



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
DE ICA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ICA
FACULTAD DE INGENIERÍA, CIENCIAS Y ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTABILIDAD

TESIS

CONTROL INTERNO Y LA GESTIÓN COMERCIAL EN LA
EMPRESA COMERCIAL PLASIITA, ILAVE, PUNO, 2025

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

CULTURA Y ORGANIZACIÓN

PRESENTADO POR:

MARY CARMEN LAGONES CCALLATA

TESIS DESARROLLADA PARA OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL DE CONTADORA PÚBLICA

DOCENTE ASESOR:

Dr. JULIO CÉSAR ANGELES MORALES
CÓDIGO ORCID N° 0000-0002-7470-8154

CHINCHA, 2025



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
DE ICA

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DE INVESTIGACIÓN

Chincha, 17 de mayo del 2025

Dra. Mariana Alejandra Campos Sobrino
Decana de la Facultad de Ingeniería, Ciencias y Administración Universidad
Autónoma de Ica.

Presente. -

De mi especial consideración:

Sirva la presente para saludarla e informar que, la **Bach. MARY CARMEN LAGONES CCALLATA**, de la Facultad de Ingeniería, Ciencias y Administración, del programa Académico de Contabilidad, ha cumplido con elaborar su:

PROYECTO DE TESIS

TESIS

TITULADO:

“CONTROL INTERNO Y BENEFICIOS SOCIALES EN LA EMPRESA DE TRANSPORTES TRANSZELA S.R.L., PUNO, 2025”

Por lo tanto, queda expedita para continuar con el procedimiento correspondiente para solicitar la emisión de la resolución para la designación de Jurado, fecha y hora de sustentación de la Tesis para la obtención del Título Profesional.

Agradezco por anticipado la atención a la presente, aprovecho la ocasión para expresar los sentimientos de mi especial consideración y deferencia personal. Cordialmente,

Dr. JULIO CÉSAR ANGELES MORALES
CODIGO ORCID: 0000 0002 7470 8154
DNI: 32796107

DECLARATORIA DE AUTENCIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, MARY CARMEN LAGONES CCALLATA identificada con DNI N°77296697, en mi condición de estudiante del programa de estudios de CONTABILIDAD de la Facultad de Ingeniería, Ciencias y Administración en la Universidad Autónoma de Ica y que habiendo desarrollado la Tesis titulada: Control interno y la gestión comercial en la empresa comercial plasita, llave, Puno, 2025, declaro bajo juramento que:

- a. La investigación realizada es de mi autoría
- b. La tesis no ha cometido falta alguna a las conductas responsables de investigación, por lo que, no se ha cometido plagio, ni auto plagio en su elaboración.
- c. La información presentada en la tesis se ha elaborado respetando las normas de redacción para la citación y referenciación de las fuentes de información consultadas. Así mismo, el estudio no ha sido publicado anteriormente, ni parcial, ni totalmente con fines de obtención de algún grado académico o título profesional.
- d. Los resultados presentados en el estudio, producto de la recopilación de datos son reales, por lo que, la investigadora no ha incurrido ni en falsedad, duplicidad, copia o adulteración de estos, ni parcial, ni totalmente.
- e. La investigación cumple con el porcentaje de similitud establecido según la normatividad vigente de la Universidad (no mayor al 28%), el porcentaje de similitud alcanzado en el estudio es del:

12%

Autorizamos a la Universidad Autónoma de Ica, de identificar plagio, autoplagio, falsedad de información o adulteración de estos, se proceda según lo indicado por la normatividad vigente de la universidad, asumiendo las consecuencias o sanciones que se deriven de alguna de estas malas conductas.

Ica, 15 de MAYO del 2025

BACHILLER MARY CARMEN
LAGONES CCALLATA
DNI: 77296697



15 MAY 2025

CERTIFICACIÓN A LA VUELTA



15 MAY 2025



0114108336



**NOTARIA
PANDIA MENDOZA REYNALDO
SERVICIO DE AUTENTICACIÓN E IDENTIFICACIÓN BIOMÉTRICA**



INFORMACIÓN PERSONAL

DNI 77296697
Primer Apellido LAGONES
Segundo Apellido CCALLATA
Nombres MARY CARMEN

CORRESPONDE

Al menos una impresión dactilar capturada (primera impresión dactilar) corresponde al DNI consultado.



**LAGONES CCALLATA, MARY CARMEN
DNI 77296697**

INFORMACIÓN DE CONSULTA DACTILAR

Operador: 02444900 - Reynaldo Pandia Mendoza
Fecha de Transacción: 15-05-2025 17:04:21
Entidad: 10024449004 - PANDIA MENDOZA REYNALDO

VERIFICACIÓN DE CONSULTA

Puede verificar la información en línea en:
<http://serviciosbiometricos.reniec.gob.pe/identifica3/verification.do>
Número de Consulta: 0114108336



15 MAY 2025

CERTIFICO: Que, la firma que antecede corresponde a Lagones Ccallata, Mary Carmen identificada con DNI N° 77.296.697. Se legaliza la firma, mas no el contenido.

El Colloca-llave, 15 MAY 2025



P



**REYNALDO PANDIA MENDOZA
NOTARIO ABOGADO
Colegio de Notarios de Puno**



DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, por ser mi guía constante, otorgarme fortaleza en los momentos difíciles y bendecirme con la oportunidad de compartir la vida con mis seres queridos. A mi hijo Benjamín, mi mayor inspiración, cuyo amor y presencia me impulsaron a luchar por mis sueños; espero que este esfuerzo le motive a valorar la educación, la perseverancia y a confiar siempre en sí mismo. A mi madre, fuente inagotable de amor, sacrificio y enseñanza, le agradezco por creer en mí incluso cuando dudaba. Este logro también le pertenece, pues sus valores me guiaron en todo momento. A mis hermanos, gracias por su compañía, amor y complicidad; su apoyo incondicional ha sido esencial en mi camino. A mi pareja, por su comprensión, paciencia y ánimo constante, por hacer más llevadero cada desafío y celebrar conmigo cada pequeño logro; esta tesis refleja también su presencia firme y alentadora. Y a mi asesor, por su compromiso, orientación y sabiduría, que han sido claves para concluir esta etapa. Su ejemplo y dedicación dejaron una marca profunda en mi formación académica y personal. A todos ustedes, les agradezco por ser parte de este proceso. Este trabajo es tan mío como suyo.

Lagones Ccallata, Mary Carmen

AGRADECIMIENTO

Este proyecto no hubiera sido posible sin el apoyo y la ayuda de muchas personas. Mi sincero agradecimiento al mi asesor Julio Ángeles Morales, quien ha sido un mentor y guía excepcional. Su sabiduría, conocimiento y compromiso con la excelencia han inspirado y motivado profundamente mi trabajo.

A mi madre Cristina Ccallata Pongo, le debo una deuda de gratitud eterna. Su amor y sacrificios han sido el pilar de mi vida. Gracias por creer en mí.

A mis hermanos Walter, Jhon, Jeny, Cristhian, agradecerles por siempre estar en los malos y buenos momentos de mi vida. Su amor y confianza han sido una parte importante mi vida. Gracias por creer en mí.

A mi hijo Benjamín Caleb Cantuta Lagones, gracias por su apoyo emocional y por todas las risas y momentos de alivio durante los tiempos estresantes. Gracias por ser mi aspiración y motivo de ser adelante.

A mi compañero de vida Williams Ariel Cantuta Callata, gracias por su apoyo y paciencia que me brindas día a día. Gracias por ser mi amigo, compañero de vida, cómplice, el papa de mi hijo, y por estar a mi lado en los malos y buenos momentos.

Lagones Ccallata, Mary Carmen

RESUMEN

Objetivo general.

Determinar la relación entre el Control Interno y la gestión comercial en la empresa Comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025.

Metodología.

La investigación utilizó un enfoque cuantitativo, de tipo básico, nivel descriptivo-correlacional y diseño no experimental de corte transversal. Se aplicó un cuestionario estructurado a 10 trabajadores de la empresa Plasiita para analizar la relación entre el control interno y la gestión comercial mediante técnicas estadísticas.

Resultados descriptivos.

Los resultados descriptivos muestran que el 70% de los encuestados percibe el control interno como regular, mientras que el 80% considera regular el ambiente de control y las actividades de control. Respecto a la gestión comercial, el 70% la califica como regular. Las dimensiones estrategias comerciales y atención al usuario también fueron evaluadas como regulares, mientras que la gestión de reclamos obtuvo una valoración mayoritariamente eficiente.

Conclusiones

Se concluye que existe una relación positiva y significativa entre el control interno y la gestión comercial en la empresa Plasiita. Un sistema de control interno bien estructurado fortalece la eficiencia operativa, mejora la toma de decisiones y optimiza los procesos comerciales, contribuyendo a una gestión más efectiva y competitiva en el mercado. Cada dimensión del control interno influye directamente en los resultados de la gestión comercial.

Palabras claves: Control interno, gestión comercial

ABSTRACT

General objective.

To determine the relationship between Internal Control and commercial management in the company Comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025.

Methodology.

The research used a quantitative approach, of basic type, descriptive-correlational level and non-experimental cross-sectional design. A structured questionnaire was applied to 10 workers of the Plasiita company to analyze the relationship between internal control and commercial management using statistical techniques.

Descriptive results.

The descriptive results show that 70% of the respondents perceive internal control as regular, while 80% consider the control environment and control activities as regular. With respect to commercial management, 70% rated it as fair. The commercial strategies and customer service dimensions were also rated as regular, while complaints management was rated as mostly efficient.

Conclusions

It is concluded that there is a positive and significant relationship between internal control and commercial management at Plasiita. A well-structured internal control system strengthens operational efficiency, improves decision making and optimizes commercial processes, contributing to a more effective and competitive management in the market. Each dimension of internal control directly influences the results of commercial management.

Keywords: Internal control, commercial management

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
Portada	i
Constancia de aprobación de la investigación	ii
Declaratoria de autenticidad de la investigación	iii
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
Índice general /Índice de tablas académicas y de figuras	ix
I. INTRODUCCIÓN	13
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
2.1 Descripción del Problema	15
2.2. Pregunta de investigación general	16
2.3 Preguntas de investigación específicas	16
2.4 Objetivo general	17
2.5 Objetivos específicos	17
2.6 Justificación e importancia	17
2.7 Alcances y limitaciones	20
III. MARCO TEÓRICO	22
3.1 Antecedentes	22
3.2 Bases Teóricas	30
3.3 Marco conceptual	37
IV. METODOLOGÍA	39
4.1 Tipo y Nivel de la investigación	39
4.2 Diseño de la investigación	39
4.3 Hipótesis general y específicas	40
4.4 Identificación de las variables	40
4.5 Matriz de operacionalización de variables	42
4.6 Población-muestra	44
4.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	44
4.8 Técnicas de análisis y procesamiento de datos	45
V. RESULTADOS	46

5.1	Presentación de Resultados	46
5.2	Interpretación de los Resultados	54
VI.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	59
6.1	Análisis inferencial	59
VII.	DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	65
7.1	Comparación de los resultados	65
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	69
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72
	ANEXOS	78
	Anexo 1: Matriz de consistencia	79
	Anexo 2: Instrumento de recolección de datos	80
	Anexo 3: Ficha de validación de instrumentos de medición	84
	Anexo 4: Base de datos	87
	Anexo 5: Evidencia fotográfica	88
	Anexo 6: Informe de turnitin al 28% de similitud	89

INDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Frecuencia de la variable Control Interno	46
Tabla 2 Frecuencia de la variable Control Interno, dimensión Ambiente de Control	47
Tabla 3 Frecuencia de la variable Control Interno, dimensión Actividades de Control	48
Tabla 4 Frecuencia de la variable Control Interno, dimensión Supervisión	49
Tabla 5 Frecuencia de la variable Gestión Comercial	50
Tabla 6 Frecuencia de la variable Gestión Comercial, dimensión Estrategias comerciales	51
Tabla 7 Frecuencia de la variable Gestión Comercial, dimensión Atención al usuario	52
Tabla 8 Frecuencia de la variable Gestión Comercial, dimensión Gestión de reclamos	53
Tabla 9 Prueba de normalidad	59
Tabla 10 Correlación entre el Control Interno y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025	60
Tabla 11 Correlación entre el Ambiente de control y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025	62
Tabla 12 Correlación entre las Actividades de control y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025	63
Tabla 13 Correlación entre la Supervisión y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025	64

INDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1 Frecuencia de la variable Control Interno	47
Figura 2 Frecuencia de la variable Control Interno, dimensión Ambiente de Control	48
Figura 3 Frecuencia de la variable Control Interno, dimensión Actividades de Control	49
Figura 4 Frecuencia de la variable Control Interno, dimensión Supervisión	50
Figura 5 Frecuencia de la variable Gestión Comercial	51
Figura 6 Frecuencia de la variable Gestión Comercial, dimensión Estrategias comerciales	52
Figura 7 Frecuencia de la variable Gestión Comercial, dimensión Atención al usuario	53
Figura 8 Frecuencia de la variable Gestión Comercial, dimensión Gestión de reclamos	54

I. INTRODUCCIÓN

En un entorno empresarial cada vez más competitivo, la eficiencia en la gestión comercial y el adecuado control interno se han convertido en factores determinantes para la sostenibilidad y crecimiento de las empresas. En este contexto, la presente investigación titulada "Control Interno y Gestión Comercial en la Empresa Comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025" tiene como propósito analizar la relación entre estos dos elementos clave en el desempeño organizacional de la empresa en estudio.

El problema de investigación radica en la necesidad de identificar de qué manera el control interno influye en la gestión comercial de la Empresa Comercial Plasiita. A partir de esta premisa, se plantean preguntas de investigación generales y específicas que permitirán orientar el estudio, con el objetivo de evaluar la eficacia del sistema de control interno en la optimización de las operaciones comerciales. Para ello, se establecen objetivos generales y específicos que guiarán el desarrollo de la investigación, además de una justificación que resalta la relevancia teórica y práctica del estudio en el contexto empresarial local.

El marco teórico comprende una revisión de antecedentes relevantes que abordan investigaciones previas sobre control interno y gestión comercial, así como las bases teóricas que sustentan la relación entre ambos conceptos. Además, se desarrolla un marco conceptual donde se definen los términos clave que se utilizarán a lo largo de la investigación.

En cuanto a la metodología, la investigación se enmarca dentro de un tipo y nivel de estudio que permite analizar la problemática con rigurosidad académica. Se detalla el diseño de investigación, las hipótesis generales y específicas, la identificación de variables, la matriz de operacionalización de variables, la selección de la población y muestra, así como las técnicas e instrumentos de recolección de información. Además, se describen las técnicas de análisis y procesamiento de datos que permitirán obtener resultados válidos y confiables.

El capítulo V contiene los resultados descriptivos por cada variable expresados en tablas y figuras. El análisis de los resultados del capítulo VI, presenta el estudio inferencial a las variables de investigación.

Finalmente, la investigación presenta la discusión de resultados. Asimismo, se incluyen conclusiones y recomendaciones, referencias bibliográficas que sustentan teórica y metodológicamente la investigación, así como anexos que complementan la información recopilada, tales como la matriz de consistencia, los instrumentos de recolección de datos, la ficha de validación por juicio de expertos, base de datos y el informe de similitud.

De esta manera, el presente estudio contribuye al análisis y mejora de los mecanismos de control interno en la empresa Comercial Plasiita, con el fin de optimizar la gestión comercial y potenciar su competitividad en el mercado local y regional.

La autora.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Descripción del problema

El control interno y la gestión comercial son factores determinantes en la eficiencia y sostenibilidad de las empresas a nivel global. En un contexto macroeconómico, diversas organizaciones han implementado sistemas de control interno para fortalecer la transparencia y la eficiencia operativa, garantizando el cumplimiento normativo y mejorando la competitividad en el mercado. En el ámbito internacional, los estándares de control interno, como los propuestos por el Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO), han sido adoptados para prevenir fraudes, reducir riesgos y optimizar procesos comerciales. No obstante, muchas empresas, especialmente en economías emergentes, enfrentan dificultades en la aplicación efectiva de estos sistemas debido a limitaciones estructurales, tecnológicas y de capacitación.

A nivel nacional, el Perú ha promovido la implementación del control interno en el sector empresarial, particularmente en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), con el objetivo de fortalecer la gestión comercial y garantizar la sostenibilidad financiera. Sin embargo, según informes de la Contraloría General de la República, muchas empresas peruanas presentan deficiencias en la supervisión y aplicación de mecanismos de control, lo que impacta negativamente en su desempeño y en la percepción de los usuarios. La falta de estrategias comerciales efectivas, una atención al usuario deficiente y una gestión ineficaz de reclamos son algunos de los principales problemas que afectan el crecimiento y la estabilidad de estas organizaciones.

En el contexto local, la empresa Comercial Plasiita, ubicada en Ilave, Puno, enfrenta diversos desafíos en su estructura de control interno y gestión comercial. La falta de un ambiente de control

adecuado, deficiencias en las actividades de supervisión y mecanismos poco efectivos de control han generado ineficiencias operativas y una reducción en la satisfacción de los clientes. Además, la carencia de estrategias comerciales claras, un servicio de atención al usuario deficiente y una gestión de reclamos inadecuada han limitado la capacidad de la empresa para consolidarse en el mercado local y mejorar su rentabilidad. Estos factores han motivado la realización del presente estudio, con el fin de analizar la relación entre el control interno y la gestión comercial, así como proponer estrategias para optimizar ambos aspectos en la empresa Comercial Plasiita.

En síntesis, la presente investigación busca abordar la problemática desde una perspectiva integral, evaluando cómo la mejora del control interno puede fortalecer la gestión comercial y contribuir a la sostenibilidad y crecimiento de la empresa en el mercado regional. A partir de este análisis, se pretende brindar recomendaciones que faciliten la optimización de los procesos internos y la satisfacción del cliente, generando un impacto positivo en el desarrollo empresarial local.

2.2. Pregunta de investigación general

¿Cuál es la relación entre el Control Interno y la gestión comercial en la empresa Comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025?

2.3. Preguntas de investigación específicas

P.E.1:

¿Cuál es la relación entre el Ambiente de control y la gestión comercial en la empresa Comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025?

P.E.2:

¿Cuál es la relación entre las Actividades de Control y la gestión comercial en la empresa Comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025?

P.E.3:

¿Cuál es la relación entre la Supervisión y la gestión comercial en la empresa Comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025?

2.4. Objetivo General

Determinar la relación entre el Control Interno y la gestión comercial en la empresa Comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025.

2.5. Objetivos específicos.

O.E.1:

Establecer la relación entre el Ambiente de control y la gestión comercial en la empresa Comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025.

O.E.2:

Establecer la relación entre las Actividades de Control y la gestión comercial en la empresa Comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025.

O.E.3:

Establecer la relación entre la Supervisión y la gestión comercial en la empresa Comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025.

2.6. Justificación e Importancia

Justificación

Justificación Científica

El presente estudio contribuye al campo del conocimiento sobre el control interno y la gestión comercial, analizando su relación en el contexto de una empresa en el sector local. La investigación se fundamenta en modelos y enfoques ampliamente aceptados en la comunidad científica, como el marco COSO para el control interno, permitiendo generar evidencia empírica sobre su aplicación en

micro y pequeñas empresas. Asimismo, aporta a la literatura existente sobre la importancia del control interno en la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente, elementos clave para el desarrollo empresarial.

Justificación Teórica

Desde una perspectiva teórica, esta investigación permite fortalecer el conocimiento sobre la interdependencia entre el control interno y la gestión comercial. Se basa en teorías administrativas y financieras que explican cómo un adecuado ambiente de control, la supervisión eficiente y la correcta aplicación de actividades de control pueden impactar en la estrategia comercial de una empresa. De igual manera, se vincula con conceptos de marketing y servicio al cliente, dado que el estudio aborda dimensiones como estrategias comerciales, atención al usuario y gestión de reclamos.

Justificación Metodológica

El estudio se sustenta en un enfoque metodológico riguroso, empleando métodos cuantitativos para la recolección y análisis de datos. La operacionalización de variables permite estructurar la investigación de manera sistemática, asegurando validez y confiabilidad en los resultados obtenidos. Asimismo, el diseño de investigación facilita la identificación de patrones y tendencias que podrán ser utilizados en futuras investigaciones sobre temas similares.

Justificación Práctica

A nivel práctico, la investigación proporcionará recomendaciones concretas para optimizar el control interno en la empresa Comercial Plasiita, mejorando así su gestión comercial. Se espera que los hallazgos permitan identificar debilidades en los procesos actuales y ofrecer soluciones viables que incrementen la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente. Además, los resultados podrán ser

aplicables a otras empresas del sector que enfrenten problemas similares, sirviendo como referencia para la toma de decisiones gerenciales.

Justificación Social

Desde una perspectiva social, el estudio contribuye al desarrollo de la economía local al fortalecer la sostenibilidad y competitividad de las empresas en Ilave, Puno. Un adecuado control interno no solo impacta en la rentabilidad empresarial, sino que también genera confianza en los clientes y en la comunidad. Asimismo, la mejora en la atención al usuario y la gestión de reclamos promueve relaciones comerciales más justas y equitativas, beneficiando tanto a los consumidores como a los empleados de la empresa objeto de estudio.

Importancia

La presente investigación sobre el Control Interno y Gestión Comercial en la Empresa Comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025 es de gran relevancia en diversos ámbitos, ya que aborda una problemática fundamental para el crecimiento y sostenibilidad empresarial. Su importancia radica en la necesidad de fortalecer los sistemas de control interno y mejorar la gestión comercial en las empresas locales, permitiendo optimizar su operatividad, eficiencia y competitividad en el mercado.

Desde una perspectiva académica, la investigación contribuirá al cuerpo de conocimientos existentes sobre la relación entre el control interno y la gestión comercial, proporcionando evidencia empírica sobre su aplicación en una empresa específica del contexto peruano. Esto permitirá ampliar el marco teórico y ofrecer una referencia para futuras investigaciones en la misma línea de estudio.

A nivel empresarial, la investigación es importante porque brindará herramientas y estrategias que podrán ser implementadas en la empresa Comercial Plasiita para mejorar sus procesos internos. La aplicación de un control interno eficiente contribuirá a la reducción de riesgos operativos, la optimización de recursos y el fortalecimiento de la confianza de los clientes y proveedores. Así mismo, una mejor gestión comercial permitirá a la empresa captar y fidelizar clientes, incrementando su rentabilidad y posicionamiento en el mercado local y regional.

Desde el punto de vista social, la investigación cobra relevancia al impactar en la calidad de los servicios que ofrece la empresa, beneficiando a los clientes a través de una atención más eficiente y una mejor gestión de reclamos. Además, al fortalecer la estabilidad y el crecimiento de la empresa, se generan oportunidades laborales y se promueve el desarrollo económico en la región de Ilave, Puno.

2.7. Alcances y limitaciones

Alcances

La presente investigación sobre el Control Interno y Gestión Comercial en la Empresa Plasiita, Ilave, Puno, 2025 tiene como objetivo analizar la relación entre estas dos variables, con el fin de proporcionar estrategias que permitan optimizar los procesos internos y mejorar el desempeño comercial de la empresa.

El estudio abarca la identificación y evaluación de los componentes del control interno, tales como el ambiente de control, las actividades de control y la supervisión. Asimismo, se examina la gestión comercial mediante las dimensiones de estrategias comerciales, atención al usuario y gestión de reclamos.

Los resultados permitirán generar recomendaciones que faciliten la toma de decisiones en la empresa, aportando información relevante

para el diseño de estrategias comerciales más eficientes y un control interno más efectivo. Además, se podrá utilizar como referencia para futuras investigaciones en empresas con características similares dentro del contexto regional y nacional.

Limitaciones

A pesar de los aportes de la investigación, existen algunas limitaciones que deben considerarse. En primer lugar, el estudio se circunscribe a la empresa Plasiita en llave, Puno, lo que podría restringir la generalización de los hallazgos a otras empresas con estructuras organizacionales diferentes.

En segundo lugar, la recolección de datos se realiza a través de encuestas aplicadas a los trabajadores de la empresa, lo que puede estar sujeto a sesgos de percepción o respuestas influenciadas por factores internos o externos.

Finalmente, debido a la metodología de estudio transversal, los resultados obtenidos representan una "fotografía" en un momento específico y no permiten evaluar cambios a lo largo del tiempo. Para futuras investigaciones, se podría considerar un diseño longitudinal que permita observar la evolución de las variables analizadas.

III. MARCO TEÓRICO

3.1. Antecedentes

Para establecer la relación entre el control interno y la gestión comercial, es esencial explorar los trabajos académicos recientes que se centran en esta intersección utilizando un enfoque cuantitativo. Las siguientes referencias bibliográficas, extraídas de revistas indexadas de alto impacto y de tesis publicadas, proporcionan información valiosa sobre esta área de estudio:

Internacionales

Mitrović y otros (2024) indican que, la gestión de riesgos es un componente importante de la competitividad de cada entidad empresarial y un requisito previo para tomar decisiones oportunas y correctas. Teniendo esto en cuenta, surge la pregunta de cómo se establece el proceso de gestión de riesgos en las empresas, cuán desarrollado está, es decir, cuál es el papel del sistema de control interno con el fin de detectar irregularidades y gestionar los riesgos. Esta pregunta también representa el problema de investigación básico de este trabajo. El objetivo de la investigación es procesar teóricamente y empíricamente la conexión entre el control interno y la gestión de la empresa e investigar el grado de desarrollo del control interno en las empresas manufactureras que operan en el distrito de Nišava. Los hallazgos sugieren que los sistemas de control interno son parte integral del proceso de gestión, ya que proporcionan el apoyo necesario para identificar y mitigar los riesgos y, por lo tanto, mejoran la capacidad de toma de decisiones.

Kambarova (2023) en su artículo dedicado a las cuestiones de auditoría del control interno de las empresas comerciales como garantía de la fiabilidad e integridad de la información sobre el uso económico de los recursos de las empresas comerciales. El control

interno es un proceso que debe garantizar que los resultados reales coincidan con los planificados, en igualdad de condiciones. El proceso de control implica el establecimiento de objetivos o estándares (a menudo calculados durante la presupuestación) con los que se comparan los resultados reales. A continuación, se miden periódicamente los indicadores de rendimiento y se comparan con los objetivos. Los contables deben proporcionar información a los gerentes como retroalimentación en forma de informes periódicos que les permitan determinar si las operaciones se están llevando a cabo de acuerdo con el plan e identificar aquellas actividades en las que son necesarios ajustes. En particular, una de las funciones de la contabilidad de gestión es proporcionar a los gerentes una retroalimentación económica que ayude a controlar los costos y mejorar la eficiencia y la productividad de las operaciones.

Alderete et al. (2023) presentan su investigación relacionada con el "Control Interno como Herramienta para la Reducción de Contingencias Tributarias", que tiene como objetivo describir la influencia del control interno en las empresas comerciales de Ciudad del Este en la mitigación de riesgos asociados al cumplimiento tributario. Se seleccionaron 15 contadores de empresas, representando el 50% de la población. Se determina que el control interno es un mecanismo eficaz si el contribuyente, ya sea una empresa o un individuo, satisface las obligaciones fiscales.

Bondarchuk y otros (2021) en su artículo analizan el contenido, la unidad metodológica y la relación organizativa del control interno y el control fiscal, que son las herramientas más importantes para garantizar la seguridad económica de una organización comercial. Se consideran sus funciones relacionadas con la minimización de los riesgos de seguridad económica en las condiciones modernas. El artículo está dirigido a científicos y profesionales especializados

en la seguridad económica de las organizaciones comerciales. Las principales contribuciones son: Examen del control interno y tributario; Centrarse en la seguridad económica; Público objetivo; Perspectivas metodológicas.

Silva-Treviño et al. (2021) afirman que la calidad del servicio es vista como una opción viable para que las empresas logren una ventaja competitiva y sostenible en un entorno económico globalizado. Las pequeñas y medianas empresas deben proporcionar un servicio de mayor calidad que las grandes empresas para conseguir la preferencia de los clientes. El propósito de este estudio fue determinar la compensación entre la variable calidad del servicio y las variables satisfacción del cliente y lealtad del cliente. Los resultados evidencian una evaluación altamente significativa, positiva y robusta entre la variable de calidad del servicio y la satisfacción del cliente ($r = 0.820$), así como la lealtad del cliente ($r = 0.803$). Un hallazgo significativo fue la evaluación entre la dimensión de aspectos tangibles y las variables de satisfacción del cliente ($r = 0.910$) y lealtad del cliente ($r = 0.919$). El estudio evidencia la restricción de su aplicación en una única empresa. Se ha confirmado que una atención y servicio al cliente mejorados son fundamentales para la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa.

Nacionales

Según Chávez (2024), el propósito de su investigación fue determinar la relación entre el control interno y el cumplimiento de las tasas judiciales en una Corte Superior de Justicia del Perú. La metodología empleada fue cuantitativa, aplicada, no experimental-transversal y correlacional. Se administró dos cuestionarios a 35 empleados del área administrativa y contable de una corte superior de justicia, utilizando la técnica de encuesta para recopilar información sobre las variables. Los resultados indicaron que los valores de significancia bilateral son 0.000, por debajo del umbral

de 0.05. Esto confirma que el control interno está significativamente y altamente correlacionado con el cumplimiento de las tasas judiciales en una Corte Superior de Justicia, según el Rho de 0.661. Se determina que un incremento en el control interno en la administración de los procesos y recursos judiciales se correlaciona con un mayor cumplimiento de las obligaciones de pago de tasas judiciales, y viceversa.

Mejía et al. (2024) realizaron un estudio orientado a conocer la relación entre el control interno y la gestión administrativa de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Todos los Santos de Chota. La metodología empleada en el estudio es de tipo hipotético-deductivo, básica, con un diseño no experimental, de corte transversal y de nivel correlacional; la población está compuesta por 54 trabajadores de la entidad. La información fue recopilada mediante la técnica de encuesta utilizando un cuestionario, el cual fue validado previamente por expertos y cuya confiabilidad fue confirmada a través del Alfa de Cronbach. Los resultados indicaron una relación directa y significativa entre el control interno y la gestión administrativa de la cooperativa, con un coeficiente de compensación de 0,873 según la prueba de Rho de Spearman y una significancia bilateral de $0,000 < 0,05$. Se concluye que la relación entre ambas variables es directa y robusta, lo que implica que la percepción de los trabajadores sobre la gestión administrativa está intrínsecamente relacionada con el sistema de control interno implementado, subrayando la relevancia de este último en el contexto organizacional.

Romero-Carazas (2023) indica que, uno de los procesos esenciales que se implementa en una entidad con el fin de brindar un alto grado de seguridad en el logro de sus metas propuestas, es el control interno. Dicho control cumple un papel fundamental en el aparato administrativo-contable del sector empresarial. Por ello, el objetivo

fue determinar la correlación entre el control interno de inventarios y la gestión del desempeño de un emporio comercial de la región San Martín del Perú. Para ello, se realizó un estudio cuantitativo con un diseño no experimental, correlacional y de corte transversal. Como resultado, a través del examen de correlación mediante el método Rho de Spearman, se encontró que existe una relación significativa derivada del control de recepción de productos con la gestión del desempeño. Asimismo, se evidencia que el control interno de inventarios tiene un vínculo indisoluble con la gestión del desempeño de las empresas del emporio comercial de dicha región.

Vásquez et al. (2023) cuyo objetivo fue determinar la relación entre el control interno y la gestión de tesorería en una municipalidad peruana. La teoría utilizada permitió estudiar a profundidad el control interno y la gestión de tesorería, demostrando que el cumplimiento de las actividades de supervisión y control reduce en gran medida los riesgos de malversación de fondos en el sector público. Se utilizó una metodología cuantitativa, aplicada, no experimental, transversal, descriptiva y correlacional; la muestra estuvo constituida por 75 trabajadores de la municipalidad. Se comprueba que una deficiencia en el control interno conlleva una ineficacia en la gestión de tesorería del 78,8 %, lo cual se refleja en cada una de sus dimensiones. Asimismo, se obtuvo un $p=0,000 < 0,05$, lo que permite aceptar la hipótesis alternativa, y se registró un Rho de Spearman de 0,554. El incumplimiento de los lineamientos operativos en las fases de gestión de tesorería resultará en un proceso deficiente, lo cual conducirá a una aplicación inadecuada de los fondos públicos, al no disponer de los recursos económicos necesarios para satisfacer las necesidades del municipio. Por consiguiente, es fundamental adherirse a las normas establecidas en la entidad. Se concluye que el control interno está vinculado a la gestión de tesorería en el municipio analizado; esto se debe a que, al adherirse a las normas pertinentes y establecidas

en la entidad, y al promover los funcionarios y autoridades valores éticos en toda la institución, se cumplirán las funciones asignadas, garantizando así el cumplimiento de los lineamientos operativos en la gestión de tesorería.

Mejía Vergaray et Alabama. (2024) llevaron a cabo una investigación con el propósito de establecer la relación entre el control interno y la gestión institucional en la Microfinanzas “Caritas Felices”, Chimbote, Ancash, Perú, 2020; el estudio presenta un enfoque cuantitativo, un diseño descriptivo-correlacional, no experimental y transeccional. La muestra estuvo compuesta por 25 colaboradores. Se empleó la encuesta como técnica y el cuestionario como herramienta. Se observa un nivel de significancia ($p=0,000$) y un coeficiente de compensación ($r_s=0,709$), concluyendo que hay una robusta relación positiva entre el control interno y la gestión institucional en la Microfinanzas “Cáritas Felices”.

Locales o regionales

Meléndez Palomino & Estrada Cruz (2024) indican que, en las universidades públicas de la Región Puno, Perú, se ha implementado de manera gradual el Sistema de Control Interno mediante cinco componentes que contribuyen al cumplimiento de objetivos institucionales. El objetivo de la investigación fue determinar en qué medida el Sistema de Control Interno (SCI) se relaciona con la gestión administrativa de las universidades públicas de la región de Puno - Perú. La metodología aplicada fue deductiva, analítica-correlacional y el diseño de investigación fue no experimental-transeccional. La población consistió en universidades públicas de la región, y la muestra incluyó órganos y unidades orgánicas involucradas en la implementación del SCI. El instrumento de recolección de datos fue una encuesta. Los resultados del Sistema de Control Interno fueron valorados como

"regular" y "bueno"; y la gestión administrativa también recibió valoraciones de "regular" y "bueno". El cruce de variables indica un valor de "regular" para ambas variables, y la contrastación de hipótesis muestra una correlación positiva moderada (Rho de Spearman = 0.62) entre la variable independiente y la dependiente, siendo esta relación significativa; por lo cual se evidencia que, a mejor calidad en el control interno en las universidades, mejor será la gestión pública desarrollada por las mismas.

Valdivia Holguín (2024) afirman que el Perú es un país que se destaca por su importante sector minero, por lo que su estudio analiza la relación entre el control interno y la gestión empresarial al interior de una empresa minera del país. La metodología considera el tipo básico, nivel descriptivo-correlacional y diseño transversal, siendo el universo 379 trabajadores de la empresa minera analizada en Puno y la muestra 178 trabajadores. Los instrumentos de investigación utilizados para la obtención de datos y medición de las variables de investigación son cuestionarios y análisis de contenido. Los resultados indicaron una evaluación significativa entre el control interno y el gobierno corporativo, lo que sugiere que la empresa presenta deficiencias en su cultura de control interno. Se recomienda la implementación de programas de capacitación y concienciación que refuercen dicha cultura.

Cahuapaza Mayta (2021) señala que el control interno en las organizaciones sin fines de lucro es un tema relevante en el Perú. En este contexto, la investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre el control interno y la gestión de inventarios en la Prelatura de Ayaviri Puno-2020, una entidad religiosa sin fines de lucro dedicada a obras de caridad social y pastoral. El estudio se basó en un enfoque cuantitativo, empleando un diseño no experimental-correlacional y transversal. En consecuencia, tras una revisión de antecedentes, se eligió como población y muestra a 30

colaboradores (trabajadores, voluntarios, sacerdotes y religiosas) de la Prelatura de Ayaviri-Puno, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de diseño propio, validado por expertos en el área, reportando altos índices de confiabilidad en ambas variables ($\alpha > 0.90$). Los hallazgos revelaron que el 50% de la muestra calificó el control interno y la gestión de inventarios como regular, sugiriendo una posible relación directa. Se establece una relación significativa entre el control interno y la gestión de inventarios en la Prelatura de Ayaviri ($r=0.787$ y $p \leq 0.01$), lo que sugiere una fuerte tensión positiva que puede ser aprovechada para mejorar los procedimientos de control de inventarios en la institución.

Jaliri (2025) se propuso establecer la relación entre el control interno y la gestión administrativa de la empresa Inmobiliario Grupo Nuevo Horizonte SAC, Puno 2024. Enfoque cuantitativo, tipo fundamental, nivel correlacional y diseño no experimental. La población estuvo compuesta por los 21 empleados de la empresa. La muestra consistió en 21 trabajadores. Las técnicas de recolección de datos empleadas fueron una encuesta y un cuestionario. En las técnicas de análisis y procesamiento de información, se emplearon instrumentos de medición diseñados específicamente para el estudio, que servirán como fundamento del enfoque de análisis de datos. Se constató que el control interno en su totalidad es evaluado como 100% eficiente y la gestión administrativa es igualmente 100% eficiente. Los resultados indican una evaluación positiva significativa ($r = 0.614$) entre el ambiente de control y la gestión administrativa en Inmobiliario Grupo Nuevo Horizonte SAC. Esto sugiere que un entorno de control propicio, marcado por una estructura organizativa claramente delineada, políticas explícitas y una cultura de control robusta, impacta positivamente en la optimización de la eficiencia y efectividad de los procesos administrativos.

Guevara Sánchez (2022) en su investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la gestión administrativa y el control interno del Consorcio Conservador Puno I. El diseño del estudio fue aplicado y no experimental, a incluir a 30 empleados del Consorcio Conservador Puno I. Se empleó la encuesta como técnica y el cuestionario como herramienta. Los resultados revelan un valor de significancia de 0,002 (Sig. <0,05) y un Rho de Spearman de 0,923, lo que indica una relación positiva y significativa entre la gestión administrativa y el control interno de la empresa Consorcio Conservador Puno I. El 50% de los encuestados evaluó la gestión administrativa como deficiente en relación con sus procesos administrativos y su conexión con el control interno; la planificación exhibe una mejora positiva (0,456), la organización también presenta una relación positiva (0,267), al igual que la dirección (0,689) y el control (0,523). Se determina que los procesos de gestión administrativa están relacionados con el nivel de control interno y los resultados de la organización.

3.2. Bases Teóricas

3.2.1. Variable 1: Control Interno

Definición:

El control interno se define como un proceso instalado y administrado por el consejo de administración, destinado a ofrecer garantías razonables en relación con el cumplimiento de los objetivos vinculados a la eficiencia operativa, la calidad de la información financiera y la observancia de las normativas legales. Implica controles comerciales y contables para proteger los activos y garantizar registros financieros confiables (Živanović et al., 2022).

Teorías relacionadas al Control Interno.

El concepto de control interno puede entenderse a través de diversas teorías psicológicas que explican los comportamientos

relacionados con la motivación y la toma de decisiones. La teoría de la autodeterminación (TED) hace hincapié en la motivación intrínseca y sugiere que las personas se guían por sus necesidades de autonomía, competencia y relación. Cuando se satisfacen estas necesidades, las personas muestran comportamientos más adaptativos, lo que puede mejorar el control interno (Deci y Ryan, 2000).

La teoría del comportamiento planificado postula que las intenciones, moldeadas por las actitudes, las normas subjetivas y el control conductual percibido, influyen significativamente en los comportamientos. Esta teoría destaca cómo las creencias de las personas sobre su capacidad para controlar sus acciones pueden conducir a diferentes resultados, lo que afecta su control interno (Ajzen, 1991).

Dimensiones.

Ambiente de control

El entorno de control refleja la conciencia y el compromiso de la alta dirección con la importancia de los controles en toda la organización. Incluye la integridad y los valores éticos de la dirección, que son cruciales para establecer un tono de integridad que influya en la conciencia ética y de control de los empleados (Callaghan et al., 2007).

Los valores éticos y la integridad son elementos fundamentales que guían el comportamiento de los empleados y la dirección, garantizando que las operaciones empresariales se alineen con los estándares éticos de la organización (Hurloiu et al., 2013).

Una estructura organizacional bien definida es esencial para un entorno de control sólido. Implica crear un marco organizativo compacto y eficiente que garantice la separación de funciones y

limite la superposición de tareas asignadas (Nguyen & Quyen, 2023).

El entorno de control también incluye un compromiso con la competencia organizacional, lo que implica garantizar que los empleados tengan las habilidades y los conocimientos necesarios para desempeñar sus funciones de manera efectiva (Ramos, 2004).

Actividades de Control

Las actividades de control se definen como las políticas y procedimientos que aseguran el cumplimiento de las directrices de gestión. Son parte integral del sistema de control interno y están diseñadas para abordar los riesgos que podrían impedir que la organización alcance sus objetivos (Lenghel, 2012).

El objetivo principal de las actividades de control es mitigar los riesgos, garantizar el cumplimiento de las leyes y reglamentos y salvaguardar los activos de la organización (Živanović et al., 2022).

Supervisión

La supervisión es parte integral de la divulgación de los sistemas de control interno, tal como lo exigen las autoridades financieras. Garantiza que las empresas proporcionen información adecuada sobre sus mecanismos de control interno, que es un aspecto clave del buen gobierno corporativo. Esto implica que el consejo de administración dé instrucciones a la empresa para que cumpla con los requisitos de las partes interesadas mediante mecanismos de supervisión efectivos (Sudjono & Setiawan, 2021).

La supervisión es crucial para prevenir el fraude contable, especialmente en el sector público. Implica implementar sistemas como la denuncia de irregularidades y la contratación electrónica para detectar y prevenir actividades fraudulentas. Una supervisión

eficaz ayuda a proteger los activos y a mantener la integridad de los informes financieros (Savira et al., 2024).

Supervisión y detección de errores: la supervisión incluye la supervisión y la detección de errores o irregularidades que las actividades de control podrían pasar desapercibidos. Esto permite realizar las correcciones y modificaciones necesarias, garantizando que los procesos de control interno sigan siendo efectivos y estén alineados con los objetivos de la organización (Cruz & Nieves-Julbe, 2016).

3.2.2. Variable 2: Gestión Comercial

Definición:

La gestión comercial se define como la coordinación y organización de las actividades empresariales, donde los gerentes supervisan las operaciones y asisten a los empleados en la maximización de la productividad. Esta definición destaca el papel de los gerentes empresariales en el logro de los objetivos operativos y financieros mediante la supervisión y la capacitación efectivas de los empleados. La gestión empresarial implica la integración de varias funciones de gestión, incluidas la planificación estratégica, la organización, la supervisión de la producción y la gestión de los recursos humanos. Este enfoque enfatiza la importancia de una estrategia de gestión holística para mejorar el rendimiento y la competitividad de la empresa en un entorno empresarial dinámico (Alfai & Mulyani, 2023).

Teorías relacionadas a la Gestión Comercial.

El campo de la gestión comercial abarca una variedad de teorías que explican y apoyan los diferentes comportamientos observados en relación con esta variable. Estas teorías proporcionan un marco para comprender cómo funciona la gestión comercial en diferentes industrias y contextos organizacionales.

Teoría de la creación de valor: Esta teoría postula que la gestión comercial es fundamental para la creación de valor dentro de las organizaciones, particularmente en las instituciones financieras. Implica una inversión estratégica en la atracción y satisfacción de los clientes a través de diversos medios publicitarios (Espinoza y Virginia, 2024). En las instituciones financieras, la gestión comercial se utiliza para mejorar la satisfacción del cliente al alinear los servicios y productos con las necesidades de los clientes, creando así valor y fomentando la fidelidad.

Teoría de la agenda de conocimiento e investigación: Esta teoría aboga por el desarrollo de un conjunto integral de conocimientos para la gestión comercial, identificando áreas clave como la gestión de las relaciones, la gestión del valor y la gestión de riesgos. Al establecer una agenda de investigación, esta teoría tiene como objetivo mejorar la disciplina de la gestión comercial, promoviendo las mejores prácticas y los enfoques innovadores en varios sectores (Lowe, 2006).

Dimensiones.

Estrategias comerciales

Las estrategias empresariales abarcan una variedad de enfoques que las empresas adoptan para lograr una ventaja competitiva y garantizar la rentabilidad a largo plazo. Estas estrategias son fundamentales para navegar por la dinámica del mercado y mejorar el desempeño organizacional.

Liderazgo en materia de costes: El liderazgo en costos se refiere a una estrategia en la que una empresa busca convertirse en el productor con el costo más bajo de su industria. Este enfoque permite a las empresas ofrecer precios más bajos que los de la competencia, lo que atrae a clientes sensibles a los precios y

aumenta su cuota de mercado. Las empresas lo consiguen mediante economías de escala, procesos de producción eficientes y medidas de control de costes (Yang et al., 2014).

Diferenciación: La diferenciación implica la creación de productos o servicios únicos que ofrezcan un valor diferenciado a los clientes, lo que permite a las empresas cobrar precios superiores. Esta estrategia se centra en la innovación, la calidad y el servicio al cliente, lo que puede generar lealtad a la marca (Yang et al., 2014).

Estrategia de enfoque: Una estrategia de enfoque se centra en un segmento de mercado particular, ajustando los productos o servicios para satisfacer las necesidades específicas de ese nicho. Esto puede lograrse centrándose en los costes o centrándose en la diferenciación, según la ventaja competitiva de la empresa en ese segmento (Wibowo & Andriani, 2023).

Atención al usuario

El soporte al usuario dentro de la gestión empresarial abarca varias dimensiones que mejoran la interacción del usuario con los productos y servicios. Es crucial para garantizar una comunicación efectiva, la resolución de problemas y la satisfacción general de los usuarios.

La asistencia al usuario como dimensión de la calidad del servicio: La asistencia al usuario es fundamental para la calidad del servicio y se centra en proporcionar una asistencia oportuna y eficaz a los usuarios. Esto incluye abordar las necesidades de los usuarios mediante una comunicación proactiva y estrategias de soporte personalizadas, que pueden mejorar significativamente la satisfacción y la lealtad de los usuarios (Downing et al., 1985).

Sistemas de soporte contextual: El soporte al usuario se puede estructurar en torno a sistemas de apoyo contextual que faciliten el trabajo colaborativo. Estos sistemas utilizan varios módulos, como las descripciones de las tareas y los medios de información, para proporcionar un soporte relevante y adaptado a los entornos de usuario específicos (Hellman, 1990).

Soporte al usuario centrado en las personas: La eficacia del soporte al usuario suele estar vinculada a la interacción humana. A medida que la tecnología evoluciona, la necesidad de un apoyo centrado en las personas adquiere una importancia capital, lo que garantiza que los usuarios puedan interactuar eficazmente con sistemas y tecnologías complejos (Shah et al., 2013).

Estrategias de soporte de productos

En escenarios de productos avanzados, las estrategias de soporte al usuario deben adaptarse a la naturaleza del producto, ya sea un artículo físico o un servicio. Esto implica comprender los costos del ciclo de vida y garantizar que el soporte se ajuste a las expectativas de los usuarios y al rendimiento del producto (Markeset & Kumar, 2004).

Gestión de reclamos

La gestión de las reclamaciones es una dimensión fundamental de la gestión empresarial. Abarca los procesos y sistemas utilizados para gestionar las reclamaciones derivadas de obligaciones contractuales o fallos de productos. La gestión eficaz de las reclamaciones no solo mitiga los riesgos, sino que también mejora el rendimiento de la organización.

Sistema de gestión de reclamaciones: un enfoque estructurado que hace un seguimiento de las negociaciones y acuerdos entre las partes involucradas en una reclamación, utilizando interfaces de

usuario para mostrar el estado y el historial de las reclamaciones (Burbage et al., 2010).

Administración de reclamaciones: el proceso de evitar, mitigar y evaluar las reclamaciones, que es esencial para minimizar los costos y las interrupciones en los plazos de los proyectos (Cinko et al., 2023).

3.3. Marco conceptual

Control Interno: Se define como un proceso establecido y gestionado por el consejo de administración, con el objetivo de proporcionar garantías razonables con respecto al logro de los objetivos relacionados con la eficiencia operativa, la calidad de la información financiera y el cumplimiento de las leyes. (Živanović et al., 2022).

Ambiente de control: Refleja la conciencia y el compromiso de la alta dirección con la importancia de los controles en toda la organización. Incluye la integridad y los valores éticos de la dirección, que son cruciales para establecer un tono de integridad que influya en la conciencia ética y de control de los empleados (Callaghan et al., 2007).

Actividades de Control: Se definen como las políticas y procedimientos que ayudan a garantizar que se cumplan las directivas de gestión. Son parte integral del sistema de control interno y están diseñadas para abordar los riesgos que podrían impedir que la organización alcance sus objetivos (Lenghel, 2012).

Supervisión: Es parte integral de la divulgación de los sistemas de control interno, tal como lo exigen las autoridades financieras. Garantiza que las empresas proporcionen información adecuada sobre sus mecanismos de control interno, que es un aspecto clave

del buen gobierno corporativo. Esto implica que el consejo de administración dé instrucciones a la empresa para que cumpla con los requisitos de las partes interesadas mediante mecanismos de supervisión efectivos (Sudjono & Setiawan, 2021).

Gestión Comercial: Se define como la coordinación y organización de las actividades empresariales, donde los gerentes supervisan las operaciones y asisten a los empleados en la maximización de la productividad. (Alfai & Mulyani, 2023).

Estrategias comerciales: abarcan una variedad de enfoques que las empresas adoptan para lograr una ventaja competitiva y garantizar la rentabilidad a largo plazo. Estas estrategias son fundamentales para navegar por la dinámica del mercado y mejorar el desempeño organizacional (Yang et al., 2014).

Atención al usuario: La asistencia al usuario es fundamental para la calidad del servicio y se centra en proporcionar una asistencia oportuna y eficaz a los usuarios. Esto incluye abordar las necesidades de los usuarios mediante una comunicación proactiva y estrategias de soporte personalizadas, que pueden mejorar significativamente la satisfacción y la lealtad de los usuarios (Downing et al., 1985).

Gestión de reclamos: Enfoque estructurado que hace un seguimiento de las negociaciones y acuerdos entre las partes involucradas en una reclamación, utilizando interfaces de usuario para mostrar el estado y el historial de las reclamaciones (Burbage et al., 2010).

IV. METODOLOGÍA

4.1. Tipo y nivel de la investigación.

Enfoque.

El estudio adopta un enfoque cuantitativo, el cual se caracteriza por la recolección y análisis de datos numéricos para identificar patrones y probar hipótesis. Este enfoque es adecuado para examinar la relación entre el control interno y la gestión comercial, permitiendo medir variables específicas y analizar estadísticamente su interrelación.

Tipo.

La investigación es de tipo básico, orientada a ampliar el conocimiento teórico sobre la interacción entre las variables mencionadas. Este tipo de estudio busca generar información que contribuya al entendimiento científico, sin una aplicación inmediata, pero sentando las bases para futuras investigaciones aplicadas.

Nivel.

Se emplea un nivel descriptivo-relacional. En la fase descriptiva, se detallan las características de las variables control interno y gestión comercial en la empresa Comercial Plasiita. Posteriormente, en la fase relacional, se analiza la existencia y naturaleza de la relación entre ambas variables, determinando cómo se asocian entre sí.

4.2. Diseño de Investigación

El diseño es no experimental y transversal correlacional. En un diseño no experimental, las variables se observan en su contexto natural sin manipulación por parte del investigador. Al ser transversal, la recolección de datos se realiza en un único momento, proporcionando una "fotografía" de las variables en un tiempo determinado. El enfoque correlacional busca identificar la relación existente entre las variables de estudio, sin establecer causalidad directa.

4.3. Hipótesis general y específicas.

4.3.1. Hipótesis general

Existe una relación significativa entre el Control Interno y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025.

4.3.2. Hipótesis específicas.

H.E.1:

Existe una relación significativa entre el Ambiente de control y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025.

H.E.2:

Existe una relación significativa entre las Actividades de Control y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025.

H.E.3:

Existe una relación significativa entre la Supervisión y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025.

4.4. Identificación de las variables.

Variable 1:

Control Interno

Dimensiones:

D.1: Ambiente de control

D.2: Actividades de Control

D.3: Supervisión

Variable 2:

Gestión Comercial

Dimensiones:

D.1: Estrategias comerciales

D.2: Atención al usuario

D.3: Gestión de reclamos

4.5. Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE VALORES	NIVEL Y RANGOS	TIPO DE VARIABLE ESTADÍSTICA
Control Interno	D.1: Ambiente de control	Compromiso y liderazgo de la dirección	1, 2, 3	Nunca: 1 Casi nunca: 2 A veces: 3 Casi siempre: 4 Siempre: 5	Deficiente (16 – 37) Regular (38 – 59) Eficiente (60 – 80)	Ordinal
		Estructura y organización interna	4, 5			
		Asignación de roles y competencias	6, 7			
	D.2: Actividades de Control	Estructura y Responsabilidad Organizacional	8, 9			
		Control y Seguridad de la Información	10, 11			
		Evaluación y Transparencia de la Gestión	12, 13, 14			
	D.3: Supervisión	Monitoreo del Cumplimiento Normativo	15			
		Mejora Continua y Gestión Administrativa	16			

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE VALORES	NIVEL Y RANGOS	TIPO DE VARIABLE ESTADÍSTICA
Gestión Comercial	D.1: Estrategias comerciales	Objetivos Organizacionales	1, 2, 3	Nunca: 1 A veces: 2 Regularmente: 3 Frecuentemente: 4 Siempre: 5	Deficiente (26 – 60) Regular (61 – 95) Eficiente (96 – 130)	Ordinal
		Programación y Cumplimiento de Actividades	4, 5, 6, 7			
		Metas y Supervisión	8, 9, 10			
	D.2: Atención al usuario	Políticas de Atención al Usuario	11, 12, 13			
		Percepción y Confianza del Usuario	14, 15, 16, 17			
		Respuesta a las Necesidades del Usuario	18, 19, 20			
	D.3: Gestión de reclamos	Frecuencia y Validez de los Reclamos	21, 22, 23			
		Atención y Respuesta a los Reclamos	24, 25			
		Tiempo de Respuesta a los Reclamos	26			

4.6. Población – Muestra

Población.

La población de estudio está conformada por el total de trabajadores de la empresa Plasiita, ubicada en Ilave, Puno. En este caso, la población está compuesta por 10 personas que desempeñan funciones dentro de la organización, distribuidas de la siguiente manera: 1 administradora, 1 encargado de almacén y 8 auxiliares de ventas. Estos trabajadores desempeñan un papel clave en la operatividad de la empresa y en la implementación del control interno y la gestión comercial.

Muestra.

Dado que la población es reducida y accesible en su totalidad, la muestra está conformada por los 10 trabajadores de la empresa Plasiita. Al considerar la totalidad de la población en el estudio, se garantiza una mayor validez y representatividad de los resultados obtenidos.

Muestreo.

Para esta investigación, se emplea un muestreo no probabilístico por conveniencia, ya que se seleccionan a todos los trabajadores disponibles dentro de la empresa. Este tipo de muestreo es adecuado cuando la población es pequeña y completamente accesible, permitiendo obtener información detallada y relevante sobre la relación entre el control interno y la gestión comercial en la organización.

4.7. Técnicas e instrumentos de recolección de información.

Técnica

Para la presente investigación, se emplea la técnica de la encuesta, la cual permite recopilar información de manera estructurada y sistemática a partir de la percepción de los trabajadores de la empresa Plasiita. Esta técnica es adecuada para obtener datos cuantificables que faciliten el análisis de la relación entre el control interno y la gestión comercial. Además, la encuesta permite estandarizar la información obtenida,

garantizando la comparabilidad de los datos y la objetividad en su interpretación.

Instrumento.

El instrumento utilizado para la recolección de información es el cuestionario, el cual consta de una serie de preguntas cerradas y estructuradas en función de las dimensiones de las variables en estudio. Dicho cuestionario está diseñado para evaluar la percepción de los trabajadores respecto al ambiente de control, actividades de control y supervisión, así como sobre estrategias comerciales, atención al usuario y gestión de reclamos. La aplicación del cuestionario permite recopilar datos precisos y homogéneos que facilitan el análisis cuantitativo de la investigación.

4.8. Técnicas de análisis y procesamiento de datos.

Para el análisis y procesamiento de los datos obtenidos en la investigación, se utilizan métodos estadísticos que permitan verificar la relación entre las variables de estudio: control interno y gestión comercial.

Pruebas de Normalidad

Antes de aplicar cualquier prueba estadística inferencial, se evaluó la distribución de los datos mediante pruebas de normalidad, tal como la prueba de Shapiro-Wilk. Esta prueba permite determinar si los datos siguen una distribución normal, lo que influye en la elección de la prueba de correlación más adecuada.

Prueba de Correlación

Los datos siguen una distribución normal, se aplica el coeficiente de correlación de Pearson, que permite medir la relación lineal entre las variables. Estas técnicas de análisis y procesamiento de datos permitirán obtener resultados estadísticamente válidos y confiables, facilitando la interpretación de la relación entre el control interno y la gestión comercial en la empresa Plasiita, Ilave, Puno.

V. RESULTADOS

5.1. Presentación de Resultados

El presente capítulo expone los resultados obtenidos a partir de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos, con el objetivo de analizar la relación entre el control interno y la gestión comercial en la empresa Plasiita, Ilave, Puno. Para ello, se procesaron y analizaron las respuestas obtenidas en las encuestas realizadas a los trabajadores de la empresa, permitiendo identificar patrones y tendencias en la percepción de los encuestados sobre las dimensiones del control interno (ambiente de control, actividades de control y supervisión) y la gestión comercial (estrategias comerciales, atención al usuario y gestión de reclamos).

En este capítulo, se presentan los hallazgos en un orden estructurado, facilitando su comprensión y su interpretación, la misma que se presenta en la parte final.

Tabla 1

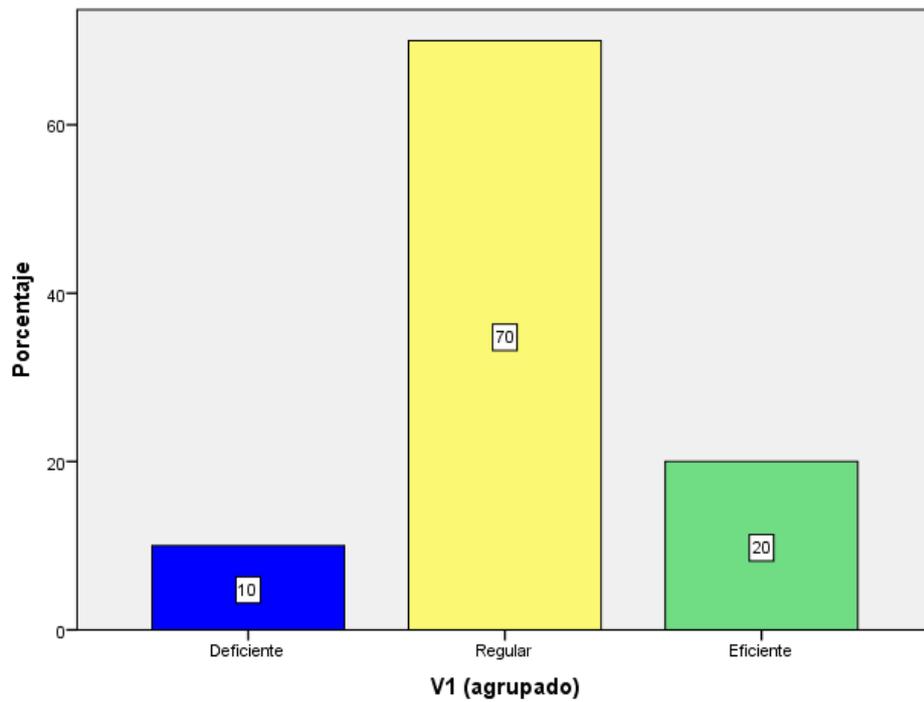
Frecuencia de la variable Control Interno.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Deficiente	1	10,0	10,0
	Regular	7	70,0	80,0
	Eficiente	2	20,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0

Fuente: Aplicación del instrumento.

Figura 1

Frecuencia de la variable Control Interno



Fuente: Aplicación de encuesta

Tabla 2

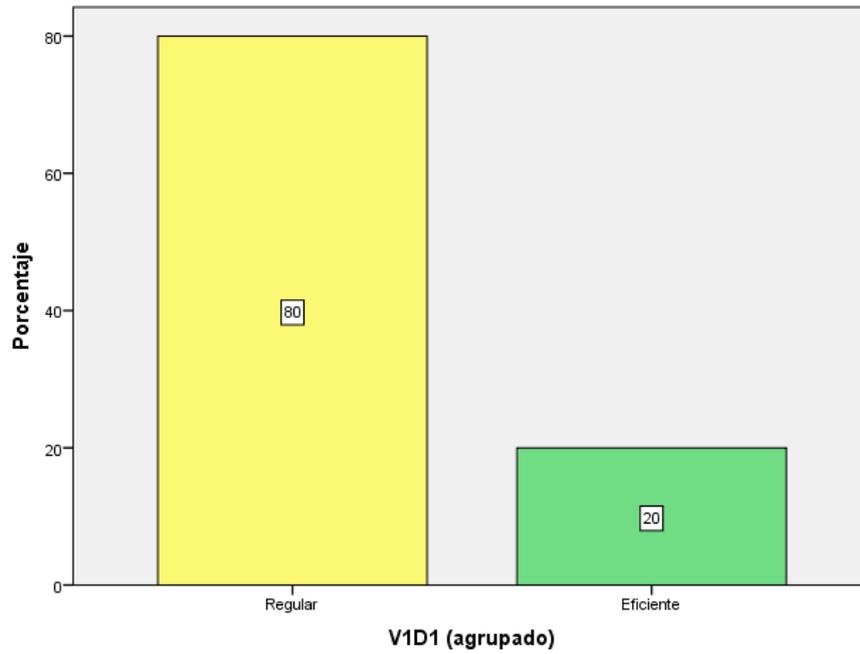
Frecuencia de la variable Control Interno, dimensión Ambiente de Control.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Regular	8	80,0	80,0	80,0
Válidos Eficiente	2	20,0	20,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación del instrumento.

Figura 2

Frecuencia de la variable Control Interno, dimensión Ambiente de Control.



Fuente: Aplicación de encuesta

Tabla 3

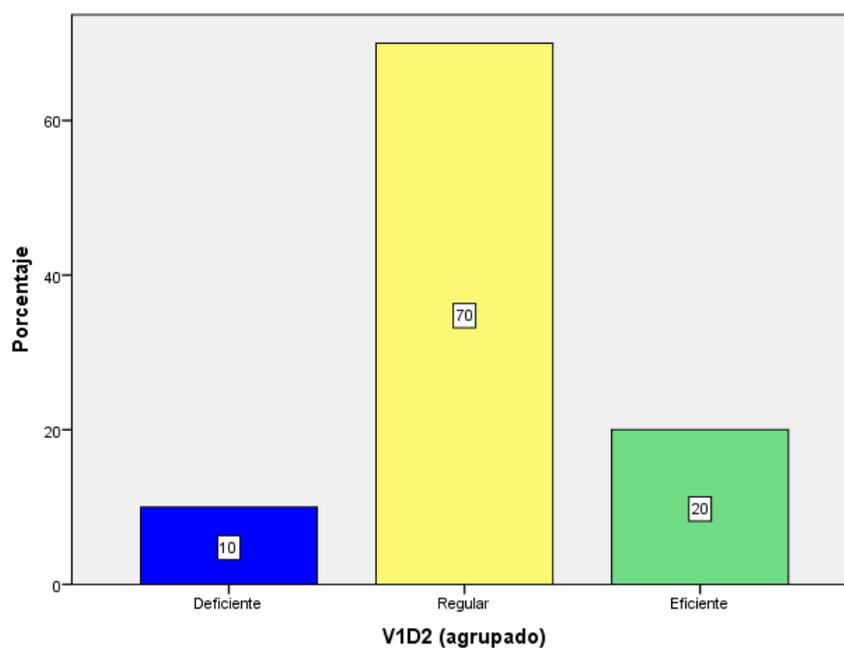
Frecuencia de la variable Control Interno, dimensión Actividades de Control.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Deficiente	1	10,0	10,0
	Regular	7	70,0	80,0
	Eficiente	2	20,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0

Fuente: Aplicación del instrumento.

Figura 3

Frecuencia de la variable Control Interno, dimensión Actividades de Control.



Fuente: Aplicación de encuesta

Tabla 4

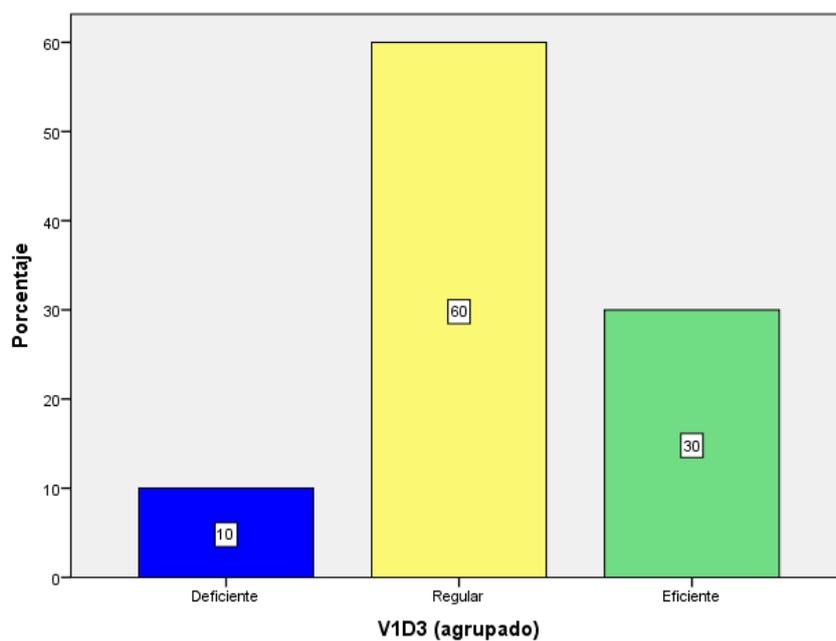
Frecuencia de la variable Control Interno, dimensión Supervisión.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Deficiente	1	10,0	10,0
	Regular	6	60,0	70,0
	Eficiente	3	30,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0

Fuente: Aplicación del instrumento.

Figura 4

Frecuencia de la variable Control Simultáneo, dimensión Supervisión.



Fuente: Aplicación de encuesta

Tabla 5

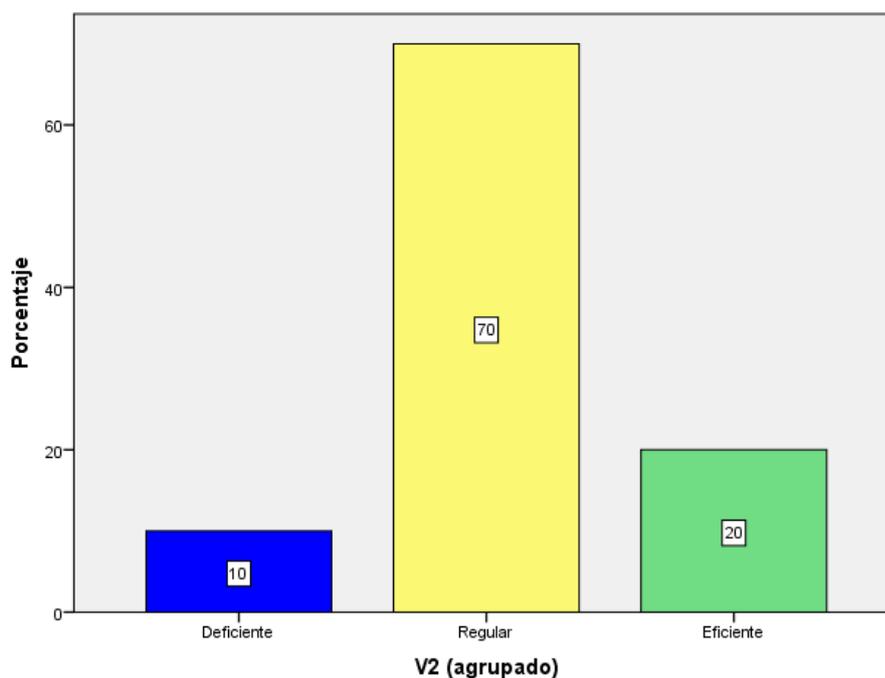
Frecuencia de la variable Gestión Comercial.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Deficiente	1	10,0	10,0	10,0
Regular	7	70,0	70,0	80,0
Eficiente	2	20,0	20,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación del instrumento.

Figura 5

Frecuencia de la variable Gestión Comercial.



Fuente: Aplicación de encuesta

Tabla 6

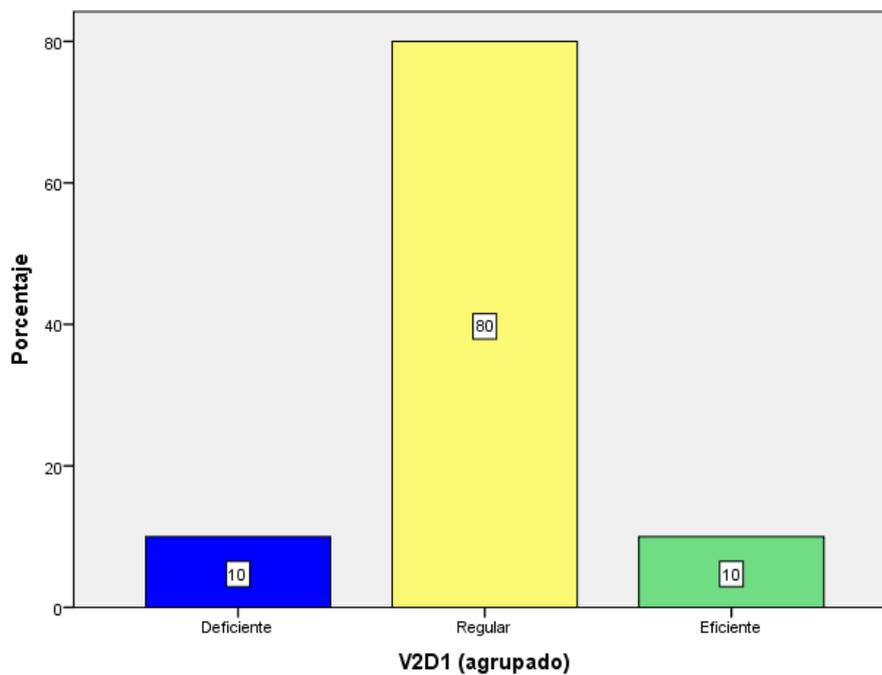
Frecuencia de la variable Gestión Comercial, dimensión Estrategias comerciales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Deficiente	1	10,0	10,0	10,0
Regular	8	80,0	80,0	90,0
Eficiente	1	10,0	10,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación del instrumento.

Figura 6

Frecuencia de la variable Gestión Comercial, dimensión Estrategias comerciales.



Fuente: Aplicación de encuesta

Tabla 7

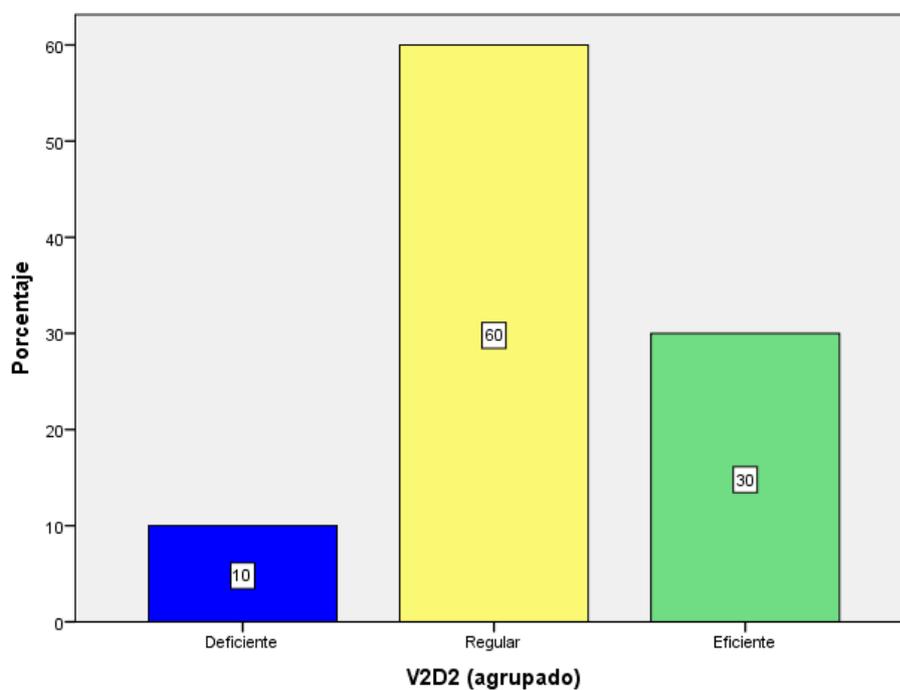
Frecuencia de la variable Gestión Comercial, dimensión Atención al usuario.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Deficiente	1	10,0	10,0	10,0
Regular	6	60,0	60,0	70,0
Eficiente	3	30,0	30,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación del instrumento.

Figura 7

Frecuencia de la variable Gestión Comercial, dimensión Atención al usuario.



Fuente: Aplicación de encuesta

Tabla 8

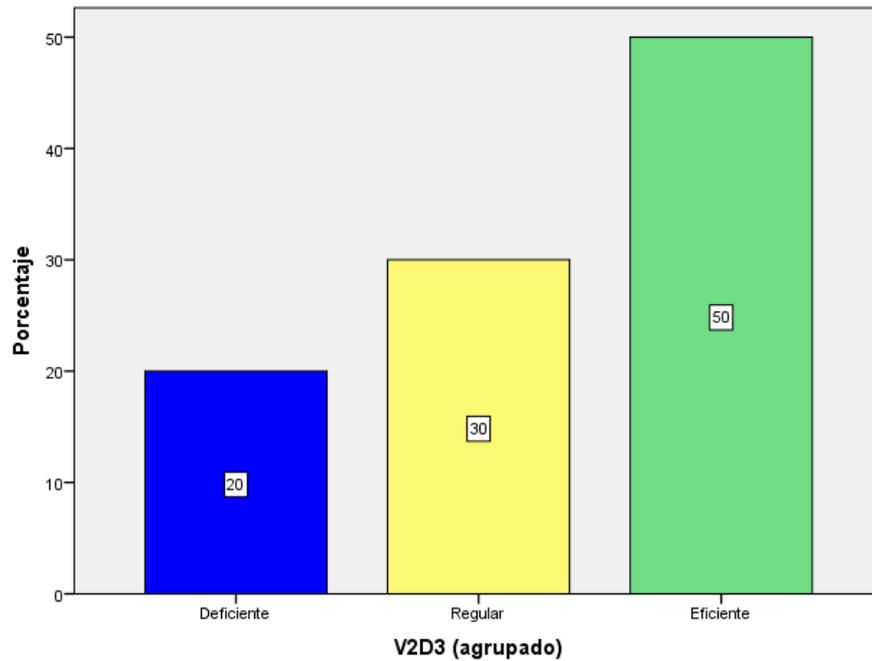
Frecuencia de la variable Gestión Comercial, dimensión Gestión de reclamos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Deficiente	2	20,0	20,0	20,0
Regular	3	30,0	30,0	50,0
Eficiente	5	50,0	50,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación del instrumento.

Figura 8

Frecuencia de la variable Gestión Comercial, dimensión Gestión de reclamos.



Fuente: Aplicación de encuesta

5.2. Interpretación de resultados

La Tabla 1 y Figura 1 muestran la distribución de frecuencias de la variable Control Interno en la empresa Plasiita, con base en la percepción de los trabajadores encuestados. Deficiente (10%): Un solo trabajador (10% del total) considera que el control interno en la empresa es deficiente. Esto sugiere que, aunque minoritaria, existe una percepción negativa sobre la eficacia del sistema de control interno. Regular (70%): Siete trabajadores (70%) evalúan el control interno como regular, lo que indica que la mayoría considera que existen aspectos que requieren mejoras en los mecanismos de control, supervisión y ambiente organizacional. Eficiente (20%): Dos trabajadores (20%) perciben que el control interno en la empresa es eficiente, lo que sugiere que algunos empleados consideran que los procedimientos implementados son

adecuados y cumplen su propósito. Esto sugiere la necesidad de fortalecer los mecanismos de control interno dentro de la empresa, con énfasis en la mejora de los procesos de supervisión y actividades de control.

La Tabla 2 y Figura 2 muestran la distribución de frecuencias de la dimensión Ambiente de Control, que forma parte de la variable Control Interno, según la percepción de los trabajadores de la empresa Plasiita. Regular (80%): Ocho trabajadores (80%) consideran que el ambiente de control en la empresa es regular. Este resultado indica que, aunque existen ciertas condiciones de control dentro de la organización, aún hay oportunidades de mejora en aspectos como la cultura organizacional, la ética laboral y la implementación de procedimientos adecuados para fortalecer el entorno de trabajo. Eficiente (20%): Dos trabajadores (20%) evalúan esta dimensión como eficiente, lo que indica que una minoría percibe que las políticas y el ambiente organizacional son adecuados para garantizar un buen control interno. Estos resultados sugieren la necesidad de reforzar estrategias que fortalezcan la estructura organizativa, promoviendo un entorno de control más sólido y efectivo dentro de la empresa.

La Tabla 3 y Figura 3 presentan la distribución de frecuencias en relación con la dimensión Actividades de Control, que forma parte del Control Interno en la empresa Plasiita, según la percepción de los trabajadores encuestados. Deficiente (10%): Un trabajador (10%) considera que las actividades de control en la empresa son deficientes, lo que indica la presencia de debilidades en los mecanismos de supervisión, monitoreo y ejecución de procesos de control interno. Regular (70%): Siete trabajadores (70%) califican esta dimensión como regular, lo que sugiere que, aunque existen procedimientos de control en la empresa, estos podrían no estar funcionando de manera óptima o requerir mejoras para una mayor efectividad. Eficiente (20%): Dos trabajadores (20%) consideran que las actividades de control son eficientes, lo que implica

que una minoría percibe que la empresa cuenta con mecanismos adecuados para supervisar y garantizar el cumplimiento de sus procedimientos internos. Este resultado resalta la importancia de fortalecer la planificación, ejecución y supervisión de las actividades de control dentro de la empresa, asegurando que los procedimientos internos sean efectivos y alineados con los objetivos organizacionales.

La Tabla 4 y Figura 4 muestran la percepción de los trabajadores de la empresa Plasiita respecto a la dimensión Supervisión, que forma parte del Control Interno. Deficiente (10%): Un trabajador (10%) considera que la supervisión en la empresa es deficiente, lo que indica que existen debilidades en el monitoreo y seguimiento de los procesos organizacionales. Regular (60%): Seis trabajadores (60%) califican la supervisión como regular, lo que sugiere que, aunque se realizan actividades de supervisión, estas pueden ser insuficientes o carecer de la rigurosidad necesaria para garantizar un control efectivo dentro de la empresa. Eficiente (30%): Tres trabajadores (30%) consideran que la supervisión es eficiente, lo que implica que un porcentaje significativo de los encuestados percibe que la empresa cuenta con mecanismos adecuados para supervisar y evaluar el cumplimiento de sus procesos internos. Sin embargo, se evidencia la necesidad de mejorar los mecanismos de monitoreo y control.

La Tabla 5 y Figura 5 reflejan la percepción de los trabajadores de la empresa Plasiita respecto a la variable Gestión Comercial, evaluando su eficiencia en la organización. Deficiente (10%): Un trabajador (10%) considera que la gestión comercial en la empresa es deficiente, lo que sugiere que existen fallas en la planificación, ejecución y control de las estrategias comerciales. Regular (70%): Siete trabajadores (70%) califican la gestión comercial como regular, lo que indica que la mayoría percibe que, si bien hay procesos establecidos, estos podrían optimizarse para mejorar el desempeño comercial de la empresa. Eficiente (20%): Dos trabajadores (20%) consideran que la gestión

comercial es eficiente, lo que sugiere que una minoría percibe que la empresa maneja adecuadamente sus estrategias comerciales, atención al usuario y gestión de reclamos. La empresa podría enfocarse en mejorar la planificación y supervisión de sus actividades comerciales para alcanzar una mayor eficiencia y competitividad en el mercado.

La Tabla 6 y Figura 6 presentan la percepción de los trabajadores de la empresa Plasiita respecto a la dimensión Estrategias Comerciales, dentro de la variable Gestión Comercial. Deficiente (10%): Un trabajador (10%) considera que las estrategias comerciales implementadas en la empresa son deficientes, lo que indica que existen problemas en la planificación y ejecución de estrategias para captar y fidelizar clientes. Regular (80%): Ocho trabajadores (80%) califican las estrategias comerciales como regulares, lo que sugiere que la mayoría percibe que, si bien existen esfuerzos en este ámbito, estos pueden mejorarse para optimizar la competitividad de la empresa. Eficiente (10%): Un trabajador (10%) considera que las estrategias comerciales son eficientes, lo que sugiere que una minoría percibe que la empresa maneja adecuadamente sus tácticas de venta y posicionamiento en el mercado. Estos resultados sugieren que se deben fortalecer los planos de marketing, las técnicas de venta y la relación con los clientes para mejorar la gestión comercial y el crecimiento empresarial.

La Tabla 7 y Figura 7 presentan la percepción de los trabajadores de la empresa Plasiita sobre la dimensión Atención al Usuario, la cual forma parte de la variable Gestión Comercial. Deficiente (10%): Un trabajador (10%) considera que la atención al usuario es deficiente, lo que indica problemas en la calidad del servicio, tiempos de respuesta y trato hacia los clientes. Regular (60%): Seis trabajadores (60%) califican la atención al usuario como regular, lo que sugiere que, si bien hay un sistema de atención establecido, existen aspectos que requieren mejoras para optimizar la experiencia del cliente. Eficiente (30%): Tres trabajadores (30%) consideran que la atención al usuario es eficiente, lo que indica

que una parte significativa de los encuestados percibe que la empresa maneja adecuadamente la interacción con los clientes. Estos resultados sugieren que la empresa debe reforzar sus protocolos de atención, capacitar a su personal y mejorar los tiempos de respuesta para garantizar una mejor experiencia a los usuarios y fortalecer la relación con sus clientes.

La Tabla 8 y Figura 8 presentan la percepción de los trabajadores de la empresa Plasiita sobre la dimensión Gestión de Reclamos, que forma parte de la variable Gestión Comercial. Deficiente (20%): Dos trabajadores (20%) consideran que la gestión de reclamos en la empresa es deficiente, lo que indica problemas en la recepción, análisis y resolución de quejas de los clientes. Esto puede afectar la confianza y satisfacción del usuario. Regular (30%): Tres trabajadores (30%) califican la gestión de reclamos como regular, lo que sugiere que existen mecanismos establecidos, pero que pueden no ser del todo efectivos o requerir mejoras en su aplicación. Eficiente (50%): Cinco trabajadores (50%) consideran que la gestión de reclamos es eficiente, lo que indica que una parte significativa de los encuestados percibe que la empresa maneja adecuadamente la atención y resolución de quejas de los clientes. Esto indica que, si bien la mayoría percibe que la empresa tiene un buen sistema para gestionar quejas, aún existe un margen de mejora. Para optimizar este aspecto, la empresa podría reforzar los procesos de recepción y seguimiento de reclamos, capacitar a su personal y establecer tiempos de respuesta más eficientes para mejorar la satisfacción del cliente.

VI. ANALISIS DE LOS RESULTADOS

6.1. Análisis inferencial.

El análisis inferencial permite evaluar la relación entre las variables de estudio y determinar la significancia estadística de los hallazgos obtenidos en la investigación. En este contexto, el presente apartado tiene como objetivo examinar la asociación entre el Control Interno y la Gestión Comercial en la empresa Plasiita, llave, Puno, a través de técnicas estadísticas avanzadas que permitan fundamentar la validez de los resultados.

Para ello, se han aplicado pruebas de normalidad con el fin de determinar la distribución de los datos y definir la prueba de correlación más adecuada para el estudio.

El análisis inferencial proporcionará evidencia empírica sobre la influencia del control interno en la gestión comercial, permitiendo validar o refutar las hipótesis planteadas en la investigación. Asimismo, los resultados obtenidos serán clave para la toma de decisiones y la formulación de estrategias de mejora dentro de la empresa.

Prueba de normalidad

Tabla 9

Prueba de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Control Interno	,913	10	,303
Ambiente de Control	,936	10	,507
Actividades de Control	,902	10	,230
Supervisión	,926	10	,407
Gestión Comercial	,882	10	,138
Estrategias comerciales	,892	10	,180
Atención al usuario	,901	10	,225
Gestión de reclamos	,894	10	,188

La Tabla 9 muestra la prueba de Shapiro-Wilk, la misma que se emplea para determinar si los datos siguen una distribución normal en muestras pequeñas. En este caso, se analiza la normalidad de las variables Control Interno y Gestión Comercial, junto con sus respectivas dimensiones (Ambiente de Control, Actividades de Control, Supervisión, Estrategias Comerciales, Atención al Usuario y Gestión de Reclamos).

Dado que todas las dimensiones y variables presentan valores de significancia mayores a 0.05, se concluye que los datos siguen una distribución normal. Dado que las variables cumplen con la normalidad, se podrá aplicar el coeficiente de evaluación de Pearson para analizar la relación entre Control Interno y Gestión Comercial. Esta prueba estadística es adecuada cuando los datos siguen una distribución normal y permitirá determinar el grado y dirección de la relación entre ambas variables en la empresa Plasiita, Ilave, Puno.

Pruebas de hipótesis:

Hipótesis General: Existe una relación significativa entre el Control Interno y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025.

Tabla 10:

Correlación entre el Control Interno y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025.

		Control Interno	Gestión comercial
Control Interno	Coeficiente de Pearson	1,000	,906
	Sig. (bilateral)	.	,043
	N	10	10
Gestión comercial	Coeficiente de Pearson	,906	1,000
	Sig. (bilateral)	,043	.
	N	10	10

La Tabla 10 presenta el coeficiente de correlación de Pearson entre las variables Control Interno y Gestión Comercial en la empresa Plasiita, Ilave, Puno.

Criterios de Interpretación:

El coeficiente de Pearson (r) mide la relación entre dos variables: Si r se acerca a $+1$, la relación es positiva y fuerte (a medida que una variable aumenta, la otra también lo hace). Si r se acerca a -1 , la relación es negativa y fuerte (cuando una variable aumenta, la otra disminuye). Si r es cercano a 0 , no hay relación significativa entre las variables.

El valor de significancia (Sig. bilateral o p -valor) indica si la relación es estadísticamente significativa: Si $p < 0.05$, la correlación es significativa. Si $p > 0.05$, no hay suficiente evidencia para afirmar que las variables están correlacionadas.

Resultados e interpretación:

Coeficiente de correlación de Pearson ($r = 0.906$)

Existe una correlación positiva y fuerte entre el Control Interno y la Gestión Comercial. Esto indica que una mejora en el control interno está fuertemente asociada con una mejor gestión comercial en la empresa.

Significancia estadística ($p = 0.043$)

Dado que el valor de $p < 0.05$, la correlación es estadísticamente significativa. Esto significa que la relación observada entre Control Interno y Gestión Comercial no es producto del azar, sino que realmente existe una conexión fuerte entre ambas variables.

Los resultados muestran que el control interno influye directamente en la gestión comercial de la empresa Plasiita. Fortalecer los procesos de supervisión, ambiente de control y actividades de control puede contribuir significativamente a una mejor planificación, ejecución y eficacia de las estrategias comerciales, atención al usuario y gestión de reclamos.

Hipótesis Específica 1: Existe una relación significativa entre el Ambiente de control y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025.

Tabla 11:

Correlación entre el Ambiente de control y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025.

		Ambiente de control	Gestión comercial
Ambiente de control	Coeficiente de Pearson	1,000	,847
	Sig. (bilateral)	.	,047
	N	10	10
Gestión comercial	Coeficiente de Pearson	,847	1,000
	Sig. (bilateral)	,047	.
	N	10	10

La Tabla 11 muestra la relación entre la dimensión Ambiente de Control y la variable Gestión Comercial en la empresa Plasiita, Ilave, Puno.

Coeficiente de correlación de Pearson ($r = 0.847$): Existe una correlación positiva y fuerte entre el Ambiente de Control y la Gestión Comercial. Esto sugiere que un ambiente de control adecuado favorece el desempeño de la gestión comercial en la empresa.

Significancia estadística ($p = 0.047$): Dado que el valor de $p < 0.05$, la correlación es estadísticamente significativa. Esto indica que la relación entre ambas variables no es aleatoria, sino que hay una conexión real entre ellas.

Los resultados reflejan que un ambiente de control sólido mejora la gestión comercial en la empresa Plasiita. Un ambiente de control adecuado implica la existencia de valores organizacionales, estructuras bien definidas y procesos claros que permiten una ejecución eficiente de las estrategias comerciales, la atención al usuario y la gestión de reclamos.

Estos hallazgos sugieren que fortalecer el Ambiente de Control mediante una cultura organizacional alineada, políticas claras y liderazgo eficiente podría generar un impacto positivo en la gestión comercial, aumentando la eficiencia y competitividad de la empresa.

Hipótesis Específica 2: Existe una relación significativa entre las Actividades de Control y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025.

Tabla 12:

Correlación entre las Actividades de control y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025.

		Actividades de control	Gestión comercial
Actividades de control	Coefficiente de Pearson	1,000	,782
	Sig. (bilateral)	.	,010
	N	10	10
Gestión comercial	Coefficiente de Pearson	,782	1,000
	Sig. (bilateral)	,010	.
	N	10	10

La Tabla 12 muestra la relación entre la dimensión Actividades de Control y la variable Gestión Comercial en la empresa Plasiita, Ilave, Puno.

Coefficiente de correlación de Pearson ($r = 0.782$): Existe una correlación positiva y fuerte entre Actividades de Control y Gestión Comercial. Esto indica que un mejor desarrollo de las actividades de control dentro de la empresa favorece la eficiencia de la gestión comercial.

Significancia estadística ($p = 0.010$): Dado que el valor de $p < 0.05$, la correlación es estadísticamente significativa. Esto confirma que la relación entre ambas variables no es producto del azar.

Los resultados sugieren que las actividades de control bien implementadas impactan positivamente en la gestión comercial de la empresa Plasiita. Un control efectivo en los procesos comerciales, la verificación del cumplimiento de tareas y el monitoreo adecuado permiten una ejecución más eficiente de las estrategias comerciales, la atención al usuario y la gestión de reclamos.

Hipótesis Específica 3: Existe una relación significativa entre la Supervisión y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025.

Tabla 13:

Correlación entre la Supervisión y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025.

		Supervisión	Gestión comercial
Supervisión	Coefficiente de Pearson	1,000	,614
	Sig. (bilateral)	.	,012
	N	10	10
Gestión comercial	Coefficiente de Pearson	,614	1,000
	Sig. (bilateral)	,012	.
	N	10	10

La Tabla 13 muestra la relación entre la dimensión Supervisión y la variable Gestión Comercial en la empresa Plasiita, Ilave, Puno.

Coefficiente de correlación de Pearson ($r = 0.614$): Existe una correlación positiva moderada entre Supervisión y Gestión Comercial. Esto indica que una mejor supervisión dentro de la empresa está relacionada con una mejor ejecución de las estrategias comerciales, la atención al usuario y la gestión de reclamos.

Significancia estadística ($p = 0.012$): Dado que el valor de $p < 0.05$, la correlación es estadísticamente significativa, lo que confirma que la relación entre ambas variables no es producto del azar.

Los resultados sugieren que una supervisión efectiva contribuye a la mejora de la gestión comercial en la empresa Plasiita. Sin embargo, dado que la relación no es extremadamente fuerte, esto indica que la supervisión, aunque importante, no es el único factor que influye en la gestión comercial.

VII. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

7.1. Comparación de resultados.

Análisis del Objetivo General: Relación entre el Control Interno y la Gestión Comercial.

Los resultados obtenidos muestran un coeficiente de correlación de Pearson de 0.906 y un valor de significancia de 0.043, lo que indica una correlación positiva y estadísticamente significativa entre el Control Interno y la Gestión Comercial. Esto implica que a medida que el control interno se fortalece, la gestión comercial mejora. Estos hallazgos coinciden con la investigación de Mitrović et al. (2024), quienes afirman que el control interno es una parte integral del proceso de gestión, proporcionando apoyo para la identificación y mitigación de riesgos, lo que mejora la toma de decisiones en la organización. Además, la investigación de Mejía et al. (2024) respalda esta relación al demostrar que un sistema de control interno bien implementado tiene una correlación directa y significativa con la gestión administrativa en una cooperativa de ahorro y crédito en Perú.

Asimismo, Bondarchuk et al. (2021) sostienen que el control interno y el control fiscal son herramientas esenciales para garantizar la seguridad económica de las empresas, lo que refuerza la importancia de una gestión comercial estructurada en función del control interno. A nivel nacional, Vásquez et al. (2023) demostraron que un control interno deficiente impacta negativamente en la gestión financiera de una organización, mientras que Mejía Vergaray et al. (2024) encontraron que existe una relación robusta entre el control interno y la gestión institucional en una empresa de microfinanzas en Perú. Estos estudios respaldan los hallazgos de la presente investigación y subrayan la importancia del control interno en la gestión comercial.

Análisis del Objetivo Específico 1: Relación entre el Ambiente de Control y la Gestión Comercial.

De acuerdo con los resultados, el coeficiente de correlación de Pearson entre el Ambiente de Control y la Gestión Comercial es de 0.847, con un valor de significancia de 0.047. Esto indica que un ambiente de control adecuado dentro de la empresa favorece la eficiencia en la gestión comercial. Estos resultados concuerdan con el estudio de Kambarova (2023), quien señala que el control interno permite garantizar la integridad y fiabilidad de la información utilizada en la toma de decisiones empresariales. Asimismo, los hallazgos se alinean con lo expuesto por Jaliri (2025), quien encontró que la eficiencia en la gestión administrativa está altamente influenciada por la solidez del ambiente de control en la empresa.

Alderete et al. (2023) afirman que el control interno ayuda a mitigar los riesgos fiscales en las empresas comerciales, lo que resalta la necesidad de un ambiente de control eficiente para evitar contingencias tributarias. Además, Meléndez Palomino & Estrada Cruz (2024) encontraron que, en universidades públicas del Perú, un sistema de control interno sólido se relaciona con una mejor gestión administrativa.

A nivel local, Valdivia Holguín (2024) demostró que el control interno está directamente vinculado a la gestión empresarial en una empresa minera peruana, lo que sugiere que en distintos sectores industriales el ambiente de control es un factor clave para el éxito empresarial.

Análisis del Objetivo Específico 2: Relación entre las Actividades de Control y la Gestión Comercial.

Los resultados reflejan un coeficiente de correlación de Pearson de 0.782 y un valor de significancia de 0.010, lo que indica que existe una correlación positiva y significativa entre las Actividades de Control y la Gestión Comercial. Esto sugiere que un control interno con procesos bien definidos y ejecutados influye positivamente en la gestión comercial. Alderete et al. (2023) sostienen que el control interno permite reducir contingencias tributarias y mejorar el cumplimiento de las obligaciones

fiscales, lo que refuerza la importancia de la implementación de actividades de control efectivas en el ámbito empresarial. A nivel nacional, Mejía Vergaray et al. (2024) evidenciaron una relación significativa entre el control interno y la gestión institucional en una empresa de microfinanzas en Perú, demostrando que la organización y aplicación de controles impacta positivamente en la gestión organizacional.

Silva-Treviño et al. (2021) destacan que la calidad del servicio es clave para la competitividad empresarial, lo que subraya la importancia de que las actividades de control incluyan procesos de supervisión de calidad. Cahuapaza Mayta (2021) encontró que, en una entidad sin fines de lucro en Puno, un sistema de control interno bien implementado mejora la gestión de inventarios, lo que sugiere que las actividades de control pueden aplicarse en diversos contextos para optimizar la gestión organizacional.

Análisis del Objetivo Específico 3: Relación entre la Supervisión y la Gestión Comercial

Los resultados presentan un coeficiente de correlación de Pearson de 0.614 con un valor de significancia de 0.012, lo que sugiere que la supervisión dentro de la empresa influye en la gestión comercial, aunque en menor grado que las otras dimensiones del control interno. Bondarchuk et al. (2021) afirman que el control interno y el control fiscal son herramientas fundamentales para garantizar la seguridad económica de una organización comercial. En el contexto peruano, Vásquez et al. (2023) destacan que el cumplimiento de las actividades de supervisión y control reduce los riesgos financieros y mejora la gestión de recursos en entidades gubernamentales y privadas. Estos hallazgos enfatizan la necesidad de fortalecer la supervisión dentro de la empresa para optimizar su desempeño comercial.

Romero-Carazas (2023) encontró que el control interno de inventarios se correlaciona directamente con la gestión del desempeño en un emporio comercial del Perú, lo que indica que la supervisión es clave para mejorar la eficiencia operativa. Finalmente, Guevara Sánchez (2022) demostró que la gestión administrativa y el control interno tienen una relación positiva en una empresa de conservación en Puno, reforzando la importancia de la supervisión en la gestión organizacional.

Los resultados obtenidos confirman que el control interno y sus dimensiones tienen una relación positiva y significativa con la gestión comercial en la empresa Plasiita. La fuerte correlación observada sugiere que un sistema de control interno bien estructurado mejora la eficiencia y competitividad empresarial. En particular, el ambiente de control y las actividades de control presentan las relaciones más fuertes con la gestión comercial, lo que indica que una cultura organizacional sólida y procedimientos de control efectivos son determinantes para el éxito comercial. Por otro lado, aunque la supervisión también influye en la gestión comercial, su impacto es relativamente menor en comparación con las otras dimensiones analizadas.

CONCLUSIONES

Conclusión del Objetivo General: Los resultados obtenidos confirman que el Control Interno y la Gestión Comercial presentan una relación positiva y significativa en la empresa Plasiita. Se ha evidenciado que un control interno bien estructurado contribuye a mejorar la eficiencia en la toma de decisiones, reducir riesgos operativos y fortalecer la gestión comercial. Esto respalda la importancia de optimizar los procesos de control interno para garantizar una mayor competitividad y sostenibilidad empresarial.

Conclusión del Objetivo Específico 1: Se ha determinado que el Ambiente de Control tiene una correlación positiva y significativa con la Gestión Comercial. Un ambiente de control adecuado fomenta la cultura organizacional, el cumplimiento de normas y la transparencia en la gestión, factores que impactan directamente en la planificación y ejecución de estrategias comerciales. Por ello, es fundamental consolidar un entorno de control eficiente que garantice la adecuada gestión de la empresa.

Conclusión del Objetivo Específico 2: Las Actividades de Control muestran una relación significativa con la Gestión Comercial. La correcta implementación de actividades de control permite mejorar el seguimiento de procesos, minimizar errores y optimizar la gestión operativa de la empresa. Se concluye que la empresa Plasiita debe fortalecer sus mecanismos de control para asegurar una mayor eficacia en sus operaciones comerciales.

Conclusión del Objetivo Específico 3: Se ha identificado que la Supervisión tiene una influencia positiva en la Gestión Comercial, aunque en menor medida en comparación con otras dimensiones del control interno. La supervisión efectiva permite detectar desviaciones en los procesos comerciales y corregirlas oportunamente. Por ello, se recomienda reforzar los mecanismos de supervisión para garantizar un control continuo y eficiente en la gestión comercial de la empresa Plasiita.

RECOMENDACIONES

Estrategias para fortalecer el control interno y mejorar la gestión comercial: Implementar un sistema integral de control interno enfocado en ventas y operaciones comerciales. Diseñar e instaurar políticas y procedimientos formales para guiar las actividades comerciales diarias (cotizaciones, ventas, cobranzas, atención al cliente, etc.). Esto incluye documentar los procesos, establecer normas para autorizaciones y controles, y alinear dichos procedimientos con los objetivos comerciales de la empresa

Acciones para consolidar un ambiente de control eficiente que favorezca la gestión comercial: Compromiso y ejemplo de la alta dirección. La gerencia debe liderar con el ejemplo, demostrando integridad, ética y apoyo decidido al sistema de control interno. Se recomienda elaborar y difundir un Código de Ética que resalte valores como honestidad, responsabilidad y cumplimiento de normas en todas las actividades comerciales. Cuando los directivos y dueños de Plasiita siguen las políticas y controles (por ejemplo, respetando los procedimientos de autorización de ventas y el manejo correcto de fondos), envían un mensaje claro al resto del personal sobre la relevancia de estos mecanismos.

Mejoras en la implementación de actividades de control para optimizar procesos y reducir errores: Estandarizar los procesos comerciales mediante procedimientos escritos. Desarrollar manuales de procedimientos para las actividades críticas de la gestión comercial (venta en tienda, ventas por mayor, gestión de pedidos, control de inventario, facturación, servicio postventa, etc.). Cada procedimiento debe describir paso a paso la secuencia de tareas, los responsables en cada etapa y los controles aplicables (por ejemplo, verificación de stock antes de confirmar una venta, doble control en el ingreso de un pedido al sistema, etc.).

Estrategias para reforzar los mecanismos de supervisión y garantizar un control continuo en la gestión comercial: Realizar evaluaciones y auditorías internas periódicas. Establecer un calendario (por ejemplo, trimestral o

semestral) de auditorías internas enfocadas en el área comercial. Estas evaluaciones pueden ser realizadas por un responsable designado dentro de la empresa (por ejemplo, el contador o un supervisor ajeno al área de ventas) o con apoyo de asesores externos, según los recursos de Plasiita. El objetivo es verificar de manera independiente el cumplimiento de los procedimientos y controles en las operaciones comerciales: revisar muestras de transacciones para ver si siguió el protocolo, comprobar si las políticas de precios y descuentos se respetan, inspeccionar si hay evidencias de supervisión (firmas de autorización, informes) en los documentos, etc.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ajzen, J. (1991). La teoría del comportamiento planificado. *Comportamiento organizacional y procesos de decisión humana*. [Enlace [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alderete, RB, Cabrera Benítez, ED y Mereles Sosa, DMP (2023). El control interno como herramienta para reducir las contingencias tributarias. Revista Género e Interdisciplinaridad. <https://doi.org/10.51249/gei.v4i01.1646>
- Alfai, M., y Mulyani, AS (2023). Gestión empresarial. <https://doi.org/10.55927/ijar.v2i12.7404>
- Bondarchuk, N., Maksimov, M. I., y Simonenko, Y. B. (2021). Sobre la relación entre el control interno y tributario como herramientas más importantes para garantizar la seguridad económica de una organización comercial. *Economía y espíritu empresarial*, 1(126), 691–696. <https://doi.org/10.34925/eip.2021.126.01.133>
- Burbage, AM, Ralek, M., Lorico, LS, Plumpton, J. y Tadesse-Lee, RS (2010). Gestión de reclamaciones. <https://patents.google.com/patent/US20100318469A1/en>
- Cahuapaza Mayta, C. (2021). Control interno y gestión de inventarios en la Prelatura de Ayaviri. Puno–2020. Repositorio de la Universidad César Vallejo <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/70220>
- Callaghan, JH, Savage, A. y Mintz, SM (2007). Evaluación del entorno de control mediante un enfoque de cuadro de mando integral. 77 (3), 58–63. https://digitalcommons.calpoly.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1028&context=acct_fac
- Chávez, AV (2024). Control interno y cumplimiento de tasas judiciales en una Corte Superior de Justicia del Perú. *Sciendo*. <https://doi.org/10.17268/sciendo.2024.048>

- Cinko, E., Demirkesen, S., Sadikoglu, E. y Zhang, C. (2023). Investigación de los factores críticos de éxito de la gestión de reclamaciones en contratos de construcción. *Revista de asuntos legales y resolución de disputas en ingeniería y construcción*, 15 (2). <https://doi.org/10.1061/jladah.ladr-921>
- Deci, EL, y Ryan, RM (2000). La teoría de la autodeterminación y la facilitación de la motivación intrínseca, el desarrollo social y el bienestar. *Psicólogo americano*. [Enlace <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>
- Downing, L., Jacobson, EM, y Chambers, D. (1985). El ABC de la atención al cliente: aspectos académicos y comerciales de la atención al cliente: una perspectiva sobre la comercialización de nuestros servicios. SIGUCCS: User Services Conference, 9–12. <https://doi.org/10.1145/318741.318743>
- Espinoza, NA, & Virginia, A. (2024). Gestión comercial y creación de valor en una institución financiera. *Sciéndo*, 27 (3), 311–316. <https://doi.org/10.17268/sciendo.2024.058>
- Guevara Sánchez, J. R. (2022). La gestión administrativa y su relación con el control interno del Consorcio Conservador Puno I, 2022. [Tesis de pre grado] Universidad César Vallejo <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/99713>
- Hellman, R. (1990). Soporte al usuario: ilustración del uso de la computadora en contextos de trabajo colaborativo. Conferencia sobre trabajo cooperativo con soporte informático, 255–267. <https://doi.org/10.1145/99332.99359>
- Hurloiu, L.-R., Burtea, E., y Preda, B.-F. (2014). Organización de inspecciones en materia de control interno gerencial y control financiero preventivo. *Procedia. Economía y finanzas*, 16, 275–280. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00801-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00801-6)

- Jaliri, S. (2025). Control interno y la gestión administrativa de la empresa inmobiliario Grupo Nuevo Horizonte SAC, Puno 2024. [Tesis de pre grado] Universidad Autónoma de Ica. Repositorio <https://repositorio.autonomadeica.edu.pe/handle/20.500.14441/2837>
- Kambarova, AS (2023). Auditoría y control interno como clave para la fiabilidad y completitud de la información sobre el uso económico de los recursos de las empresas comerciales. *Revista eliminada*, 11/3, 86–92. <https://doi.org/10.36871/uik2023.11.03.013>
- Lenghel, RD (2013). Procedimiento de organización del control interno. *Knowledge Horizons - Economics*, 5 (3), 131–134. http://orizonturi.ucdc.ro/arhiva/2013_khe_3_pdf/khe_vol_5_iss_3_13_1to134.pdf
- Lowe, D. (2006). Establecimiento de un cuerpo de conocimientos y una agenda de investigación para la gestión comercial. 1–13. https://www.research.manchester.ac.uk/portal/files/32382021/FULL_TEXT.PDF
- Markeset, T., y Kumar, U. (2004). Dimensionamiento del soporte de productos: problemas, desafíos y oportunidades. Simposio sobre confiabilidad y mantenibilidad, 565–570. <https://doi.org/10.1109/RAMS.2004.1285507>
- Mejía Vergaray, JF, Gutiérrez Dextre, WJ, Gala León, FJ, León, C., & García Soto, CE (2024). Control Interno y Gestión Institucional en la Microfinanciera “Caritas Felices”, Chimbote, Ancash, Perú, 2020. *Educatconciencia*, 30 (34). <https://doi.org/10.58299/6tfqrn09>
- Mejía, J., Tarrillo, O., & Guevara, S. (2024). El control interno en la gestión administrativa de una Cooperativa de Ahorro y Crédito en Chota, Cajamarca, Perú. 1(2), 133–145. <https://doi.org/10.62776/rse.v1i2.11>
- Meléndez Palomino, A., & Estrada Cruz, E. A. (2024). El Sistema de Control Interno y Gestión Administrativa en las Universidades Públicas Puno

- Perú. *Estudios y Perspectivas*, 4(4), 930–952.
<https://doi.org/10.61384/r.c.a.v4i4.714>

Mitrović, V., Đurić, D., Đurić, D., y Terzić, I. (2024). El control interno como apoyo a la función de gestión con el fin de detectar irregularidades y gestionar riesgos. *Oditor*, 10 (2), 148–195.
<https://doi.org/10.59864/oditor52402vm>

Nguyen, Z., y Quyen, TH (2023). La relación entre el entorno de control y la eficacia del control interno, *Investigación en compañías de seguros de vida vietnamitas. Revista de estudios económicos, financieros y de gestión*, 06 (07). <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i7-42>

Ramos, M. (2004). Evaluar el entorno de control: la documentación es solo un comienzo; ahora es cuestión de hacer preguntas. *Journal of Accountancy*, 197 (5), 75.
<https://www.questia.com/library/journal/1G1-118443317/evaluate-the-control-environment-documentation-is>

Romero-Carazas, R. (2023). Control de inventarios internos y gestión del desempeño de una empresa comercial de la región San Martín – Perú.
<https://doi.org/10.58763/rc202392>

Savira, D., Siboro, SF y Shafa, S. (2024). El papel de la supervisión interna en la prevención del fraude contable en el sector público. *Contabilidad*, 3 (2), 226–235.
<https://doi.org/10.55606/akuntansi.v3i2.2003>

Shah, M., Shah, A., Ahmed, A., y Rehman, A. (2013). Enfoque de soporte al usuario para la “Organización de normalización y establecimiento de soporte al usuario global (GUSSEO)”. *Conferencia internacional sobre gestión de información digital*, 175–181.
<https://doi.org/10.1109/ICDIM.2013.6693965>

Silva-Treviño, J. G., Macías-Hernández, B. A., Tello-Leal, E., & Delgado-Rivas, J. G. (2021). La relación entre la calidad en el servicio,

satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *Ciencia UAT*, 85-101. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369>

Sudjono, A., y Setiawan, A. (2022). El papel de la supervisión en la divulgación del control interno. *Actas de la 3.ª Conferencia internacional de negocios, contabilidad y economía, ICBAE 2022*, 10 y 11 de agosto de 2022, Purwokerto, Java Central, Indonesia. <https://doi.org/10.4108/eai.10-8-2022.2320974>

Valdivia Holguín, XR (2024). El rol del control interno y la gestión empresarial: caso de una compañía minera en Perú. *Gestión En El Tercer Milenio*, 27 (54), 119–143. <https://doi.org/10.15381/gtm.v27i54.27895>

Vásquez, J., Suárez, L. del C., Navarro, LR, Benavides, AM, López, R. de J., & Rodríguez, VH (2023). Relación entre el control interno y la gestión de tesorería en una municipalidad peruana. *Revista de Derecho y Desarrollo Sostenible*. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i2.706>

Vega de la Cruz, LO y Nieves-Julbe, AF (2016). Procedimiento para la Gestión de la Supervisión y Monitoreo del Control Interno. *22 (1)*, 50–68. <http://www.ciencias.holguin.cu/index.php/cienciasholguin/article/view/929/1031>

Wibowo, FA y Andriani, N. (2023). Estrategia empresarial desde una perspectiva de gestión: una revisión de la literatura. <https://doi.org/10.55927/ijems.v1i5.6436>

Yang, M.-J., Kueng, L. y Hong, B. (2015). Estrategia empresarial y gestión de empresas. *Red de investigación en ciencias sociales*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2551654

Živanović, V., Bogavac, M., & Bogavac, M. (2022). Control interno (auditoría): un factor de la correcta gestión de los sistemas financieros y contables. *FBIM Transactions*, 10 (1), 95–101. <https://doi.org/10.12709/fbim.10.10.01.10>

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia

Título: Control interno y la gestión comercial en la empresa Comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025

Responsable: Mary Carmen Lagones Ccallata

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>Problema general ¿Cuál es la relación entre el Control Interno y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>P.E.1 ¿Cuál es la relación entre el Ambiente de control y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025?</p> <p>P.E.2 ¿Cuál es la relación entre las Actividades de Control y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025?</p> <p>P.E.3 ¿Cuál es la relación entre la Supervisión y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025?</p>	<p>Objetivo general Determinar la relación entre el Control Interno y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>O.E.1 Establecer la relación entre el Ambiente de control y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025</p> <p>O.E.2 Establecer la relación entre las Actividades de Control y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025</p> <p>O.E.3 Establecer la relación entre la Supervisión y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025</p>	<p>Hipótesis general Existe una relación significativa entre el Control Interno y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025</p> <p>Hipótesis específicas:</p> <p>H.E.1 Existe una relación significativa entre el Ambiente de control y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025</p> <p>H.E.2 Existe una relación significativa entre las Actividades de Control y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025</p> <p>H.E.3 Existe una relación significativa entre la Supervisión y la gestión comercial en la empresa comercial Plasiita, Ilave, Puno, 2025</p>	<p>Variable 1: Control Interno</p> <p>Dimensiones: - D.1: Ambiente de control - D.2: Actividades de Control - D.3: Supervisión</p> <p>Variable 2: Gestión Comercial</p> <p>Dimensiones: - D.1: Estrategias comerciales - D.2: Atención al usuario - D.3: Gestión de reclamos</p>	<p>Enfoque: Cuantitativo Tipo de investigación: Básica Nivel de Investigación: Descriptiva correlacional Diseño: No experimental transversal correlacional</p> <p>Población: 10 trabajadores de la empresa comercial Plasiita.</p> <p>Muestra: Los 10 trabajadores</p> <p>Técnica e instrumentos: Técnica: Encuesta Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Métodos de análisis de datos: Métodos estadísticos descriptivos e inferenciales</p>

Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos

CONTROL INTERNO

Estimado trabajador: Le solicitamos leer atentamente las preguntas y consignar sus respuestas de manera objetiva y honesta, marcando con un aspa (X) en la escala presentada y ubicados en la parte derecha del documento, de conformidad a su nivel de percepción.

Finalmente, señalarle que el presente instrumento tendrá carácter anónimo, y agradeceremos su gentil apoyo.

Escala de medición:

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

Nº	CONTENIDO	RESPUESTA				
		1	2	3	4	5
D.1	AMBIENTE DE CONTROL					
1	¿El titular y/o directivo de la empresa, muestra una actitud positiva respecto al control interno?					
2	¿Es difundido el código de ética a través de reuniones de trabajo al interior de la empresa?					
3	¿Tiene pleno conocimiento el personal de la empresa la misión, visión meta y objetivos para su gestión y operatividad periódica?					
4	¿La estructura actual de la empresa responde a la realidad concreta?					
5	¿El titular de la empresa establece procedimientos y políticas para que sus integrantes logren el desarrollo profesional y por ende asegurar la eficacia y transparencia en el servicio y se cuente para ello programas de inducción, capacitación y actualización a sus integrantes?					
6	¿La organización cuenta con trabajadores que evidencien conocimiento, habilidad, destreza y actitud basado en el resultado de calidad esperado?					
7	¿La asignación y autoridad y responsabilidad del trabajador está claramente establecido en los documentos de gobierno interno?					
D.2	ACTIVIDADES DE CONTROL					
8	¿La empresa dispone con documento de gestión en el que esté definido de manera clara las líneas de autoridad, nivel de mando y la responsabilidad funcional?					
9	¿En la empresa, las actividades procesos y tareas se encuentran debidamente establecidos y documentados en los documentos de gobierno interno?					
10	¿El titular de la empresa, implementa procesos para restringir el acceso a archivos e información confidencial y que estos queden debidamente registrados en cuadernos de cargo, entre otros?					

11	¿Existe la restricción para acceder a tecnologías de información utilizados en la empresa, así como su correspondiente respaldo (Backup)?					
12	¿Se realiza la conciliación periódica de la información financiera e información vinculada a ella?					
13	¿Se realizan las autoevaluaciones con relación a la gestión administrativa y que sus resultados permitan la implementación de los correctivos del caso?					
14	¿La empresa dispone con procedimientos bien definidos y claros para las rendiciones de cuenta en su modalidad de encargos internos?					
D.3	SUPERVISIÓN					
15	¿El titular de la empresa efectúa el monitoreo del cumplimiento de la normatividad de control interno?					
16	¿En la empresa existe la predisposición de los directivos para la implementación de sugerencias que conduzcan a la mejora de la gestión administrativa?					

CUESTIONARIO

GESTIÓN COMERCIAL

INTRODUCCIÓN

El presente instrumento pretende medir el nivel de gestión comercial que tiene una empresa, en base a las declaraciones de una persona que trabaja en ella.

INSTRUCCIONES:

- Desarrolle todos los reactivos
- Tome su tiempo necesario
- Desarrolle el instrumento con la sinceridad que a usted le caracteriza
- Para calificar cada reactivo, utilice la siguiente leyenda:

Nunca	A veces	Regularmente	Frecuentemente	Siempre
1	2	3	4	5

EJECUCIÓN:

N.º	ESTRATEGIAS COMERCIALES	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	¿En la gestión comercial de la empresa formulan adecuadamente los objetivos organizacionales?					
2	¿En la empresa trabajan basándose en los objetivos organizacionales propuestos?					
3	¿En la empresa se cumplen los objetivos organizacionales?					
4	¿Las personas encargadas de la gestión comercial hacen una adecuada programación de las actividades que deben hacer los empleados?					
5	¿En la gestión comercial hay una supervisión adecuada de la programación de actividades?					
6	¿En la empresa se trabaja en base a las actividades que han sido programadas por la gestión comercial?					
7	¿Se cumple con las actividades programadas por la gestión comercial?					
8	¿En la gestión comercial se plantean metas de manera adecuada?					
9	¿Las indicaciones recibidas por la gestión comercial son en base a las metas propuestas en la empresa?					
10	¿Hay supervisión por parte de la gestión comercial del cumplimiento de metas institucionales?					

N.º	ATENCIÓN AL USUARIO	VALORACIÓN
-----	---------------------	------------

		1	2	3	4	5
11	¿La gestión comercial diseña políticas para atender a los usuarios?					
12	¿En la empresa se trabaja en base a políticas para la atención al usuario diseñadas por la gestión comercial?					
13	¿Considera que las políticas diseñadas para la atención al usuario son adecuadas?					
14	¿Existe una buena recepción de los usuarios del servicio que se ofrece?					
15	¿Considera que el servicio que realmente recibe el usuario es el que se ofrece?					
16	¿Considera que la gestión comercial de la empresa brinda confianza a los usuarios?					
17	¿Considera que los usuarios confían en la empresa?					
18	¿En el área comercial se responde a las verdaderas necesidades de los usuarios en cuanto al servicio?					
19	¿Existe una respuesta oportuna en la atención a los usuarios?					
20	¿La respuesta a las necesidades de los usuarios se da de manera rápida?					

N.º	GESTIÓN DE RECLAMOS	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
21	¿Con qué frecuencia se presentan reclamos por parte de los usuarios?					
22	¿Con qué frecuencia los reclamos de los usuarios son con fundamento?					
23	¿Con qué frecuencia el usuario tiene la razón cuando hace un reclamo?					
24	¿Considera que en la gestión comercial se da respuesta a los reclamos de los usuarios?					
25	¿Considera que la respuesta brindada a los reclamos es adecuada?					
26	¿Considera que la respuesta brindada a los reclamos es rápida?					

Anexo 3: Ficha de validación de instrumentos de medición



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
DE ICA

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

Título de la Investigación: CONTROL INTERNO Y LA GESTIÓN COMERCIAL EN LA EMPRESA COMERCIAL PLASIITA, ILAVE, PUNO, 2025.

Nombre del Experto: Luis Alberto Vigo Bardales

II. ASPECTOS QUE VALIDAR EN EL INSTRUMENTO:

Aspectos Para Evaluar	Descripción:	Evaluación Cumple/ No cumple	Preguntas por corregir
1. Claridad	Las preguntas están elaboradas usando un lenguaje apropiado	Cumple	Ninguna
2. Objetividad	Las preguntas están expresadas en aspectos observables	Cumple	Ninguna
3. Conveniencia	Las preguntas están adecuadas al tema a ser investigado	Cumple	Ninguna
4. Organización	Existe una organización lógica y sintáctica en el cuestionario	Cumple	Ninguna
5. Suficiencia	El cuestionario comprende todos los indicadores en cantidad y calidad	Cumple	Ninguna
6. Intencionalidad	El cuestionario es adecuado para medir los indicadores de la investigación	Cumple	Ninguna
7. Consistencia	Las preguntas están basadas en aspectos teóricos del tema investigado	Cumple	Ninguna
8. Coherencia	Existe relación entre las preguntas e indicadores	Cumple	Ninguna
9. Estructura	La estructura del cuestionario responde a las preguntas de la investigación	Cumple	Ninguna
10. Pertinencia	El cuestionario es útil y oportuno para la investigación	Cumple	Ninguna

III. OBSERVACIONES GENERALES

Ninguno.

LUIS ALBERTO VIGO BARDALES
Grado académico: CPC - MBA
N°. DNI: 32949499



INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

Título de la Investigación: CONTROL INTERNO Y LA GESTIÓN COMERCIAL EN LA EMPRESA COMERCIAL PLASIITA, ILAVE, PUNO, 2025.

Nombre del Experto: CARLOS MANUEL GONZÁLEZ CHÁVEZ

II. ASPECTOS QUE VALIDAR EN EL INSTRUMENTO:

Aspectos Para Evaluar	Descripción:	Evaluación Cumple/ No cumple	Preguntas por corregir
1. Claridad	Las preguntas están elaboradas usando un lenguaje apropiado	Cumple	Ninguna
2. Objetividad	Las preguntas están expresadas en aspectos observables	Cumple	Ninguna
3. Conveniencia	Las preguntas están adecuadas al tema a ser investigado	Cumple	Ninguna
4. Organización	Existe una organización lógica y sintáctica en el cuestionario	Cumple	Ninguna
5. Suficiencia	El cuestionario comprende todos los indicadores en cantidad y calidad	Cumple	Ninguna
6. Intencionalidad	El cuestionario es adecuado para medir los indicadores de la investigación	Cumple	Ninguna
7. Consistencia	Las preguntas están basadas en aspectos teóricos del tema investigado	Cumple	Ninguna
8. Coherencia	Existe relación entre las preguntas e indicadores	Cumple	Ninguna
9. Estructura	La estructura del cuestionario responde a las preguntas de la investigación	Cumple	Ninguna
10. Pertinencia	El cuestionario es útil y oportuno para la investigación	Cumple	Ninguna

III. OBSERVACIONES GENERALES

Ninguno.

CARLOS MANUEL GONZÁLEZ CHÁVEZ
Grado académico: Dr. en Administración
N°. DNI: 10588687



INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

Título de la Investigación: CONTROL INTERNO Y LA GESTIÓN COMERCIAL EN LA EMPRESA COMERCIAL PLASIITA, ILAVE, PUNO, 2025.

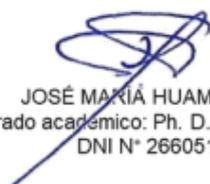
Nombre del Experto: José María Huamán Ruiz

II. ASPECTOS QUE VALIDAR EN EL INSTRUMENTO:

Aspectos Para Evaluar	Descripción:	Evaluación Cumple/ No cumple	Preguntas por corregir
1. Claridad	Las preguntas están elaboradas usando un lenguaje apropiado	Cumple	Ninguna
2. Objetividad	Las preguntas están expresadas en aspectos observables	Cumple	Ninguna
3. Conveniencia	Las preguntas están adecuadas al tema a ser investigado	Cumple	Ninguna
4. Organización	Existe una organización lógica y sintáctica en el cuestionario	Cumple	Ninguna
5. Suficiencia	El cuestionario comprende todos los indicadores en cantidad y calidad	Cumple	Ninguna
6. Intencionalidad	El cuestionario es adecuado para medir los indicadores de la investigación	Cumple	Ninguna
7. Consistencia	Las preguntas están basadas en aspectos teóricos del tema investigado	Cumple	Ninguna
8. Coherencia	Existe relación entre las preguntas e indicadores	Cumple	Ninguna
9. Estructura	La estructura del cuestionario responde a las preguntas de la investigación	Cumple	Ninguna
10. Pertinencia	El cuestionario es útil y oportuno para la investigación	Cumple	Ninguna

III. OBSERVACIONES GENERALES

Ninguno.



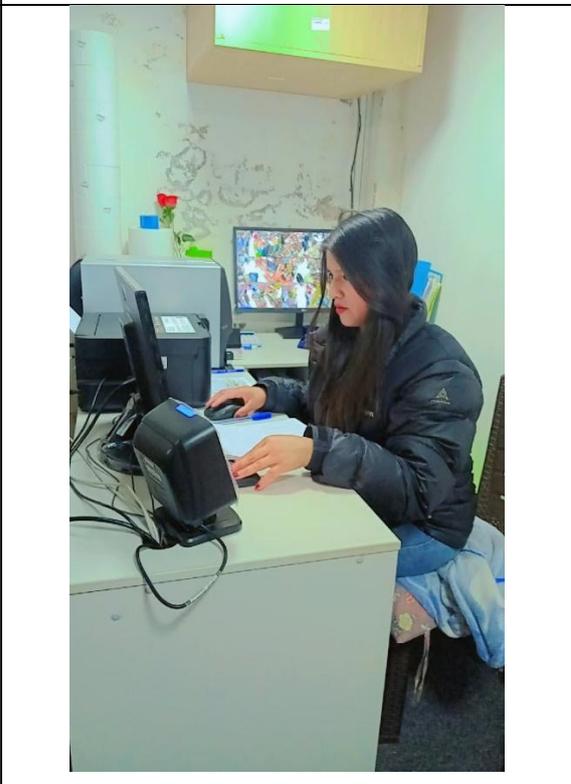
JOSÉ MARÍA HUAMAN RUIZ
Grado académico: Ph. D. En Economía
DNI N° 26605195

Anexo 4: Base de datos

VARIABLE CONTROL INTERNO																				
SUJETO	Ambiente de control							Actividades de control							Supervisión		D1	D2	D3	TOTAL
1	3	4	3	3	4	2	2	2	4	2	4	2	3	2	3	4	21	19	7	47
2	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2	3	4	3	4	23	20	7	50
3	4	4	4	4	3	5	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	27	27	9	63
4	5	4	4	4	4	4	4	5	3	5	3	4	3	4	4	4	29	27	8	64
5	3	4	3	4	3	2	3	3	4	1	4	2	2	4	3	3	22	20	6	48
6	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	22	23	6	51
7	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	1	3	2	2	2	17	16	4	37
8	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3	4	3	4	22	21	7	50
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	21	21	7	49
10	3	3	5	4	3	4	4	4	1	4	2	3	3	4	4	4	26	21	8	55

VARIABLE GESTIÓN COMERCIAL																														
SUJETO	Estrategias comerciales										Atención al usuario										Gestión de reclamos						D1	D2	D3	TOTAL
1	2	3	2	2	4	4	5	4	5	3	2	2	2	3	3	2	1	2	3	2	3	2	2	1	2	3	34	22	13	69
2	3	4	3	3	3	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	3	3	3	3	4	3	2	4	2	4	37	40	19	96
3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	2	2	3	2	5	3	4	2	4	30	35	20	85
4	4	4	4	3	2	2	3	3	2	4	4	3	4	3	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	31	37	23	91
5	4	4	5	4	3	4	3	3	4	5	5	2	3	2	3	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	5	39	37	25	101
6	3	4	4	4	2	3	2	2	3	5	4	5	4	3	3	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	5	32	40	23	95
7	3	3	3	3	1	5	2	3	5	4	3	4	2	2	3	3	4	3	4	4	5	5	4	2	4	4	32	32	24	88
8	2	2	3	2	1	3	3	2	1	2	2	4	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	21	26	13	60
9	3	4	3	3	3	1	3	3	3	4	5	5	4	4	5	5	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	30	42	22	94
10	2	3	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	2	2	3	3	3	3	2	4	2	3	32	35	17	84

Anexo 5: Evidencia fotográfica



Anexo 6: Informe de turnitin al 28% de similitud



Lagones_Tesis_Investigación.docx

📅 2025

📅 2025

🎓 Universidad Autónoma de Ica

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trnoid::3117:458178208

Fecha de entrega

12 may 2025, 8:48 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

12 may 2025, 9:02 a.m. GMT-5

Nombre de archivo

Lagones_Tesis_Investigación.docx

Tamaño de archivo

1.5 MB

89 Páginas

16.327 Palabras

94.435 Caracteres



12% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Small Matches (less than 15 words)

Top Sources

- 9%  Internet sources
- 2%  Publications
- 7%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

- 9% Internet sources
- 2% Publications
- 7% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	repositorio.autonoma.edu.pe	3%
2	Internet	repositorio.ucv.edu.pe	2%
3	Internet	hdl.handle.net	1%
4	Internet	revistareflexiones.org	<1%
5	Submitted works	uncedu on 2025-02-03	<1%
6	Submitted works	Universidad Cesar Vallejo on 2016-05-31	<1%
7	Internet	alicia.concytec.gob.pe	<1%
8	Publication	Melendez Palomino, Adriana. "El sistema de control interno en la gestión adminis..."	<1%
9	Submitted works	Universidad Andina del Cusco on 2024-10-03	<1%
10	Publication	Marco Fernando Villarroel Puma, Marjorie Magdalena Jara Jiménez, Emma Yoland...	<1%
11	Submitted works	unasam on 2025-03-24	<1%

12	Submitted works	Universidad Nacional de Cañete on 2024-09-17	<1%
13	Publication	Velasquez Lope, Aydee Marielena. "Importancia de la innovación en empresas de ...	<1%
14	Submitted works	Universidad Cesar Vallejo on 2016-04-12	<1%
15	Publication	Jahuira Cusi, Nilton. "El control interno y su relación con la gestión de tesorería e...	<1%
16	Submitted works	Universidad Cesar Vallejo on 2017-04-29	<1%
17	Submitted works	Universidad Alas Peruanas on 2018-11-26	<1%
18	Submitted works	Universidad Cesar Vallejo on 2022-07-18	<1%
19	Submitted works	Universidad Privada del Norte on 2024-07-07	<1%
20	Internet	repositorio.unc.edu.pe	<1%
21	Submitted works	uncedu on 2023-11-14	<1%
22	Submitted works	Universidad Cesar Vallejo on 2023-11-24	<1%
23	Submitted works	Universidad Politécnica del Perú on 2024-08-19	<1%
24	Submitted works	Universidad Privada del Norte on 2024-12-10	<1%
25	Submitted works	uncedu on 2025-02-18	<1%

26	Publication	
Coila Quispe, Derly. "Aprendizaje basado en estudio de casos (ABEC) y logro de co..."		<1%
<hr/>		
27	Submitted works	
Universidad Politécnica del Perú on 2025-04-21		<1%
<hr/>		
28	Internet	
apirepositorio.unh.edu.pe		<1%