



UNIVERSIDAD  
**AUTÓNOMA**  
DE ICA

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

**TESIS**

LA GESTIÓN COMERCIAL Y EL CONTROL INTERNO EN  
LAS FERRETERÍAS DEL DISTRITO DE JULIACA, PUNO,  
2025

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**  
CULTURA Y ORGANIZACIÓN

**PRESENTADO POR:**  
MARIBEL CASANDRA MAMANI CAYO

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

## CONSTANCIA DE APROBACIÓN DE INVESTIGACIÓN



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. MARIBEL CASANDRA MAMANI CAYO**, de la Facultad de Ingeniería, Ciencias y Administración, del programa Académico de Contabilidad, ha cumplido con elaborar su:

PROYECTO DE TESIS

TESIS

**TITULADO:**

“LA GESTIÓN COMERCIAL Y EL CONTROL INTERNO EN LAS FERRETERÍAS DEL DISTRITO DE JULIACA, 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 AUTENTICIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

DOCUMENTO NO REDACTADO  
EN ESTA NOTARÍA

Yo, Maribel Casandra Mamani Cayo, identificado(a) con DNI N° 70244541, 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: La Gestión Comercial y el Control Interno en las Ferreterías del Distrito de Juliaca, Puno, 2025, declaro bajo juramento que:

- La investigación realizada es de mi autoría
- 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.
- 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.
- Los resultados presentados en el estudio, producto de la recopilación de datos son reales, por lo que, el(la) investigador(a) no ha incurrido ni en falsedad, duplicidad, copia o adulteración de estos, ni parcial, ni totalmente.
- 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:

16%

Autorizo 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.

Chincha Alta, 15 de mayo del 2025

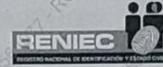


MARIBEL CASANDRA MAMANI CAYO  
DNI: 70244541

**LEGALIZACIÓN AL REVERSO**



0114090552



NOTARIA  
POMA RODRIGO ARTURO  
SERVICIO DE AUTENTICACIÓN E IDENTIFICACIÓN BIOMÉTRICA



INFORMACIÓN PERSONAL

DNI 70244541  
Primer Apellido MAMANI  
Segundo Apellido CAYO  
Nombres MARIBEL CASANDRA

CORRESPONDE

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



MAMANI CAYO, MARIBEL CASANDRA  
DNI 70244541

INFORMACIÓN DE CONSULTA DACTILAR

Operador: 75564077 - Roxana Anchapuri Choquegonza  
Fecha de Transacción: 15-05-2025 12:32:47  
Entidad: 10020487866 - POMA RODRIGO ARTURO

VERIFICACIÓN DE CONSULTA

Puede verificar la información en línea en:  
<https://serviciosbiometricos.reniec.gob.pe/identifica3/verificacion.do>  
Número de Consulta: 0114090552



**CERTIFICO:** La autenticidad de la firma de Maribel Casandra Mamani Cayo identificado con DNI. N° 70244541 a quien se le ha identificado utilizando la comparación biométrica de sus huellas dactilares a través del servicio que brinda RENIEC, quien manifestó que la firma puesta en este documento le pertenece y es la que usa en todos los actos jurídicos en los que interviene. - Doy fe.  
San Miguel, 15 MAY 2025



Arturo Poma Rodrigo  
Abogado - Notario  
CAA. 311 - CNP 019



## **DEDICATORIA**

Mi tesis se lo dedico de manera especial a Dios, A mis padres Ruben y Flora por la formación concebida, por haberme brindado su incondicional apoyo para poder llegar a esta instancia de mis estudios, por siempre acompañarme en cada peldaño que he escalado en mi vida.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, sobre todo, por darme la dicha y la fuerza para perseverar día a día, por permitirme embarcarme en este importante momento de mi carrera.

A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, a mis hermanos por su apoyo y estímulo constante.

Con profunda estima y reconocimiento, extendo mi más sincera gratitud a mi tutor de tesis por su dedicación y su inestimable guía que han sido pilares fundamentales en la dirección y enriquecimiento de esta investigación.

Agradezco a La Universidad Autónoma de Ica por haberme abierto las puertas de su prestigiosa y respetable institución.

## RESUMEN

### **Objetivo general.**

Determinar la relación entre la gestión comercial y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025.

### **Metodología.**

La investigación siguió un enfoque cuantitativo, de tipo básico, nivel descriptivo-correlacional, y diseño no experimental de corte transversal. Se aplicó una encuesta a una muestra de 50 ferreterías del distrito de Juliaca, seleccionadas por conveniencia. El instrumento fue un cuestionario con escala Likert, y el análisis de datos incluyó estadística descriptiva, pruebas de normalidad y correlación de Pearson.

### **Resultados descriptivos.**

Los resultados revelan que el 44,0% de las ferreterías evaluadas presenta una gestión comercial aceptable, mientras que otro 44,0% alcanza un nivel óptimo. Los datos evidencian que el 46,0 % de las ferreterías se ubica en un nivel aceptable en cuanto a la implementación del control interno. Por otro lado, un 32,0 % presenta un nivel óptimo, lo que refleja que estas ferreterías han desarrollado sistemas de control interno sólidos, con adecuada supervisión, monitoreo de procesos y políticas internas claras.

### **Conclusiones**

Se concluye que existe una relación positiva y significativa entre la gestión comercial y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca. La evidencia estadística demuestra que un desempeño eficiente en la planificación comercial, atención al cliente y gestión de reclamos se asocia directamente con un sistema de control interno más sólido, estructurado y funcional.

### **Palabras claves:**

Gestión comercial, control interno, ferreterías

## **ABSTRACT**

### **General objective.**

Determine the relationship between commercial management and internal control in hardware stores in the district of Juliaca, Puno, 2025.

### **Methodology.**

The research followed a quantitative approach, of a basic type, descriptive-correlational level, and non-experimental cross-sectional design. A survey was applied to a sample of 50 hardware stores in the district of Juliaca, selected by convenience. The instrument was a questionnaire with a Likert scale, and the data analysis included descriptive statistics, normality tests, and Pearson correlation.

### **Descriptive results.**

The results reveal that 44.0% of the evaluated hardware stores exhibit an acceptable commercial management, while another 44.0% reach an optimal level. The data show that 46.0% of the hardware stores are at an acceptable level in terms of internal control implementation. On the other hand, 32.0% present an optimal level, which reflects that these hardware stores have developed solid internal control systems, with adequate supervision, process monitoring, and clear internal policies.

### **Conclusions**

It is concluded that there is a positive and significant relationship between commercial management and internal control in the hardware stores of the district of Juliaca. Statistical evidence shows that efficient performance in commercial planning, customer service, and claims management is directly associated with a more solid, structured, and functional internal control system.

### **Keywords:**

Commercial management, internal control, hardware stores

## ÍNDICE GENERAL

|  | <b>Pág.</b> |
|--|-------------|
| 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          |
| <b>I. INTRODUCCIÓN</b>                                   | <b>13</b>   |
| <b>II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>                    | <b>15</b>   |
| 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                              | 21          |
| <b>III. MARCO TEÓRICO</b>                                | <b>22</b>   |
| 3.1 Antecedentes   | 22          |
| 3.2 Bases Teóricas                                       | 31          |
| 3.3 Marco conceptual                                     | 41          |
| <b>IV. METODOLOGÍA</b>                                   | <b>43</b>   |
| 4.1 Tipo y Nivel de la investigación                     | 43          |
| 4.2 Diseño de la investigación                           | 43          |
| 4.3 Hipótesis general y específicas                      | 44          |
| 4.4 Identificación de las variables                      | 44          |
| 4.5 Matriz de operacionalización de variables            | 46          |
| 4.6 Población-muestra                                    | 48          |
| 4.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos      | 49          |
| 4.8 Técnicas de análisis y procesamiento de datos        | 50          |
| <b>V. RESULTADOS</b>                                     | <b>52</b>   |

|             |  |           |
|-------------|--|-----------|
| 5.1         | Presentación de Resultados                               | 52        |
| 5.2         | Interpretación de los Resultados                         | 61        |
| <b>VI.</b>  | <b>ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS</b>                        | <b>68</b> |
| 6.1         | Análisis inferencial                                     | 68        |
| <b>VII.</b> | <b>DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS</b>                       | <b>74</b> |
| 7.1         | Comparación de los resultados                            | 74        |
|             | <b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>                    | <b>78</b> |
|             | <b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>                        | <b>81</b> |
|             | <b>ANEXOS</b>  | <b>87</b> |
|             | Anexo 1: Matriz de consistencia                          | 88        |
|             | Anexo 2: Instrumento de recolección de datos             | 89        |
|             | Anexo 3: Ficha de validación de instrumentos de medición | 93        |
|             | Anexo 4: Base de datos                                   | 96        |
|             | Anexo 5: Evidencia fotográfica                           | 100       |
|             | Anexo 6: Informe de turnitin al 28% de similitud         | 101       |

## INDICE DE TABLAS

|                 |   | <b>Pág</b> |
|-----------------|---|------------|
| <b>Tabla 1</b>  | Frecuencia de la variable Gestión Comercial   | 52         |
| <b>Tabla 2</b>  | Frecuencia de la variable Gestión Comercial,<br>dimensión estrategias comerciales   | 53         |
| <b>Tabla 3</b>  | Frecuencia de la variable Gestión Comercial,<br>dimensión Atención al usuario   | 54         |
| <b>Tabla 4</b>  | Frecuencia de la variable Gestión Comercial,<br>dimensión Gestión de reclamos   | 55         |
| <b>Tabla 5</b>  | Frecuencia de la variable Control interno   | 56         |
| <b>Tabla 6</b>  | Frecuencia de la variable Control interno,<br>dimensión Ambiente de control   | 57         |
| <b>Tabla 7</b>  | Frecuencia de la variable Control interno,<br>dimensión Actividades de control  | 58         |
| <b>Tabla 8</b>  | Frecuencia de la variable Control interno, dimensión<br>Supervisión   | 59         |
| <b>Tabla 9</b>  | Prueba de normalidad  | 66         |
| <b>Tabla 10</b> | Correlación entre la gestión comercial y el control<br>interno en las ferreterías del distrito de Juliaca,<br>Puno, 2025        | 67         |
| <b>Tabla 11</b> | Correlación entre las estrategias comerciales y el<br>control interno en las ferreterías del distrito de<br>Juliaca, Puno, 2025 | 68         |
| <b>Tabla 12</b> | Correlación entre la atención al usuario y el control<br>interno en las ferreterías del distrito de Juliaca,<br>Puno, 2025      | 69         |
| <b>Tabla 13</b> | Correlación entre la gestión de reclamos y el control<br>interno en las ferreterías del distrito de Juliaca,<br>Puno, 2025      | 70         |

## INDICE DE FIGURAS

|   | <b>Pág</b> |
|---|------------|
| <b>Figura 1</b> Frecuencia de la variable Gestión Comercial                                       | 52         |
| <b>Figura 2</b> Frecuencia de la variable Gestión Comercial,<br>dimensión estrategias comerciales | 53         |
| <b>Figura 3</b> Frecuencia de la variable Gestión Comercial,<br>dimensión Atención al usuario     | 54         |
| <b>Figura 4</b> Frecuencia de la variable Gestión Comercial,<br>dimensión Gestión de reclamos     | 55         |
| <b>Figura 5</b> Frecuencia de la variable Control interno   | 56         |
| <b>Figura 6</b> Frecuencia de la variable Control interno,<br>dimensión Ambiente de control       | 57         |
| <b>Figura 7</b> Frecuencia de la variable Control interno,<br>dimensión Actividades de control    | 58         |
| <b>Figura 8</b> Frecuencia de la variable Control interno, dimensión<br>Supervisión               | 59         |

## I. INTRODUCCIÓN

En un contexto económico dinámico y altamente competitivo, la gestión comercial y el control interno juegan un papel fundamental en el desempeño y sostenibilidad de las empresas, particularmente en el sector de las ferreterías. En la ciudad de Juliaca, ubicada en la región Puno, este tipo de negocios representa un pilar importante en la actividad comercial, abasteciendo tanto a pequeños constructores como a grandes empresas. Sin embargo, la falta de mecanismos adecuados de gestión comercial y control interno puede generar deficiencias en la administración, afectando la rentabilidad y permanencia de estos establecimientos en el mercado.

La presente investigación titulada “La gestión comercial y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025” tiene como objetivo analizar la relación entre estas dos variables clave, identificando las principales problemáticas que enfrentan los comerciantes ferreteros y proponiendo estrategias que contribuyan a mejorar su desempeño y sostenibilidad. Para ello, se han considerado las dimensiones de la gestión comercial: estrategias comerciales, atención al usuario y gestión de reclamos, así como las dimensiones del control interno: ambiente de control, actividades de control y supervisión.

El estudio se sustenta en un marco teórico que aborda antecedentes de investigaciones similares, bases teóricas relacionadas con la gestión comercial y el control interno, así como un marco conceptual que define los términos clave utilizados en la investigación.

Metodológicamente, se trata de una investigación aplicada, con un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental, en la que se analizarán las relaciones entre las variables a través de la recolección y procesamiento de datos obtenidos en campo. Se trabajará con una muestra representativa de ferreterías en el distrito de Juliaca, empleando técnicas e instrumentos de recolección de información como encuestas y entrevistas estructuradas, lo que permitirá generar conclusiones fundamentadas y propuestas de mejora aplicables al sector.

En cuanto a la estructura del documento, el Capítulo I expone la introducción de la investigación, el Capítulo II desarrolla el planteamiento del problema, estableciendo la descripción de la problemática, las preguntas de investigación, los objetivos generales y específicos, así como la justificación e importancia del estudio. El Capítulo III expone el marco teórico, incluyendo antecedentes, bases teóricas y el marco conceptual que sustenta la investigación. En el Capítulo IV se presenta la metodología utilizada, detallando el tipo y nivel de investigación, el diseño, la hipótesis, la operacionalización de variables, la población y muestra, así como las técnicas de recolección y análisis de datos. Asimismo, los Capítulos V y VI incluyen los resultados y el análisis de los resultados. Finalmente, el Capítulo VII incluye la discusión de los resultados, seguidos de las conclusiones, referencias bibliográficas y anexos pertinentes.

A través de esta investigación, se espera contribuir con información relevante para el sector ferretero de Juliaca, proporcionando herramientas y estrategias que optimicen la gestión comercial y fortalezcan el control interno, promoviendo así la eficiencia y sostenibilidad de estos negocios en un mercado cada vez más exigente.

La autora.

## II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 2.1. Descripción del problema

En el contexto actual de los mercados globalizados, la gestión comercial y el control interno representan factores clave para la competitividad y sostenibilidad de las empresas en distintos sectores. A nivel internacional, numerosas investigaciones han evidenciado que la falta de estrategias comerciales efectivas y un deficiente control interno pueden llevar al fracaso empresarial, afectando la eficiencia operativa y la rentabilidad de los negocios. Países con economías desarrolladas han implementado modelos de gestión comercial basados en la innovación, el servicio al cliente y el análisis de datos, lo que les ha permitido mejorar su posicionamiento en mercados altamente competitivos. De igual manera, los sistemas de control interno han evolucionado, incorporando nuevas tecnologías y metodologías que garantizan mayor transparencia y eficiencia en los procesos administrativos y financieros.

En el ámbito nacional, las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Perú enfrentan serios desafíos en términos de gestión comercial y control interno. Según estudios del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), un alto porcentaje de negocios en el país carecen de estrategias comerciales estructuradas, lo que afecta su crecimiento y sostenibilidad. La atención al usuario, como una dimensión de la gestión comercial, suele ser deficiente debido a la falta de capacitación del personal y la ausencia de sistemas que faciliten la relación con los clientes. Asimismo, la gestión de reclamos es un área crítica en muchas empresas, ya que la falta de procedimientos adecuados para la atención y resolución de quejas genera insatisfacción en los clientes y una disminución en la fidelización. En términos de control interno, las empresas presentan deficiencias en el ambiente de control, la supervisión y la ejecución de actividades de control, lo que incrementa riesgos financieros y administrativos.

A nivel local, en la ciudad de Juliaca, Puno, las ferreterías constituyen un sector comercial clave para el abastecimiento de materiales de construcción y herramientas. Sin embargo, se ha identificado que muchas de estas empresas enfrentan dificultades en la aplicación de estrategias comerciales efectivas, lo que limita su capacidad para atraer y fidelizar clientes. La atención al usuario es un aspecto crítico, ya que no existen procedimientos estandarizados ni capacitaciones constantes que permitan mejorar la experiencia del cliente. En cuanto a la gestión de reclamos, se observa que muchas ferreterías no cuentan con mecanismos eficientes para registrar y resolver las quejas de los clientes, lo que impacta negativamente en la reputación del negocio. En lo que respecta al control interno, la mayoría de ferreterías carecen de una estructura formalizada para garantizar el adecuado seguimiento de sus operaciones, lo que genera problemas en la administración de recursos, manejo de inventarios y cumplimiento de normativas tributarias.

Esta situación pone en riesgo la sostenibilidad y rentabilidad de las ferreterías en Juliaca, generando la necesidad de analizar en profundidad cómo la gestión comercial y el control interno impactan en su desempeño. La presente investigación busca proporcionar un diagnóstico detallado del problema, permitiendo la formulación de estrategias que contribuyan a la optimización de estos factores y al fortalecimiento del sector ferretero en la región.

## **2.2. Pregunta de investigación general**

¿Cuál es la relación entre la gestión comercial y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025?

## **2.3. Preguntas de investigación específicas**

### **P.E.1:**

¿Cuál es la relación entre las estrategias comerciales y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025?

**P.E.2:**

¿Cuál es la relación entre la atención al usuario y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025?

**P.E.3:**

¿Cuál es la relación entre la gestión de reclamos y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025?

**2.4. Objetivo General**

Determinar la relación entre la gestión comercial y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025.

**2.5. Objetivos específicos.**

**O.E.1:**

Establecer la relación entre las estrategias comerciales y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025.

**O.E.2:**

Establecer la relación entre la atención al usuario y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025.

**O.E.3:**

Establecer la relación entre la gestión de reclamos y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025.

**2.6. Justificación e Importancia**

**Justificación**

Justificación científica: El estudio es relevante desde el punto de vista científico porque busca generar conocimiento empírico y analítico sobre la relación entre la gestión comercial y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca. A través de un enfoque riguroso y sistemático, se pretende validar la influencia de estrategias comerciales y mecanismos de control en el desempeño empresarial, proporcionando así un aporte

significativo a la literatura existente sobre administración de negocios en mercados locales emergentes. Los hallazgos podrán servir como base para futuras investigaciones en el ámbito del comercio y la gestión empresarial en sectores similares.

**Justificación teórica:** Desde una perspectiva teórica, esta investigación se fundamenta en principios y modelos de gestión comercial y control interno que han sido ampliamente estudiados en distintos contextos. Al analizar estos conceptos en el sector ferretero de Juliaca, se busca enriquecer el conocimiento sobre cómo se aplican en la práctica y cómo pueden adaptarse para mejorar la eficiencia y sostenibilidad de los negocios. Además, permitirá contrastar teorías existentes con la realidad del sector ferretero, identificando fortalezas y limitaciones en su aplicación. En particular, la gestión de reclamos es un componente clave para mejorar la fidelización del cliente y la reputación empresarial, lo que la convierte en un aspecto esencial dentro del marco teórico.

#### Justificación metodológica

En términos metodológicos, esta investigación es relevante porque emplea un enfoque cuantitativo para examinar la relación entre la gestión comercial y el control interno en las ferreterías de Juliaca. Se utilizarán instrumentos de recolección de datos como encuestas y entrevistas estructuradas, lo que permitirá obtener información confiable y representativa del sector. Asimismo, el diseño de la investigación facilita la sistematización de datos y la formulación de estrategias basadas en evidencia, contribuyendo a la mejora de metodologías en estudios similares dentro del ámbito de la gestión empresarial.

**Justificación práctica:** Desde un enfoque práctico, el estudio busca proporcionar recomendaciones concretas a los propietarios y administradores de ferreterías para optimizar sus estrategias comerciales y fortalecer sus sistemas de control interno. Al identificar las principales deficiencias en estos aspectos, se podrán diseñar planes de acción que

mejoren la eficiencia operativa, reduzcan los riesgos administrativos y financieros, y aumenten la satisfacción del cliente. Esto contribuirá a la sostenibilidad y competitividad de estos negocios en un mercado local caracterizado por la competencia y la informalidad.

Justificación social: El impacto social de esta investigación radica en su contribución a la estabilidad económica y laboral del sector ferretero en Juliaca. Una gestión comercial eficiente y un control interno adecuado no solo benefician a los empresarios, sino también a los trabajadores y consumidores que dependen de estos negocios. Mejorar la administración y el servicio en las ferreterías puede generar empleo, incrementar la calidad de atención y fortalecer la economía local. Además, la formalización y el fortalecimiento del control interno pueden contribuir a la transparencia y cumplimiento normativo en el sector. La gestión de reclamos cobra especial relevancia en este aspecto, ya que una adecuada resolución de quejas y sugerencias puede mejorar la percepción de la empresa y consolidar relaciones comerciales duraderas con los clientes.

### **Importancia**

La presente investigación relacionada con la gestión comercial y el control interno es de gran relevancia, ya que busca aportar soluciones a problemáticas que afectan directamente la competitividad y sostenibilidad de las ferreterías en esta localidad. Su importancia radica en la contribución al desarrollo del sector comercial, fortaleciendo la administración y optimización de los procesos internos en estos negocios, lo que repercute positivamente en la economía local.

Uno de los principales aportes de esta investigación es que permitirá identificar las deficiencias en la aplicación de estrategias comerciales y en la implementación de sistemas de control interno. A partir de los resultados obtenidos, se podrán proponer recomendaciones que ayuden a mejorar la gestión empresarial, optimizar la administración de recursos

y reducir los riesgos asociados a la informalidad y la falta de planificación en las ferreterías de Juliaca.

Los beneficiarios directos de este estudio serán los propietarios y administradores de ferreterías, quienes podrán aplicar los hallazgos para mejorar su rentabilidad y eficiencia operativa. Asimismo, los empleados del sector se verán favorecidos con mejores condiciones laborales y procesos organizativos más estructurados. De manera indirecta, la comunidad en general también se beneficiará, ya que una mejor gestión comercial y un control interno adecuado pueden traducirse en una atención al cliente más eficiente, precios más competitivos y un mayor abastecimiento de productos de calidad.

Resolver o describir el problema identificado es crucial porque la falta de estrategias comerciales bien definidas y de sistemas de control interno eficientes pone en riesgo la viabilidad de los negocios en el sector ferretero. La informalidad, la escasa planificación y la limitada supervisión de los procesos administrativos pueden generar pérdidas económicas, conflictos laborales y una disminución en la competitividad del sector. A través de esta investigación, se busca ofrecer herramientas prácticas y conocimientos que permitan prevenir estos problemas y promover un crecimiento sostenible en el sector.

Además, los resultados de esta investigación pueden servir como referencia para estudios futuros en otras regiones del país con características comerciales similares. También pueden ser útiles para organismos gubernamentales y entidades financieras que busquen diseñar programas de apoyo a los pequeños y medianos empresarios, contribuyendo así al desarrollo económico regional.

En síntesis, esta investigación es altamente útil porque no solo ofrece un análisis detallado de la problemática que enfrentan las ferreterías en Juliaca, sino que también proporciona soluciones concretas para mejorar

su gestión comercial y control interno. Su impacto se reflejará en la estabilidad financiera de los negocios, la formalización de procesos, la mejora en la calidad del servicio y el fortalecimiento del sector ferretero en la región.

## **2.7. Alcances y limitaciones**

### **Alcances**

La presente investigación se enfocó en analizar la relación entre la gestión comercial y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, durante el año 2025. El estudio abarcó las dimensiones estratégicas, de atención al usuario y gestión de reclamos, evaluando su influencia en el ambiente de control, actividades de control y supervisión. Los resultados permiten generar diagnósticos organizacionales útiles y formular recomendaciones aplicables al sector ferretero local.

### **Limitaciones**

Entre las principales limitaciones se encuentran el tamaño reducido de la muestra (50 ferreterías), seleccionado por conveniencia, lo cual restringe la generalización de los resultados. Asimismo, el estudio se basó únicamente en percepciones declaradas a través de cuestionarios, lo que podría estar sujeto a sesgos de respuesta. Finalmente, factores externos como la informalidad del sector y la disponibilidad limitada de información estructurada dificultaron un análisis más profundo en algunas dimensiones.

### III. MARCO TEÓRICO

#### 3.1. Antecedentes

Al revisar las fuentes físicas y virtuales se ha podido ubicar trabajos que guardan relación indirecta con cada una de nuestras variables, siendo estos valiosos aportes:

##### **Internacionales**

Comendeiro (2022) sostiene que el control interno se ha reconocido como un mecanismo que permite a cualquier organización alcanzar una seguridad razonable en el cumplimiento de los objetivos empresariales y comunicar su gestión a las partes interesadas. Simultáneamente, uno de los procesos fundamentales para lograr resultados empresariales satisfactorios y sostenibles a largo plazo son las ventas y, en un sentido más amplio, el rendimiento comercial. En relación a esto, la evaluación debe limitarse a los factores que están bajo el control exclusivo de la organización, incluyendo la administración del sistema de control interno. Todo esto nos conduce a la conclusión de que la adecuada implementación de los mecanismos de control interno fortalecerá las áreas comerciales relacionadas con el ciclo de ventas.

Según Castillo, Morales & Espinoza (2023), el control contable interno es crucial para la gestión eficiente de las organizaciones, asegurando la exactitud y transparencia de la información financiera. Su estructura se fundamenta en políticas y procedimientos destinados a salvar los activos, mantener registros precisos y adherirse a la legislación vigente. Los beneficios comprenden la optimización de la eficiencia operativa y la confiabilidad de los informes financieros. El estudio analiza cinco componentes vinculados a la gestión empresarial: entorno de control, evaluación de riesgos, actividades de control, información y comunicación, y supervisión. La metodología empleada es documental-bibliográfica para una comprensión integral. El control interno abarca la segregación de funciones, la autorización de transacciones y la

conciliación de cuentas, entre otros elementos fundamentales. Se subraya la relevancia de la evaluación interna, las pruebas de auditoría y las conciliaciones periódicas para un control eficaz. El auditor interno desempeña una función crucial en la optimización del control interno y en la garantía de finanzas organizadas y fidedignas.

Según Nguyen y otros (2023) la cultura corporativa es la percepción, el comportamiento, el estilo de comunicación y las cualidades que son exclusivas de una empresa. Uno de los factores fundamentales que hace que una empresa tenga éxito es su cultura corporativa. El artículo tiene como objetivo determinar los factores de la cultura corporativa y su influencia en el control interno en las empresas comerciales de Hanoi. El principal método de estudio utilizado por los autores es una combinación de metodologías cuantitativas y cualitativas. Los ajustes de escala se realizan mediante investigación cualitativa. El modelo se examina, mide y prueba utilizando investigación cuantitativa. Utilizan datos primarios de una encuesta de empresas comerciales en Vietnam. La muestra de investigación es de 225 y se analiza utilizando modelos de regresión. Los resultados de la investigación han determinado que los factores de la cultura corporativa, incluida la cultura colaborativa, la cultura jerárquica y la cultura competitiva ( $\text{sig.} = 0,000 < 0,05$ ), afectan al control interno positivo en las empresas comerciales de Hanoi. El estudio contribuyó a mejorar teóricamente el nivel actual de conocimientos sobre los factores que afectan al control interno y desarrolló una escala fiable para medir la cultura corporativa y el control interno de las empresas comerciales de Hanoi (Vietnam). Además, el estudio destaca que la cultura corporativa de las empresas comerciales de Hanoi necesita mejorar para apoyar el control interno. Los responsables de las políticas deben realizar esfuerzos estratégicos para reformar el sistema de control interno de las empresas a fin de aumentar la probabilidad de un buen rendimiento empresarial. El valor del estudio es que proporciona una ampliación de los factores de la cultura corporativa que influyen en el control interno de las empresas comerciales de Hanoi, proponiendo así implicaciones de

gobernanza para los líderes empresariales de estas empresas con el fin de mejorar el control interno. Además, los resultados de la investigación proporcionan referencias útiles para la investigación sobre cuestiones relacionadas.

Según Cruz y Delgado (2021), el sistema de control interno se ha convertido en otro elemento crucial para cualquier organización que aspire a ser competitiva y a perdurar en el mercado. El propósito del artículo es exhibir la evolución del sistema de control interno hacia una integración completa. Se llevaron a cabo investigaciones sobre la historia de la contabilidad en Cuba y a nivel global, revelando que el control interno ha evolucionado a través de cuatro fases: génesis, transformación, desarrollo e integración. La integración se lleva a cabo en el núcleo del sistema empresarial, cuidando de un fortalecimiento mediante herramientas como el cuadro de mando integral y la gestión por procesos, además de la necesidad de cuantificar su gestión para optimizar su efectividad.

El artículo de Mendieta Tumbaco et al. (2022) tiene como objetivo determinar el impacto del control interno a través de la implementación del modelo COSO en la rentabilidad de las PYMES del sector comercial de Guayaquil a través de Implementación del modelo COSO en la rentabilidad de las PYMES del sector comercial de Guayaquil. Se trata de un estudio descriptivo con un enfoque cuantitativo. Se estimaron modelos lineales de efectos mixtos mediante un muestreo por conveniencia de 124 pymes encuestadas a través de un cuestionario de 18 preguntas; Además, se calculó el indicador financiero ROE. Se observará que los elementos de la metodología COSO generaron un aumento en el ROE, destacando las actividades de control y evaluación de riesgos como las más influyentes, en contraste con el escaso impacto de la información y comunicación. Se determina que la implementación de un control interno de efectivo impacta positivamente en La rentabilidad de las pymes.

## **Nacionales**

Valdivia Holguín (2024) menciona que, el Perú es un país que se destaca por su importante sector minero, por lo que el siguiente 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 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 revelaron una relación significativa entre el control interno y el gobierno corporativo, por lo que se puede concluir que la empresa carece de fortaleza en cuanto a la cultura de control interno, por lo que se recomienda implementar programas de capacitación y concientización que fortalezcan la cultura de control interno, de manera que los colaboradores comprendan la importancia de su rol en la gestión empresarial y la implementación efectiva de estos controles.

Para Romero-Carazas (2023) 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 comercio de dicha región.

La investigación de Mejía Vergaray et al. (2024) se llevó a cabo con el propósito de establecer la relación entre el control interno y la gestión institucional en 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 instrumento. Se observa un nivel de significancia ( $p=0,000$ ) y un coeficiente de compensación ( $r_s=0,709$ ), lo que concluye que hay una fuerte relación positiva entre el control interno y la gestión institucional en las Microfinanzas “Caritas Felices”.

El objetivo de la investigación de Espinoza-Cruz, Gamboa y Caycho (2021) ha sido analizar el grado de relación entre el control interno y la gestión empresarial de centros comerciales durante la pandemia de COVID-19. La búsqueda de eficacia y eficiencia óptimas se vuelve imperativa ante la emergencia sanitaria, especialmente cuando la pandemia y su tratamiento evolucionan y se adaptan. El trabajo se llevó a cabo en el distrito denso de Lima, desde la perspectiva financiera y operativa. Se concluyó que, en el contexto de la pandemia, el control interno está significativamente relacionado con la gestión empresarial de centros comerciales.

El objetivo del estudio de Contreras Portocarrero et al. (2022) fue proponer un modelo de control interno, analizando la legislación peruana pertinente a la gestión de la ejecución de la obra “Mejoramiento de la Carretera Jayanca, Pampa de Lino” – GORE Lambayeque, mediante un estudio cuantitativo con un propósito descriptivo y un diseño no experimental, utilizando una muestra de 20 trabajadores de la Unidad de Control Institucional de la Dirección Regional, compuesta por directivos, profesionales y técnicos. Empleando la técnica de la encuesta, cuyo

instrumento fue el cuestionario de escala Likert. Los resultados confirman que la gestión de la ejecución de obra se considera regular, de acuerdo con la evaluación proporcionada por el 60% de los trabajadores encuestados, lo cual se refleja igualmente en las dimensiones, que se encuentran en el mismo rango. Se concluye que el objetivo de la propuesta es alcanzar la eficacia del control interno en la gestión de la ejecución de la obra “Mejoramiento de la Carretera Jayanca, Pampa de Lino” – GORE Lambayeque, asegurando un uso oportuno, correcto, eficiente y transparente en la administración de los bienes y recursos del estado.

### **Locales o regionales**

La investigación de Condori (2023) tuvo como objetivo principal determinar la influencia del control interno de inventarios en la rentabilidad financiera de las MYPES, específicamente en ferreterías de Puno, 2023. El método fue desarrollado de forma no experimental, exploratoria, correlacional y cuantitativa de tipo transversal. Se eligió una población de 25 trabajadores, quienes conformaron la muestra. Los resultados obtenidos permitieron concluir que el control interno de inventarios en la empresa ferretera de Puno presentaba diversos niveles de eficacia. Se identificó que el 20% de la empresa presentaba un control interno deficiente, lo que ocasionaba dificultades en la gestión y mantenimiento del inventario. Esto constituye un riesgo para su desempeño financiero y operativo. Por otro lado, el 44% de las empresas mostró un nivel intermedio de control interno, lo que indicaba la existencia de prácticas establecidas, aunque con oportunidades de mejora. El 36% restante se caracterizó por mantener un control interno eficiente, aplicando prácticas robustas y efectivas que les permitieron optimizar recursos y operar con eficacia. Se recomienda a las empresas con un control interno deficiente de existencias la adopción de sistemas y prácticas adecuadas para la gestión de inventarios. Esto incluye la implementación de tecnologías y software para el monitoreo de inventarios, la formulación de políticas y procedimientos específicos, la

capacitación del personal y una supervisión regular para garantizar un control eficaz y preciso de los inventarios.

En la investigación de Córdova Canaza (2024), se consideraron las deficiencias presentes en la institución, eso que llevó a la decisión de abordar el Control Interno y la Gestión de Recursos Humanos. El objetivo general era establecer la incidencia del control interno en la administración de recursos humanos del Centro de Salud Ollachea, Provincia de Carabaya, Departamento de Puno. El instrumento fue administrado a una población de 35 colaboradores, quienes fueron encuestados en su totalidad. La metodología empleada corresponde a una investigación descriptivo-correlacional, con el objetivo general de determinar la incidencia del control interno en la gestión de recursos humanos del centro de salud Ollachea. El valor de Pearson fue de 0.520, indicando una clasificación positiva media, lo que sugiere una relación directa entre la dimensión de ambiente de control y la gestión de recursos humanos. Además, la significancia fue de  $p=.001$ , inferior a 0.05, lo que establece que existe una relación significativa entre la dimensión de ambiente de control y la gestión de recursos humanos en el centro de salud del distrito de Ollachea en 2022, según la prueba de magnitud de Pearson. Este estudio de diseño correlacional de corte transversal busca establecer la relación entre dos variables. Los resultados indican que el control interno y la gestión de recursos humanos son componentes esenciales para el éxito y la estabilidad de cualquier organización.

La finalidad de la investigación de Chayña García (2024) fue analizar la gestión comercial de la Cooperativa Agraria Qori Quinoa Taraco, ubicada en la provincia de Huancané, Puno, durante el año 2024. En el marco metodológico, se eligió un enfoque de investigación cuantitativa aplicada, con un diseño no experimental de corte transversal. El nivel de investigación fue descriptivo y el método empleado fue deductivo. Se utilizó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento para la recolección de datos. La muestra consistió en 19 individuos

seleccionados conforme a criterios preestablecidos. Se utilizó el programa SPSS para la manipulación y revisión de datos. El 52.6% de los encuestados evalúan la gestión comercial de la cooperativa como "Excelente". Asimismo, se logró la elevada confiabilidad del instrumento de gestión comercial, con un Alfa de Cronbach de 0.978 basado en 20 artículos. El análisis estadístico reveló un valor de Chi-cuadrado de 8.895 con 1 grado de libertad y la significancia de 0.003, que es inferior a 0.05. Estos hallazgos sugieren que los miembros poseen una percepción favorable respecto a la gestión comercial de la Cooperativa Agraria Qori Quinoa Taraco, subrayando la efectividad de las estrategias & prácticas implementadas. En resumen, el estudio validado que la administración comercial de la cooperativa es considerado eficiente y adecuadamente dirigido por la mayoría de los integrantes.

El estudio de Huanca Quea (2023) tuvo como objetivo general identificar y describir las características del control interno en las micro y pequeñas empresas del sector comercio en Perú, así como en la microempresa "Corporación Adusa SAC" de Puno, 2023. Se emplearon técnicas de revisión bibliográfica y encuestas para la recopilación de información. Se emplearon registros bibliográficos y cuestionarios con preguntas cerradas pertinentes dirigidas a los gerentes de las empresas en los casos de estudio. Obteniendo los resultados subsiguientes: Con respecto al objetivo específico La mayoría de los autores revisados, tanto a nivel nacional como regional y local, indicaron que las MYPE en el sector comercial del Perú carecen de especialistas adecuados en sus características de control interno. Por lo tanto, el control interno se realiza de manera empírica. Con respecto al objetivo particular 2: De acuerdo con el gerente de la empresa analizada, esta carece de un sistema formal de control interno. No obstante, dado que esto se realiza de manera empírica, presenta desventajas, particularmente en los componentes (entorno de control, evaluación de riesgos y actividades de control). Se determina que tanto las MYPE del sector comercial peruano analizadas en los antecedentes relevantes, como la microempresa "Corporación

Adua SAC" están incluidas en el estudio. No han establecido formalmente los sistemas de control interno debido a la insuficiencia de recursos humanos y financieros.

En la tesis de Borda Mamani (2023), relacionada con el ámbito contable, se llevó a cabo una investigación en el sistema de control y la gestión de recursos humanos, desarrollado en la ciudad de Puno en 2022, bajo un modelo descriptivo correlacional, considerando el grado de relación entre las dos variables empleadas, con el siguiente objetivo general: Control interno y su relación con la gestión de recursos humanos en los establecimientos de hospedaje de la ciudad de Puno, periodo 2022; como objetivos específicos. 1: Establecer la clasificación entre el entorno de control y la administración de recursos humanos en los establecimientos hoteleros de la ciudad de Puno durante el año 2022; como objetivo específico. 2: Establecer la clasificación entre las actividades de control y la administración de recursos humanos en los establecimientos hoteleros de la ciudad de Puno durante el año 2022, como objetivo específico. 3: Establecer la conexión entre los sistemas de información, comunicación y la administración de recursos humanos en los hoteles de la ciudad de Puno, durante el año 2022; El método de investigación utiliza un diseño no experimental de tipo transversal, con un enfoque cuantitativo y de carácter descriptivo. Los instrumentos empleados comprenden la técnica de encuesta, utilizando un cuestionario como herramienta de medición, esto que ha facilitado la recopilación de toda la información requerida. La conclusión principal es que existe una relación significativa entre el sistema de control interno y la gestión de recursos humanos en los establecimientos de hospedaje de la región Puno durante el año 2022, evidenciada por un coeficiente de Rho de Spearman de 0.176 y un valor p de 0.352.

## **3.2. Bases Teóricas**

### **3.2.1. Variable 1: Gestión comercial**

#### **Definición:**

La gestión comercial se refiere a las actividades y estrategias que las empresas implementan para maximizar sus ventas y su participación en el mercado. Este tipo de gestión implica el análisis de mercado, la identificación de oportunidades y la creación de una propuesta de valor que atraiga a los clientes. Este enfoque es crucial para garantizar la competitividad en un entorno cambiante y dinámico, como lo señalan estudios en el ámbito del retail, donde la gestión de inventarios y costos se vuelve fundamental para el éxito empresarial (López & Narváez-Zurita, 2024).

La gestión comercial se refiere a la coordinación y organización sistemática de las actividades comerciales para cumplir con los objetivos operativos y financieros. Los gerentes desempeñan un papel crucial en la supervisión de las operaciones y en la maximización de la productividad de los empleados (Picado Juárez & Golovina, 2021).

#### **Teorías relacionadas a la Gestión comercial.**

1. Teoría de la Calidad del Servicio: Esta teoría argumenta que la calidad en la atención al cliente influye directamente en la satisfacción del cliente y, por ende, en su lealtad hacia la empresa. Desde esta óptica, las organizaciones que brindan un servicio superior tienden a posicionarse mejor en el mercado. Un estudio en México encontró que la calidad del servicio desempeña un papel crucial en la satisfacción y lealtad del cliente, especialmente en pequeñas y medianas empresas (Silva-Treviño et al., 2021). Esta teoría resalta la importancia de enfocarse en mejorar la experiencia del cliente como parte esencial de la gestión comercial.

2. Teoría del CRM (Customer Relationship Management): Esta teoría se centra en cómo las empresas utilizan información sobre clientes para acercarse a ellos de manera más efectiva. Los métodos y técnicas asociados al CRM facilitan la creación de relaciones sólidas con los

clientes, que son esenciales para la fidelización y el incremento de ventas. Investigaciones recientes han destacado que la utilización de herramientas tecnológicas de análisis de clientes mejora la gestión comercial y maximiza el impacto de las campañas de marketing (Morales-Gordón et al., 2023). Así, una buena gestión de relaciones es esencial para el éxito comercial.

3. Teoría del Control Interno y Gestión de Riesgos: Esta teoría postula que una adecuada gestión del riesgo es fundamental para mantener la eficacia en la gestión comercial. La aplicación de los principios de control interno, como el modelo COSO ERM, contribuye a detectar y mitigar riesgos que pueden afectar negativamente el desempeño comercial de una organización. Este sistema ayuda a las empresas a gestionar mejor sus operaciones comerciales y fomentar una cultura de prevención dentro de la organización (Delgado et al., 2022). Esto resalta la necesidad de que las empresas integren la gestión de riesgos dentro de su estrategia comercial para ser sostenibles a largo plazo.

### **Dimensiones.**

#### **Estrategias comerciales:**

La dimensión de "Estrategias Comerciales" implica un conjunto de enfoques y planes diseñados por una empresa para alcanzar objetivos de ventas, aumentar su cuota de mercado y mejorar su rentabilidad.

1. Estrategias de Marketing Integrado: Estas estrategias combinan diferentes herramientas de marketing para crear una propuesta de valor coherente y atractiva para el cliente. La implementación de un marketing integrado permite a las empresas diferenciarse en un mercado competitivo, adaptándose a las demandas del consumidor y potenciando la lealtad a la marca (Calipolitti et al., 2024). El enfoque integral en el marketing implica la colaboración entre departamentos y la alineación de objetivos para maximizar la efectividad comercial.

2. Estrategias de Segmentación de Mercado: Esta estrategia implica identificar y clasificar a los consumidores en grupos basados en características específicas, como demografía, comportamiento o necesidades. Al segmentar el mercado, las empresas pueden diseñar ofertas y mensajes personalizados que realmente resuenen con los diferentes grupos de consumidores, mejorando así la eficiencia de sus esfuerzos de marketing y ventas (Calipolitti et al., 2024). Esto se traduce en un aumento significativo en la relevancia de las campañas comerciales.

3. Estrategias de Ventas Directas: Las estrategias de ventas directas enfocan los esfuerzos en la conexión directa con el cliente, eliminando intermediarios. Este enfoque permite a las empresas crear relaciones más personales y directas con sus consumidores. Estudios sobre operaciones comerciales indican que la interacción directa puede mejorar la percepción del servicio y fomentar la fidelidad del cliente, elementos críticos para la optimización de las estrategias comerciales (Jiménez & Anchundia, 2023).

4. Estrategias de Diferenciación: Esta estrategia implica ofrecer productos o servicios únicos que se destaquen de la competencia. La diferenciación puede basarse en múltiples factores, como calidad, innovaciones, o características únicas que añaden valor al producto (Cedeño et al., 2023). Las empresas que implementan estrategias de diferenciación a menudo logran establecer precios premium y construir una imagen de marca fuerte.

5. Estrategias de Fidelización de Clientes: Se refiere a la implementación de acciones específicas para mantener a los clientes existentes y aumentar su lealtad hacia la marca. Estas estrategias incluyen programas de recompensas, atención personalizada y un servicio al cliente excepcional. La fidelización no solo es más económica que adquirir nuevos clientes, sino que también puede aumentar las ventas a

través de compras repetidas y recomendaciones (Jiménez & Anchundia, 2023). La fidelización de clientes se ha vuelto esencial en un entorno donde la competencia es feroz y los consumidores son cada vez más exigentes.

6. Estrategias de Responsabilidad Social y Sostenibilidad: Las estrategias que incorporan elementos de responsabilidad social son cada vez más relevantes, ya que los consumidores tienden a preferir marcas que demuestran un compromiso genuino con el medio ambiente y las comunidades (Estupiñán et al., 2019). Estas estrategias son percibidas como un valor añadido que puede influir en las decisiones de compra y mejorar la imagen de la marca ante diversos grupos de interés.

#### **Atención al usuario:**

La dimensión de "Atención al Usuario" implica diversas prácticas y enfoques que las organizaciones implementan para interactuar y satisfacer las necesidades de sus clientes.

1. Atención Personalizada: Esta definición se refiere a la capacidad de una empresa para adaptar su servicio a las necesidades específicas de cada cliente. La atención personalizada se destaca como un diferenciador competitivo en un mercado saturado, donde la individualización puede aumentar la satisfacción y la lealtad del cliente. La investigación ha demostrado que cuanto más personalizada sea la atención que los usuarios reciben, mayor es su satisfacción general (Silva-Treviño et al., 2021). Organizaciones que priorizan este enfoque tienden a cultivar relaciones más duraderas con sus clientes.

2. Empatía y Trato Cordial: Incluir la empatía en la atención al usuario significa que el personal de la empresa debe ser capaz de comprender y sentirse motivado por las necesidades y emociones de los clientes. La empatía en el servicio se asocia con un aumento en la lealtad del cliente y la mejora de la experiencia del usuario. Las investigaciones apuntan a

que la actitud y el trato cordial del personal son claves en la percepción que los usuarios tienen sobre la calidad del servicio recibido (Párraga-Montesdeoca & Ubillús-Macías, 2023). Un trato amable genera un entorno en el que los clientes se sienten valorados y escuchados.

3. Capacidad de Respuesta: Este concepto se refiere a la rapidez y efectividad con las que una organización responde a las necesidades y solicitudes de los clientes. Un nivel alto de capacidad de respuesta puede aumentar la satisfacción del usuario, ya que los clientes valoran la rapidez en la atención y solución de sus inquietudes. Estudios muestran que la percepción positiva de la capacidad de respuesta está correlacionada con una mayor lealtad del cliente (Silva-Treviño et al., 2021). Esto implica que las organizaciones deben estar preparadas para actuar y resolver problemas de manera eficaz.

4. Calidad del Servicio: La atención al usuario está directamente relacionada con la calidad del servicio que se brinda. La calidad se puede medir en términos de tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, según el modelo SERVQUAL. La satisfacción del cliente se ve incrementada cuando se garantizan altos estándares de calidad en estos aspectos, lo que resulta crucial para la percepción general de la atención al usuario (Boada-Niño et al., 2019). Una buena gestión de la calidad del servicio no solo mejora la satisfacción, sino que también favorece la reputación y el posicionamiento de la empresa en el mercado.

#### **Gestión de reclamos:**

La dimensión "Gestión de Reclamos" se refiere a los procedimientos y prácticas que las organizaciones implementan para recibir, procesar y resolver quejas y reclamos de sus clientes. Esta dimensión es fundamental para mejorar la satisfacción del cliente y fortalecer la fidelidad a la marca.

1. Definición General de Gestión de Reclamos: La gestión de reclamos es el conjunto de prácticas y procesos que permite a una organización recopilar y resolver las quejas de los clientes de manera efectiva y eficiente. Este proceso incluye la recepción, análisis, resolución y seguimiento de reclamaciones. Una gestión adecuada no solo busca solucionar el problema del cliente, sino también prevenir que se repita en el futuro, fortaleciendo así la relación con el cliente (Lozada & Alarcón, 2021).

2. Recepción de Reclamos: Este componente se refiere a la manera en que las organizaciones reciben las quejas de sus clientes. Implica establecer múltiples canales de comunicación, como teléfonos, correos electrónicos y formularios en línea, para hacer que la presentación de reclamos sea accesible (Lozada & Alarcón, 2021). Un sistema eficaz de recepción es esencial para garantizar que todos los reclamos se documenten y se gestionen adecuadamente, lo que puede mejorar la experiencia del cliente.

3. Análisis de Reclamos: Una vez que se reciben los reclamos, es importante analizarlos para identificar patrones y causas subyacentes. Este análisis ayuda a las empresas a entender los problemas que enfrentan sus clientes y a priorizar los casos según su gravedad. Utilizar herramientas y técnicas analíticas para evaluar los reclamos puede resultar en mejoras significativas en productos y servicios, lo que a su vez puede reducir la frecuencia de futuros reclamos (Salazar et al., 2019).

4. Resolución de Reclamos: Esta fase se centra en cómo las organizaciones responden y solucionan los problemas planteados por los clientes. Involucra la intervención del personal apropiado para gestionar cada caso y proporcionar soluciones efectivas, como compensaciones o el reemplazo de productos (Guzmán et al., 2024). Una resolución eficaz puede transformar una experiencia negativa en una oportunidad de

fidelización, lo que subraya la importancia de esta fase en la gestión de reclamos.

5. Seguimiento y Feedback: Una parte esencial de la gestión de reclamos es hacer un seguimiento con el cliente después de que se haya proporcionado una solución. Esto no solo muestra que la empresa se preocupa por la experiencia del cliente, sino que también permite a la organización recopilar feedback sobre el proceso de resolución. Este feedback es vital para evaluar la efectividad de la gestión de reclamos y realizar mejoras continuas (Marquez et al., 2024).

6. Capacitación del Personal en Gestión de Reclamos: Para que la gestión de reclamos sea efectiva, es fundamental que el personal esté capacitado adecuadamente en cómo manejar quejas y cómo proporcionar un servicio al cliente excepcional. La capacitación debe incluir habilidades de comunicación, resolución de problemas y empatía para garantizar que los empleados puedan abordar los reclamos de manera profesional y eficiente (Ahumada et al., 2023). Empleados bien entrenados pueden mejorar significativamente la experiencia del cliente y optimizar el proceso de gestión de reclamos.

### **3.2.2. Variable 2: Control interno**

#### **Definición:**

La variable "Control Interno" se refiere a un conjunto de procedimientos y políticas implementadas dentro de una organización para asegurar la eficiencia operativa, la exactitud de la información financiera y el cumplimiento de normativas legales. El control interno se entiende comúnmente como un proceso diseñado para proporcionar una administración razonable en el logro de ciertos objetivos relacionados con la eficiencia y efectividad de las operaciones, la confiabilidad de la información financiera y el cumplimiento de las leyes y regulaciones

aplicables (Yerrén, 2022). Esta definición resalta la función del control interno como una herramienta integral para la gestión organizacional.

Control Interno como Mecanismo de Prevención de Fraude: Esta dimensión del control interno se centra en la utilización de controles diseñados específicamente para prevenir y detectar fraudes y errores en las operaciones. Un sistema de control interno bien estructurado no elimina totalmente el riesgo de fraudes, pero sí reduce significativamente su probabilidad, contribuyendo a un entorno organizacional más seguro y confiable (Vasconcelos et al., 2021). La implementación de controles de acceso, auditorías y revisiones periódicas son parte de este enfoque.

### **Teorías relacionadas al Control interno.**

La variable "Control Interno" se relaciona con diversos comportamientos organizacionales y puede ser explicada a través de varias teorías que evidencian su impacto en la administración y gestión efectiva de las organizaciones.

1. Teoría del Control Social: Esta teoría sostiene que el control interno actúa como un mecanismo social que regula el comportamiento de los individuos dentro de una organización. Se basa en la idea de que los controles bien definidos (como reglas y procedimientos) promueven un comportamiento adecuado entre los empleados al reducir la oportunidad de actuar de manera deshonesto o ineficiente. Estudios han encontrado correlaciones entre un robusto sistema de control interno y el cumplimiento de normas, lo que se traduce en una reducción de actos fraudulentos (Vargas et al., 2024). Esto evidencia que una estructura de control bien implementada puede fomentar un ambiente de trabajo ético.

2. Teoría de la Agencia: Esta teoría aborda la relación entre los principales (dueños de la empresa) y los agentes (gerentes o empleados) donde el control interno se utiliza como mecanismo de supervisión para

alinean los intereses de ambas partes. La teoría sugiere que un buen sistema de control interno puede mitigar el riesgo de que los agentes actúen en su propio beneficio en detrimento de los propietarios. Investigaciones sugieren que organizaciones con políticas efectivas de control interno tienen menores probabilidades de presentar problemas de información financiera y de gestión (Vidal et al., 2023). Esto implica que un control interno bien definido no solo mejora la transparencia, sino que también protege los intereses de los propietarios.

3. Teoría del Riesgo: El enfoque de gestión de riesgos se relaciona estrechamente con el control interno, como se establece en el marco COSO. Esta teoría argumenta que el control interno es fundamental para identificar, evaluar y mitigar riesgos que puedan afectar a la organización. Un análisis sistemático de riesgos dentro del control interno puede resultar en acciones preventivas que eviten pérdidas financieras significativas y errores operativos. Las organizaciones capaces de implementar un control interno proactivo logran adaptarse mejor a condiciones cambiantes, eficientizando su desempeño general (Li et al., 2021).

### **Dimensiones.**

#### **Ambiente de control**

La dimensión "Ambiente de Control" se refiere a la cultura organizacional, las políticas, los procedimientos y las estructuras que establecen el tono para la implementación efectiva de un sistema de control interno.

Definición General del Ambiente de Control: Esta definición se refiere al contexto que establece el marco para todas las actividades de control dentro de una organización. Incluye elementos como la ética, las normas de conducta, la integridad y la competencia de los empleados y la administración. Un ambiente de control sólido proporciona una base para los otros componentes del control interno, asegurando que el enfoque y

la conducta de los empleados estén alineados con los objetivos de la organización (Aksoy & Mohammed, 2020).

### **Actividades de control**

La dimensión "Actividades de Control" se refiere a las políticas y procedimientos implementados para ayudar a asegurar que los objetivos y las metas de una organización se alcancen de manera eficiente y efectiva.

Definición General de Actividades de Control: Las actividades de control son procedimientos que contribuyen a la implementación y funcionamiento efectivo de un sistema de control interno. Incluyen una variedad de medidas operativas, que van desde verificaciones de cumplimiento y auditorías hasta políticas de autorización y reconciliaciones, diseñadas para reducir la probabilidad de errores y fraudes (Yerrén, 2022; Vidal et al., 2023). Estas actividades son fundamentales para establecer un marco en el que se puedan gestionar los riesgos identificados.

### **Supervisión**

La dimensión "Supervisión" se refiere a las prácticas y procesos implementados para monitorear y evaluar la efectividad de los controles internos en una organización. Esta dimensión es crucial para asegurar que los sistemas de control sean adecuados y funcionen correctamente.

Definición General de Supervisión: Se refiere al proceso de realizar un monitoreo continuo de los controles internos y de las prácticas organizacionales para garantizar el cumplimiento de las políticas establecidas y la operatividad de los procesos. La supervisión es fundamental para detectar desviaciones y corregirlas a tiempo, asegurando así que los objetivos organizacionales se alcancen de manera efectiva (Yerrén, 2022). Un enfoque de supervisión robusto es

esencial para la transparencia y la rendición de cuentas dentro de la organización.

### **3.3. Marco conceptual**

**Gestión comercial:** se refiere a las actividades y estrategias que las empresas implementan para maximizar sus ventas y su participación en el mercado. Este tipo de gestión implica el análisis de mercado, la identificación de oportunidades y la creación de una propuesta de valor que atraiga a los clientes. (López & Narváez-Zurita, 2024).

**Estrategias comerciales:** implica un conjunto de enfoques y planes diseñados por una empresa para alcanzar objetivos de ventas, aumentar su cuota de mercado y mejorar su rentabilidad (Calipolitti et al., 2024).

**Atención al usuario:** implica diversas prácticas y enfoques que las organizaciones implementan para interactuar y satisfacer las necesidades de sus clientes. (Silva-Treviño et al., 2021).

**Gestión de reclamos:** es el conjunto de prácticas y procesos que permite a una organización recopilar y resolver las quejas de los clientes de manera efectiva y eficiente. Este proceso incluye la recepción, análisis, resolución y seguimiento de reclamaciones. Una gestión adecuada no solo busca solucionar el problema del cliente, sino también prevenir que se repita en el futuro, fortaleciendo así la relación con el cliente (Lozada & Alarcón, 2021).

**Control Interno:** se refiere a un conjunto de procedimientos y políticas implementadas dentro de una organización para asegurar la eficiencia operativa, la exactitud de la información financiera y el cumplimiento de normativas legales. El control interno se entiende comúnmente como un proceso diseñado para proporcionar una administración razonable en el logro de ciertos objetivos relacionados con la eficiencia y efectividad de

las operaciones, la confiabilidad de la información financiera y el cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables (Yerrén, 2022).

**Ambiente de Control:** Esta definición se refiere al contexto que establece el marco para todas las actividades de control dentro de una organización. Incluye elementos como la ética, las normas de conducta, la integridad y la competencia de los empleados y la administración. Un ambiente de control sólido proporciona una base para los otros componentes del control interno, asegurando que el enfoque y la conducta de los empleados estén alineados con los objetivos de la organización (Aksoy & Mohammed, 2020).

**Actividades de Control:** Las actividades de control son procedimientos que contribuyen a la implementación y funcionamiento efectivo de un sistema de control interno. Incluyen una variedad de medidas operativas, que van desde verificaciones de cumplimiento y auditorías hasta políticas de autorización y reconciliaciones, diseñadas para reducir la probabilidad de errores y fraudes (Yerrén, 2022).

**Supervisión:** Se refiere al proceso de realizar un monitoreo continuo de los controles internos y de las prácticas organizacionales para garantizar el cumplimiento de las políticas establecidas y la operatividad de los procesos. La supervisión es fundamental para detectar desviaciones y corregirlas a tiempo, asegurando así que los objetivos organizacionales se alcancen de manera efectiva (Yerrén, 2022).

## IV. METODOLOGÍA

### 4.1. Tipo y nivel de la investigación.

#### **Enfoque.**

Cuantitativo: La investigación se desarrollará bajo un enfoque cuantitativo, el cual se caracteriza por la recolección y análisis de datos numéricos para identificar patrones y establecer relaciones entre variables. Este enfoque permite la objetividad y la posibilidad de generalizar los resultados a una población más amplia. Según la información recopilada, la investigación cuantitativa se centra en cuantificar la recopilación y el análisis de datos, formando parte de un enfoque deductivo que enfatiza la comprobación de teorías, moldeada por filosofías empiristas y positivistas.

#### **Tipo.**

Básica: Este estudio se clasifica como una investigación básica, ya que busca ampliar el conocimiento teórico sobre la gestión comercial y el control interno en el contexto específico de las ferreterías de Juliaca. La investigación básica, también conocida como investigación fundamental o pura, tiene como objetivo acrecentar los conocimientos teóricos sin interesarse directamente en sus posibles aplicaciones prácticas.

#### **Nivel.**

Descriptivo correlacional: El nivel de la investigación es descriptivo relacional, lo que implica que se describirán las características de las variables de interés y se analizarán las relaciones existentes entre ellas. Este nivel de investigación permite comprender cómo se interrelacionan las dimensiones de la gestión comercial y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca.

### 4.2. Diseño de Investigación

No experimental, transversal, correlacional: En un diseño no experimental, el investigador observa los fenómenos tal como se dan en

su contexto natural, sin manipular intencionalmente las variables independientes. Los estudios transversales miden la exposición y la enfermedad en una población definida de manera simultánea y en un período determinado. El diseño correlacional busca identificar la relación o grado de asociación entre dos o más variables en una población en particular.

### **4.3. Hipótesis general y específicas.**

#### **4.3.1. Hipótesis general**

Existe una relación significativa entre la gestión comercial y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025.

#### **4.3.2. Hipótesis específicas.**

##### **H.E.1:**

Las estrategias comerciales y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025, se asocian.

##### **H.E.2:**

La atención al usuario y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025, se asocian.

##### **H.E.3:**

La gestión de reclamos y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025, se asocian.

### **4.4. Identificación de las variables.**

#### **Variable 1:**

Gestión comercial

#### **Dimensiones:**

D.1: Estrategias comerciales.

D.2: Atención al usuario.

D.2: Gestión de reclamos.

**Variable 2:**

Control interno

**Dimensiones:**

D.1: Ambiente de control

D.2: Actividades de control

D.3.: Supervisión

#### 4.5. Matriz de operacionalización de variables

| VARIABLE          | DIMENSIONES                  | INDICADORES  | ITEMS          | ESCALA DE VALORES   | NIVEL Y RANGOS   | TIPO DE VARIABLE ESTADÍSTICA |
|-------------------|------------------------------|--|----------------|---|--|------------------------------|
| Gestión comercial | D.1: Estrategias comerciales | Formulación y cumplimiento de objetivos organizacionales | 1, 2, 3        | Nunca 1<br>A veces 2<br>Regularmente 3<br>Frecuentemente 4<br>Siempre 5 | Deficiente (26 – 60)<br>Aceptable (61 – 95)<br>Óptima (96 – 130) | Ordinal                      |
|                   |                              | Programación y supervisión de actividades                | 4, 5, 6, 7     |   |  |                              |
|                   |                              | Planteamiento y supervisión de metas                     | 8, 9, 10       |   |  |                              |
|                   | D.2: Atención al usuario.    | Diseño y aplicación de políticas de atención al usuario  | 11, 12, 13     |   |  |                              |
|                   |                              | Confianza y percepción del usuario sobre la empresa      | 14, 15, 16, 17 |   |  |                              |
|                   |                              | Respuesta a las necesidades y tiempos de atención        | 18, 19, 20     |   |  |                              |
|                   | D.3: Gestión de reclamos.    | Frecuencia y legitimidad de los reclamos                 | 21, 22, 23     |   |  |                              |
|                   |                              | Respuesta de la empresa ante los reclamos                | 24, 25, 26     |   |  |                              |

| VARIABLE        | DIMENSIONES                 | INDICADORES  | ITEMS      | ESCALA DE VALORES   | NIVEL Y RANGOS  | TIPO DE VARIABLE ESTADÍSTICA |
|-----------------|-----------------------------|--|------------|---|---|------------------------------|
| Control interno | D.1: Ambiente de control    | Cultura organizacional y compromiso con el control interno | 1, 2, 3    | Nunca 1<br>Casi nunca 2<br>A veces 3<br>Casi siempre 4<br>Siempre 5 | Deficiente (16 – 37)<br>Aceptable (38 – 59)<br>Óptimo (60 – 80) | Ordinal                      |
|                 |                             | Estructura organizativa y desarrollo profesional           | 4, 5       |   |   |                              |
|                 |                             | Capacidades y responsabilidades del personal               | 6, 7       |   |   |                              |
|                 | D.2: Actividades de control | Definición y estructura de las actividades de control      | 8, 9       |   |   |                              |
|                 |                             | Seguridad y acceso a la información                        | 10, 11     |   |   |                              |
|                 |                             | Evaluación y control financiero                            | 12, 13, 14 |   |   |                              |
|                 | D.3: Supervisión.           | Monitoreo del cumplimiento normativo                       | 15         |   |   |                              |
|                 |                             | Implementación de mejoras en la gestión administrativa     | 16         |   |   |                              |

#### **4.6. Población – Muestra**

##### **Población.**

La población de estudio está conformada por las ferreterías registradas en el distrito de Juliaca, Puno. Según los registros oficiales, existen 98 ferreterías en la zona, las cuales operan en distintos sectores de la ciudad y presentan diversas características en cuanto a su gestión comercial y control interno. Estas empresas representan un sector clave en la economía local, abasteciendo tanto a consumidores individuales como a empresas de construcción y otros rubros afines.

##### **Muestra**

Para la presente investigación, se ha determinado una muestra de 50 ferreterías, seleccionadas en función de criterios de conveniencia y disponibilidad. La elección de esta muestra se basa en la accesibilidad de los establecimientos para la recolección de datos, garantizando que las unidades de análisis representen de manera adecuada las condiciones del sector ferretero en Juliaca. La muestra permitirá obtener información relevante sobre las estrategias comerciales, la atención al usuario, la gestión de reclamos y la implementación del control interno en estas empresas.

##### **Muestreo**

El tipo de muestreo empleado en esta investigación es no probabilístico por conveniencia. Esta técnica se utiliza cuando la selección de la muestra no depende de un proceso aleatorio, sino de la disponibilidad y accesibilidad de las unidades de análisis. En este caso, la muestra de 50 ferreterías se ha definido considerando la disposición de los propietarios o administradores a participar en la investigación, asegurando que la información recolectada sea representativa del sector. A pesar de no ser un

muestreo probabilístico, se espera que los hallazgos proporcionen una visión clara y útil sobre la realidad del control interno y la gestión comercial en las ferreterías del distrito de Juliaca.

#### **4.7. Técnicas e instrumentos de recolección de información.**

##### **Técnica**

Para la presente investigación, se ha seleccionado la técnica de encuesta, debido a su efectividad para recopilar información estructurada de un grupo de participantes. La encuesta permitirá obtener datos cuantificables sobre la gestión comercial y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca. Esta técnica facilitará la recolección de percepciones y opiniones de los propietarios o administradores de los establecimientos, lo que permitirá analizar cómo aplican estrategias comerciales, atienden a los usuarios, gestionan reclamos y desarrollan procesos de control interno.

##### **Instrumento.**

El instrumento utilizado para la recolección de datos será un cuestionario, diseñado específicamente para evaluar las variables de estudio: gestión comercial y control interno. El cuestionario incluirá preguntas estructuradas y cerradas, organizadas en escalas de medición, que permitirán evaluar las dimensiones de cada variable: estrategias comerciales, atención al usuario, gestión de reclamos, ambiente de control, actividades de control y supervisión.

El cuestionario será aplicado a los propietarios o administradores de las 50 ferreterías seleccionadas en la muestra, garantizando la recopilación de datos de manera uniforme y estandarizada. Además, se realizarán pruebas piloto para verificar la claridad y

comprensión de las preguntas, asegurando la validez y confiabilidad del instrumento de medición.

#### **4.8. Técnicas de análisis y procesamiento de datos.**

##### Técnicas de Análisis de Datos

Para el análisis de los datos recopilados, se aplicarán técnicas estadísticas adecuadas para evaluar la relación entre la gestión comercial y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca. En primer lugar, se realizará una prueba de normalidad para determinar si los datos siguen una distribución normal. Esto permitirá seleccionar la prueba estadística más adecuada para medir la correlación entre las variables.

Los datos presentan una distribución normal, se aplica el coeficiente de correlación de Pearson. Esta prueba permite establecer el grado de asociación entre la gestión comercial y el control interno en las ferreterías evaluadas.

##### Procesamiento de Datos

El procesamiento de los datos se llevará a cabo mediante el uso de software estadístico especializado, como SPSS o Excel, para realizar el análisis descriptivo y correlacional de las variables. Inicialmente, se procederá a la limpieza y organización de la base de datos para garantizar la calidad y coherencia de la información. Luego, se aplicarán técnicas de estadística descriptiva (frecuencias, porcentajes) para caracterizar la muestra. Posteriormente, se ejecutarán las pruebas de normalidad y correlación para evaluar la relación entre la gestión comercial y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca.

El uso de estas técnicas garantizará un análisis riguroso y fundamentado de los datos obtenidos, proporcionando resultados confiables y relevantes para la investigación.

## **V. RESULTADOS**

### **5.1. Presentación de Resultados**

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos a partir de la aplicación del instrumento de recolección de datos a los representantes de las 50 ferreterías seleccionadas del distrito de Juliaca, Puno. La información recopilada fue organizada, procesada y analizada mediante técnicas estadísticas descriptivas, permitiendo ofrecer una visión clara y objetiva del comportamiento de las variables: Gestión Comercial (estrategias comerciales, atención al usuario y gestión de reclamos) y Control Interno (ambiente de control, actividades de control y supervisión).

Los resultados se expresan en tablas y figuras, que muestran frecuencias y porcentajes. Esta representación gráfica y numérica facilita la comprensión del estado actual de la gestión comercial y el control interno en el contexto estudiado. Asimismo, se analizan los resultados en función de cada dimensión, lo cual permite identificar patrones, fortalezas y debilidades presentes en las ferreterías encuestadas.

El análisis descriptivo que aquí se exponen constituye la base para la interpretación posterior de las relaciones entre variables, así como para la formulación de conclusiones y recomendaciones relevantes para el sector. Los datos presentados proporcionan una radiografía general del manejo organizativo y administrativo de las ferreterías en Juliaca, aportando evidencia empírica para la toma de decisiones y mejora continua en la gestión empresarial.

**Tabla 1**

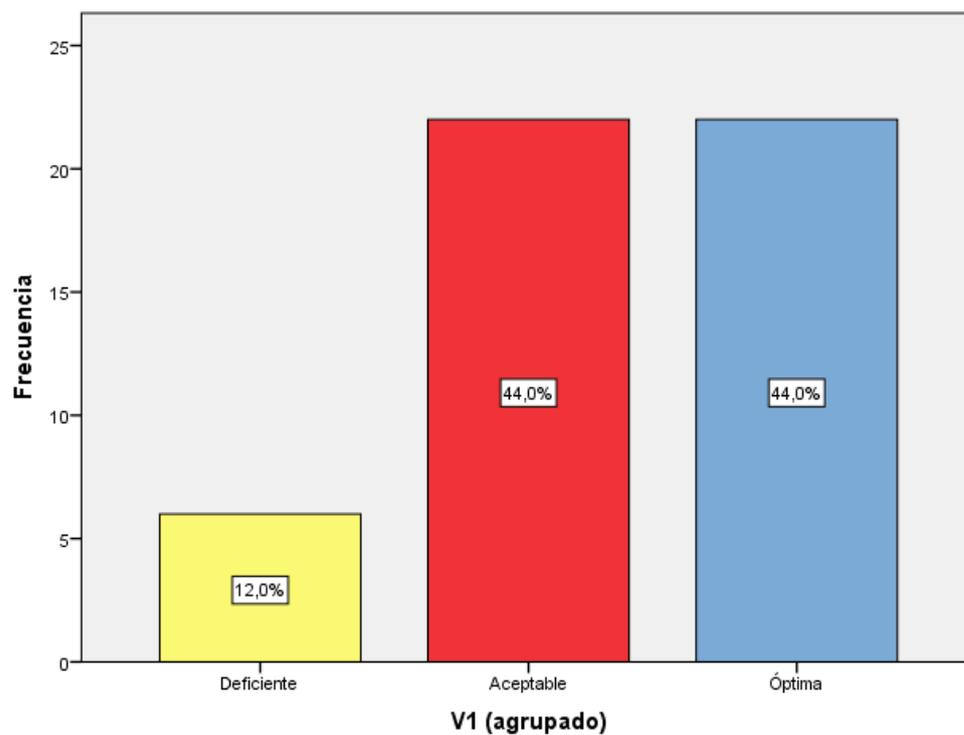
*Frecuencia de la variable Gestión Comercial.*

|         |            | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|---------|------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válidos | Deficiente | 6          | 12,0       | 12,0                 | 12,0                    |
|         | Aceptable  | 22         | 44,0       | 44,0                 | 56,0                    |
|         | Óptima     | 22         | 44,0       | 44,0                 | 100,0                   |
|         | Total      | 50         | 100,0      | 100,0                |                         |

Fuente: Aplicación del instrumento.

**Figura 1**

Frecuencia de la variable Gestión Comercial



Fuente: Aplicación de encuesta

**Tabla 2**

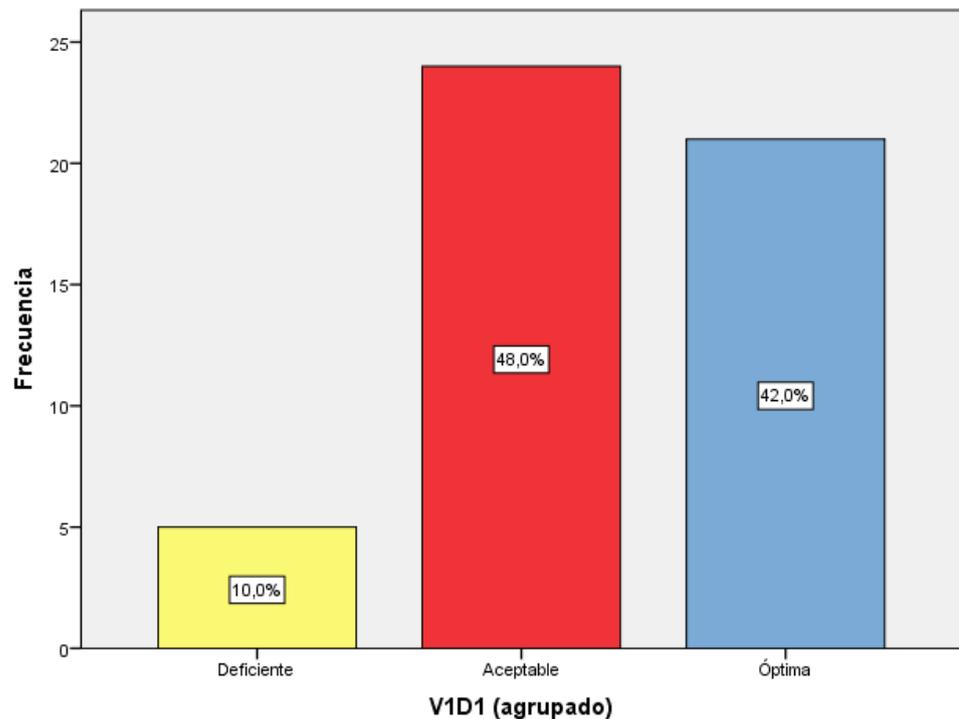
*Frecuencia de la variable Gestión Comercial, dimensión estrategias comerciales.*

|         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Deficiente | 5          | 10,0              | 10,0                 |
|         | Aceptable  | 24         | 48,0              | 58,0                 |
|         | Óptima     | 21         | 42,0              | 100,0                |
|         | Total      | 50         | 100,0             | 100,0                |

Fuente: Aplicación del instrumento.

**Figura 2**

Frecuencia de la variable Gestión Comercial, dimensión estrategias comerciales.



Fuente: Aplicación de encuesta

**Tabla 3**

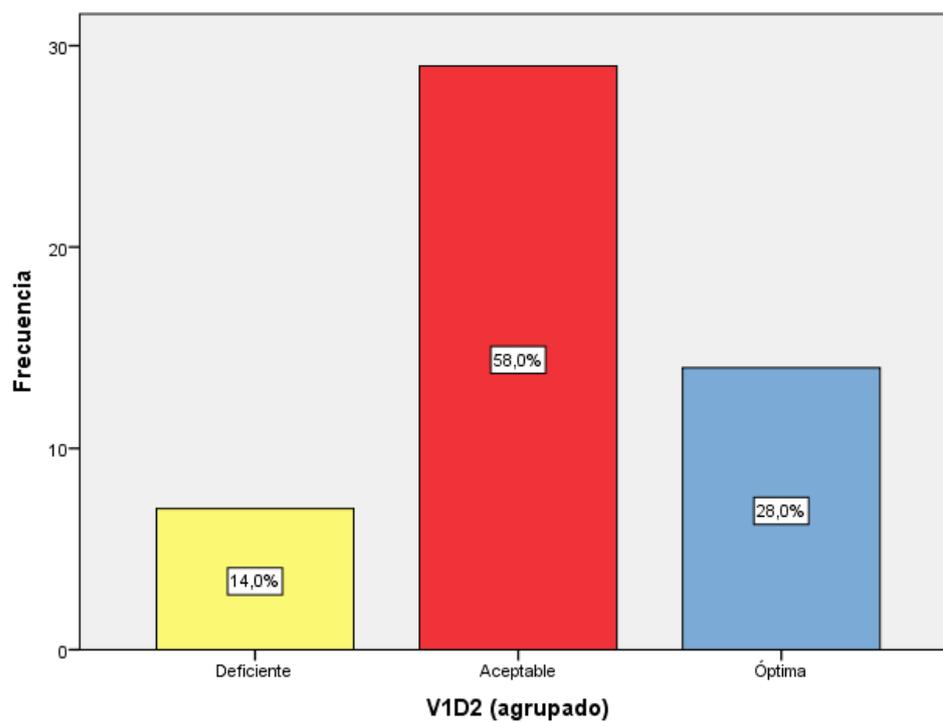
*Frecuencia de la variable Gestión Comercial, dimensión Atención al usuario.*

|         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Deficiente | 7          | 14,0              | 14,0                 |
|         | Aceptable  | 29         | 58,0              | 72,0                 |
|         | Óptima     | 14         | 28,0              | 100,0                |
|         | Total      | 50         | 100,0             | 100,0                |

Fuente: Aplicación del instrumento.

**Figura 3**

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



Fuente: Aplicación de encuesta

**Tabla 4**

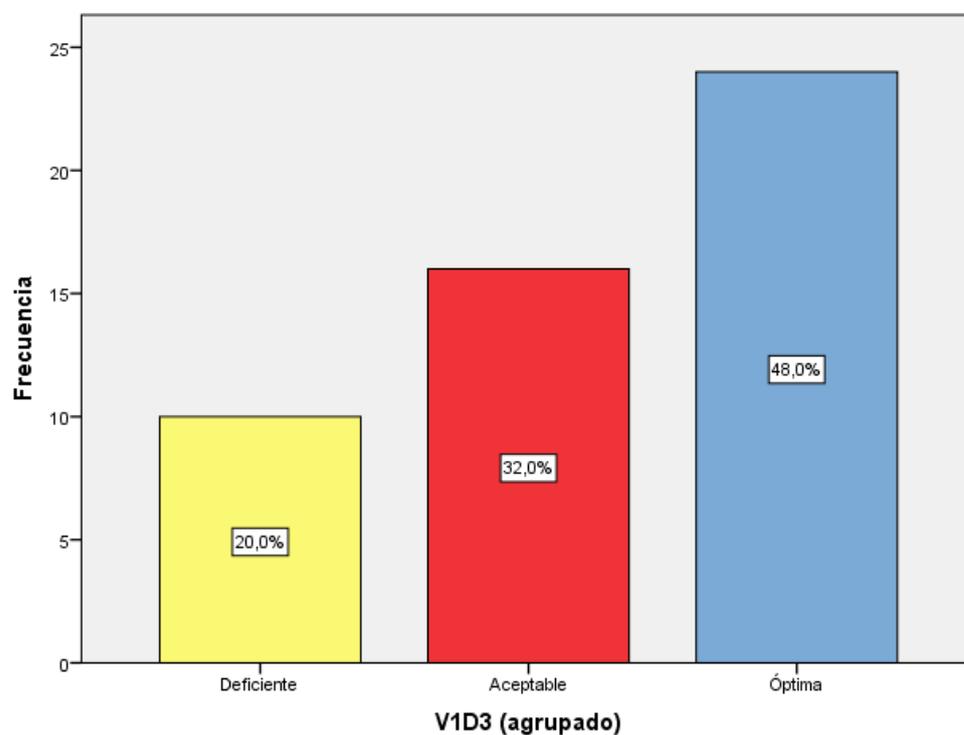
*Frecuencia de la variable Gestión Comercial, dimensión Gestión de reclamos.*

|         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Deficiente | 10         | 20,0              | 20,0                 |
|         | Aceptable  | 16         | 32,0              | 52,0                 |
|         | Óptima     | 24         | 48,0              | 100,0                |
|         | Total      | 50         | 100,0             | 100,0                |

Fuente: Aplicación del instrumento.

**Figura 4**

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



Fuente: Aplicación de encuesta

**Tabla 5**

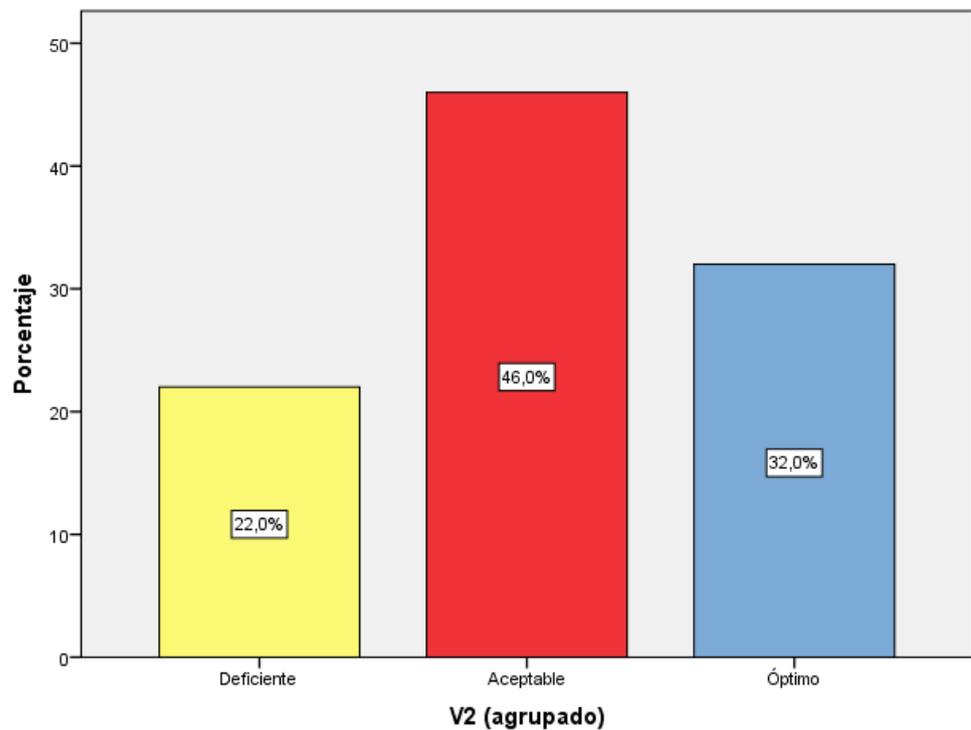
*Frecuencia de la variable Control interno.*

|         |            | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje<br>válido | Porcentaje<br>acumulado |
|---------|------------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válidos | Deficiente | 11         | 22,0       | 22,0                 | 22,0                    |
|         | Aceptable  | 23         | 46,0       | 46,0                 | 68,0                    |
|         | Óptima     | 16         | 32,0       | 32,0                 | 100,0                   |
|         | Total      | 50         | 100,0      | 100,0                |                         |

Fuente: Aplicación del instrumento.

**Figura 5**

Frecuencia de la variable Control interno



Fuente: Aplicación de encuesta

**Tabla 6**

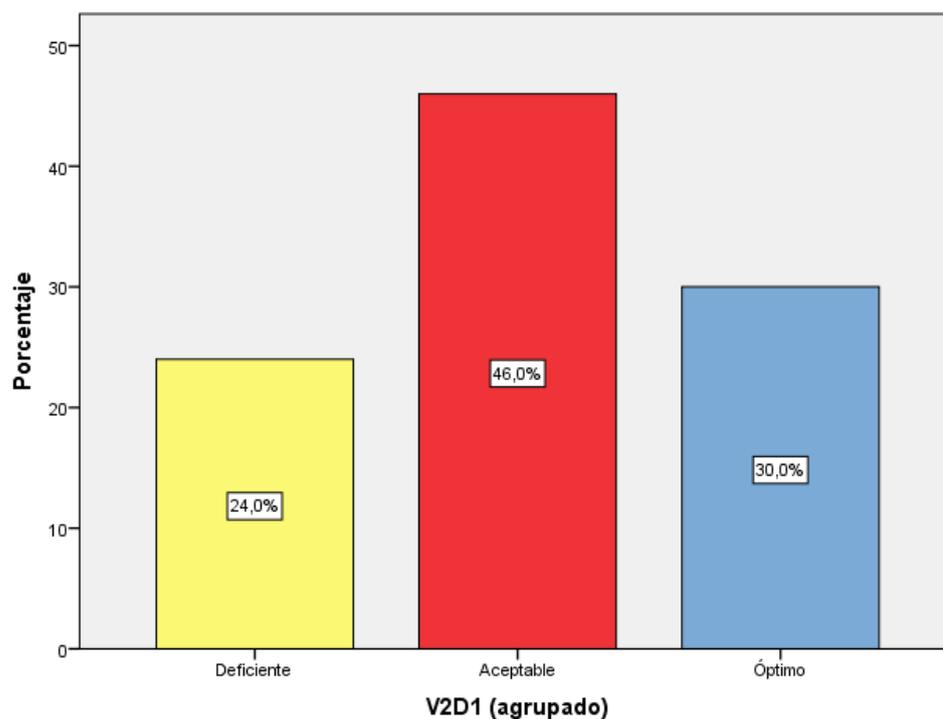
*Frecuencia de la variable Control interno, dimensión Ambiente de control.*

|         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Deficiente | 12         | 24,0              | 24,0                 |
|         | Aceptable  | 23         | 46,0              | 70,0                 |
|         | Óptima     | 15         | 30,0              | 100,0                |
|         | Total      | 50         | 100,0             | 100,0                |

Fuente: Aplicación del instrumento.

**Figura 6**

Frecuencia de la variable Control interno, dimensión Ambiente de control.



Fuente: Aplicación de encuesta

**Tabla 7**

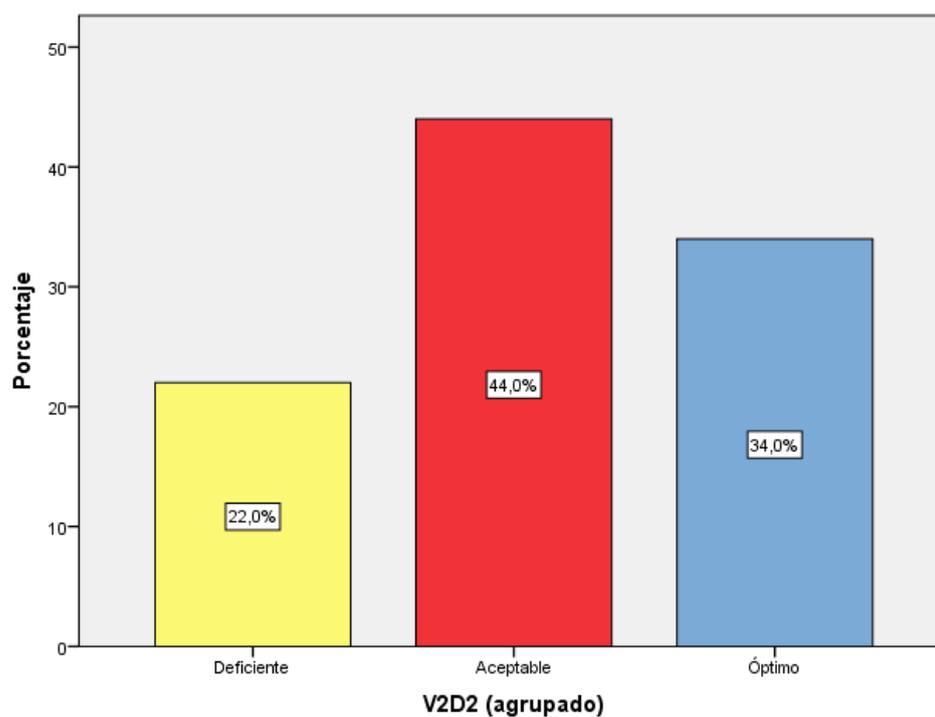
*Frecuencia de la variable Control interno, dimensión Actividades de control.*

|         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Deficiente | 11         | 22,0              | 22,0                 |
|         | Aceptable  | 22         | 44,0              | 66,0                 |
|         | Óptima     | 17         | 34,0              | 100,0                |
|         | Total      | 50         | 100,0             | 100,0                |

Fuente: Aplicación del instrumento.

**Figura 7**

Frecuencia de la variable Control interno, dimensión Actividades de control.



Fuente: Aplicación de encuesta

**Tabla 8**

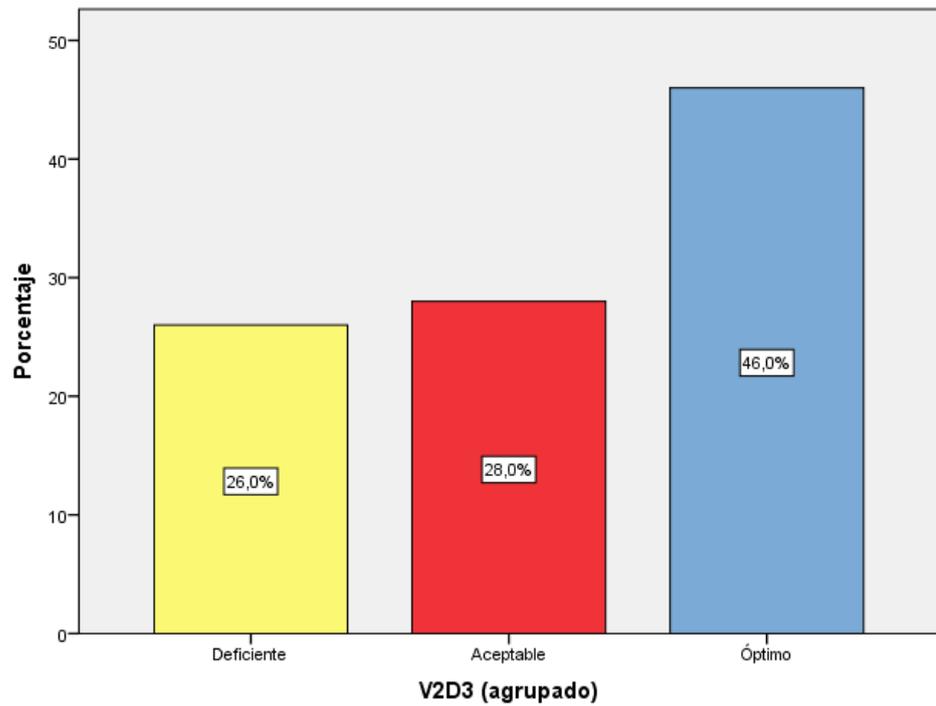
*Frecuencia de la variable Control interno, dimensión Supervisión.*

|         | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Deficiente | 13         | 26,0              | 26,0                 |
|         | Aceptable  | 14         | 28,0              | 54,0                 |
|         | Óptima     | 23         | 46,0              | 100,0                |
|         | Total      | 50         | 100,0             | 100,0                |

Fuente: Aplicación del instrumento.

**Figura 8**

Frecuencia de la variable Control interno, dimensión Supervisión.



Fuente: Aplicación de encuesta

## **5.2. Interpretación de resultados**

Interpretación de la Tabla 1 y Figura 1: Frecuencia de la variable Gestión Comercial

Los resultados revelan que el 44,0% de las ferreterías evaluadas presenta una gestión comercial aceptable, mientras que otro 44,0% alcanza un nivel óptimo. Esta distribución sugiere que la mayoría de las empresas del sector aplican prácticas comerciales relativamente estructuradas, aunque con diferentes grados de eficacia. El hecho de que casi la mitad haya alcanzado un desempeño óptimo evidencia la existencia de buenas prácticas en planificación, atención al cliente y seguimiento de metas. Sin embargo, un 12,0 % de las ferreterías muestra una gestión comercial deficiente, lo que indica que en ciertos casos no se están aplicando correctamente los principios básicos de gestión, tales como la formulación de objetivos, la atención estructurada al usuario o la programación de actividades. Este grupo requiere atención prioritaria, ya que una gestión comercial ineficiente puede repercutir directamente en la satisfacción del cliente y la sostenibilidad del negocio. En conjunto, los datos evidencian un panorama mixto, con predominio de niveles funcionales, pero con necesidad de reforzar capacidades en aquellas ferreterías que aún presentan debilidades.

Interpretación de la Tabla 2 y Figura 2: Dimensión Estrategias Comerciales

Los resultados muestran que el 48,0% de las ferreterías evaluadas se ubican en un nivel aceptable en cuanto a la aplicación de estrategias comerciales, mientras que un 42,0% alcanzan un nivel óptimo. Esta distribución sugiere que la mayoría de los negocios han desarrollado mecanismos básicos o intermedios para la formulación y cumplimiento de objetivos, programación de actividades y establecimiento de metas. Sin embargo, el margen entre lo aceptable y lo óptimo indica que aún

hay espacio para perfeccionar estas estrategias y hacerlas más consistentes y orientadas a resultados.

Por otro lado, un 10,0 % de las ferreterías presenta un nivel deficiente en esta dimensión, lo que evidencia la ausencia o debilidad en procesos clave como la planificación comercial o la supervisión de metas. Esta falta de estrategia puede limitar significativamente la eficiencia operativa y la capacidad de respuesta frente a la competencia del mercado. En general, los datos reflejan un escenario relativamente positivo, pero también plantean la necesidad de fortalecer las competencias estratégicas en una parte del sector ferretero de Juliaca.

#### Interpretación de la Tabla 3 y Figura 3: Dimensión Atención al Usuario

Los resultados indican que la mayor proporción de ferreterías (58,0%) se encuentra en un nivel aceptable respecto a la atención al usuario. Esto sugiere que, si bien la mayoría de empresas han implementado prácticas mínimas para atender adecuadamente a sus clientes, estas aún pueden ser mejoradas en términos de oportunidad, empatía y cumplimiento de las expectativas del servicio ofrecido.

Un 28,0 % de las ferreterías ha alcanzado un nivel óptimo, lo cual refleja un grupo significativo de negocios que priorizan una atención eficaz, con políticas claras, buena recepción por parte del cliente y confianza en el servicio brindado. Este grupo puede ser considerado una referencia para la mejora del resto. Sin embargo, el 14,0% de las empresas presenta una atención al usuario deficiente, lo que representa una debilidad importante, considerando que la experiencia del cliente es clave para la fidelización y el posicionamiento en el mercado. En estos casos, es probable que existan fallas tanto en la comunicación como en la respuesta adecuada a las necesidades del usuario. Estos

resultados evidencian que, si bien hay avances en esta dimensión, es necesario fortalecer las capacidades del personal y estandarizar procesos que garanticen una atención al cliente más eficiente y orientada a la calidad.

#### Interpretación de la Tabla 4 y Figura 4: Dimensión Gestión de Reclamos

Los resultados reflejan que el 48,0 % de las ferreterías presenta un nivel óptimo en la gestión de reclamos, lo cual es un indicador positivo respecto a la capacidad de respuesta ante las quejas y sugerencias de los clientes. Estas empresas probablemente cuentan con mecanismos estructurados para recibir, evaluar y resolver los reclamos de manera oportuna y adecuada, fortaleciendo así la confianza y fidelización del usuario.

Un 32,0% se encuentra en un nivel aceptable, lo que sugiere que existen esfuerzos para atender los reclamos, aunque posiblemente de forma inconsistente o sin procedimientos completamente estandarizados. En estos casos, una mejora en la sistematización de procesos podría elevar significativamente la calidad del servicio postventa. No obstante, un 20,0 % de las ferreterías muestra un desempeño deficiente en esta dimensión, lo cual representa una alerta importante. La falta de respuesta oportuna o adecuada frente a los reclamos puede generar descontento, pérdida de clientes y daño a la reputación del negocio. Estos resultados muestran que, aunque una parte significativa del sector ya gestiona exitosamente los reclamos, aún es necesario reforzar este componente en muchas ferreterías para consolidar una atención integral centrada en el cliente.

#### Interpretación de la Tabla 5 y Figura 5: Control Variable Interno

Los datos evidencian que el 46,0 % de las ferreterías se ubica en un nivel aceptable en cuanto a la implementación del control interno. Esto indica que muchas de las empresas cuentan con elementos básicos de control, como estructuras organizativas definidas, procedimientos documentados o algún nivel de supervisión, aunque posiblemente con limitaciones en la consistencia o profundidad de su aplicación.

Por otro lado, un 32,0 % presenta un nivel óptimo, lo que refleja que estas ferreterías han desarrollado sistemas de control interno sólidos, con adecuada supervisión, monitoreo de procesos y políticas internas claras. Este grupo probablemente aplica buenas prácticas en el manejo de la información, rendición de cuentas y seguimiento administrativo, lo que mejora su desempeño y transparencia.

Sin embargo, un 22,0 % muestra un control interno deficiente, lo que implica importantes riesgos operativos y administrativos. Estas empresas podrían carecer de procedimientos formales, controles sobre el manejo de recursos o mecanismos efectivos de supervisión, situación que puede comprometer su sostenibilidad y cumplimiento normativo. En conjunto, los resultados indican que, si bien la mayoría de las ferreterías cuentan con cierta estructura de control, es fundamental fortalecer estos sistemas para asegurar una gestión más eficiente, transparente y orientada al crecimiento sostenible.

#### Interpretación de la Tabla 6 y Figura 6: Dimensión Ambiente de Control

Los resultados muestran que el 46,0 % de las ferreterías se encuentran en un nivel aceptable respecto al ambiente de control, lo cual sugiere que muchas empresas cuentan con algunos elementos básicos de cultura organizacional, normas

éticas y estructuras formales que contribuyen al funcionamiento del control interno. Sin embargo, estos componentes podrían no estar plenamente consolidados ni aplicados de forma uniforme en toda la organización.

El 30,0 % de las ferreterías alcanza un nivel óptimo, lo que refleja la existencia de una cultura organizacional sólida, liderazgo comprometido con el control interno, difusión del código de ética y claridad en los roles y responsabilidades del personal. Estas empresas probablemente promuevan un entorno favorable para el cumplimiento de objetivos y la mejora continua.

Por otro lado, el 24,0 % presenta un ambiente de control deficiente, lo que representa un riesgo considerable. Este grupo podría carecer de liderazgo en control interno, no comunicar adecuadamente la misión y objetivos institucionales, o no fomentar el desarrollo profesional de su personal, afectando la transparencia y efectividad de su gestión. En síntesis, aunque más de la mitad de las ferreterías tienen un ambiente de control entre aceptable y óptimo, aún se requiere un trabajo significativo para fortalecer la cultura de control en una proporción importante del sector.

#### Interpretación de la Tabla 7 y Figura 7: Dimensión Actividades de Control

Los datos revelan que el 44,0 % de las ferreterías alcanza un nivel aceptable en cuanto a la implementación de actividades de control. Esto indica que muchas empresas han establecido procedimientos básicos relacionados con la documentación de procesos, controles sobre información financiera y funciones definidas, aunque posiblemente con carencias en consistencia, evaluación periódica o seguimiento riguroso.

Por otro lado, un 34,0 % se posiciona en un nivel óptimo, lo que sugiere que estas ferreterías cuentan con un sistema estructurado y funcional de control interno. Es probable que en este grupo se realicen conciliaciones periódicas, se restrinja adecuadamente el acceso a información confidencial y se apliquen mecanismos claros para la rendición de cuentas y la gestión de riesgos operativos.

Sin embargo, el 22,0% de las empresas evaluadas presenta un nivel deficiente, lo que representa una vulnerabilidad importante. Estas ferreterías posiblemente carecen de procedimientos formales o no realizan prácticas clave como el respaldo de información, las autoevaluaciones administrativas o el seguimiento de tareas y responsabilidades. En resumen, si bien una parte significativa del sector ha avanzado en la formalización de sus actividades de control, se evidencia la necesidad de reforzar su implementación y estandarización, especialmente en aquellas empresas con desempeño más bajo.

#### Interpretación de la Tabla 8: Dimensión Supervisión

Los resultados muestran que el 46,0 % de las ferreterías evaluadas presenta un nivel óptimo en la dimensión Supervisión, lo cual es un indicador positivo respecto a la existencia de monitoreo efectivo del cumplimiento de normativas internas y de una actitud proactiva de los directivos para implementar mejoras en la gestión administrativa. Este grupo demuestra una cultura de seguimiento y evaluación constante, lo que favorece la eficiencia organizacional.

El 28,0 % se sitúa en un nivel aceptable, lo que indica que en estas empresas existen prácticas de supervisión, aunque posiblemente aplicadas de manera parcial o esporádica. Estas ferreterías pueden tener intención de mejora, pero carecen de

mecanismos sistemáticos de monitoreo o retroalimentación continua.

No obstante, un 26,0 % muestra un nivel deficiente, lo que representa una debilidad crítica. La falta de supervisión efectiva puede generar incumplimiento de procedimientos, baja capacidad de respuesta ante errores o desviaciones, y escasa implementación de mejoras sugeridas, afectando directamente la calidad de la gestión interna.

En conjunto, los datos reflejan un desempeño mixto en esta dimensión: si bien una parte importante del sector ha logrado implementar procesos sólidos de supervisión, una proporción significativa aún requiere fortalecer sus capacidades de monitoreo para garantizar un control interno efectivo y sostenible.

## VI. ANALISIS DE LOS RESULTADOS

### 6.1. Analisis inferencial.

En este capítulo se presenta el análisis inferencial de los datos obtenidos en la investigación, con el propósito de determinar la relación entre las variables Gestión Comercial y Control Interno en las ferreterías del distrito de Juliaca.

Inicialmente, se aplicaron pruebas de normalidad (Kolmogorov-Smirnov y Shapiro-Wilk) con el fin de identificar la distribución de los datos. Por el tamaño de la muestra, se toma en cuenta la prueba de Shapiro-Wilk. A partir de estos resultados, se procedió a seleccionar la prueba estadística más adecuada para contrastar las hipótesis planteadas. Para las variables y dimensiones que presentan una distribución normal, se utiliza la prueba de variación de Pearson.

Prueba de normalidad

**Tabla 9**

*Prueba de normalidad*

|                          | Shapiro-Wilk |    |      |
|--------------------------|--------------|----|------|
|                          | Estadístico  | gl | Sig. |
| <b>Gestión Comercial</b> | ,956         | 50 | ,062 |
| Estrategias comerciales  | ,974         | 50 | ,344 |
| Atención al usuario      | ,973         | 50 | ,300 |
| Gestión de reclamos      | ,934         | 50 | ,008 |
| <b>Control Interno</b>   | ,960         | 50 | ,086 |
| Ambiente de Control      | ,959         | 50 | ,080 |
| Actividades de Control   | ,955         | 50 | ,053 |
| Supervisión              | ,913         | 50 | ,001 |

\*. Este es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Antes de aplicar las pruebas de correlación, se evaluó la distribución de los datos mediante la prueba de normalidad de

Shapiro-Wilk, adecuada para muestras pequeñas como en el presente caso. Los resultados indicaron que la mayoría de variables y dimensiones, como Gestión Comercial, Estrategias Comerciales, Atención al Usuario, Control Interno, Ambiente de Control y Actividades de Control, presentan valores de significancia mayores a 0.05, por lo que se supone que sus datos se distribuyen de forma normal.

Con base en estos resultados, se aplicó la prueba de evaluación de Pearson.

Pruebas de hipótesis:

**Hipótesis General:** Existe una relación significativa entre la gestión comercial y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025.

**Tabla 10:**

*Correlación entre la gestión comercial y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025.*

|                   |                        | Gestión comercial | Control Interno |
|-------------------|------------------------|-------------------|-----------------|
| Gestión comercial | Coeficiente de Pearson | 1                 | ,729**          |
|                   | Sig. (bilateral)       |                   | ,000            |
|                   | N                      | 50                | 50              |
| Control Interno   | Coeficiente de Pearson | ,729**            | 1               |
|                   | Sig. (bilateral)       | ,000              |                 |
|                   | N                      | 50                | 50              |

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

El análisis inferencial de la Tabla 10, muestra que existe una calificación positiva alta entre la variable Gestión Comercial y Control Interno, con un coeficiente de Pearson de 0.729 y un nivel de significancia bilateral de 0.000. Este resultado indica que, a mayor eficiencia en la gestión comercial —considerando dimensiones como estrategias, atención al usuario y gestión de reclamos—, mayor será

también la calidad del control interno dentro de las ferreterías evaluadas.

Dado que la significancia es menor a 0.01, se concluye que la relación observada es estadísticamente significativa, lo que respalda la hipótesis de que ambas variables están directamente asociadas. Es decir, las mejoras en la planificación, atención y resolución de reclamos pueden favorecer directamente la implementación de mecanismos de control más sólidos, como el monitoreo, la documentación de procesos y la supervisión administrativa.

Este hallazgo es consistente con el enfoque teórico que sostiene que la gestión comercial no solo tiene un impacto en el cliente externo, sino también en la estructura interna de control y gestión empresarial.

**Hipótesis Específica 1:** Las estrategias comerciales y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025, se asocian.

**Tabla 11:**

*Correlación entre las estrategias comerciales y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025.*

|                            |                        | Estrategias<br>comerciales | Control Interno |
|----------------------------|------------------------|----------------------------|-----------------|
| Estrategias<br>comerciales | Coeficiente de Pearson | 1                          | ,504**          |
|                            | Sig. (bilateral)       |                            | ,000            |
|                            | N                      | 50                         | 50              |
| Control Interno            | Coeficiente de Pearson | ,504**                     | 1               |
|                            | Sig. (bilateral)       | ,000                       |                 |
|                            | N                      | 50                         | 50              |

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados de la Tabla 11 muestran una valoración positiva moderada entre la dimensión Estrategias Comerciales y la variable Control Interno, con un coeficiente de Pearson de 0,504 y un nivel de

significancia de 0,000. Este valor indica que existe una relación directa y estadísticamente significativa entre ambas variables al nivel del 1 %.

En términos prácticos, esto sugiere que cuanto más claras y estructuradas son las estrategias comerciales —como la formulación de objetivos, la programación de actividades y el establecimiento de metas—, mayor es la eficacia del control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca. Esta relación puede estar sustentada en el hecho de que una gestión estratégica coherente proporciona orden, seguimiento y dirección a los procesos internos.

Aunque la correlación no es alta, su significancia indica que la planificación comercial influye de manera importante en la implementación de controles administrativos, lo cual es clave para fortalecer la transparencia, la rendición de cuentas y la eficiencia organizacional.

**Hipótesis Específica 2:** La atención al usuario y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025, se asocian.

**Tabla 12:**

*Correlación entre la atención al usuario y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025.*

|                     |                        | Atención al usuario | Control Interno |
|---------------------|------------------------|---------------------|-----------------|
| Atención al usuario | Coeficiente de Pearson | 1                   | ,703**          |
|                     | Sig. (bilateral)       |                     | ,000            |
|                     | N                      | 50                  | 50              |
| Control Interno     | Coeficiente de Pearson | ,703**              | 1               |
|                     | Sig. (bilateral)       | ,000                |                 |
|                     | N                      | 50                  | 50              |

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

El análisis de la Tabla 12 revela una evaluación positiva alta entre la dimensión Atención al Usuario y el Control Interno, con un coeficiente de Pearson de 0.703 y un nivel de significancia de 0.000. Este

resultado indica una relación directa y estadísticamente significativa al nivel del 1 %, lo que permite afirmar que a medida que mejora la atención al usuario, también lo hace la calidad del control interno en las ferreterías evaluadas.

Este hallazgo sugiere que prácticas orientadas a la buena atención — como la claridad en las políticas de servicio, la confianza del cliente y la capacidad de respuesta— no solo impactan en la satisfacción externa, sino también en la organización y supervisión interna. Una estructura atencional y coherente con los objetivos institucionales tiende a reflejarse en una gestión más ordenada, transparente y controlada.

La solidez de esta evaluación resalta la importancia de la atención al cliente como un componente estratégico de la gestión comercial que influye directamente en el sistema de control interno de las empresas.

**Hipótesis Específica 3:** La gestión de reclamos y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025, se asocian.

**Tabla 13:**

*Correlación entre la gestión de reclamos y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025.*

|                     |                        | Gestión de reclamos | Control Interno |
|---------------------|------------------------|---------------------|-----------------|
| Gestión de reclamos | Coeficiente de Pearson | 1                   | ,792**          |
|                     | Sig. (bilateral)       |                     | ,000            |
|                     | N                      | 50                  | 50              |
| Control Interno     | Coeficiente de Pearson | ,792**              | 1               |
|                     | Sig. (bilateral)       | ,000                |                 |
|                     | N                      | 50                  | 50              |

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados de la Tabla 13 muestran una valoración positiva alta entre la dimensión Gestión de Reclamos y la variable Control Interno, con un coeficiente de Pearson de 0,792 y un nivel de significancia de 0,000. Esta relación es estadísticamente significativa al nivel del 1 %,

lo que indica una fuerte asociación entre ambas variables en las ferreterías evaluadas.

Este resultado evidencia que una gestión adecuada y oportuna de los reclamos —incluyendo la capacidad de respuesta, la atención a las quejas fundamentadas y la disposición para corregir fallas— está estrechamente relacionada con un sistema de control interno más sólido, organizado y eficaz.

## VII. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

### 7.1. Comparación de resultados.

Para el Objetivo General, determinar la relación entre la gestión comercial y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca:

Los resultados obtenidos (Tabla 10) evidencian una correlación positiva alta entre la variable gestión comercial y el control interno, con un coeficiente de Pearson de 0.729 y una significancia de 0.000, lo que indica que existe una relación directa y estadísticamente significativa entre ambas variables. Este hallazgo permite afirmar que, a medida que mejora la planificación, atención al cliente y manejo de reclamos, también se fortalecen los mecanismos de control interno en las ferreterías.

Este resultado es coherente con lo planteado por Comendeiro (2022), quien sostiene que la adecuada implementación del control interno contribuye directamente a fortalecer las áreas comerciales vinculadas al ciclo de ventas, y que una gestión comercial eficiente es clave para alcanzar objetivos empresariales sostenibles. Asimismo, Castillo, Morales & Espinoza (2023) destacan que el control interno permite asegurar transparencia, eficiencia operativa y la protección de activos, elementos que son esenciales para una gestión comercial efectiva. A nivel nacional, Valdivia Holguín (2024) reafirma esta conexión al concluir que el fortalecimiento del control interno mejora la gestión empresarial y promueve una cultura organizacional más sólida.

Para el Objetivo Específico 1, analizar la relación entre las estrategias comerciales y el control interno:

Según los resultados de la Tabla 11, se encontró una correlación positiva moderada entre estrategias comerciales y control interno, con un coeficiente de Pearson de 0.504 y una significancia de 0.000. Esto sugiere que, si bien existe una relación directa entre la formulación de objetivos, programación de actividades y establecimiento de metas con el control interno, esta conexión puede variar según la madurez organizacional de cada ferretería.

Este hallazgo se relaciona con lo planteado por Cruz y Delgado (2021), quienes señalan que el control interno debe integrarse en el sistema empresarial para fortalecer la gestión estratégica y operativa. Del mismo modo, Mendieta Tumbaco et al. (2022) resaltan la importancia de las actividades de control como factores determinantes en el rendimiento financiero de las empresas, sugiriendo que las estrategias comerciales bien estructuradas facilitan una implementación más efectiva del modelo COSO. En el contexto regional, Chayña García (2024) demuestra que una buena planificación comercial, como la observada en la Cooperativa Agraria Qori Quinoa Taraco, genera impactos positivos en la percepción de gestión y en la organización interna.

Para el Objetivo Específico 2, analizar la relación entre la atención al usuario y el control interno:

Los datos obtenidos (Tabla 12) muestran una correlación positiva alta entre atención al usuario y control interno, con un coeficiente de Pearson de 0.703 y una significancia de 0.000, lo que evidencia una fuerte relación entre la calidad del servicio ofrecido y la eficiencia de los procesos internos. Ferreterías que atienden adecuadamente a sus clientes tienden a contar también con estructuras internas más sólidas y organizadas.

Estos resultados están en sintonía con el estudio de Nguyen et al. (2023), quienes afirman que la cultura corporativa —que incluye la orientación al cliente— influye positivamente en el control interno, destacando la necesidad de fortalecer los aspectos culturales que fomenten buenas prácticas de gestión. A nivel nacional, Espinoza-Cruz, Gamboa y Caycho (2021) coinciden en que, especialmente en contextos desafiantes como la pandemia, el control interno eficaz se vincula estrechamente con una gestión orientada al usuario y con enfoque operativo y financiero. De igual modo, Córdova Canaza (2024) resalta que la relación entre el ambiente de control y la gestión interna es esencial para mantener la estabilidad institucional.

Para el objetivo Específico 3, analizar la relación entre la gestión de reclamos y el control interno:

Según la Tabla 13, se halló una correlación positiva alta entre gestión de reclamos y control interno, con un coeficiente de Pearson de 0.792 y una significancia de 0.000. Esto confirma que una adecuada atención y resolución de los reclamos de los clientes no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también está directamente vinculada con procesos internos estructurados, eficaces y confiables.

Este resultado está alineado con lo expuesto por Comendeiro (2022), quien sostiene que una gestión orientada al cliente y al ciclo de ventas fortalece también los mecanismos internos de control. Asimismo, Romero-Carazas (2023) resalta cómo el control interno aplicado a áreas operativas, como el inventario, impacta significativamente en la gestión del desempeño. En el ámbito local, Condori (2023) demuestra que una gestión inadecuada del control interno —particularmente relacionada con los reclamos y los inventarios— genera riesgos financieros y

operativos que afectan la rentabilidad de las MYPEs, mientras que una gestión adecuada optimiza los procesos y los recursos.

En conjunto, los hallazgos de esta investigación confirman la estrecha relación entre la gestión comercial en sus diferentes dimensiones y el control interno, evidenciando la necesidad de fortalecer ambos aspectos para mejorar el desempeño organizacional de las ferreterías del distrito de Juliaca.

## CONCLUSIONES

Conclusión del objetivo general: Se concluye que existe una relación positiva y significativa entre la gestión comercial y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca. La evidencia estadística demuestra que un desempeño eficiente en la planificación comercial, atención al cliente y gestión de reclamos se asocia directamente con un sistema de control interno más sólido, estructurado y funcional. Este hallazgo resalta la importancia de una gestión comercial integral para fortalecer los mecanismos internos de organización, seguimiento y supervisión en las empresas del sector ferretero.

Conclusión del objetivo específico 1: Respecto a la relación entre estrategias comerciales y control interno, se concluye que existe una compensación positiva moderada. Las ferreterías que definen y ejecutan con claridad sus objetivos, programan adecuadamente sus actividades y establecen metas alcanzables, tienden a contar con estructuras de control interno más organizadas. Sin embargo, la relación no es tan fuerte como en otras dimensiones, lo que indica que aún hay espacios de mejora en la articulación entre la planificación estratégica y los procesos internos de control.

Conclusión del objetivo específico 2: Se determina que existe una relación positiva alta entre la atención al usuario y el control interno. Las empresas que priorizan una atención oportuna, clara y confiable hacia sus clientes también presentan mejores prácticas en cuanto al monitoreo, la organización administrativa y el cumplimiento de procedimientos. Esto demuestra que el enfoque hacia el cliente no solo impacta externamente, sino que también fortalece la eficiencia y transparencia dentro de la empresa.

Conclusión del objetivo específico 3: Finalmente, se concluye que la gestión de reclamos guarda una relación significativa y alta con el control interno. Las ferreterías que gestionan adecuadamente las quejas y sugerencias de los clientes reflejan un mayor grado de organización, respuesta rápida y

compromiso con la mejora continua. Esta dimensión se posiciona como un indicador clave de la madurez del sistema de control interno, ya que su tratamiento adecuado implica estructura, seguimiento y evaluación constante.

## RECOMENDACIONES

Recomendación para el objetivo general: Se recomienda que las ferreterías del distrito de Juliaca implementen un enfoque de gestión comercial articulado con su sistema de control interno, promoviendo una cultura organizacional orientada a resultados. Para ello, es fundamental establecer políticas claras, capacitar al personal en procesos administrativos y comerciales, y utilizar herramientas tecnológicas que integren la planificación comercial con el monitoreo y control de operaciones.

Recomendación para el objetivo específico 1: Es aconsejable que las ferreterías fortalezcan sus estrategias comerciales mediante la formulación de objetivos SMART (específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con plazo definido), una programación sistemática de actividades y un seguimiento permanente del cumplimiento de metas. Esto debe estar alineado con procedimientos internos claros que garantizan una relación fluida entre la planificación comercial y los mecanismos de control.

Recomendación para el objetivo específico 2: Se sugiere mejorar los protocolos de atención al usuario, promoviendo una atención personalizada, empática y oportuna. Las empresas deben establecer canales formales de comunicación con los clientes, capacitar al personal en habilidades blandas y monitorear de manera periódica la satisfacción del usuario. Esto no solo aumentará la fidelización, sino que también reforzará el orden y la calidad de los procesos internos.

Recomendación para el objetivo específico 3: Se recomienda que las ferreterías institucionalicen un sistema de gestión de reclamos que incluya registros sistemáticos, análisis de causas y retroalimentación oportuna. Asimismo, deben integrarse los reclamos como parte del proceso de mejora continua y control interno, utilizando estos datos para prevenir errores recurrentes, optimizar procesos y fortalecer la confianza del cliente.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ahumada, K. A. R., Zavaleta, V. L., & Santos, A. C. M. d. I. (2023). El impacto de la inteligencia artificial en la mejora de la atención al cliente: una revisión sistémica. *Innovación Y Software*, 4(2), 201-222. <https://doi.org/10.48168/innosoft.s12.a90>
- Aksoy, T. y Mohammed, A. (2020). Evaluación de la efectividad del control interno del banco. *Revista Internacional de Investigación en Negocios y Ciencias Sociales* (2147- 4478), 9(4), 196-206. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v9i4.743>
- Boada-Niño, A. V., Barbosa-López, A. M., & Cobo-Mejía, E. A. (2019). Percepción de los usuarios frente a la calidad de atención en salud del servicio de consulta externa según el modelo servqual. *Revista Investigación en Salud Universidad De Boyacá*, 6(1), 55-71. <https://doi.org/10.24267/23897325.408>
- Borda Mamani, L. M. (2023). Control interno y su relación con la gestión de recursos humanos en los establecimientos de rubro hotelero de la ciudad de Puno 2022. (Tesis de grado). Repositorio de la Universidad Privada San Carlos [http:](http://)
- Calipolitti, N. F., Jaén, O. D. L., & Núñez, R. d. C. (2024). Estrategias de marketing para impulsar la competitividad y las oportunidades comerciales en el contexto internacional. *Experior*, 3(2), 112-124. <https://doi.org/10.56880/experior32.3>
- Castillo, H., Morales, L. O. & Espinoza, N. J. (2023). La importancia del control interno contable en la gestión efectiva de las empresas. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 1635-1647. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v7i4.6981](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.6981)
- Cedeño, A. B. R., Sánchez, L. M. C., Fernández, R. A. M., & Ortiz, L. E. M. (2023). Estrategia comercial para el posicionamiento de organizaciones hoteleras en el destino sol y playa crucita. *Revista*

Venezolana De Gerencia, 28(Especial 9), 565-580.  
<https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e9.37>

Chayña Garcia, A. C. (2024). Gestión comercial de la Cooperativa Agraria Qori Quinoa Taraco de la Provincia de Huancané, Puno, 2024. (Tesis de grado). Repositorio de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez <https://repositorio.uancv.edu.pe/handle/UANCV/2619>

Comendeiro, H. (2022). Control interno y su relación con el desempeño comercial. Vinculatégica Efán, 7 (2). <https://doi.org/10.29105/vtga7.2-63>

Condori, Y. (2023). Control interno de existencias y los factores de incidencia en la rentabilidad financiera en las mypes, caso ferreterías, 2023. DIVULGACIÓN CIENTÍFICA DE INVESTIGACIÓN Y EMPRENDIMIENTO, (1).  
<https://www.dcie.org.pe/index.php/dcie/article/view/13/17>

Contreras Portocarrero, J. del P., Baique Timana, DB, Cacho Revilla, A., & Revilla, A. (2022). La importancia del control interno en la gestión de ejecución de obras públicas – Perú. Universidad, Ciencia y Tecnología, 26 (113), 79–85. <https://doi.org/10.47460/uct.v26i113.573>

Córdova Canaza, R. (2024). El control interno y su incidencia en la gestión de recursos humanos del Centro de Salud Ollachea, del Distrito de Ollachea Carabaya Puno, 2022. (Tesis de grado). Repositorio de la Universidad Privada San Carlos <http://repositorio.upsc.edu.pe/handle/UPSC/776>

Cruz, L.V. y Delgado, F. M. (2021). Evolución del control interno hacia una gestión integrada al control de gestión. Estudios De La Gestión. Revista Internacional De Administración, 211-230.  
<https://doi.org/10.32719/25506641.2021.10.10>

Delgado, E. S. R., Muncibay, M. M. C., Maldonado, A. B. S., & Villanueva-Batallanos, M. (2022). Incidencia del control interno (coso-erm) en la gestión logística de una empresa comercial. Revista Ñeque, 5(12), 435-448. <https://doi.org/10.33996/revistaneque.v5i12.90>

- Espinoza-Cruz, M.A., Gamboa, E.N.E. y Caycho, H.E.C. (2021). Control interno y gestión empresarial de centros comerciales peruanos en tiempos de la actual pandemia (2020). *Contabilidad Y Negocios*, 16(31), 57-70. <https://doi.org/10.18800/contabilidad.202101.004>
- Estupiñán, L. Y. S., Báez, C. P., Bernal-Luque, M. D. R., & Quiroga, C. (2019). Los retos del director escolar novel: formación inicial y liderazgo. *Revista Complutense De Educación*, 31(1), 117-126. <https://doi.org/10.5209/rced.61919>
- Guzmán, J. D. C., Torres, N. A. A., Payares, L. V. V., Fajardo, H. F., & Ramos, I. O. (2024). Finanzas socioformativas e inteligencia de negocios para pymes industriales de montería con participación de los semillero gestión organizacional y enfoque público de la Universidad del Sinú. *Brazilian Journal of Business*, 6(3), e73555. <https://doi.org/10.34140/bjbv6n3-055>
- Huanca Quea, B. (2023) Caracterización del control interno de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso microempresa “Corporación Adusa SAC” \_ Puno, 2023. (Tesis de grado). Repositorio de la Universidad Los Angeles de Chimbote <https://hdl.handle.net/20.500.13032/34203>
- Jiménez, J. A. C. and Anchundia, K. C. (2023). Evaluación de las estrategias de marketing utilizadas por los emprendedores para fidelizar a sus clientes. *Journal Business Science*, 4(2). <https://doi.org/10.56124/jbs.v4i2.0008>
- Li, J., Sun, R., Tao, W., & Lee, Y. (2021). Empleado enfrentando el cambio organizacional en el contexto de una pandemia: el papel de la comunicación interna transparente. *Revisión de Relaciones Públicas*, 47(1), 101984. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.101984>
- López, G. F. R. y Narváez-Zurita, X. E. (2024). Contabilidad de costos en la gestión y el control de inventarios en empresas de retail. *Gestio Et Productio. Revista Electrónica De Ciencias Gerenciales*, 6(1), 265-287. <https://doi.org/10.35381/gep.v6i1.91>

- Lozada, M. C. y Alarcón, M. C. (2021). Gestión digital para la calidad de servicio en atención de reclamos a usuarios de la EPS Marañón S.A-Jaén. *Revista Ñeque*, 4(10), 200-217. <https://doi.org/10.33996/revistaneque.v4i10.55>
- Marquez, E. Z., Mendoza, C. H. N., Antón, C. H. C., & Placencia, L. (2024). Vínculo entre calidad del transporte público y bienestar universitario en Perú. *Prohominum*, 6(2), 109-125. <https://doi.org/10.47606/acven/ph0237>
- 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>
- Mendieta Tumbaco, E., Navarrete Carreño, O., & Romero Molina, M. (2022). Incidencia de la implementación del control interno basado en el método COSO, en la rentabilidad de las pymes del sector comercial de Guayaquil, Ecuador. *Cuadernos de Contabilidad*, 23. <https://doi.org/10.11144/javeriana.cc23.iici>
- Morales-Gordón, P., Vargas-Carrillo, F., & Moreno-Gavilánes, K. (2023). Gestión del cliente comercial de Tungurahua: una respuesta actitudinal de fidelidad empresarial. *593 Digital Publisher CEIT*, 8(1-1), 213-227. <https://doi.org/10.33386/593dp.2023.1-1.1602>
- Nguyen, TH, Tran, TN, Do, MT, Truong, DD y Do, DT (2023). Influencia de la cultura corporativa en el control interno de las empresas comerciales. *Revista de Derecho y Desarrollo Sostenible*. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i11.1508>
- Párraga-Montesdeoca, K. V. y Ubillús-Macías, J. M. (2023). Gestión de calidad del servicio de atención al contribuyente en el servicio de rentas internas de Manabí (Ecuador). *MQRInvestigar*, 7(4), 1481-1496. <https://doi.org/10.56048/mqr20225.7.4.2023.1481-1496>

- Picado Juárez, AM y Golovina, NS (2021). La gestión empresarial en las micro, pequeñas, medianas empresas. 96-114. <https://doi.org/10.5377/FAREM.V0I0.11610>
- Romero-Carazas, R. (2023). Control interno de inventarios y gestión del desempeño de una empresa comercial de la región San Martín – Perú. <https://doi.org/10.58763/rc202392>
- Salazar, N. L. V., Martínez, C. P. B., Alanís-López, L., & Sánchez, V. V. (2019). La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios)*, 6(2), 18-24. <https://doi.org/10.22579/23463910.159>
- 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>
- 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>
- Vargas, I., Ramos, S. P. V., Salvador, G. D. G., & Salazar, F. A. (2024). Control interno y desempeño laboral: colaboradores de una municipalidad, Trujillo - Perú. *Revista Venezolana De Gerencia*, 29(Especial 11), 653-666. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.29.e11.39>
- Vasconcelos O. I., Souza, V. B. d., Alves, J. C., Serra, N. F., & Santos, W. J. (2021). Control interno como herramienta de gestión en la prevención y reducción de fraudes y errores en las organizaciones empresariales. *Revista Brasileira de Desenvolvimento*, 7(10). <https://doi.org/10.34117/bjdv7n10-301>
- Vidal, R. R. C., Rios, D. A. C., Alvarado, M. F. C., & Rosales, S. I. M. (2023). El sistema de control interno en el sector público de Perú: una revisión

sistemática. Revista De Climatología, 23, 1577-1586.  
<https://doi.org/10.59427/rcli/2023/v23cs.1577-1586>

Yerrén, R. H. (2022). El sistema de control interno y la gestión pública: una revisión sistemática. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 6(2), 2316-2335. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i2.2030](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.2030)

# **ANEXOS**

### Anexo 01: Matriz de consistencia

**Título:** La gestión comercial y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025.

**Responsables:** Maribel Casandra Mamani Cayo

| PROBLEMA  | OBJETIVO   | HIPÓTESIS  | VARIABLES  | METODOLOGÍA  |
|---|--|--|--|--|
| <p><b>Problema general</b><br/>¿Cuál es la relación entre la gestión comercial y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025?</p> <p><b>Problemas específicos</b><br/><b>P.E.1:</b> ¿Cuál es la relación entre las estrategias comerciales y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025?</p> <p><b>P.E.2:</b> ¿Cuál es la relación entre la atención al usuario y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025?</p> <p><b>P.E.3:</b> ¿Cuál es la relación entre la gestión de reclamos y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025?</p> | <p><b>Objetivo general</b><br/>Determinar la relación entre la gestión comercial y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025</p> <p><b>Objetivos específicos:</b><br/><b>O.E.1:</b> Establecer la relación entre las estrategias comerciales y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025</p> <p><b>O.E.2:</b> Establecer la relación entre la atención al usuario y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025</p> <p><b>O.E.3:</b> Establecer la relación entre la gestión de reclamos y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025</p> | <p><b>Hipótesis general</b><br/>Existe una relación significativa entre la gestión comercial y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025</p> <p><b>Hipótesis específicas:</b><br/><b>H.E.1:</b> Las estrategias comerciales y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025, se asocian.</p> <p><b>H.E.2:</b> La atención al usuario y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025, se asocian.</p> <p><b>H.E.3:</b> La gestión de reclamos y el control interno en las ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025, se asocian.</p> | <p><b>Variable 1:</b><br/>Gestión comercial</p> <p><b>Dimensiones:</b><br/>- D.1: Estrategias comerciales<br/>- D.2: Atención al usuario.<br/>- D.3: Gestión de reclamos</p> <p><b>Variable 2:</b><br/>Control interno</p> <p><b>Dimensiones:</b><br/>- D.1: Ambiente de control<br/>- D.2: Actividades de control<br/>- D.3.: Supervisión</p> | <p><b>Enfoque:</b> Cuantitativo<br/><b>Tipo de investigación:</b> Básica<br/><b>Nivel de Investigación:</b> Relacional<br/><b>Diseño:</b> No experimental, transversal, correlacional</p> <p><b>Población:</b> 98 ferreterías del distrito de Juliaca, Puno, 2025</p> <p><b>Muestra:</b> 50 ferreterías</p> <p><b>Técnica e instrumentos:</b><br/><b>Técnica:</b> Encuesta<br/><b>Instrumentos:</b> Cuestionario</p> <p><b>Métodos de análisis de datos:</b> Estadística descriptiva e inferencial</p> |

## Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos

### 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 cumplen 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?                         |            |   |   |   |   |

## CUESTIONARIO

### CONTROL INTERNO

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       |

| N° | AMBIENTE DE CONTROL   | RESPUESTA |   |   |   |   |
|----|---|-----------|---|---|---|---|
|    |   | 1         | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 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?  |           |   |   |   |   |

| N° | ACTIVIDADES DE CONTROL  | RESPUESTA |   |   |   |   |
|----|---|-----------|---|---|---|---|
|    |   | 1         | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 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?                     |  |  |  |  |  |

| N° | SUPERVISIÓN   | RESPUESTA |   |   |   |   |
|----|---|-----------|---|---|---|---|
|    |   | 1         | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 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? |           |   |   |   |   |

### 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:** LA GESTIÓN COMERCIAL Y EL CONTROL INTERNO EN LAS FERRETERÍAS DEL DISTRITO DE JULIACA, 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

Ninguna.

**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:** LA GESTIÓN COMERCIAL Y EL CONTROL INTERNO EN LAS FERRETERÍAS DEL DISTRITO DE JULIACA, 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

Ninguna.

  
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:** LA GESTIÓN COMERCIAL Y EL CONTROL INTERNO EN LAS FERRETERÍAS DEL DISTRITO DE JULIACA, 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 MARIÁ HUAMAN RUIZ  
Grado académico: Ph. D. En Economía  
DNI N° 26605195

### Anexo 4: Base de datos

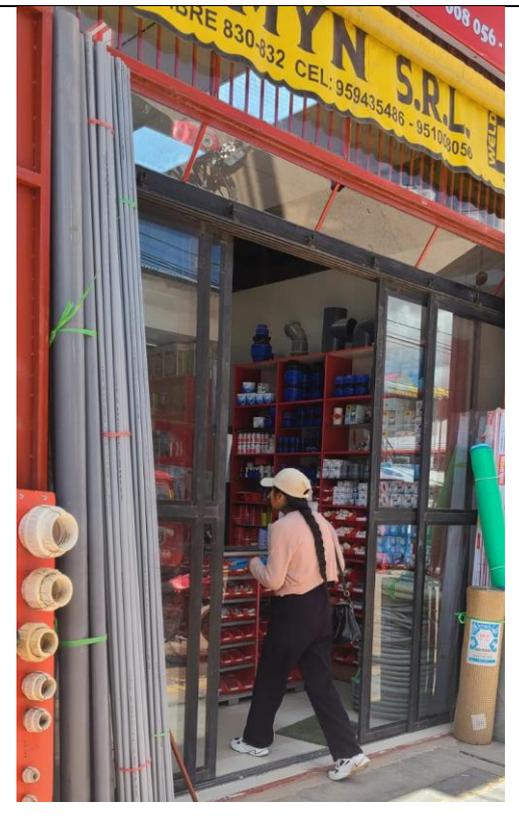
| V1. Gestión Comercial       |     |     |     |     |     |     |     |     |     |                         |     |     |     |     |     |     |     |     |     |                         |     |     |     |     |     |
|-----------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| D1: Estrategias comerciales |     |     |     |     |     |     |     |     |     | D2: Atención al usuario |     |     |     |     |     |     |     |     |     | D3: Gestión de reclamos |     |     |     |     |     |
| P01                         | P02 | P03 | P04 | P05 | P06 | P07 | P08 | P09 | P10 | P11                     | P12 | P13 | P14 | P15 | P16 | P17 | P18 | P19 | P20 | P21                     | P22 | P23 | P24 | P25 | P26 |
| 5                           | 5   | 5   | 5   | 5   | 3   | 3   | 1   | 4   | 4   | 4                       | 3   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4                       | 4   | 4   | 4   | 4   |     |
| 3                           | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 4   | 3   | 3   | 3                       | 3   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 2   | 4   | 3   | 4                       | 4   | 3   | 3   | 4   |     |
| 5                           | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 3   | 5   | 4   | 5   | 5                       | 2   | 2   | 2   | 4   | 3   | 5   | 3   | 2   | 3   | 3                       | 2   | 4   | 4   | 4   |     |
| 5                           | 5   | 5   | 5   | 3   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 4                       | 3   | 3   | 3   | 5   | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   | 3                       | 3   | 2   | 5   | 4   |     |
| 5                           | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 4                       | 3   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 3   | 3                       | 4   | 4   | 4   | 3   |     |
| 3                           | 4   | 3   | 3   | 1   | 3   | 3   | 3   | 5   | 3   | 3                       | 3   | 3   | 3   | 2   | 3   | 2   | 1   | 4   | 4   | 3                       | 3   | 1   | 3   | 1   |     |
| 3                           | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 5   | 1   | 1                       | 2   | 2   | 2   | 4   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 2                       | 2   | 1   | 3   | 1   |     |
| 5                           | 5   | 2   | 4   | 2   | 2   | 3   | 2   | 1   | 3   | 5                       | 5   | 5   | 5   | 2   | 2   | 2   | 2   | 4   | 5   | 5                       | 5   | 5   | 5   | 2   |     |
| 5                           | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 5   | 5                       | 2   | 2   | 2   | 5   | 5   | 5   | 5   | 2   | 3   | 3                       | 2   | 4   | 4   | 4   |     |
| 5                           | 5   | 5   | 5   | 1   | 2   | 1   | 1   | 4   | 4   | 4                       | 3   | 3   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 3   | 3   | 3                       | 3   | 2   | 4   | 4   |     |
| 5                           | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 4                       | 2   | 4   | 4   | 5   | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 3                       | 4   | 4   | 4   | 3   |     |
| 3                           | 4   | 3   | 3   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 3   | 3                       | 3   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 3                       | 3   | 1   | 3   | 1   |     |
| 3                           | 2   | 2   | 2   | 4   | 3   | 3   | 3   | 5   | 1   | 1                       | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2   | 2                       | 2   | 1   | 3   | 1   |     |
| 5                           | 5   | 2   | 4   | 2   | 3   | 2   | 2   | 1   | 3   | 5                       | 5   | 5   | 5   | 2   | 2   | 2   | 2   | 5   | 4   | 5                       | 5   | 5   | 5   | 2   |     |
| 5                           | 5   | 5   | 5   | 3   | 5   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4                       | 5   | 5   | 5   | 5   | 3   | 1   | 3   | 5   | 5   | 5                       | 5   | 5   | 5   | 5   |     |
| 5                           | 4   | 5   | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 2   | 3                       | 3   | 3   | 2   | 4   | 1   | 2   | 1   | 2   | 3   | 4                       | 2   | 4   | 2   | 3   |     |
| 5                           | 5   | 5   | 4   | 3   | 3   | 2   | 2   | 4   | 5   | 4                       | 4   | 5   | 4   | 3   | 3   | 3   | 2   | 4   | 4   | 5                       | 4   | 5   | 5   | 4   |     |
| 5                           | 3   | 3   | 1   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3                       | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 1                       | 1   | 1   | 1   | 1   |     |
| 5                           | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5                       | 4   | 4   | 2   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5                       | 4   | 4   | 5   | 3   |     |
| 5                           | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4                       | 5   | 5   | 5   | 3   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5                       | 5   | 5   | 5   | 5   |     |
| 5                           | 4   | 5   | 3   | 5   | 5   | 5   | 5   | 3   | 2   | 3                       | 3   | 3   | 2   | 4   | 3   | 4   | 4   | 2   | 3   | 4                       | 2   | 4   | 2   | 3   |     |
| 5                           | 5   | 5   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4                       | 4   | 5   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5                       | 4   | 5   | 5   | 4   |     |
| 5                           | 3   | 3   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 3   | 3   | 3                       | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 1   | 1   | 3   | 2   | 1                       | 1   | 1   | 1   | 1   |     |
| 5                           | 5   | 4   | 4   | 1   | 1   | 4   | 1   | 4   | 5   | 5                       | 4   | 4   | 2   | 1   | 4   | 1   | 1   | 4   | 5   | 4                       | 4   | 4   | 5   | 3   |     |
| 5                           | 5   | 3   | 5   | 3   | 5   | 5   | 4   | 3   | 3   | 4                       | 3   | 5   | 3   | 5   | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4                       | 5   | 2   | 3   | 3   |     |

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 1 | 2 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 4 | 2 | 2 | 1 |
| 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 1 |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 5 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 1 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 |
| 1 | 1 | 2 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 2 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 5 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 1 | 3 |

| V2. Control Interno     |     |     |     |     |     |     |                            |     |     |     |     |     |     |                 |     |
|-------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----------------|-----|
| D1: Ambiente de Control |     |     |     |     |     |     | D2: Actividades de control |     |     |     |     |     |     | D3: Supervisión |     |
| P01                     | P02 | P03 | P04 | P05 | P06 | P07 | P08                        | P09 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15             | P16 |
| 1                       | 1   | 1   | 1   | 2   | 3   | 2   | 4                          | 2   | 1   | 2   | 4   | 1   | 2   | 4               | 4   |
| 4                       | 4   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4                          | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   | 3               | 2   |
| 4                       | 2   | 2   | 2   | 5   | 4   | 2   | 3                          | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4               | 4   |
| 4                       | 5   | 5   | 5   | 3   | 3   | 5   | 5                          | 5   | 5   | 5   | 5   | 3   | 5   | 5               | 5   |
| 4                       | 1   | 2   | 3   | 2   | 2   | 3   | 3                          | 3   | 4   | 3   | 3   | 2   | 4   | 4               | 4   |
| 2                       | 3   | 5   | 3   | 4   | 4   | 3   | 1                          | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 3               | 3   |
| 1                       | 1   | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 1                          | 2   | 2   | 3   | 3   | 3   | 2   | 2               | 1   |
| 5                       | 5   | 5   | 5   | 3   | 3   | 4   | 5                          | 5   | 5   | 5   | 5   | 3   | 5   | 5               | 5   |
| 4                       | 2   | 2   | 2   | 4   | 3   | 2   | 3                          | 3   | 4   | 4   | 4   | 3   | 4   | 4               | 4   |
| 4                       | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5   | 5                          | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 5   | 5               | 5   |
| 4                       | 1   | 2   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3                          | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 3               | 4   |
| 2                       | 3   | 5   | 3   | 4   | 4   | 3   | 1                          | 3   | 4   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3               | 3   |
| 1                       | 1   | 2   | 2   | 4   | 4   | 2   | 1                          | 2   | 2   | 3   | 3   | 4   | 2   | 2               | 1   |
| 5                       | 5   | 5   | 5   | 1   | 1   | 4   | 5                          | 5   | 5   | 5   | 5   | 2   | 5   | 5               | 5   |
| 5                       | 5   | 5   | 5   | 1   | 1   | 5   | 5                          | 5   | 5   | 5   | 5   | 1   | 5   | 5               | 5   |
| 2                       | 2   | 3   | 2   | 4   | 2   | 3   | 2                          | 2   | 2   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3               | 2   |
| 5                       | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5                          | 5   | 5   | 4   | 5   | 4   | 5   | 5               | 5   |
| 1                       | 1   | 1   | 1   | 5   | 5   | 1   | 3                          | 3   | 3   | 1   | 1   | 3   | 1   | 1               | 2   |
| 1                       | 1   | 4   | 1   | 3   | 3   | 1   | 3                          | 2   | 4   | 2   | 2   | 2   | 4   | 3               | 2   |
| 3                       | 3   | 2   | 1   | 3   | 2   | 2   | 2                          | 1   | 2   | 3   | 2   | 5   | 3   | 2               | 3   |
| 2                       | 2   | 3   | 2   | 2   | 3   | 3   | 2                          | 2   | 2   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3               | 2   |
| 5                       | 4   | 4   | 4   | 5   | 3   | 5   | 5                          | 5   | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5               | 5   |
| 1                       | 1   | 1   | 1   | 4   | 2   | 1   | 3                          | 3   | 3   | 1   | 1   | 5   | 1   | 1               | 2   |
| 5                       | 5   | 4   | 4   | 1   | 1   | 4   | 3                          | 3   | 4   | 5   | 5   | 1   | 4   | 3               | 5   |
| 5                       | 3   | 2   | 3   | 1   | 1   | 3   | 3                          | 3   | 5   | 5   | 4   | 3   | 5   | 5               | 5   |

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 5 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 4 | 3 | 1 | 1 | 5 | 4 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 4 | 2 | 2 | 2 |
| 1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 4 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| 1 | 2 | 1 | 1 | 4 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 5 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 5 | 1 | 2 | 2 |
| 1 | 1 | 1 | 2 | 4 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 |
| 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 5 | 5 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 5 | 3 | 3 | 2 |

Anexo 5: Evidencia fotográfica



## Anexo 6: Informe de turnitin al 28% de similitud



### MamaniCayo\_Tesis\_Investigación.docx

📅 2025

📅 2025

🎓 Universidad Autónoma de Ica

#### Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::3117:458169537

Fecha de entrega

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

Fecha de descarga

12 may 2025, 9:04 a.m. GMT-5

Nombre de archivo

MamaniCayo\_Tesis\_Investigación.docx

Tamaño de archivo

1.5 MB

101 Páginas

18.269 Palabras

105.661 Caracteres



## 16% 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

- 13%  Internet sources
- 2%  Publications
- 10%  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

- 13% Internet sources
- 2% Publications
- 10% 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.autonomaedu.pe                     | 3%  |
| 2  | Internet        | repositorio.upsc.edu.pe                        | 2%  |
| 3  | Internet        | repositorio.uladech.edu.pe                     | 2%  |
| 4  | Internet        | www.repositorio.autonomaedu.pe                 | <1% |
| 5  | Internet        | repositorio.uancv.edu.pe                       | <1% |
| 6  | Internet        | ciencialatina.org                              | <1% |
| 7  | Submitted works | Universidad Politécnica del Perú on 2024-05-07 | <1% |
| 8  | Internet        | revistas.javeriana.edu.co                      | <1% |
| 9  | Internet        | poz.unexpo.org                                 | <1% |
| 10 | Internet        | www.coursehero.com                             | <1% |
| 11 | Submitted works | Universidad Tecnológica del Peru on 2025-04-27 | <1% |

|    |                 |  |     |
|----|-----------------|--|-----|
| 12 | Submitted works | Unidades Tecnológicas de Santander on 2024-12-02                       | <1% |
| 13 | Submitted works | Universidad Técnica Nacional de Costa Rica on 2022-03-28               | <1% |
| 14 | Submitted works | Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle on 2024-02-06 | <1% |
| 15 | Internet        | hdl.handle.net   | <1% |
| 16 | Internet        | repositorio.pucp.edu.pe  | <1% |
| 17 | Submitted works | unapiquitos on 2023-05-03  | <1% |
| 18 | Submitted works | Universidad Nacional Mayor de San Marcos on 2024-11-05                 | <1% |
| 19 | Submitted works | CORPORACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA on 2025-01-23                 | <1% |
| 20 | Submitted works | uncedu on 2025-02-03   | <1% |
| 21 | Submitted works | Universidad César Vallejo on 2016-07-13                                | <1% |
| 22 | Submitted works | Universidad Peruana de Las Américas on 2018-12-17                      | <1% |
| 23 | Submitted works | Universidad Nacional del Centro del Perú on 2024-01-06                 | <1% |
| 24 | Submitted works | Universidad Nacional del Centro del Perú on 2024-04-12                 | <1% |
| 25 | Submitted works | Universidad Continental on 2025-05-02                                  | <1% |

|    |                 |   |     |
|----|-----------------|---|-----|
| 26 | Submitted works | Universidad Privada del Norte on 2025-02-03   | <1% |
| 27 | Internet        | repositorio.ucv.edu.pe  | <1% |
| 28 | Submitted works | Universidad Cesar Vallejo on 2025-04-12   | <1% |
| 29 | Submitted works | usach on 2025-04-16   | <1% |
| 30 | Submitted works | Instituto Superior para la Defensa on 2025-03-26                                      | <1% |
| 31 | Submitted works | Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez on 2024-11-18                             | <1% |
| 32 | Submitted works | Universidad Cesar Vallejo on 2025-01-22   | <1% |
| 33 | Submitted works | Universidad Tecnologica del Peru on 2024-10-01  | <1% |
| 34 | Submitted works | Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga on 2025-04-24                       | <1% |
| 35 | Submitted works | autonomadeica on 2024-04-25   | <1% |
| 36 | Submitted works | unasam on 2025-03-24  | <1% |
| 37 | Publication     | Coila Quispe, Derly. "Aprendizaje basado en estudio de casos (ABEC) y logro de co..." | <1% |
| 38 | Internet        | repositorio.unh.edu.pe  | <1% |