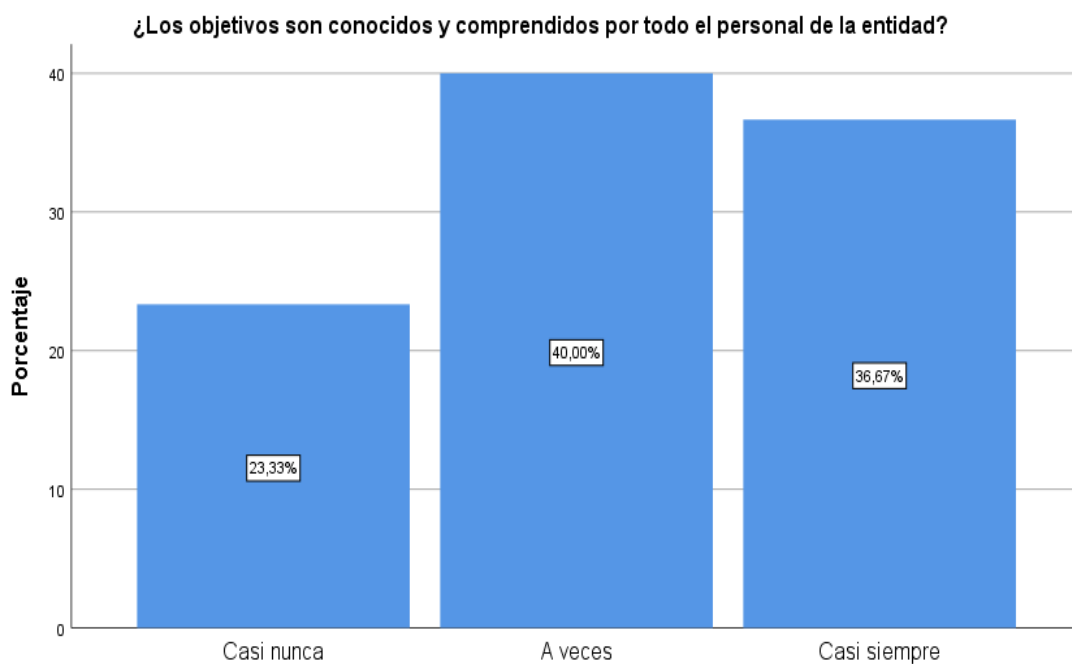
| | Frecuencia | Porcent. | Porcent. válido | Porcent. acumulado |
|--------|--------------|----------|-----------------|--------------------|
| Válido | Nunca | 4 | 13,3 | 13,3 |
| | Casi nunca | 13 | 43,3 | 56,7 |
| | A veces | 11 | 36,7 | 93,3 |
| | Casi siempre | 2 | 6,7 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 |

Figura 2 Riesgo externo**Análisis:**

Analizando por medio de la escala de Likert aplicada a los trabajadores, relacionado al riesgo externo de la empresa Contasic SAC, se observa que el 43.33% que mencionaron que casi nunca se aplicó técnicas para identificar los eventos. Cuyo resultado indica que el riesgo externo en la empresa Contasic SAC es desfavorable.

Tabla 3 Logro de objetivos

| | Frecuencia | Porcent. | Porcent. válido | Porcent. acumulado |
|--------|--------------|----------|-----------------|--------------------|
| Válido | Casi nunca | 7 | 23,3 | 23,3 |
| | A veces | 12 | 40,0 | 63,3 |
| | Casi siempre | 11 | 36,7 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 |

Figura 3 Logro de objetivos**Análisis:**

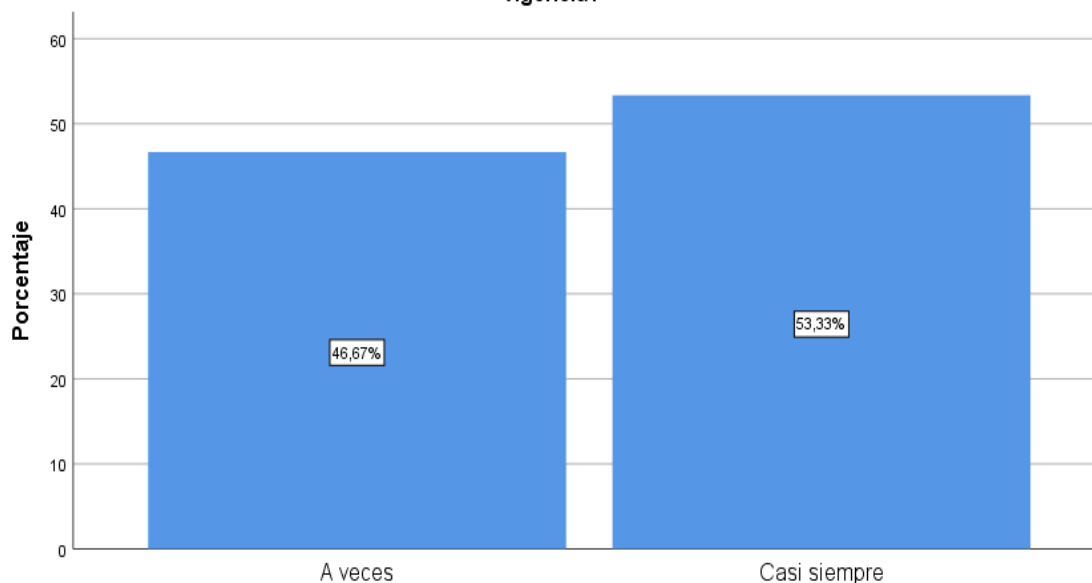
Aplicando y analizando mediante la escala de Likert a los trabajadores, relacionado al logro de objetivos, se observó que el 40 % de los trabajadores indican que a veces el personal conoce y comprende los objetivos. Este resultado muestra que el logro de objetivos es ligeramente desfavorable.

Tabla 4 Prevención

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcent. válido | Porcent. acumulado |
|---------------------|------------|------------|-----------------|--------------------|
| A veces | 14 | 46,7 | 46,7 | 46,7 |
| Válido Casi siempre | 16 | 53,3 | 53,3 | 100,0 |
| Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 4 Prevención

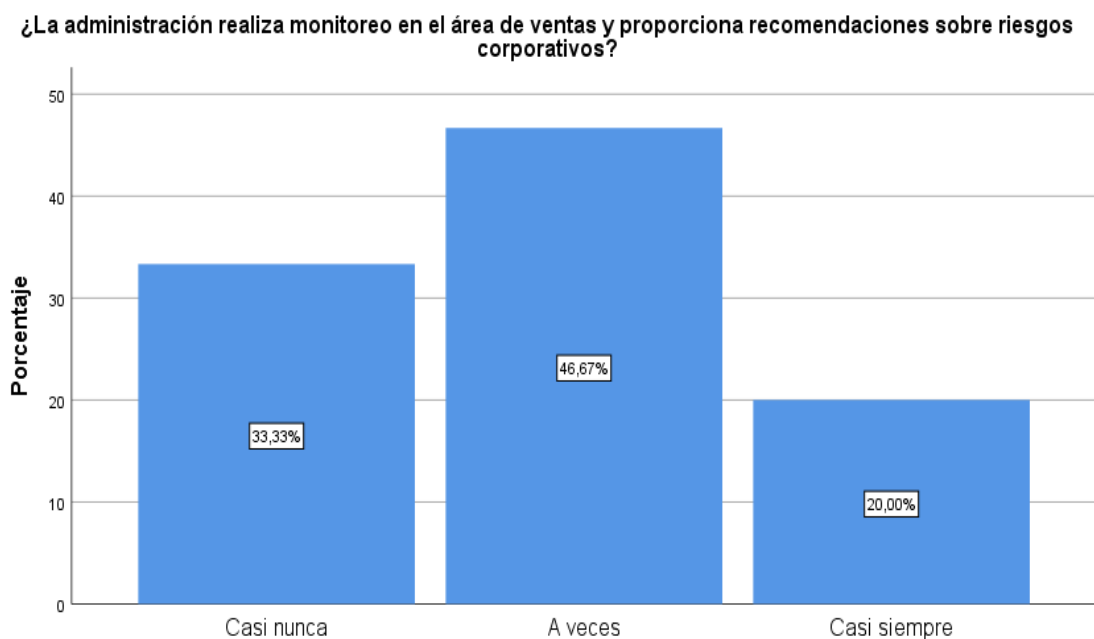
¿El Sistema de Control Interno es evaluado periódicamente por la Dirección con el fin de revisar su eficacia y vigencia?

**Análisis:**

Mediante la aplicación y análisis de la escala de Likert a los trabajadores, en referencia a la prevención en la empresa Contasic SAC, se obtuvo un 53.33 % que indicaron que periódicamente el control interno es evaluada por la Dirección para verificar su efectividad y permanencia y. Cuyo resultado la prevención en la empresa Contasic SAC es favorable.

Tabla 5 Riesgo

| | Frecuencia | Porcent. | Porcent. válido | Porcent. acumulado |
|--------|--------------|----------|-----------------|--------------------|
| Válido | Casi nunca | 10 | 33,3 | 33,3 |
| | A veces | 14 | 46,7 | 80,0 |
| | Casi siempre | 6 | 20,0 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 |

Figura 5 Riesgo**Análisis:**

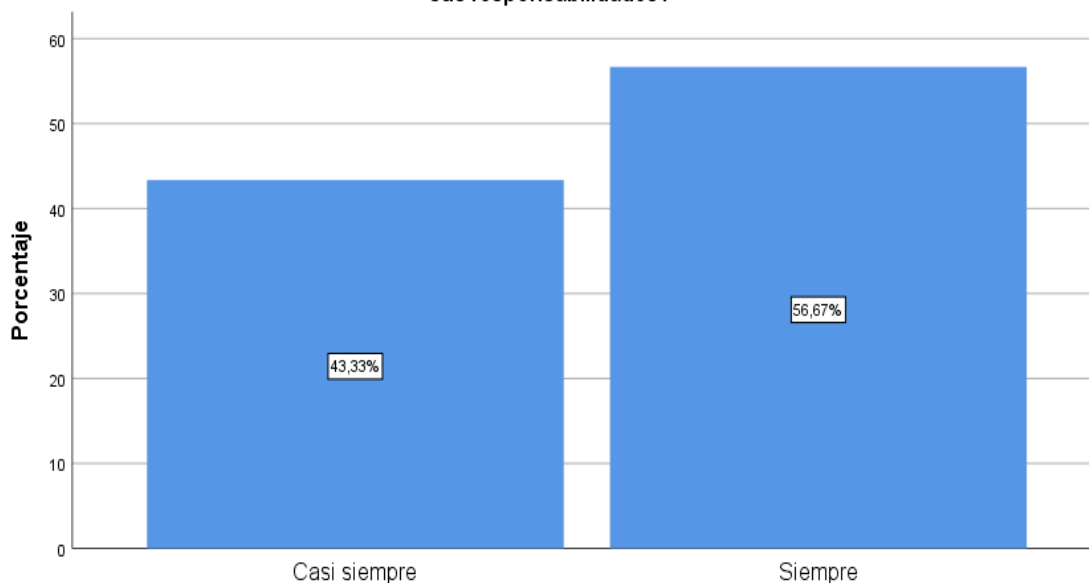
Analizando por medio de la escala de Likert a los trabajadores, en relación al riesgo en la empresa Contasic SAC, se observa que el 46.67 % señalaron que a veces la administración realiza inspecciones al área de ventas y suministra recomendaciones sobre riesgos empresariales. Cuyo resultado indica el riesgo en la empresa Contasic SAC es levemente desfavorable.

Tabla 6 Exactitud de la información

| | Frecuencia | Porcent. | Porcent. válido | Porcent. acumulado |
|--------|--------------|----------|-----------------|--------------------|
| Válido | Casi siempre | 13 | 43,3 | 43,3 |
| | Siempre | 17 | 56,7 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 |

Figura 6 Exactitud de la información

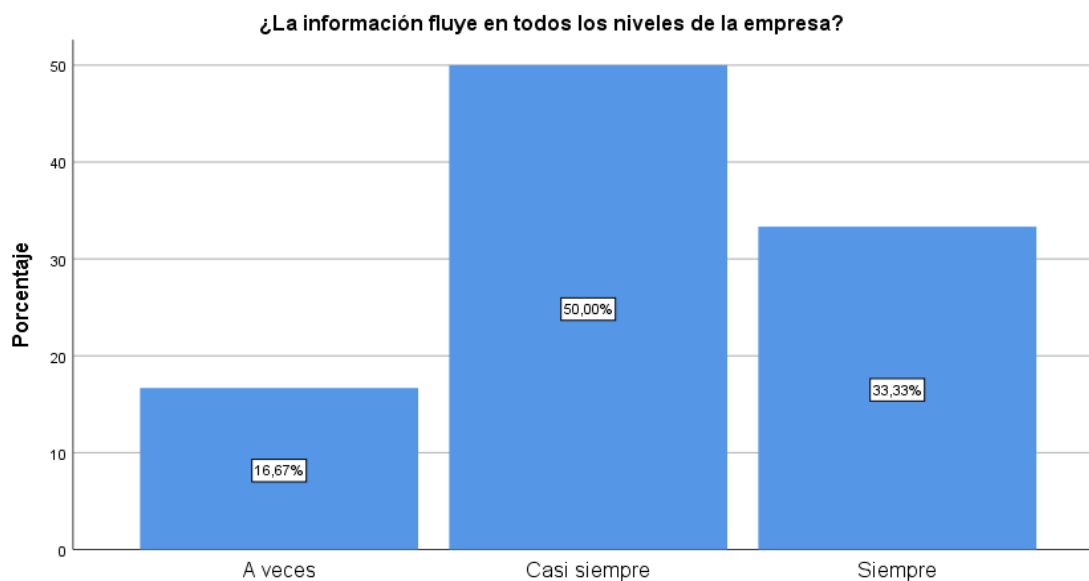
¿Los cambios en el proceso de venta son comunicados de forma inmediata para que los empleados asuman sus responsabilidades?

**Análisis:**

La escala de Likert empleada y analizada a los trabajadores, con relación a la exactitud de la información, determinó que el 56.67 % indicaron que siempre se comunica los cambios en el proceso de venta. Lo que el resultado indica la exactitud de la información es óptimo.

Tabla 7 Accesibilidad de la información

| | Frecuencia | Porcent. | Porcent. válido | Porcent. acumulado |
|--------|--------------|----------|-----------------|--------------------|
| Válido | A veces | 5 | 16,7 | 16,7 |
| | Casi siempre | 15 | 50,0 | 66,7 |
| | Siempre | 10 | 33,3 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 |

Figura 7 Accesibilidad de la información**Análisis:**

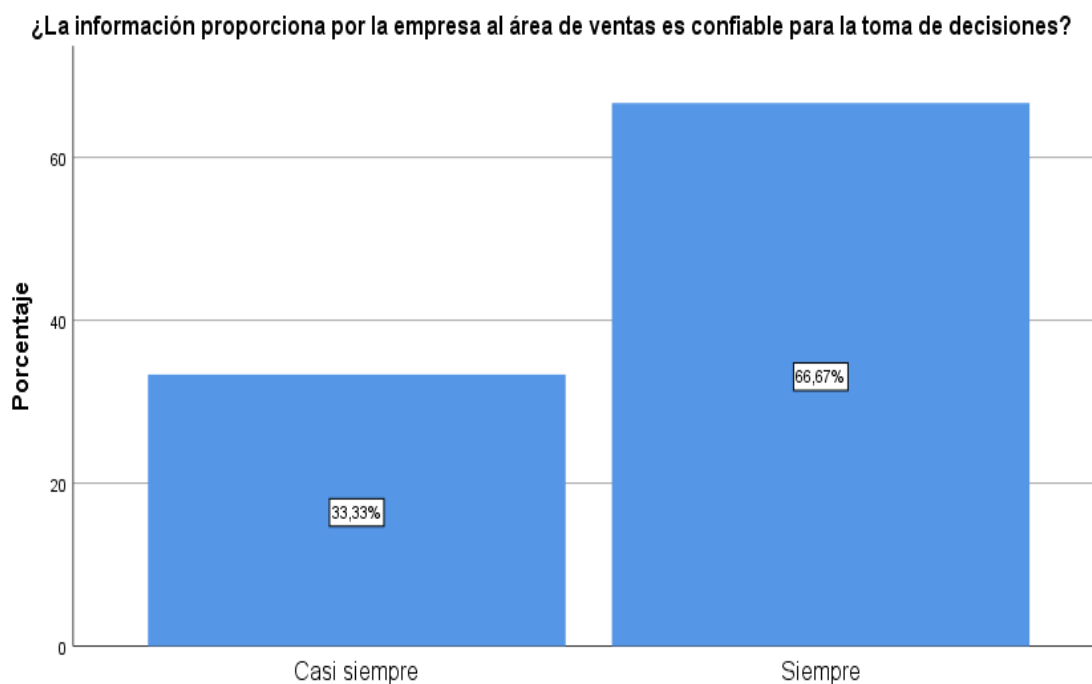
Aplicando la escala de Likert a los trabajadores, concerniente a la accesibilidad de la información, se obtuvo un 50 % indicaron que casi siempre se fluye la información en todos los niveles de la empresa. Cuyo resultado indica que la accesibilidad de la información es favorable.

5.1.2 Análisis descriptivo de la variable área de ventas y sus dimensiones

La información recopilada de la variable área de ventas, se obtuvo por medio de una escala de valoración, los que son interrelacionadas con los Ítems: Producción de bienes. Además las dimensiones: producción y servicios.

Tabla 8 Producción de bienes

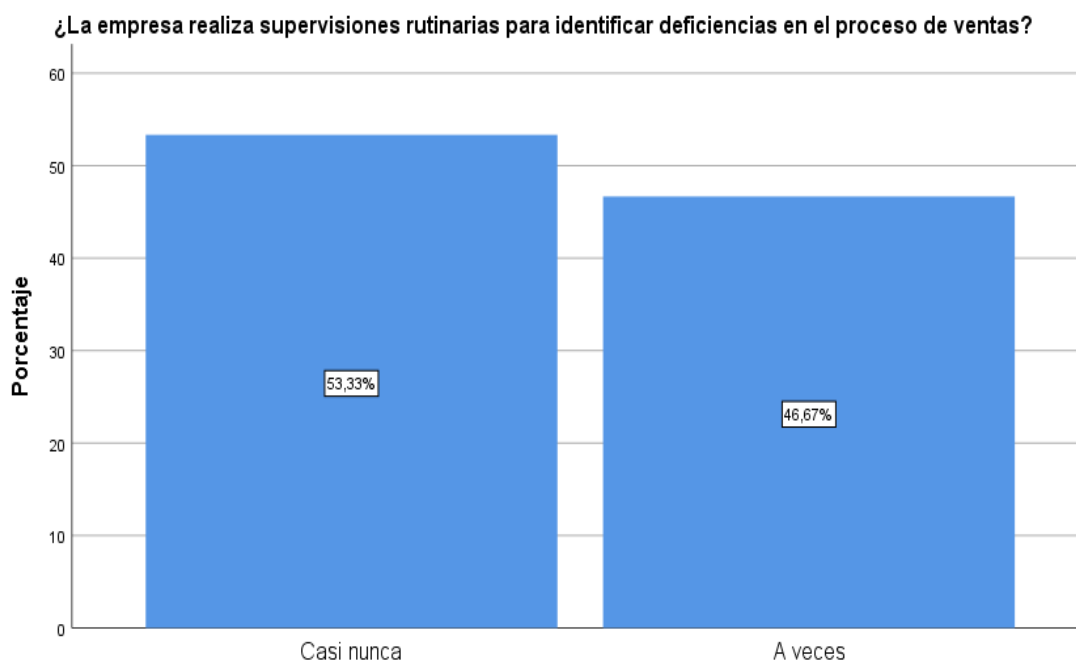
| | | Frecuencia | Porcent. | Porcent. válido | Porcent. Acumulad o |
|--------|--------------|------------|----------|-----------------|---------------------|
| Válido | Casi siempre | 10 | 33,3 | 33,3 | 33,3 |
| | Siempre | 20 | 66,7 | 66,7 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 8 Producción de bienes**Análisis:**

Según la escala de Likert empleada a los trabajadores, con relación a la producción de bienes, determinó que 66.67 % indicaron: siempre se fluye la información proporcionada por la empresa al área de ventas es confiable para la toma de decisiones. Lo cual indica que la producción de bienes es favorable.

Tabla 9 Producción de servicios

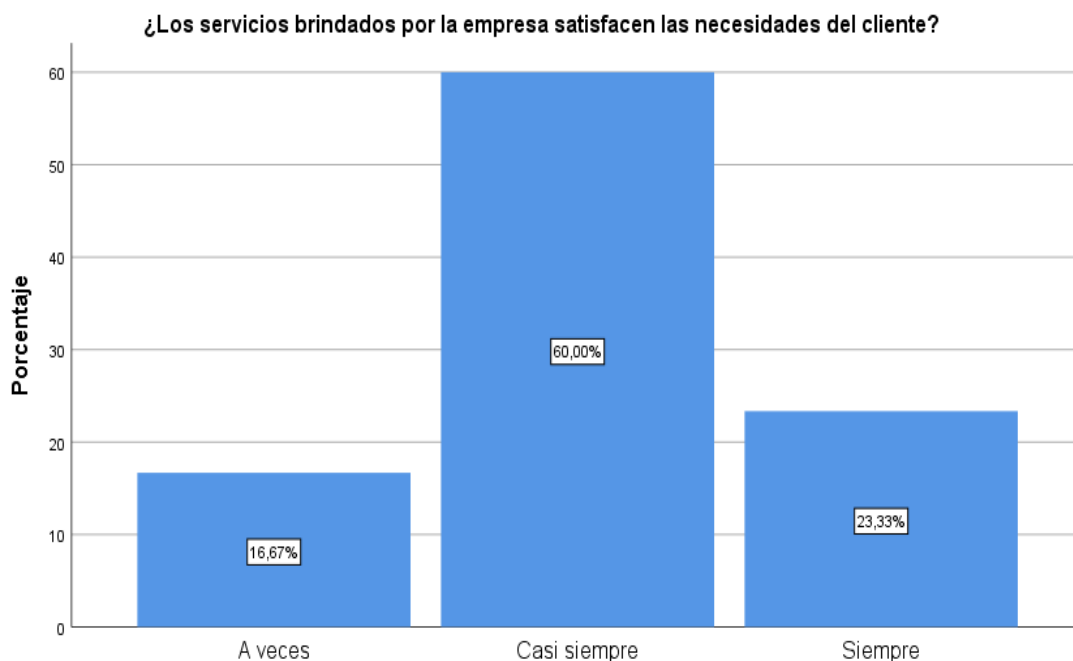
| | Frecuencia | Porcent. | Porcent. válido | Porcent. acumulado |
|--------|------------|----------|-----------------|--------------------|
| Válido | Casi nunca | 16 | 53,3 | 53,3 |
| | A veces | 14 | 46,7 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | |

Figura 9 Producción de servicios**Análisis:**

La escala de Likert analiza a los trabajadores, en relación a la producción de servicios, apreciamos que el 53.33 % mencionaron que no existe supervisiones frecuentemente para para localizar en los procesos de venta deficiencias que como resultado indica que la producción de bienes y/o servicios no son favorables.

Tabla 10 Satisfacción

| | Frecuencia | Porcent. | Porcent. válido | Porcent. acumulado |
|--------|--------------|----------|-----------------|--------------------|
| Válido | A veces | 5 | 16,7 | 16,7 |
| | Casi siempre | 18 | 60,0 | 76,7 |
| | Siempre | 7 | 23,3 | 100,0 |
| | Total | 30 | 100,0 | 100,0 |

Figura 10 Satisfacción**Análisis:**

Aplicando el análisis de la escala de Likert a los trabajadores, respecto a la satisfacción de los clientes, se observa que el 60% indicaron que los servicios brindados casi siempre satisfacen las necesidades de los clientes. Cuyo resultado indica los servicios brindados son favorables ya que llegan a satisfacer las necesidades del cliente.

5.2 Contraste de Hipótesis**Hipótesis general****a. Planteamiento de la hipótesis estadística**

H₀: La relación que existe entre el informe Cosso III y el área de ventas no es significativa en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020.

H₁: La relación que existe entre el informe Cosso III y el área de ventas es significativa en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020.

b. Cálculo del estadístico de prueba

Tabla 11 Correlación de hipótesis general

| Correlación de Hipótesis General | | | |
|----------------------------------|-----------------------------|------------------|----------------|
| | | Informe Coso III | Área de ventas |
| Informe Coso III | Coefficiente de Correlación | 1 | ,628** |
| | Sig. (bilateral) | | ,000 |
| | N | 30 | 30 |
| Área de ventas | Coefficiente de Correlación | ,628** | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | |
| | N | 30 | 30 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

c. Interpretación

| Baremos correlación | |
|---------------------------------|---------------|
| Correlación negativa perfecta | 1 |
| Correlación negativa muy fuerte | -0.90 a -0.99 |
| Correlación negativa fuerte | -0.75 a -0.89 |
| Correlación negativa media | -0.50 a -0.74 |
| Correlación negativa débil | -0.25 a -0.49 |
| Correlación negativa muy débil | -0.10 a -0.24 |
| No existe correlación alguna | -0.09 a +0.09 |
| Correlación positiva muy débil | +0.10 a +0.24 |
| Correlación positiva débil | +0.25 a +0.49 |
| Correlación positiva media | +0.50 a +0.74 |
| Correlación positiva fuerte | +0.75 a +0.89 |
| Correlación positiva muy fuerte | +0.90 a +0.99 |
| Correlación positiva perfecta | 1 |

“De acuerdo con el Coeficiente de Correlación de Rho de Spearman es 0.628 y de acuerdo al baremo *de* correlación nos indica que existe una correlación positiva media. Además, el nivel de significancia es 0.000 y es menor que 0.05, esto nos indica que si existe una relación entre las variables; en base a estos resultados se concluye que la relación que existe entre el informe Cosso III y el área de ventas es significativa en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020.”

Hipótesis específica 1

a. Planteamiento de la hipótesis estadística

H₀: La relación que existe entre la eliminación de riesgos y el área de ventas no es significativa en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020.

H₁: La relación que existe entre la eliminación de riesgos y el área de ventas es significativa en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020.

b. Cálculo del estadístico de prueba

Tabla 12 Correlación de hipótesis específica 1

| | | Correlaciones | |
|------------------------|-----------------------------|------------------------|---------------|
| | | Eliminación de riesgos | Área de venta |
| Eliminación de riesgos | Coefficiente de Correlación | 1 | ,512** |
| | Sig. (bilateral) | | ,000 |
| | N | 30 | 30 |
| Área de ventas | Coefficiente de Correlación | ,512** | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | |
| | N | 30 | 30 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

a. Interpretación

| Baremos correlación | |
|---------------------------------|---------------|
| Correlación negativa perfecta | 1 |
| Correlación negativa muy fuerte | -0.90 a -0.99 |
| Correlación negativa fuerte | -0.75 a -0.89 |
| Correlación negativa media | -0.50 a -0.74 |
| Correlación negativa débil | -0.25 a -0.49 |
| Correlación negativa muy débil | -0.10 a -0.24 |
| No existe correlación alguna | -0.09 a +0.09 |
| Correlación positiva muy débil | +0.10 a +0.24 |
| Correlación positiva débil | +0.25 a +0.49 |
| Correlación positiva media | +0.50 a +0.74 |
| Correlación positiva fuerte | +0.75 a +0.89 |
| Correlación positiva muy fuerte | +0.90 a +0.99 |
| Correlación positiva perfecta | 1 |

“De acuerdo con el Coeficiente de Correlación de Rho de Spearman es 0.512 y de acuerdo al baremo de correlación nos indica que existe una correlación positiva media. Además, el nivel de significancia es 0.000 y es menor que 0.05, esto nos indica que si existe una relación entre las variables; en base a estos resultados se concluye que la relación que existe entre la eliminación de riesgos y el área de ventas es significativa en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020.”

Hipótesis específica 2

a. Planteamiento de la hipótesis estadística

H₀: La relación que existe entre gestión de riesgos y el área de ventas no es significativa en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020.

H₁: La relación que existe entre gestión de riesgos y el área de ventas es significativa en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020.

b. Cálculo del estadístico de prueba

Tabla 13 Correlación de hipótesis específica 2

| Correlaciones | | | Gestión de riesgos | Área de ventas |
|--------------------|----|----------------------------|--------------------|----------------|
| Gestión de riesgos | de | Coeficiente de Correlación | 1 | ,496** |
| | | Sig. (bilateral) | | ,000 |
| | | N | 30 | 30 |
| Área de ventas | de | Coeficiente de Correlación | ,496** | 1 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | |
| | | N | 30 | 30 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

c. Interpretación

| Baremos correlación | |
|-----------------------------------|----------------------|
| Correlación negativa perfecta | 1 |
| Correlación negativa muy fuerte | -0.90 a -0.99 |
| Correlación negativa fuerte | -0.75 a -0.89 |
| Correlación negativa media | -0.50 a -0.74 |
| Correlación negativa débil | -0.25 a -0.49 |
| Correlación negativa muy débil | -0.10 a -0.24 |
| No existe correlación alguna | -0.09 a +0.09 |
| Correlación positiva muy débil | +0.10 a +0.24 |
| Correlación positiva débil | +0.25 a +0.49 |
| Correlación positiva media | +0.50 a +0.74 |
| Correlación positiva fuerte | +0.75 a +0.89 |
| Correlación positiva muy fuerte | +0.90 a +0.99 |
| Correlación positiva perfecta | 1 |

“

De acuerdo con el Coeficiente de Correlación de Rho de Spearman es 0.496 y de acuerdo al baremo de correlación nos indica que existe una correlación positiva débil. Además, el nivel de significancia es 0.000 y es menor que 0.05, esto nos indica que si existe una relación entre las variables; en base a estos resultados se concluye que la relación que existe entre gestión de riesgos y el área es significativa de ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020.”

Hipótesis específica 3

a) Planteamiento de la hipótesis estadística

H₀: La relación que existe entre claridad de información y el área de ventas no es significativa en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020.

H₁: La relación que existe entre claridad de información y el área de ventas es significativa en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020.

b) Cálculo del estadístico de prueba

Tabla 14 Correlación de hipótesis específica 2

| Correlaciones | | Claridad de información | de | Área de ventas |
|-------------------------|----------------------------|-------------------------|-------|----------------|
| Claridad de información | Coeficiente de Correlación | | 1 | ,534** |
| | Sig. (bilateral) | | | ,000 |
| | N | | 30 | 30 |
| Área de ventas | Coeficiente de Correlación | | ,534* | 1 |
| | Sig. (bilateral) | | ,000 | |
| | N | | 30 | 30 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

c) Interpretación

| Baremos correlación | |
|-----------------------------------|----------------------|
| Correlación negativa perfecta | 1 |
| Correlación negativa muy fuerte | -0.90 a -0.99 |
| Correlación negativa fuerte | -0.75 a -0.89 |
| Correlación negativa media | -0.50 a -0.74 |
| Correlación negativa débil | -0.25 a -0.49 |
| Correlación negativa muy débil | -0.10 a -0.24 |
| No existe correlación alguna | -0.09 a +0.09 |
| Correlación positiva muy débil | +0.10 a +0.24 |
| Correlación positiva débil | +0.25 a +0.49 |
| Correlación positiva media | +0.50 a +0.74 |
| Correlación positiva fuerte | +0.75 a +0.89 |
| Correlación positiva muy fuerte | +0.90 a +0.99 |
| Correlación positiva perfecta | 1 |

“De acuerdo con el Coeficiente de Correlación de Rho de Spearman es 0.534 y de acuerdo al baremo de correlación nos indica que existe una correlación positiva media. Además, el nivel de significancia es 0.000 y es menor que 0.05, esto nos indica que si existe una relación entre las variables; en base a estos resultados se concluye que la relación que existe entre claridad de información y el área de ventas es significativa en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020.”

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La investigación planteo como problema general ¿Qué relación existe entre el Informe Cosso III y el Área de Ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020?, el objetivo de la investigación fue: determinar la relación que existe entre el informe Cosso III y el área de ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020. Antes de iniciar el análisis y discusión de resultados, es importante remarcar que los niveles de confiabilidad y validez del constructo del instrumento que se utilizó fueron óptimos; por ello los datos obtenidos dan garantía para uso del presente estudio.

El resultado del coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0.628 y de acuerdo al baremo *de* correlación nos indica que existe una correlación positiva media; por ello se afirma que la relación que existe entre el informe Cosso III y el área de ventas es significativa en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020.

De acuerdo al problema planteado y considerando el objetivo específico 1: Determinar la relación que existe entre la Eliminación de Riesgos y el Área de Ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020. El resultado del Coeficiente de Correlación de Rho de Spearman es 0.512 y de acuerdo al baremo de correlación nos indica que existe una correlación positiva media. Por ello se afirma que la relación que existe entre la Eliminación de Riesgos y el Área de ventas es significativa en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020.

Encontrando cierta similitud con la investigación de Caballero S. (2016) en su tesis titulada “Aplicación del informe COSO III en el área de ventas y su influencia en la situación económica - financiera de la empresa Autonort Trujillo S. A - año 2015”, el cual concluyo que: “se determinó deficiencias en los procedimientos administrativos,

especialmente en el Área de Ventas, puesto que los trabajadores de esta área no cumplen con aplicar las políticas y evaluación de créditos, ni con el procedimiento establecido para la recuperación de créditos otorgados; si bien es cierto, los procedimientos a realizar se comunican de forma verbal mas no se entrega ningún memorándum con las responsabilidades que den cumplir cada trabajador.”

De acuerdo al problema planteado y considerando el objetivo específico 2: Determinar la relación que existe entre gestión de riesgos y el área de ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020. El resultado del Coeficiente de Correlación de Rho de Spearman es 0.496 y de acuerdo al baremo de correlación nos indica que existe una correlación positiva débil. Afirmando que la relación que existe entre gestión de riesgos y el área es significativa de ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020.”

Encontrando cierta similitud con la investigación de Santilla Y. (2018) en su tesis *“Presentación de control interno en el área de ventas y su influencia en la rentabilidad de la empresa Anglo American Trading Co S. A Lima 2018*. La investigación concluyo que: Se aplicó los procesos y técnicas contables para la ejecución del control interno en el área de ventas para el logro de los objetivos de la empresa, así pueden maximizar, y generar valor a la empresa esto beneficiara a los trabajadores, directivos, terceros”.

De acuerdo al problema y considerando el objetivo específico 3: “Determinar la relación que existe entre Claridad de Información y el Área de Ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020. El resultado del Coeficiente de Correlación de Rho de Spearman es 0.534 y de acuerdo al baremo de correlación nos indica que existe una correlación positiva media. Por lo que se afirma que la relación que existe entre Claridad

de Información y el Área de Ventas es significativa en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020”.

Encontrando cierta similitud con la investigación de Enríquez N. (2016) en su tesis titulada “Aplicación de Control Interno a través del Informe COSO III en el Área de Ventas y su efecto en el Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados de la Empresa Mont Group S.A.C. en Lima por el Periodo 2016” la investigación concluyó que: “los resultados obtenidos de la evaluación del sistema de control interno está representado por 45% de nivel de confianza bajo y nivel de riesgo alto, es así que el personal del área de ventas de provincia tiende a cometer fraude en el proceso de facturación”.

CONCLUSIONES

1. Considerando el objetivo general: determinar la relación que existe entre el informe Cosso III y el área de ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020; el resultado del coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0.628 y el cual indica que existe una correlación positiva media; por lo cual se concluye una la relación que existe entre el Informe Cosso III y el Área de ventas es significativa en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020.
2. Se concluye al objetivo específico n° 1 de Determinar la relación que existe entre la Eliminación de Riesgos y el Área de Ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020; los resultados del Coeficiente de Correlación de Rho de Spearman es 0.512 el cual indica que existe una correlación positiva media. Por ello se concluye que la relación entre la Eliminación de Riesgos y el Área de ventas es significativa en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020.
3. Analizando en cuenta el objetivo específico n° 2 Determinar la relación que existe entre Gestión de Riesgos y el Área de Ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020; y considerando que el Coeficiente de Correlación de Rho de Spearman es 0.496 el cual indica que existe una correlación positiva débil. Por ello se concluye que la relación que existe entre Gestión de Riesgos y el Área es significativa de Ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020.
4. Calificando el objetivo específico n° 3 Determinar la relación que existe entre Claridad de Información y el Área de Ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020; y considerando que el Coeficiente de Correlación de Rho de Spearman es 0.534 el cual indica que existe una correlación positiva media. Por ello se concluye que la relación

que existe entre Claridad de Información y el Área de Ventas es significativa en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020.

RECOMENDACIONES

1. Se sugiere implementar un equipo y plan de trabajo, que los Gerentes, Administración y colaboradores trabajen en equipo para lograr implementar y mantener un Sistema de Control Interno efectivo y actualizado. Para esto se debe establecer un plan de trabajo que les permita estar atentos al logro de los objetivos, progreso y evitar riesgos.
2. Se sugiere informar y difundir más el trabajo en equipo de participación entre todos los miembros del Área de ventas a partir de lo que se está haciendo en la actualidad, sobre el nuevo aplicativo del Coso III y poder redefinir los procesos de control ayudándose de los principios y puntos de enfoque para tener una visión más clara del proceso.
3. Se sugiere la publicación de los resultados para que permita el conocimiento de la situación real en el que se encuentra la empresa con respecto al tema del Informe Coso III y el Área de Ventas en la Empresa Contasic SAC
4. “Se sugiere que para futuras investigación plantear un diferente método de investigación, sobre todo en investigaciones de nivel explicativo o exploratorio, para que en los resultados se observen los cambios en la realidad de un espacio y tiempo determinado.”

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bravo, M. (2000). Control Interno. Lima: San Marcos. Catácora, F. (1996). Sistemas y procedimientos contables. Venezuela: McGraw.
- Bustamante, J. (2017). *Actualización del sistema de control interno basado en el modelo COSO III, en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Puerto Francisco de Orellana, periodo 2016*. Ecuador: Escuela Superior Politecnica de Chimborazo.
- Campos, R., Reyes, K., & Vasquez, Y. (2017). “*Propuesta de un modelo de gestión de riesgos crediticio para el mejoramiento de la administración de los microcréditos en la Cooperativa Acoacac De R.L.*”. El Salvador: Univerisidad de El Salvador.
- Castillo. (2005). *Analisis documental*. Biblioteconomia.
- Claros, R., y León, O. (2012). Control interno como herramienta de gestión y evaluación. (1° ed.). Lima: Pacifico Editores S.A.C.
- Gómez, J. (1963). El control interno en los negocios (4° ed.). Indiana: Fondo de cultura.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México D.F: McGraw-Hill/Interamericana.
- Hidalgo, J. (1986). Auditoria de estados financieros. (3° ed.). México: Mavesa.
- Kotler, P., & Bloom, P. (2014). *El marketing de Servicios Profesionales*. Editorial Paidós
- Lamb, C. (2015). *Marketing*. International Thomson Editores.

- Mantilla, S. (2005). Control interno informe COSO. (1° ed.). Bogotá: Esfera editores Ltda. Torres C. (1997) “El Proyecto de Investigación Científica”, Lima – Perú 1° Edición. Editorial
- Martínez, R. G. (2017). Control Interno Modelo Coso III 2017. Lima: Qualpro Consulting S.C.
- Mendez, D. (24 de octubre de 2019). <https://www.economiasimple.net/>. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/produccion>
- Nilson, E. Q. (2016). Aplicación de Control Interno a través del Informe coso III en el área de ventas y su efecto en el estado de situación financiera y estado de resultados de la empresa mont group en lima por el periodo de 2016. Lima: Universidad Tecnológica del Perú.
- Ortega, M. (2017). "*Evaluación del sistema de control interno (COSO III) a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Nueva Esperanza Ltda. De la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, período 2015*". Ecuador : Escuela Superior Politecnica de Chimborazo.
- Sánchez, E. M. (03 de mayo de 2018). Obtenido de rdstation: <https://www.rdstation.com/es/ventas/>
- San Marcos. Valdivia E. (2010) “Manual del Sistema Nacional de Control y Auditoría Gubernamental”, Perú, 1° edición. Editorial Pacífico Editores S.A.C.
- Sandy, C. V. (2016). Aplicación Del Informe Coso III En El Área De Ventas Y Su Influencia En La Situación Económica - Financiera De La Empresa Autonort Trujillo S. A - Año 2016. Trujillo- Perú: Universidad Privada Antenor Orrego.

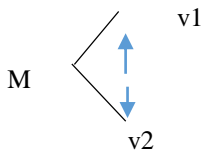
Vergara M. (2002) "200 Temas de Auditoría Moderna", Lima – Perú, 1° Edición.
Editorial Santa Rosa S.A.

Yosh, S. T. (2018). "Control Interno en el Área de Ventas y su influencia en la rentabilidad de la empresa anglo américo trading co S. A. lima 2018". Lima:
UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de Consistencia

El Informe Cosso III y el área de ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020

| PROBLEMA | OBJETIVO | HIPÓTESIS | VARIABLES | METODOLOGÍA |
|--|---|--|---|--|
| <p>Problema General</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Qué relación existe entre el Informe Cosso III y el Área de Ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020? <p>Problemas Especifico</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Qué relación existe entre Eliminación de Riesgos y el Área de Ventas Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020? ¿Qué relación existe entre Gestión de Riesgos y el Área de Ventas Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020? ¿Qué relación existe entre Claridad de Información y el Área de Ventas Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020? | <p>Objetivo General</p> <p>Determinar la relación que existe entre el Informe Cosso III y el Área de Ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020.</p> <p>Objetivo Especifico</p> <ul style="list-style-type: none"> Determinar la relación que existe entre la Eliminación de Riesgos y el Área de Ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020. Determinar la relación que existe entre Gestión de Riesgos y el Área de Ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020. Determinar la relación que existe entre Claridad de Información y el Área de Ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020. | <p>Hipótesis General</p> <p>La relación que existe entre el Informe Cosso III y el Área de ventas es significativa en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020</p> <p>Hipótesis Específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> La relación que existe entre la Eliminación de Riesgos y el Área de ventas es significativa Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020 La relación que existe entre Gestión de Riesgos y el Área es significativa de Ventas Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020 La relación que existe entre Claridad de Información y el Área de Ventas es significativa Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020 | <p>Variabes (V 1)</p> <p>Informe Coso III</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> Eliminación de Riesgos Gestión de Riesgos Claridad de Información <p>Variable (V 2)</p> <p>Área de Ventas</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> Producción Servicios | <p>Método de investigación</p> <p>Científico</p> <p>Métodos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> -Análisis - Síntesis -Método Estadístico -Método deductivo hipotético <p>Tipo de investigación</p> <p>Aplicada</p> <p>Nivel de investigación</p> <p>Descriptiva</p> <p>Diseño de investigación</p> <p>Descriptiva -Correlacional</p>  <p>Población</p> <p>35</p> <p>Muestra</p> <p>30</p> <p>Estadísticos</p> <p>Descriptiva: frecuencias, tablas y figuras</p> |

| | | | | |
|--|--|--|--|-------------------------------|
| | | | | Inferencial. Rho de Spearman. |
|--|--|--|--|-------------------------------|

Anexo 02: **Matriz** de Operacionalización de Variables

| VARIABLE | DEFINICIÓN | DIMENSIÓN | INDICADOR | Escala de Medición | Instrumento de investigación |
|------------------|---|-------------------------|---|---|------------------------------|
| INFORME COSO III | Según González R. (2016) en su libro Control Interno. Modelo Coso III conceptualiza que: “El control interno es definido como un proceso integrado y dinámico llevado a cabo por la administración, la dirección y demás personal de una entidad, diseñado con el propósito de proporcionar la eliminación de riesgos, gestión de recursos y la claridad de la información logrando un grado de seguridad razonable dentro de las empresas”. | Eliminación de Riesgos | Identificar el nivel de riesgos interno Identificar el nivel de riesgo externo Identificar el nivel de logro de objetivos | Escala de Likert 6. Nunca 7. Casi nunca 8. A veces 9. Casi siempre 10. Siempre | cuestionario |
| | | Gestión de riesgos | Medir el nivel de Prevención Identificar el nivel de riesgo | | |
| | | Claridad de información | Identificar el nivel de exactitud de la información Identificar el grado de accesibilidad | | |
| Área de Ventas | Montenegro E. (2018) conceptualiza que: El área de ventas “asegura la conexión entre la producción de los productos o servicios de la empresa y los consumidores. También estudia las necesidades a satisfacer para definir los productos a comercializar. Por último, el área de ventas y marketing actúa en el mercado adaptando los productos a las necesidades del cliente”. | Producción | Medir el grado producción de bienes Medir el grado Producción de servicios | Escala de Likert 6. Nunca 7. Casi nunca 8. A veces 9. Casi siempre Siempre | cuestionario |
| | | Servicios | Identificar el nivel satisfacción | | |

Anexo 03: Matriz de Operacionalización del Instrumento

| VARIABLE | DIMENSIÓN | INDICADOR | ÍTEMES | TÉCNICAS | ESCALA DE MEDICIÓN |
|------------------|------------------------|--------------------|--|--|--------------------|
| INFORME COSO III | Eliminación de Riesgos | Riesgos interno | <ul style="list-style-type: none"> • ¿Se encuentra diseñado un organigrama para el proceso de ventas? • ¿Se ha efectuado un análisis de las competencias requeridas por el personal para desempeñar adecuadamente sus funciones dentro del Área de ventas? • ¿La empresa aplica técnicas para identificar los eventos como inventario de eventos, talleres de trabajo, entrevistas, análisis del flujo del proceso de ventas? • ¿La empresa cuenta con métodos para motivar al personal de ventas? • ¿La misión de la entidad es conocida y comprendida por la Dirección y el personal? | <p>Escala de Likert</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre | cuestionario |
| | | Riesgo externo | <ul style="list-style-type: none"> • ¿Los objetivos son conocidos y comprendidos por todo el personal de la entidad? • ¿Se tienen en cuenta las observaciones y recomendaciones de auditoría anteriores? | | |
| | | Logro de objetivos | <ul style="list-style-type: none"> • ¿El Sistema de Control Interno es evaluado periódicamente por la Dirección con el fin de revisar su eficacia y vigencia? • ¿Se realiza un monitoreo de la atención brindada a los clientes? • ¿Existe una persona que supervise que se cumpla el proceso en ventas? • ¿La empresa ha realizado monitoreo de operaciones mediante evaluaciones individuales? | | |
| | | Prevenir | | | |

| | | | | | |
|--|--------------------|--|---|--|--|
| | Gestión de riesgos | <p>Minimizar</p> <p>Restablecer</p> <p>Exactitud</p> | <ul style="list-style-type: none"> • ¿Se efectúan comparaciones de ventas mensuales con ventas históricas? • ¿Se evalúa y supervisa el desempeño de los vendedores? • ¿La empresa realiza supervisiones rutinarias para identificar deficiencias en el proceso de ventas? • ¿La información de ventas sirve como herramienta de supervisión para verificar si los objetivos se han cumplido? • ¿La administración realiza monitoreo en el área de ventas y proporciona recomendaciones sobre riesgos corporativos? • ¿Existen herramientas definidas de autoevaluación que permiten evaluar el Sistema de Control Interno? <ul style="list-style-type: none"> • ¿Están definidos los distintos reportes que deben remitirse a los distintos niveles internos para la toma de decisiones? • ¿La información dentro del proceso de ventas es informal? • ¿Los cambios en el proceso de venta son comunicados de forma inmediata para que los empleados asuman sus responsabilidades? • ¿La empresa tiene diseñado canales de comunicación durante el proceso de ventas? • ¿La información fluye en todos los niveles de la empresa? • ¿La planificación de ventas es comunicada oportunamente a los vendedores? | | |
|--|--------------------|--|---|--|--|

| | | | | | |
|----------------|-----------------------------|---|---|--|--------------|
| | Claridad de información | Accesibilidad | <ul style="list-style-type: none"> • ¿Los vendedores informan a la administración sobre inconvenientes con clientes? • ¿La información proporcionada por la empresa al área de ventas es confiable para la toma de decisiones? • ¿Las estrategias de ventas son comunicadas a los vendedores para que estos contribuyan con los objetivos? • ¿La información proporcionada por el área de ventas es útil, confiable y permite evaluar el desempeño de los vendedores? | | |
| Área de Ventas | Producción Servicios | Producción de bienes Producción de servicios Satisfacción | <ul style="list-style-type: none"> • ¿Los vendedores informan a la administración sobre inconvenientes con clientes? • ¿La información proporcionada por la empresa al área de ventas es confiable para la toma de decisiones? • ¿Las estrategias de ventas son comunicadas a los vendedores para que estos contribuyan con los objetivos? • ¿La información proporcionada por el área de ventas es útil, confiable y permite evaluar el desempeño de los vendedores? • ¿La empresa realiza supervisiones rutinarias para identificar deficiencias en el proceso de ventas? • ¿Los servicios brindados por la empresa satisfacen las necesidades del cliente? | <p>Escala de Likert</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre | Cuestionario |

Anexo 04: El Instrumento de Investigación y constancia de su aplicación

CUESTIONARIO

El Informe Cosso III y El Área de Ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020

Estimado trabajador

Pido su colaboración para dar respuesta al cuestionario, cuyo objetivo es recoger información acerca del estudio El Informe Cosso III y El Área de Ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020, su aporte servirá para aclarar algunos puntos, recuerde que la encuesta es anónima, responda con toda sinceridad a la pregunta

| Preguntas | Nunca | Casi | A veces | Casi | Siempre |
|---|-------|------|---------|------|---------|
| 1. ¿Se encuentra diseñado un organigrama para el proceso de ventas? | | | | | |
| 2. ¿Se ha efectuado un análisis de las competencias requeridas por el personal para desempeñar adecuadamente sus funciones dentro del Área de ventas? | | | | | |
| 3. ¿La empresa aplica técnicas para identificar los eventos como inventario de eventos, talleres de trabajo, entrevistas, análisis del flujo del proceso de ventas? | | | | | |
| 4. ¿La empresa cuenta con métodos para motivar al personal de ventas? | | | | | |
| 5. ¿La misión de la entidad es conocida y comprendida por la Dirección y el personal? | | | | | |
| 6. ¿Los objetivos son conocidos y comprendidos por todo el personal de la entidad? | | | | | |
| 7. ¿Se tienen en cuenta las observaciones y recomendaciones de auditoría anteriores? | | | | | |
| 8. ¿El Sistema de Control Interno es evaluado periódicamente por la Dirección con el fin de revisar su eficacia y vigencia? | | | | | |
| 9. ¿Se realiza un monitoreo de la atención brindada a los clientes? | | | | | |
| 10. ¿Existe una persona que supervise que se cumpla el proceso en ventas? | | | | | |
| 11. ¿La empresa ha realizado monitoreo de operaciones mediante evaluaciones individuales? | | | | | |
| 12. ¿Se efectúan comparaciones de ventas mensuales con ventas históricas? | | | | | |
| 13. ¿Se evalúa y supervisa el desempeño de los vendedores? | | | | | |
| 14. ¿La empresa realiza supervisiones rutinarias para identificar deficiencias en el proceso de ventas? | | | | | |
| 15. ¿La información de ventas sirve como herramienta de supervisión para verificar si los objetivos se han cumplido? | | | | | |
| 16. ¿La administración realiza monitoreo en el área de ventas y proporciona recomendaciones sobre riesgos corporativos? | | | | | |
| 17. ¿Existen herramientas definidas de autoevaluación que permiten evaluar el Sistema de Control Interno? | | | | | |
| 18. ¿Están definidos los distintos reportes que deben remitirse a los distintos niveles internos para la toma de decisiones? | | | | | |
| 19. ¿La información dentro del proceso de ventas es informal? | | | | | |
| 20. ¿Los cambios en el proceso de venta son comunicados de forma inmediata para que los empleados asuman sus responsabilidades? | | | | | |
| 21. ¿La empresa tiene diseñado canales de comunicación durante el proceso de ventas? | | | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| 22. ¿La información fluye en todos los niveles de la empresa? | | | | | |
| 23. ¿La planificación de ventas es comunicada oportunamente a los vendedores? | | | | | |
| 24. ¿Los vendedores informan a la administración sobre inconvenientes con clientes? | | | | | |
| 25. ¿La información proporcionada por la empresa al área de ventas es confiable para la toma de decisiones? | | | | | |
| 26. ¿Las estrategias de ventas son comunicadas a los vendedores para que estos contribuyan con los objetivos? | | | | | |
| 27. ¿La información proporcionada por el área de ventas es útil, confiable y permite evaluar el desempeño de los vendedores? | | | | | |
| 28. ¿Los vendedores informan a la administración sobre inconvenientes con clientes? | | | | | |
| 29. ¿Las estrategias de ventas son comunicadas a los vendedores para que estos contribuyan con los objetivos? | | | | | |
| 30. ¿La información proporcionada por el área de ventas es útil, confiable y permite evaluar el desempeño de los vendedores? | | | | | |
| 31. ¿La empresa realiza supervisiones rutinarias para identificar deficiencias en el proceso de ventas? | | | | | |
| 32. ¿Los servicios brindados por la empresa satisfacen las necesidades del cliente? | | | | | |

Anexo 05: Confiabilidad y validez del instrumento

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

Matriz de validación del instrumento

El Informe Cosso III y El Área de Ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020

| Preguntas | Respuestas | | | | Valoración | | | | | | | | Observaciones y recomendaciones |
|---|------------|------------|--------------|---------|---|----|--|----|---------------------------------------|----|---|----|---------------------------------|
| | Nunca | Casi nunca | Casi siempre | Siempre | Relación entre la variable y la dimensión | | Relación entre la dimensión y el indicador | | Relación entre el indicador y el ítem | | Relación entre el ítem y la opción de respuesta | | |
| | | | | | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| 1. ¿Se encuentra diseñado un organigrama para el proceso de ventas? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 2. ¿Se ha efectuado un análisis de las competencias requeridas por el personal para desempeñar adecuadamente sus funciones dentro del Área de ventas? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 3. ¿La empresa aplica técnicas para identificar los eventos como inventario de eventos, talleres de trabajo, entrevistas, análisis del flujo del proceso de ventas? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 4. ¿La empresa cuenta con métodos para motivar al personal de ventas? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 5. ¿La misión de la entidad es conocida y comprendida por la Dirección y el personal? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 6. ¿Los objetivos son conocidos y comprendidos por todo el personal de la entidad? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 7. ¿Se tienen en cuenta las observaciones y recomendaciones de auditoría anteriores? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 8. ¿El Sistema de Control Interno es evaluado periódicamente por la Dirección con el fin de revisar su eficacia y vigencia? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 9. ¿Se realiza un monitoreo de la atención brindada a los clientes? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 10. ¿Existe una persona que supervise que se cumpla el proceso en ventas? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 11. ¿La empresa ha realizado monitoreo de operaciones mediante evaluaciones individuales? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 12. ¿Se efectúan comparaciones de ventas mensuales con ventas históricas? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 13. ¿Se evalúa y supervisa el desempeño de los vendedores? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 14. ¿La empresa realiza supervisiones rutinarias para identificar deficiencias en el proceso de ventas? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 15. ¿La información de ventas sirve como herramienta de supervisión para verificar si los objetivos se han cumplido? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 16. ¿La administración realiza monitoreo en el área de ventas y proporciona recomendaciones sobre riesgos corporativos? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 17. ¿Existen herramientas definidas de autoevaluación que permiten evaluar el Sistema de Control Interno? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 18. ¿Están definidos los distintos reportes que deben remitirse a los distintos niveles internos para la toma de decisiones? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 19. ¿La información dentro del proceso de ventas es informal? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 20. ¿Los cambios en el proceso de venta son comunicados de forma inmediata para que los empleados asuman sus responsabilidades? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 21. ¿La empresa tiene diseñado canales de comunicación durante el proceso de ventas? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 22. ¿La información fluye en todos los niveles de la empresa? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 23. ¿La planificación de ventas es comunicada oportunamente a los vendedores? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 24. ¿Los vendedores informan a la administración sobre inconvenientes con clientes? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 25. ¿La información proporciona por la empresa al área de ventas es confiable para la toma de decisiones? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 26. ¿Las estrategias de ventas son comunicadas a los vendedores para que estos contribuyan con los objetivos? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 27. ¿La información proporcionada por el área de ventas es útil, confiable y permite evaluar el desempeño de los vendedores? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 28. ¿Los vendedores informan a la administración sobre inconvenientes con clientes? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 29. ¿Las estrategias de ventas son comunicadas a los vendedores para que estos contribuyan con los objetivos? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 30. ¿La información proporcionada por el área de ventas es útil, confiable y permite evaluar el desempeño de los vendedores? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 31. ¿La empresa realiza supervisiones rutinarias para identificar deficiencias en el proceso de ventas? | | | | | x | | x | | x | | x | | |
| 32. ¿Los servicios brindados por la empresa satisfacen las necesidades del cliente? | | | | | x | | x | | x | | x | | |

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES**Matriz de validación del instrumento**

Título: El Informe Cosso III y El Área de Ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020

Nombre del instrumento: Matriz de validación del instrumento

Objetivo: Determinar la relación que existe entre el Informe Cosso III y el Área de Ventas en la Empresa Contasic SAC – Huancayo 2020

Dirigido a: Trabajadores de la Empresa Contasic SAC

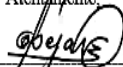
Apellidos y nombres del validador del instrumento: Aguedo A. Bejar Mormontoy

Grado académico del evaluador: Doctor

Valoración:

| | | | |
|-----------|-------|---------|------|
| Muy bueno | Bueno | Regular | Malo |
|-----------|-------|---------|------|

Atentamente,



Dr. Aguedo A. Bejar Mormontoy
JURADO REVISOR

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Matriz de validación del instrumento
El Informe COSO III y El Área de Ventas en la Empresa CONTASIC SA – Huancayo 2020

| Preguntas | Respuestas | | | | Valoración | | | | | | | | Observaciones y recomendaciones | |
|---|------------|------------|---------|---------|---|----|--|----|---|----|---|----|---------------------------------|----------------|
| | Nunca | Casi nunca | A veces | Siempre | Relación entre la variable y la dimensión | | Relación entre la dimensión y el indicador | | Relación entre el indicador y los ítems | | Relación entre los ítems y la opción de respuesta | | | |
| | | | | | SI | NO | SI | NO | SI | NO | SI | NO | | |
| 1. ¿Se encuentra diseñado un organigrama para el proceso de ventas? | | | | | | X | X | X | | | | X | | opciones SI/NO |
| 2. ¿Se ha efectuado un análisis de las competencias requeridas por el personal para desempeñar adecuadamente sus funciones dentro del Área de ventas? | | | | | X | | X | | X | | X | | | |
| 3. ¿La empresa aplica técnicas para identificar los eventos como inventario de eventos, talleres de trabajo, entrevistas, análisis del flujo del proceso de ventas? | | | | | X | | X | | X | | X | | | |
| 4. ¿La empresa cuenta con métodos para motivar al personal de ventas? | | | | | X | | X | | X | | X | | | opciones SI/NO |
| 5. ¿La misión de la entidad es conocida y comprendida por la Dirección y el personal? | | | | | X | | X | | X | | X | | | |
| 6. ¿Los objetivos son conocidos y comprendidos por todo el personal de la entidad? | | | | | X | | X | | X | | X | | | |
| 7. ¿Se tienen en cuenta las observaciones y recomendaciones de auditoría anteriores? | | | | | X | | X | | X | | X | | | |
| 8. ¿El Sistema de Control Interno es evaluado periódicamente por la Dirección con el fin de revisar su eficacia y vigencia? | | | | | X | | X | | X | | X | | | |
| 9. ¿Se realiza un monitoreo de la atención brindada a los clientes? | | | | | X | | X | | X | | X | | | |
| 10. ¿Existe una persona que supervise que se cumpla el proceso en ventas? | | | | | X | | X | | X | | X | | | |
| 11. ¿La empresa ha realizado monitoreo de operaciones mediante evaluaciones individuales? | | | | | X | | X | | X | | X | | | |
| 12. ¿Se efectúan comparaciones de ventas mensuales con ventas históricas? | | | | | X | | X | | X | | X | | | |
| 13. ¿Se evalúa y supervisa el desempeño de los vendedores? | | | | | X | | X | | X | | X | | | |
| 14. ¿La empresa realiza supervisiones rutinarias para identificar deficiencias en el proceso de ventas? | | | | | X | | X | | X | | X | | | |
| 15. ¿La información de ventas sirve como herramienta de supervisión para verificar si los objetivos se han cumplido? | | | | | X | | X | | X | | X | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|---|---|---|---|---|---|---|---|----------|
| 16. ¿La administración realiza monitoreo en el área de ventas y proporciona recomendaciones sobre riesgos corporativos? | | | | | | X | | X | | X | | X | | |
| 17. ¿Existen herramientas definidas de autoevaluación que permiten evaluar el Sistema de Control Interno? | | | | | | X | | X | | X | | X | | |
| 18. ¿Están definidos los distintos reportes que deben remitirse a los distintos niveles internos para la toma de decisiones? | | | | | | X | | X | | X | | X | | |
| 19. ¿La información dentro del proceso de ventas es informal? | | | | | | X | | X | | X | | X | | |
| 20. ¿Los cambios en el proceso de venta son comunicados de forma inmediata para que los empleados asuman sus responsabilidades? | | | | | | X | | X | | X | | X | | |
| 21. ¿La empresa tiene diseñado canales de comunicación durante el proceso de ventas? | | | | | | X | | X | | X | | X | | |
| 22. ¿La información fluye en todos los niveles de la empresa? | | | | | | | X | | X | | X | | X | DETALLAR |
| 23. ¿La planificación de ventas es comunicada oportunamente a los vendedores? | | | | | | X | | X | | X | | X | | |
| 24. ¿Los vendedores informan a la administración sobre inconvenientes con clientes? | | | | | | X | | X | | X | | X | | |
| 25. ¿La información proporcionada por la empresa al área de ventas es confiable para la toma de decisiones? | | | | | | X | | X | | X | | X | | |
| 26. ¿Las estrategias de ventas son comunicadas a los vendedores para que estos contribuyan con los objetivos? | | | | | | X | | X | | X | | X | | |
| 27. ¿La información proporcionada por el área de ventas es útil, confiable y permite evaluar el desempeño de los vendedores? | | | | | | X | | X | | X | | X | | |
| 28. ¿Los vendedores informan a la administración sobre inconvenientes con clientes? | | | | | | X | | X | | X | | X | | |
| 29. ¿Las estrategias de ventas son comunicadas a los vendedores para que estos contribuyan con los objetivos? | | | | | | X | | X | | X | | X | | |
| 30. ¿La información proporcionada por el área de ventas es útil, confiable y permite evaluar el desempeño de los vendedores? | | | | | | X | | X | | X | | X | | |
| 31. ¿La empresa realiza supervisiones rutinarias para identificar deficiencias en el proceso de ventas? | | | | | | X | | X | | X | | X | | |
| 32. ¿Los servicios brindados por la empresa satisfacen las necesidades del cliente? | | | | | | X | | X | | X | | X | | |

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Matriz de validación del instrumento

Título: El Informe COSO III y El Área de Ventas en la Empresa CONTASIC SA – Huancayo 2020

Nombre del instrumento: Matriz de validación del instrumento

Objetivo:

Determinar la relación que existe entre el Informe COSO III y el Área de Ventas en la Empresa CONTASIC SA – Huancayo 2020

Dirigido a: Trabajadores de la Empresa CONTASIC SA

Apellidos y nombres del validador del instrumento: CAPCHA CARBAJAL, HERNAN WILLIAM

Grado académico del evaluador: MAGISTER

Valoración:

| | | | |
|-----------|------------------|---------|------|
| Muy bueno | Bueno | Regular | Malo |
|-----------|------------------|---------|------|


Firma del evaluador

Anexo 06: La data de procesamiento de datos

datos maestria tesis cosso.sav [ConjuntoDatos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

12: Visible: 11 de 11 variables

| | VAR00001 | VAR00002 | VAR00003 | VAR00004 | VAR00005 | VAR00006 | VAR00008 | VAR00009 | VAR00010 | VAR00011 | VAR00012 | var | var | var | var | var | var | var |
|----|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | | | | | | | |
| 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | | | | | | | |
| 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | | | | | | | |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 3 | | | | | | | |
| 5 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | | | | | | | |
| 6 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 | | | | | | | |
| 7 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | | | | | | | |
| 8 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | | | | | | | |
| 9 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | | | | | | | |
| 10 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | | | | | | | |
| 11 | 4 | 1 | 4 | 4 | 1 | 3 | 5 | 3 | 5 | 2 | 3 | | | | | | | |
| 12 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | | | | | | | |
| 13 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | | | | | | | |
| 14 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 5 | 2 | 3 | | | | | | | |
| 15 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | | | | | | | |
| 16 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | | | | | | | |
| 17 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | | | | | | | |
| 18 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 | | | | | | | |
| 19 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | | | | | | | |
| 20 | 1 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 5 | 4 | 5 | 2 | 3 | | | | | | | |
| 21 | 3 | 1 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | | | | | | | |
| 22 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | | | | | | | |
| 23 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | | | | | | | |
| 24 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | | | | | | | |
| 25 | 1 | 1 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | | | | | | | |
| 26 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | | | | | | | |
| 27 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 5 | 2 | 4 | | | | | | | |
| 28 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | | | | | | | |

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

03:51 p.m. 30/03/2021

Anexo 07: Consentimiento informado

SOLICITO: Permiso para realizar Trabajo de Investigación

SEÑOR:

GERENTE DE LA EMPRESA CONTASIG S.A.C.


Yo, Efraín Félix Salomón Vara, identificado con DNI n° 21241073 y domiciliado en el Jr. Antonio Lobato n° 835 - El Tambo Huancayo. Ante Ud. respetuosamente me presento y expongo

Que habiendo culminado la maestría en la carrera de Contabilidad y Finanzas con mención en Auditoría y Control de gestión de la Universidad Peruana los Andes, solicito a Ud. permiso para realizar trabajo de investigación en su Empresa sobre "EL INFORME COSO III Y EL ÁREA DE VENTAS EN LA EMPRESA CONTASIG SAC - HUANCAYO 2020" para optar el grado de maestro.

POR LO EXPUESTO:

Ruego a Ud. acceder mi petición.

Huancayo, 4 de enero del 2021



Efraín Salomón Vara
DNI n° 21241073



Huancayo, 04 de enero de 2021.

SEÑOR: EFRAÍN FÉLIX SALOMÓN VARA
BACHILLER DE LA MAESTRIA EN AUDITORIA Y CONTROL DE GESTIÓN DE LA
UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

Asunto: Carta de consentimiento para realizar Trabajo de Investigación

Por medio de la presente, yo, Sirley Hinostroza Chacón, con domicilio en Pasaje San Lucas Mz. H Lt. 01 – Urbanización Miriam de Sala – El Tambo, Administradora de la Empresa CONTASIS S.A., otorgo la presente carta de consentimiento para que realice el trabajo de Investigación sobre "EL INFORME COSO III Y EL ÁREA DE VENTAS EN LA EMPRESA CONTASIS S.A. – HUANCAYO 2020" para optar el grado de maestro.

El único fin de la utilización de los datos es para realizar el trabajo de Investigación sobre "EL INFORME COSO III Y EL ÁREA DE VENTAS EN LA EMPRESA CONTASIS S.A. – HUANCAYO 2020.

Sin más por el momento, agradezco la atención prestada la presente carta.

Reciba un cordial saludo,

Atentamente,



SIRLEY HINOSTROZA CHACÓN
DNI N° 70344228