

**UNIVERSIDAD DE HUANUCO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**



**TESIS**

---

**“EL CONTROL INTERNO Y LAS VENTAS EN EL AREA DE  
AFILIACIÓN EN LA AFOCAT REGIONAL “LEON DE HUANUCO” -  
HUANUCO 2020”**

---

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

AUTORA: Alvarado Farfan, Vanessa Pilar

ASESOR: Peña Celis, Roberto

HUÁNUCO – PERÚ

2021

# U

### TIPO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:

- Tesis ( X )
- Trabajo de Suficiencia Profesional ( )
- Trabajo de Investigación ( )
- Trabajo Académico ( )

**LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:** Gestión de la teoría contable

**AÑO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN (2020)**

### CAMPO DE CONOCIMIENTO OCDE:

**Área:** Ciencias sociales

**Sub área:** Economía, Negocios

**Disciplina:** Negocios, Administración

# D

### DATOS DEL PROGRAMA:

Nombre del Grado/Título a recibir: Título Profesional de Contador Público

Código del Programa: P12

Tipo de Financiamiento:

- Propio ( X )
- UDH ( )
- Fondos Concursables ( )

### DATOS DEL AUTOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 75367057

### DATOS DEL ASESOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 22477364

Grado/Título: Maestro en ciencias contables, con mención en: auditoría y tributación

Código ORCID: 0000-0002-7972-4903

# H

### DATOS DE LOS JURADOS:

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	GRADO	DNI	Código ORCID
1	Samaniego Pimentel, Eddie Misael	Magister en gestión pública	46554205	0000-0001-7232-4248
2	Huatuco Veliz, Judith Sebastiana	Magister en gestión pública	21119651	0000-0001-6668-698X
3	Lavalle Dioses, Junior Miguel	Magister en administración de la educación	44280365	0000-0001-8886-0256

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS.

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**

En la ciudad de Huánuco, siendo las **11:15 horas del día 06 del mes de setiembre del año 2021.**, en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunieron el sustentante y el Jurado Calificador mediante la plataforma virtual Google Meet, integrado por los docentes:

Mtro. Eddie Misael Samaniego Pimentel	<b>(Presidente)</b>
Mtra. Judith Sebastiana Huatuco Véliz	<b>(Secretaria)</b>
Mtro. Junior Miguel Lavallo Dioses	<b>(Vocal)</b>

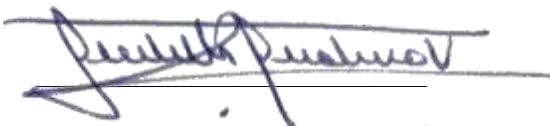
Nombrados mediante la Resolución N° 837 -2021-D-FCEMP-PACF-UDH, para evaluar la Tesis titulada: **“EL CONTROL INTERNO Y LAS VENTAS EN EL AREA DE AFILIACIÓN EN LA AFOCAT REGIONAL “LEON DE HUANUCO” – HUANUCO 2020”**, presentado por el Bachiller, **ALVARADO FARFAN, Vanessa Pilar**, para optar el **título Profesional de Contador Público**.

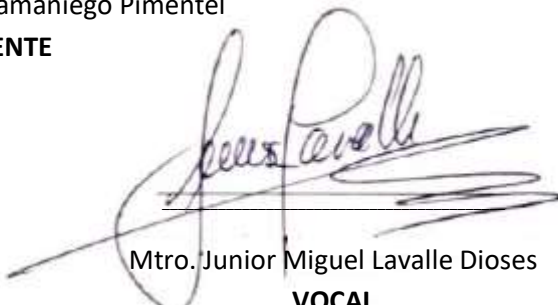
Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del Jurado.

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándolo (a) **Aprobada** con el calificativo cuantitativo de **12 (Doce)** y cualitativo de **Suficiente** (Art.47 - Reglamento General de Grados y Títulos).

Siendo las **12:15 horas del día 06 del mes de setiembre del año 2021**, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.

  
Mtro. Eddie Misael Samaniego Pimentel  
**PRESIDENTE**

  
Mtra. Judith Sebastiana Huatuco Véliz  
**SECRETARIO**

  
Mtro. Junior Miguel Lavallo Dioses  
**VOCAL**

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto de investigación a mi madre, por ser una mujer muy valiente e importante en mi vida, quien con su apoyo incondicional me permitió culminar mis estudios universitarios. Por su gran amor que me brinda, por sus consejos, paciencia, comprensión e infundirme principios y valores a lo largo de toda esta carrera profesional.

Y a mis hermanas por estar presente en cada logro de mi vida, animándome a no rendirme.

**Br. Alvarado Farfan, Vanessa Pilar**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por darme la vida, haberme guiado y dado la sabiduría necesaria para poder lograr la culminación del presente proyecto.

A mi asesor Mg. Cpc. Roberto Peña Celis, en cuanto a su valiosa paciencia y buen trato, para llevar a cabo el presente proyecto de investigación y sea expuesto.

Dar gracias a mi familia por el apoyo y afecto que me han depositado en todo el tiempo.

Y sobre todo agradecer a mis docentes quienes me enseñaron a valorar los estudios y a superarme en cada momento.

**Br. Alvarado Farfan, Vanessa Pilar**

# ÍNDICE

DEDICATORIA .....	II
AGRADECIMIENTO .....	III
ÍNDICE.....	IV
ÍNDICE DE TABLAS .....	VII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	X
RESUMEN .....	XII
ABSTRACT.....	XIII
INTRODUCCION.....	XIV
CAPITULO I.....	16
1. PROBLEMA DE INVESTIGACION.....	16
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA .....	16
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	20
1.2.1. PROBLEMA GENERAL.....	20
1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS.....	20
1.3. OBJETIVOS GENERAL.....	20
1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	21
1.5. JUSTIFICACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	21
1.5.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....	21
1.5.2. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA .....	21
1.5.3. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	22
1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN .....	22
1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....	22
CAPITULO II.....	23
2. MARCO TEÓRICO .....	23
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	23
2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES .....	23
2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES.....	24
2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES .....	27
2.2. BASES TEÓRICAS.....	29
2.2.1. CONTROL INTERNO: .....	29
2.2.2. LAS VENTAS.....	37

2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES .....	42
2.4. SISTEMA DE HIPÓTESIS .....	44
2.4.1. HIPÓTESIS GENERAL.....	44
2.4.2. HIPÓTESIS NULA .....	44
2.4.3. HIPÓTESIS ESPECÍFICA .....	44
2.5. SISTEMA DE VARIABLES .....	45
2.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE.....	45
2.5.2. VARIABLE DEPENDIENTE.....	45
2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES (DIMENSIONES E INDICADORES).....	46
CAPITULO III .....	49
3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION .....	49
3.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN .....	49
3.1.1. ENFOQUE .....	49
3.1.2. ALCANCE O NIVEL.....	49
3.1.3. DISEÑO .....	49
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	50
3.2.1. POBLACIÓN.....	50
3.2.2. MUESTRA .....	50
MUESTREO NO PROBABILÍSTICO O DIRIGIDA .....	50
3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS ...	50
3.3.1. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	50
3.3.2. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	51
3.4. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN .....	52
3.4.1. ESTADÍSTICA.....	52
3.4.2. PARA EL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	52
CAPITULO IV.....	53
4. RESULTADOS.....	53
4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS (CUADROS ESTADÍSTICOS CON SU RESPECTIVO ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN). .....	53
4.1.1. PROCESAMIENTO DE DATOS DEL CONTROL INTERNO.....	54
4.1.2. PROCESAMIENTO DE LAS VENTAS .....	70
4.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS Y PRUEBA DE HIPÓTESIS....	86

4.2.1. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS GENERAL.....	86
4.2.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS ESPECIFICAS.....	88
CAPITULO V.....	93
5. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	93
5.1. PRESENTAR LA CONTRASTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN. ....	93
CONCLUSIONES .....	97
RECOMENDACIONES.....	100
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	101
ANEXOS.....	107



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de las variables.....	46
Tabla 2. Cuestionario de Control Interno de tipo dicotómica .....	51
Tabla 3. Cuestionario de ventas de tipo dicotómica.....	52
Tabla 4. Prueba de normalidad Shapiro-Wilk .....	53
Tabla 5. Confiabilidad del instrumento.....	53
Tabla 6. ¿Conoce usted las estrategias administrativas de la empresa?.....	54
Tabla 7. ¿La organización de la entidad favorece al control de las ventas en el área de afiliación en la AFOCAT Regional León de Huánuco?.....	55
Tabla 8. ¿La entidad cuenta con una cultura administrativa? .....	56
Tabla 9. ¿Tiene conocimiento de los procedimientos y mecanismos para la evaluación de riesgos? .....	57
Tabla 10. ¿Se evalúan los riesgos, para establecer objetivos? .....	58
Tabla 11. ¿Es evaluado de acuerdo al crecimiento en las operaciones?.....	59
Tabla 12. ¿Existen actividades de control suficientes para la supervisión del cumplimiento de cronogramas de tareas?.....	60
Tabla 13. ¿Es monitoreado sobre el cumplimiento de sus tareas y responsabilidades? .....	61
Tabla 14. ¿Es monitoreado de acuerdo al manual de procedimientos?.....	62
Tabla 15. ¿Conoce usted el manual de procedimientos para la emisión y custodio de los productos o servicio de la empresa?.....	63
Tabla 16. ¿Considera usted que la información sobre el manual de procedimientos le ayuda a desarrollar eficientemente sus funciones?.....	64
Tabla 17. ¿Considera usted que una buena comunicación disminuye incertidumbres y mejora la toma de decisiones?.....	65
Tabla 18. ¿La información requerida es comunicada en el tiempo indicado para el cumplimiento de sus tareas o responsabilidades?.....	66
Tabla 19. ¿Según las actividades que se le designa usted es supervisado?.....	67

Tabla 20. ¿Las conclusiones recabadas del monitoreo reducen errores y contribuyen a mejoras?.....	68
Tabla 21. ¿La asociación cuenta con un monitoreo constante? .....	69
Tabla 22. ¿Es informado y capacitado sobre las estrategias impulsadas por el producto o servicio de la empresa? .....	70
Tabla 23. ¿Las estrategias están diseñada de acuerdo al producto o servicio de la empresa? .....	71
Tabla 24. ¿Usted conoce las estrategias del método de ventas y mercadeo?.....	72
Tabla 25. ¿Las estrategias están realizadas de acuerdo al tipo de cliente de la empresa?.....	73
Tabla 26. ¿Las estrategias diseñadas permiten atraer nuevos usuarios a la empresa?.....	74
Tabla 27. ¿Considera Usted que la AFOCAT oferta varias modalidades de pagos para facilitar el cierre de una venta? .....	75
Tabla 28. ¿Considera Usted que las facilidades de pago son de acuerdo al cliente el cual le permite cerrar una venta? .....	76
Tabla 29. ¿La empresa reduce trámites para facilitar el cierre de una venta?.....	77
Tabla 30. ¿Las estrategias diseñadas de pago permiten atraer nuevos usuarios a la empresa?.....	78
Tabla31. ¿La forma de pago le permite llevar un control de las ventas?.....	79
Tabla 32. ¿Existen reclamos de los clientes por fallas del producto o servicio?.....	80
Tabla 33. ¿La asociación tiene identificado los tipos reclamos para dar solución a los reclamos de los usuarios?.....	81
Tabla 34. ¿La asociación atiende puntualmente los reclamos de los usuarios?.....	82
Tabla 35. ¿La asociación atiende puntualmente las devoluciones de los usuarios?.....	83
Tabla 36. ¿La Asociación evalúa las causas de la devolución para determinar en qué parte del procedimiento se realizará las correcciones?.....	84

Tabla 37. ¿Las devoluciones reflejan la insatisfacción del cliente?.....	85
Tabla 38. Contrastación de Hipótesis General.....	86
Tabla 39. Contrastación de hipótesis específica 1 .....	88
Tabla 40. Contrastación de hipótesis específica 2 .....	89
Tabla 41. Contrastación de hipótesis específica 3 .....	90
Tabla 42. Contrastación de hipótesis específica 4 .....	91
Tabla 43. Contrastación de hipótesis específica 5 .....	92

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. ¿Conoce usted las estrategias administrativas de la empresa?.....	54
Figura 2. ¿La organización de la entidad favorece al control de las ventas en el área de afiliación en la AFOCAT Regional León de Huánuco?.....	55
Figura 3. ¿La entidad cuenta con una cultura administrativa? .....	56
Figura 4. ¿Tiene conocimiento de los procedimientos y mecanismos para la evaluación de riesgos? .....	57
Figura 5. ¿Se evalúan los riesgos, para establecer objetivos? .....	58
Figura 6. ¿Es evaluado de acuerdo al crecimiento en las operaciones?.....	59
Figura 7. ¿Existen actividades de control suficientes para la supervisión del cumplimiento de cronogramas de tareas? .....	60
Figura 8. ¿Es monitoreado sobre el cumplimiento de sus tareas y responsabilidades? .....	61
Figura 9. ¿Es monitoreado de acuerdo al manual de procedimientos?.....	62
Figura 10. ¿Conoce usted el manual de procedimientos para la emisión y custodio de los productos o servicio de la empresa?.....	63
Figura 11. ¿Considera usted que la información sobre el manual de procedimientos le ayuda a desarrollar eficientemente sus funciones?.....	64
Figura 12. ¿Considera usted que una buena comunicación disminuye incertidumbres y mejora la toma de decisiones? .....	65
Figura 13. ¿La información requerida es comunicada en el tiempo indicado para el cumplimiento de sus tareas o responsabilidades?.....	66
Figura 14. ¿Según las actividades que se le designa usted es supervisado?.....	67
Figura 15.¿Las conclusiones recabadas del monitoreo reducen errores y contribuyen a mejoras?.....	68
Figura 16. ¿La asociación cuenta con un monitoreo constante?.....	69
Figura 17. ¿Es informado y capacitado sobre las estrategias impulsadas por el producto o servicio de la empresa? .....	70
Figura 18. ¿las estrategias están diseñada de acuerdo al producto o servicio de la empresa? .....	71

Figura 19. ¿Usted conoce las estrategias del método de ventas y mercadeo?.....	72
Figura 20. ¿Las estrategias están realizadas de acuerdo al tipo de cliente de la empresa? .....	73
Figura 21. ¿Las estrategias diseñadas permiten atraer nuevos usuarios a la empresa?.....	74
Figura 22. ¿Considera Usted que la AFOCAT oferta varias modalidades de pagos para facilitar el cierre de una venta? .....	75
Figura 23. ¿Considera Usted que las facilidades de pago son de acuerdo al cliente el cual le permite cerrar una venta? .....	76
Figura 24. ¿La empresa reduce trámites para facilitar el cierre de una venta?.....	77
Figura 25. ¿Las estrategias diseñadas de pago permiten atraer nuevos usuarios a la empresa?.....	78
Figura 26. ¿La forma de pago le permite llevar un control de las ventas?.....	79
Figura 27. ¿Existen reclamos de los clientes por fallas del producto o servicio?.....	80
Figura 28. ¿La asociación tiene identificado los tipos de reclamos para dar solución a los reclamos de los usuarios?.....	81
Figura 29. ¿La asociación atiende puntualmente los reclamos de los usuarios?.....	82
Figura 30. ¿La asociación atiende puntualmente las devoluciones de los usuarios?.....	83
Figura 31. ¿La Asociación evalúa las causas de la devolución para determinar en qué parte del procedimiento se realizará las correcciones?.....	84
Figura 32. ¿Las devoluciones reflejan la insatisfacción del cliente?.....	85
Figura 33. Coeficiente de Correlación por rangos de Spearman.....	87

## RESUMEN

El presente informe de investigación titulada “El control interno y las ventas en el área de afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020, el cual tiene por objetivo determinar la relación del control interno y las ventas en el área de afiliación en la AFOCAT Regional León de Huánuco – Huánuco 2020, la técnica para la recolección de datos es el cuestionario, el estudio es de tipo aplicada, el enfoque es cuantitativo, de alcance o nivel descriptivo y con un diseño no experimental transeccional correlacional, para determinar la relación del control interno y las ventas.

Con los resultados alcanzados de la ejecución del instrumento de recaudación de datos, se realizan interpretaciones, se discuten de resultados y se concluye que el control interno en la AFOCAT León de Huánuco favorece a las ventas, el cual se sostiene con una relación positivamente muy alta de 0.968, por lo tanto el control interno se relaciona con las ventas, para la contrastación de la hipótesis y calcular la frecuencia de la variable se usó el programa SPSS, a través de la prueba no paramétrica de (Rho de Spearman) se admite la hipótesis alternativa (Hi) y se niega la hipótesis nula (Ho).

Finalmente, con los resultados alcanzados se elaboran sugerencias en base a la problemática que puede ser ocasionado por el desconocimiento, esto a la vez se ve reflejado en la disminución de las ventas o en caso contrario un aumento ventas.

**Palabras claves:** *(Actividades, ambiente, control, monitoreo, procedimientos, tareas y ventas).*

## **ABSTRACT**

This research report entitled "Internal Control and Sales in the affiliation area of the AFOCAT Regional León De Huánuco - Huánuco 2020, which aims to determine the relationship of internal control and sales in the affiliation area of the AFOCAT Regional León de Huánuco - Huánuco 2020, the data collection technique is the questionnaire, the study is of an applied type, the approach is quantitative, with a descriptive scope or level and with a non-experimental, transectional correlational design, to determine the control relationship internal and sales.

With the results obtained from the execution of the data collection instrument, interpretations are made, the results are discussed and it is concluded that the internal control of AFOCAT León de Huánuco favors sales, which is sustained with a very high positive relationship of 0.968, therefore the internal control is related to sales, to test the hypothesis and calculate the frequency of the variable the SPSS program was used, through the non-parametric test of (Spearman's Rho) the alternative hypothesis ( $H_i$ ) and the null hypothesis ( $H_o$ ) is denied.

Finally, with the results achieved, suggestions are made based on the problems that can be caused by ignorance, this in turn is reflected in the decrease in sales or, otherwise, an increase in sales.

Keywords: (Activities, environment, control, monitoring, procedures, tasks and sales).

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad las instituciones se ven afectadas por el desconocimiento de los componentes del modelo COSO del control interno en sus procedimientos de control, que evalúa los procesos de la entidad para el cierre de la venta.

El desarrollo del presente informe de investigación, tiene como título “El control interno y las ventas en el área de afiliación en la AFOCAT regional "León de Huánuco" - Huanuco 2020”. Que tiene inicio por el desconocimiento del control interno del personal en los procedimientos que integran la venta, el tema del proyecto de investigación surge a partir del incorrecto control en la gestión de sus ventas, debido a los retrasos, al desconocimiento de las bondades en la aplicación de los componentes del control interno en la gestión de emisión, custodio de productos en las organizaciones públicas o privadas y el valor que le damos como personal se reflejara en las ventas y satisfacción del usuario. Donde el objetivo del presente informe final es determinar de qué manera el control interno se relaciona con las ventas en el área de afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020, con sus respectivos objetivos específicos.

El presente informe de investigación está descompuesto en cinco capítulos siguiendo las normas de la institución dispuesto por Ministerio de Educación que a continuación se detalla:

En el primer capítulo, se realiza el planteamiento del problema, formulación del problema, un objetivo general y cinco objetivos específicos, para determinar la relación entre las variables, justificación de la investigación, limitaciones y la viabilidad;

En el segundo capítulo, se redacta el marco teórico, lo cual contiene antecedentes internacionales, nacionales y locales relacionados al tema, encontramos también las bases teóricas acerca de las dos variables de estudio que contienen conceptos de diversos autores, así mismo se detalla todos los conocimientos que se tienen sobre las variables;

En el tercer capítulo, se diseña el método de la investigación, que enfoque se tomara en cuenta, como también el tipo de investigación, población y muestra;



En el cuarto capítulo, contiene el procesamiento de datos sobre las encuestas aplicadas al personal, también la contrastación de la hipótesis general y las hipótesis específicas;

En el quinto capítulo, hablamos sobre la discusión de resultados, según los resultados obtenidos del procesamiento de datos de la información recabado en el trabajo de campo, de acuerdo a ello se utilizaron las referencias bibliográficas para las respectivas conclusiones y recomendaciones. (Anexos).

# CAPITULO I

## PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En el mundo empresarial muchas empresas importantes han gestionado un sistema de control interno, debido a que es un mecanismo indispensable en el cumplimiento de objetivos, que ha facilitado el manejo y monitoreo de sus procedimientos, y que ha permitido dar el salto al cambio a todos los empresarios innovando mejoras para poder resguardar sus procedimientos y mejorar su monitoreo, debido a que en el mundo empresarial se ha comprobado una cultura empresarial de deslealtad, es decir empresas fraudulentas y cubiertos por la informalidad que ofrecen mejores servicio, mayor cobertura, precios bajos y se evidencia un escaso control por parte de los gobiernos, que no permite una competencia equilibrada en el campo empresarial de la venta de seguros.

En el Perú la inadecuada gestión del control interno en las instituciones ha proliferado la informalidad, desde la venta de medicamentos y como también de seguros, con la finalidad de detectar estos procesos inadecuados, redundantes y las causas que ocasionan el problema, para el cual se gestionó la Ley N<sup>a</sup> 28716, Ley de control interno del sector público para determinar objetivos, normas para regular la formulación, viabilidad, uso, funcionamiento, monitoreo y evaluación, con el fin de prevenir y fortalecer los sistemas administrativos, operativos con acciones y actividades de control previo, simultáneo y posterior, contra los actos y prácticas indebidas o de corrupción, y se encuentra inmerso bajo los parámetros del modelo COSO, para su puesto en funcionamiento en las entidades. Su desconocimiento e inadecuada gestión en las instituciones afecta la calidad del servicio o producto y la eficiencia de los trabajadores, con el objetivo de proponer soluciones correctivas y mejoras para la institución, se puede decir que la falta de conocimiento sobre el control interno para el monitoreo en los procedimientos de venta en las distintas áreas que integran las entidades, origina un bajo nivel de venta y se ve reflejado en la insatisfacción del usuario, perjudicando a los asociados y trabajadores de las instituciones.

“El mal control en la empresa Comuator S. A de la ciudad de Guayaquil se debe a que no realiza una gestión de los componentes del control interno, el cual genera ineficiencia en los procedimientos para el cierre de la venta, el cual se ve reducido en un 10% más, es por ello que la simplificación de procedimientos incrementa las ventas en un 5%, como se sostiene al concluir una venta, del cual sobresale el exceso de productos en su empresa, sin poder realizar la distribución y comercialización planteada, se ha tenido problema con la supervisión respecto a la gestión de ventas que obedece completamente a las políticas y normas internas rígidas el cual no permite fomentar facilidades en los tramites de pago” (Suárez, 2018).

“La Superintendencia de Bancos y Seguros señala que en las asociaciones de fondos regionales contra accidentes de tránsito, en actualidad existen problemas de control interno, como consejos directivos con mandatos de largo plazo que no permite realizar cambios debido a su conocimiento empírico desfasado, manual de procedimientos desactualizado, debilidades en aplicación de los componentes de control interno del modelo COSO, estatutos que limitan la participación de los asociados y la inexistencia de una unidad de control interno en las instituciones” (El Economista, 2017).

Según la INEI, (2020) sostiene: “el incremento de accidentes de tránsito ha favorecido a la venta de Certificados Contra Accidentes de Tránsito (CAT) regionales en cuanto a su bajo costo, facilidades de pago y procedimientos simplificados, y a su vez el aumento de empresas aseguradoras informales en el mercado por el bajo control del estado, es por ello la necesidad de gestionar estrategias que permitan competir como estrategias de mercadeo y estrategias impulsadas por el cliente, para el cual es necesario establecer una supervisión en los procesos, que permitan elevar la eficiencia y eficacia de los procedimiento, el cual permitirá agilizar las solicitudes de adquisición del CAT y permitirá que la AFOCAT compita en el mercado de seguros al ofrecer tramite más simplificado para la emisión y custodio de un CAT y cierre de una venta el cual permitirá transmitir una imagen de estabilidad y confianza al usuario”.

“En un total de 10,871 ciudadanos que sufrieron accidentes de tránsito en las diferentes vías del país fueron asistidas por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), a través del Fondo de Compensación del Seguro Obligatorio de Accidentes Transito, a través de su Certificado Contra Accidentes de Tránsito, desde sus comienzos en agosto del 2004 hasta diciembre del 2019, los accidentados recibieron cobertura para gastos médicos de sepelio como también fueron asistidos en los hospitales del Ministerio de Salud, EsSalud y clínicas a nivel nacional, con el cual se sostiene que con el incremento de los accidentes de tránsito nace la demanda de contar con un seguro, al ser más económico son más accesible para el segmento que se pretende y con la necesidad de los transportistas, taxistas y/o persona que conduzca un vehículo motorizado, el de contar con un seguro que le resguarde frente a un accidente de tránsito, es por ello la necesidad de gestionar el control interno en las instituciones para supervisar los procesos que engloban los servicios o productos de calidad, por el cual las estrategias de venta de la AFOCAT permite ingresar al sector y cubrir la demanda, estas estrategias son formuladas para un usuario en específico de acuerdo a las características observadas y su bajo precio permite su accesibilidad y la factibilidad para el desarrollo de las ventas del CAT y para mejorar control permita reducir sesgos, procedimientos, actividades y tareas repetidas” (andina, 2020).

“La evaluación en la actualidad de las empresas aseguradoras no son consideradas con mayor profundidad, he aquí la problemática del desconocimiento de la evaluación y sus procedimientos en las AFOCAT, al notar la necesidad de contar con este mecanismo de supervisión que garantice y detecte errores antes de su distribución, como lo sostiene la SBS (2017), el incremento de las empresas aseguradoras informales disminuye las ventas, es por ello la necesidad de gestionar un control interno periódico en los procedimientos que resguarde la calidad del producto o servicio, detecte procedimientos innecesarios en las organización y que elimine los tramites redundantes y corregir proceso en la emisión y custodio del CAT, permitiendo que a través de la evaluación del control interno sostener la calidad del producto o servicio y generar ventaja frente a la competencia, incluyendo al

servicio de transporte de taxi y mototaxis los cuales pudieran acceder a un CAT y dar cumplimiento a la obligatoriedad de contar con un seguro contra accidente de tránsito, el cual favorece a la venta de las CAT” (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2017).

“La EDPYME SOLIDARIDAD S.A.C es una entidad financiera perteneciente a Cáritas del Perú, con un sucursal en la ciudad de Huánuco, tiene un problema en el área de operaciones, debido a que el control interno en la institución no se encuentra bien definida ni establecidos, aun mas desconocen los componentes del modelo COSO y que no se van a emplear por la falta de conocimiento del personal como son; el ambiente de control, evaluación de riesgos, sistemas de información y comunicación y supervisión, los procedimientos de control interno y el manual de procedimientos se encuentra mal organizado al momento de gestionar el sistema de control interno genera fallas y se debe gestionar la actualización del manual de procedimientos y se debe establecer responsabilidades a los trabajadores” (Atencia, 2017, pág. 86).

Sin embargo uno de los problemas que ocurre en la asociación de fondos contra accidentes de Tránsito Regionales es el desconocimiento de los procedimientos y un inadecuado control interno en la organización lo cual genera una disminución en las ventas, cabe resaltar que el problema del área de afiliación, son los procedimientos rígidos, falta de capacitación al personal sobre costo, falta de políticas y normas internas definidas para cada áreas de acuerdo a su necesidad, escaso control y monitoreo con las solicitudes de compras, falta de registro de los Certificados contra accidentes de tránsito emitidos, deficiencia en la aplicación de procedimientos en el custodio de los Certificados Contra Accidentes de Tránsito y no se realizaba una auditoria ni por lo menos una vez al año.

Por los precedentes mencionados esta investigación tiene como objetivo principal determinar de qué manera se relaciona el control interno con las ventas en el área de Afiliación en la AFOCAT Regional León de Huánuco – Huánuco 2020. Para controlar y vender en relación con las normas de control dispuestos por el modelo COSO, en el cual señala que el control interno es

un mecanismo de apoyo orientado a cumplir objetivos de control, para el cierre de venta, la presente investigación se fundamenta debido a que no se ha realizado estudio alguno sobre ambas variables dentro de la entidad y se hace necesaria determinar el estado actual de la institución en base al control interno con las ventas.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1 PROBLEMA GENERAL**

- ¿De qué manera el control Interno se relaciona con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020?

### **1.2.2 PROBLEMAS ESPECÍFICOS**

- ¿De qué manera el ambiente de control se relaciona con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020?
- ¿De qué manera la evaluación de riesgos se relaciona con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020?
- ¿De qué manera las actividades de control se relacionan con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020?
- ¿De qué manera la información y comunicación se relacionan con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020?
- ¿De qué manera la supervisión se relaciona con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020?

### **1.3 OBJETIVOS GENERAL**

- Determinar de qué manera del control interno se relaciona con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.

## **1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Determinar de qué manera el ambiente de Control se relaciona con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.
- Determinar de qué manera la evaluación de Riesgos se relacionan con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.
- Determinar de qué manera las actividades de control se relacionan con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco –Huánuco 2020.
- Determinar de qué manera la información y comunicación se relacionan con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.
- Determinar de qué manera la supervisión se relaciona con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.

## **1.5 JUSTIFICACIONES DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.5.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA**

La relevancia del proyecto es disponer en teoría de todas las posibles alternativas de las variables sometidas a estudio, por lo cual es importante su desarrollo de la presente investigación debido a que va facilitar que los procedimientos del área de afiliación se vean más competentes y será de gran ayuda debido a que contribuirá a una administración social de la empresa con el propósito de satisfacer la demanda y expectativas del usuario, con el proyecto se pretende cubrir un hueco en la información y se pueden sugerir ideas, recomendaciones o hipótesis motivo por el cual la presente investigación permite abordar la línea de investigación que contribuye a proponer investigaciones futuras, soluciones y de este modo aportar al programa académico de contabilidad y finanzas.

### **1.5.2 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA**

En el presente proyecto de investigación para el logro de los objetivos, se diseñó métodos y técnicas de investigación como el cuestionario y el procesamiento de datos con el software estadístico SPSS para determinar

la relación, el cumplimiento de los objetivos y brindar datos para las conclusiones y recomendaciones de la investigación, se puede mejorar el proceso de ensayar y propone cómo investigar correctamente una población.

### **1.5.3 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA**

El proyecto de estudio se centra fundamentalmente en determinar si subsisten falencias de control interno en el empleo de procedimientos en el área de afiliación en la AFOCAT Regional León de Huánuco, estableciendo las herramientas más correctas para la implementación de una administración más social, lo cual ayudará a resolver un problema real, se cuenta con accesibilidad a la población de estudio para determinar la relación de las variables, en el que se logren resultados positivos en la población al finalizar una venta y generar un ambiente agradable de trabajo con un enfoque de satisfacción al usuario.

### **1.6 LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN**

Se delimita a estudiar a la (AFOCAT) regional León de Huánuco de la ciudad de Huánuco, Además, se encontró como limitación la falta de tiempo para terminar el proyecto debido a la sobrecarga laboral.

### **1.7 VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

Es viable el proyecto de investigación, porque se cuenta con acceso a la muestra, a las fuentes bibliográficas, además de contar con recursos económicos y tecnológicos que permiten contrastar hipótesis para establecer conclusiones y recomendaciones.



## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **2.1.1 ANTECEDENTES INTERNACIONALES**

Según Jiménez, (2017) en su tesis titulada 'El sistema de control interno y la toma de decisiones en los Hoteles, Hostales y Hosterías de primera categoría de la ciudad de Riobamba", concluye lo siguiente:

- ✓ Cuenta con un inadecuado control interno, se restringe solo a la alta dirección en la toma de decisiones, estos errores son por la poca comunicación en las áreas, lo que afecta en la competencia, como se muestra en los diferentes procesos que se ejecutan en las diferentes tareas y que estas no están acorde a la operatividad para la cual se desarrollaron y el consejo directivo no emplea la información necesaria obtenida de las diversas áreas para la toma de decisiones.
- ✓ Además, su relevancia para el adecuado funcionamiento de la entidad, facilita la prevención, control y optimización los procedimientos en cada unidad de la entidad.

Según Vargas, (2018) en su tesis titulada 'El control interno y el riesgo operativo de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1, 2 y 3 de la provincia de Tungurahua, en el período 2016", concluye lo siguiente:

- ✓ La organización no tiene un mecanismo que mide el control de procedimientos, como también otras instituciones que en sus áreas o unidades no aplicaron correctamente los procedimientos y su eficacia es media del personal, en la organización han sido parcialmente capacitados de la relevancia del monitoreo, también el personal recibe talleres de capacitación de la normativa y procedimientos de cumplimiento, su entorno laboral es de regular a bueno aun aceptable para una convivencia favorable de los trabajadores.
- ✓ El seguimiento y evaluación de los eventos de riesgo en las actividades, determina la conmovición de los peligros, en el alcance de una matriz que examine y supervise los peligros.

Según Rodríguez, (2020) en su investigación para obtener el grado de maestro, lleva por título 'Fortalecimiento del sistema de control interno en las E.S.E hospital Regional del Magdalena Medio; enfoque COSO', concluye lo siguiente:

La auditoría interna son procedimiento de ajuste a cada actividad, referenciado de los elementos del modelo COSO, la evaluaciones son proceso que permiten fortalecer el control interno, precisamente para cerrar brechas que permitan enfocar en cada punto el método adecuado para el fortalecimiento de punto débiles y a través de principios mostrados por el enfoque se pretende es disminuir las distancias en las brechas con su realidad actual, para el cual es necesario el fortalecimiento de los elementos del enfoque en el que permite la acción en los puntos vulnerables de la supervisión con planes de mejoramiento, en la ejecución del control e integrar periodos para el alcance de sus tareas encomendadas el que va a permitir seleccionar el corrector personal para el puesto.

### **2.1.2 ANTECEDENTES NACIONALES**

Según Prieto, (2019) en su tesis titulada 'Control Interno de Administración de ventas de una Comercializadora de pota y perico, Lima Metropolitana 2018', concluye lo siguiente:

- ✓ Si se aumenta el monitoreo, los procedimientos de la conducción de ventas se optimizara, se evidencia relación alta para ambiente de control para las ventas, en los resultados un elevado porcentaje indicaron que los colaboradores con conocimiento de ventas sean técnicos o profesionales no son quienes emiten los informes de su control de venta, no hay segregación de funciones, asimismo un elevado índice indico que la organización no cumple con el programa anual de capacitaciones, se evidencia que un elevado porcentaje que manifiesta que el colaborador no conoce los procedimientos a seguir en casos se reporten observaciones o reclamos no hay sensibilización del control interno.

- ✓ Además, en elevado porcentaje indica que no se comparan los resultados de auditoría con los registros de los procedimientos, actividades y tareas, así como la empresa no llena a diario el formato de supervisión de las operaciones realizadas por el personal externo no hay procedimiento de control para las actividades realizadas por el personal externo
- ✓ Finalmente, la información y comunicación en los resultados se demostró la empresa no entrega información de las actividades a realizarse con anterioridad ello con conlleva que el empirismo de las labores diarias no se mejore y un elevado porcentaje indica que no se determinan compromisos de mejora para la gerencia no debe ser solo el informar los hallazgos, sino conjuntamente con el personal plantear soluciones.

Según Soto, (2018) en su tesis “El Control Interno y Gestión Administrativa en la División de Tesorería de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria – Lima – 2018”, concluye lo siguiente:

Que se evaluara las metas obtenidas de los diferentes niveles y se corregirán las variaciones no congruentes por intermedio de propuestas, el entorno de control interno y gestión administrativa garantizan una relación significativa entre variables, de acuerdo a los propósitos logrados se plantea formular lineamientos sencillos que integren las actividades al objetivo, a la visión y a la misión de la organización. La comunicación e información en la gestión administrativa certifica una relación pertinente. La dimensión supervisión y la variable dependiente garantizan una relación, el cual afianza un monitoreo rutinario mensualmente con el propósito de emitir informes de las fallas o carencias que afectan a la organización.

Según Villanueva, (2017) en su tesis titulada ‘Influencia del control interno en la gestión financiera de la empresa Biozyme Diagnostic E.R.L. 2016’, concluye lo siguiente:

El entorno del control interno es el modo difundir la misión, visión, valores y el manual de procedimientos al personal, el cumplimiento en post de la

mejora de la organización y un monitoreo el cumplimiento de las actividades diarias en miras al logro del objetivo, el cual al permitir la implementación del modelo COSO el cual cuenta con los principios, normativas dirigidas al cumplimiento de las metas de la organización Finalmente, la supervisión esquematizada garantiza el monitoreo de sus productos y ventas el cual favorece a sus ganancias, los principios del control interno que se implementan en la empresa, son la legalidad, valores éticos que establece estructura.

Según Pellegrini, (2018) en su tesis titulada 'Los Mecanismos de Control Interno Administrativo en las Asociaciones de Fondo Contra Accidentes de Tránsito en el Perú', concluye lo siguiente:

Las Asociaciones de Fondo contra Accidentes de Tránsito (AFOCAT) en Latinoamérica tuvieron su origen en el Perú, por el año 2006, con el fin de que los transportistas urbanos e interurbanos pudieran tener una alternativa de SOAT más económico que los pueda coberturar en caso de accidentes de tránsito.

Además, un entorno de control aporta positivamente al entorno en el que las personas desarrollan sus tareas, con el fin de llegar a sus objetivos y la entidad encargada de supervisar y controlar a las Asociaciones de Fondos Contra Accidentes de Tránsito es la Superintendencia de Banca y Seguros y AFP quien estableció que los aportes de riesgo sean depositados en una entidad recaudadora, además de implementar sistemas modulares que detallen la información real de la asociación.

La asociación otorgo responsabilidades a cada área de generar y validar sus reportes, para, dentro de este entorno, el directorio y la gerencia monitorea las amenazas relacionadas con la realización de determinadas metas, los procedimientos de control se formulan para aportar a que se ejecuten las directrices para prevenir riesgos y eventualidades.

Estableció se deberá transferir o depositar a la cuenta recaudadora el importe correspondiente al aporte de riesgo acumulado entre el décimo y el vigésimo día calendario del total de CAT vendidos.

Finalmente, una asociación sin fin de lucro, con personalidad jurídica que se ubica en el régimen general tributario y en cuanto a la magnitud de sus

ventas a incorporado el hecho de libros de manera electrónica, los primordiales mecanismos de administración para el control interno administrativo de la AFOCAT – PIURA es la reglamentación interna, las directivas y memorándum que se adecuan a su realidad operacional a sus trabajadores.

### **2.1.3 ANTECEDENTES LOCALES**

Según Flores, (2020) en su tesis titulada ‘El control interno y la gestión de inventarios en la empresa envasadora YOZ Gas E.I.R.L Provincia de Leoncio Prado - 2019’, concluye.

- ✓ El cual permite sostener a través de la prueba no paramétrica de Spearman la relación, resultando un valor de significancia positiva, lo que sostiene que se desarrolla el control interno en la administración de inventarios y se corrobora una mejora en las actividades de supervisión en las diferentes etapas de los procedimientos, que permite reducir pérdidas e irregularidades dentro en la organización.
- ✓ Asimismo, para demostrar que el entorno de control incide en las ventas se usó la prueba estadística Rho Spearman el cual sostiene estadísticamente que se desarrolla una influencia entre el entorno de control y la variable dependiente.
- ✓ Finalmente, la información y comunicación estadísticamente desarrollan una influencia que optimiza el uso de los recursos en cuanto a la información para la toma de decisiones.

Según Portugal, Principe & Cardenas, (2018) en su tesis titulada “Estrategias De Diferenciación y su Relación con las Ventas en la Empresa de Servicio “STAR GYM – Baños Sauna” – Huánuco 2017”. Para optar el título de contador público en la Universidad Nacional Hermilio Valdizan concluye lo siguiente.

- ✓ Las estrategias de distinción se relacionan positivamente con las ventas y respondiendo al propósito de la línea de proyecto de estudio, que se debe seguir potencializando la estrategia de distinción de esta manera se logrará la satisfacción plena del cliente.

- ✓ Finalmente, los resultados de la investigación coinciden con la investigación realizada puesto que los planes estratégicos corporativos deben estar relacionados, permitiéndoles a las empresas ser más productivas y cumplir con las metas, ya que la investigación realizada obtuvo un resultado que la estrategia de distinción incide en las ventas.

Según Guevara, (2019) en su tesis titulado “El Control Interno y su efecto en la Gestión Operativa de las MYPES en el Distrito de Ate – Lima 2018”. Presentada a la Universidad Nacional Hermilio Valdizan para optar el título de contador concluye.

- ✓ Las MYPES del distrito de Ate - Lima, el uso del control interno se ha determinado que es un método formulado para para mejorar la eficiencia, eficacia en los procesos y además asignando un grado de fiabilidad para al logro de actividades influenciando positivamente en el al contar con recursos humanos adecuados para un eficiente control y agilice la transmisión de información que permita la correcta toma decisión en beneficio de la organización.
- ✓ Además, el monitoreo resguardar los productos y servicio de la organización en el procedimiento, el cual favorece obtener productos de calidad y a tener un inventario actualizado y estable ofreciendo al final alcances contables deseados y satisfactorios para las MYPES.

Según Atencia, (2017) en su tesis titulado ‘El control interno y el Manual de Procedimientos en el Área de Operaciones de la EDPYME Solidaridad y Desarrollo Empresarial S.A.C 2018’. Presentada a la Universidad de Huánuco, concluye.

- ✓ Los procedimientos de control en el área favorecen a la optimización del uso del manual de procedimientos en los personales como el entorno de control, monitoreo de sesgos, los proceso información y comunicación, las actividades de control y el monitoreo.
- ✓ Por último, la evaluación de riesgos permite la aplicación del manual de procedimientos en el área, a través de un monitoreo y mediante los informes de evaluación y la auditoría interna.

Según Nieves (2020) en su tesis titulado 'El control interno y su relación con la Gestión Logística de la Empresa Electrocentro S.A, Unidad de Negocios, Huánuco 2019". Concluye lo siguiente.

- ✓ Los procedimientos de control y la administración logística se relacionan en la organización, como se demuestra aceptando la hipótesis específica dos planteada.
- ✓ Finalmente, la supervisión incide en el control para una administración logística en la entidad que se demuestra aceptando la hipótesis planteada y la implementación de auditoría interna que favorezcan el monitoreo de los procedimientos y actividades, mediante la inserción de charlas informativas.

## **2.2 BASES TEÓRICAS**

### **2.2.1 CONTROL INTERNO:**

#### **2.2.1.1 ORIGEN:**

“Desde los inicios el hombre ha tenido la exigencia de monitorizar los elementos que lo circundan; a finales del siglo 19 los humanos de negocios en su trajín de descomponer responsabilidades, se sugiere elaborar y determinar procedimientos de control para el resguardo de sus beneficios a los efectos de reducir positivamente las eventualidades” (Otárola et al. 2018, pág. 11).

“El léxico de control Interno surge en el año 1949 por la AICPA parte de la conclusión del informe COSO I del año 1992 puntualiza con mayor aceptación un procedimiento conducido por la gerencia de la organización, desarrollado con el propósito de proveer un nivel de confianza en la concreción y ejecución de tareas” (Otárola et al. 2018, pág. 11).

#### **2.2.1.2 CONTROL INTERNO:**

“En un inicio se basó en procesos empíricos a partir de actividades de prueba y sesgo, lo cual es generado por la escasa capacitación de quienes tienen a su responsabilidad el manejo de control interno, que está relacionado con los controles para salvaguardar

los recursos de la entidad, logrando con las metas eficiencia, debido a que los mecanismos del modelo COSO permite capitular las ventas, el cual alcanza implantar esquemas y entrenamientos de control, particularmente en las organizaciones del estado, esta situación ofreció una visión desnaturalizada del procedimiento, al actuar a proximidad de la línea del logro y alejado de los estándares de calidad y en atención a la evaluación del control como intermediario para establecer parámetros para el examen de la auditoría, comprende el plan estratégico, el conjunto de esquemas y procedimientos que garanticen un adecuado manejo de los productos o servicios, como exigencias que asegure la eficiencia del control interno” (Quinaluisa et al., 2018).

“Los elementos del control interno favorecen a un procedimiento sin errores y favorece la satisfacción del usuario, un adecuado autocontrol permite elevar la habilidad de cada directivo o personal que ejecute el proceso, cualquiera que sea su responsabilidad propia en el control, como también la autocorrección es la destreza con el que cuenta la empresa para regular con argumento en la constitución y sus leyes” (Guerrero, 2017, pág. 14).

“Frente a esta situación se elaboró una Ley 28716, que contempla la aplicación de normas de buenas prácticas de gobierno corporativo, gestión y solvencia, como, por ejemplo, la rotación de los directivos; y, tener órganos de control interno que supervisen adecuadamente la labor del Consejo Directivo. Asimismo, establece que los estatutos y las modificaciones relacionadas con la administración del Fondo deben ser aprobados por la SBS; y, plantea que, si el Fondo administrado por AFOCAT no cuenta con la liquidez o solvencia debida, este debe ser liquidado. También contempla temas operativos como la existencia de un recaudador que concentra la cobranza de los aportes del CAT y la ejecución de un sistema modular, el cual, de acuerdo a la solvencia de la Asociación de Fondos Regionales Contra Accidentes de Tránsito, permitirá, entre otras cosas, fusionarse con otra. Otra medida abre



la posibilidad de que una Asociación de Fondos Regionales Contra Accidentes de Tránsito contrate a un centralizador operativo, para que le gestione la información contable, financiera, técnica, de auditoría interna u otros procesos que requiera la SBS, reduciendo por, economía de escala, los costos de administración” (Sbs.pe, 2017).

Según Mantilla (2018, pág. 9), sostiene: “Las principales contribuciones del COSO en parentesco al control interno. Según Mantilla (2018) son:

- Elaboración de un esquema conceptual integra, que unifica las distintas definiciones y prácticas en base al cual se realiza una planeación, ejecución y un monitoreo para las contribuciones futuras.
- La comprensión en términos de sistemas y posicionado como un procedimiento, mencionado por el consejo, la administración y el personal, formulado para disponer eficiencia y eficacia medible de los procedimientos en relación con los objetivos.

### **2.2.1.3 DEFINICIÓN:**

“La definición más habitual de control interno elaborada por el AICPA lo divide en dos control administrativo y control contable; el control administrativo, es la autorización de los procedimientos de la administración asociada coherentemente con la responsabilidad en el alcance de las metas y un punto de partida para el control contable de las transacciones, comprende los procedimientos, registros vinculados con activos y con la fiabilidad de los estados financieros” (Mantilla, 2018, pág. 7).

A partir The Institute of Internal Auditor (1990) y Mantilla (2018) sostienen: “que el control interno como una medida incluida por la dirección, para proponer y conducir al desarrollo de procedimientos, que provean fiabilidad sensata de que se están

cumpliendo las actividades establecidas para los procesos y los programas, como también salvaguardar los activos”.

“Es una metodología global efectuado por el consejo, gerencia y personal de una organización, formulado para afrontar las amenazas y dar garantía prudente de que las actividades de la misión de la organización se alcanzaran” (Ley 28716, 2016, art.4).

#### **2.2.1.4 MARCO LEGAL:**

- La constitución política Artículo 87º.
- Ley N°28716, Artículo 4º
- Ley N°27181, que regula la obligación de contar con un Seguro de Accidentes de Tránsito.
- D S N°017-2009-MTC y posteriores modificaciones: Aprueba el Reglamento Nacional de Administración de Transporte
- D S N°040-2006-MTC

#### **2.2.1.5 ENFOQUE:**

“La Superintendencia de Bancos y Seguros puntualiza que en las AFOCAT, que actualmente existen problemas de gobierno corporativo, como consejos directivos con mandatos de largo plazo, manual de procedimientos desactualizado, falencias en utilización de los componentes de control interno, estatutos que limitan la participación de los asociados, o inexistencia de un órgano de control interno” (eleconomistaamerica.pe, 2017).

“El control interno es un mecanismo esencial que las organizaciones internacionales y del entorno las manejan con el propósito de determinar las causas de una disyuntiva que interrumpa el desempeño del personal con el propósito de sugerir formas reguladoras para el problema, el desconocimiento del control interno empleado en las unidades de las organizaciones originando un reducido nivel de ventas y la cual se refleja en la insatisfacción del usuario, afectando a los asociados y trabajadores

de las empresas. En el Perú las organizaciones que cubren las mayores plazas no cuentan con un control interno en sus instalaciones, dañando consecuentemente al control de sus ventas; los problemas más frecuentes, ausencia de manuales de procedimientos, separación de trabajo y normativas” (Gestion.pe, 2017).

Según la INEI (2020), sostiene: “El incremento de accidente de tránsito ha favorecido la oferta de Certificados contra Accidentes de Tránsito (CAT) regionales en cuanto a su bajo costo y un trámite más rápido, en cuanto al incremento de la informalidad es necesario establecer un control interno que agilice y resguarde los trámites, que permita transmitir una imagen de estabilidad y confianza al usuario” (andina.pe, 2019).

### **MODELO COSO**

“El enfoque COSO es una metodología del control interno como un procedimiento desarrollado por el consejo y la gerencia general de la organización formulada para proveer confiabilidad medible en incidencia con el alcance de los objetivos de la organización” (Quinaluisa et al., 2018).

“Al no modificar sus componentes con sus actualizaciones se empleará el modelo COSO III, en la presente investigación y el COSO 2013 mejorado está integrado por los 05 elementos” (Zegarra, 2017, pág. 34).

#### **2.2.1.6 IMPORTANCIA:**

“Es la programación de la capacitación formulada para ayudar al trabajador que alcance sus metas de sus tareas, en relación con la auditoría que le garantice fiabilidad complementaria respecto al uso de los procedimientos, la propagación y por lo menciona surge la necesidad del control interno en los procesos de la organización para el cumplimiento con cabalidad y eficiencia sus tareas” (Mantilla, 2018, pág. 7).

### **2.2.1.7 CARACTERÍSTICAS:**

Las características. Según Alejandro (2018) son:

- Preventivo; es prevenir eventualidades en los procesos y será predicable prevenir eventualidades.
- El control esporádico o impulsivo; es de apoyo para la entidad, y el sistema de control debe ser eficaz en intervalos.
- En cada área de la entidad el jefe de la unidad es responsable de dirigir de acuerdo con los niveles de jerarquía, cada jefe es responsable de asimilar la metodología que se imparte, con el propósito de compartir con su equipo y de gestionar para el desarrollo de los procedimientos de la empresa.
- Es sistemático el control debe funcionar en un marco predecible, que permita predecir eventos controlados e informados, la supervisión debe estar disponible y cualquiera injerencia en el sistema de control debe ser informado de que se puede realizar o que se va a realizar.

### **2.2.1.8 DIMENSIONES:**

#### **AMBIENTE DE CONTROL**

“Es por ello que un entorno de control normado implica procedimientos, normativas y políticas que asesoren las conductas generales de los altos directores y propietario de una empresa, en el que el control organizacional y su necesidad en la organización es de relevancia en el proceso en que se esquematiza las tareas de una organización, se establecen los objetivos y se valoran los riesgos y es la base para el resto de las demás dimensiones del control, en el que se detallan cinco elementos” (Quinaluisa et al., 2018).

“La administración estratégica es el ejercicio en una organización centrada en ideas y filosofía que se debe comunicar al personal, como la visión que responde a la interrogante ¿Qué queremos llegar a ser?, debe ser desarrollada por los altos mandos de la

organización y en conjunto con la parte operativa, la misión es trascendental, la razón de ser de la empresa ¿Cuál es nuestro negocio?, es indispensable para determinar las actividades y formular planes” (Jorge, 2019)

“Es un esquema organizativo con un marco formal de la asociación en coherencia con sus actividades se fraccionan, integran y organizan, se caracterizan por la alta capacitación” (Trujillo, 2018, pág. 27).

### **EVALUACIÓN DE LOS RIESGOS:**

“Es la descomposición de las actividades que asiste a los gerentes para distinguir, examinar y monitorear los peligros de venta de la organización en un entorno y el resultado de total, las organizaciones, independientemente de su dimensión, modelo, naturaleza o giro de negocio, afrontan peligros en todas sus etapas y repercuten en sus habilidades para sobrevivir, la identificación es una condición previa para su valoración. Así, deben definirse los objetivos y las acciones necesarias para manejarlos como a la evaluación de peligros que establece objetivos de detección, en la gestión de las amenazas” (Quinaluisa et al., 2018).

“Evaluación del riesgo, en toda actividad no debemos pasar por alto el nivel de riesgo que puede presentarse para ello primero debemos identificar los peligros que puede dañar el cumplimiento de los objetivos planteados por la empresa y la valoración del riesgo nos permitirá estimar la probabilidad que el riesgo ocurra, para todo lo antes expuesto conlleva al desarrollo de respuestas que permita controlarlos mediante la detención o prevención. Sus indicadores son la determinación de amenazas, valoración del riesgo y el desarrollo de soluciones” (Universidad Politecnica Salesiana, 2018).

“En la ponderación de peligros la empresa debe ser razonable y confrontarlos, debe indicar metas compuestos con ventas y otras actividades de manera que se desarrollen integradamente y se

puede fijar herramientas para precisar, evaluar y conducir los peligros conectados” (Trujillo, 2018, pág. 20).

### **ACTIVIDADES DE CONTROL:**

Según Quinaluisa et al, (2018), las normativas y procedimientos que contribuyan a garantizar que se están desarrollando con las directivas administrativas son:

- Monitoreos o supervisiones en todas las instancias de las organizaciones.
- Procesamiento de datos.
- Funciones o tareas administrativas.
- Controles físicos
- Indicadores de desempeño.

Según Claros y León (2017) mencionan: “El COSO sostiene que el control interno es un proceso desarrollado por alta gerencia. La dirección y personal seleccionado tienen como objetivo proporcionar una confianza medible para las siguientes actividades”.

### **INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN:**

“Es la información de los peligros de las actividades del control, el cual es necesario para que los directivos evalúen las tareas y certifiquen el uso de las normativas formales y reglamentarias de la organización, son los procesos para identificar, reunir, clasificar, registrar e informar de las actividades de la entidad y para preservar datos relevantes” (Quinaluisa et al. 2018).

“La información son datos recabados para una comunicación organizacional, con un alcance delimitado en el ámbito, libre para su empleo y que propicia eficiencia a los actos, para reducir la frontera de la duda con respecto a las decisiones” (Chiavenato 2019).

## **SUPERVISIÓN:**

La evaluación periódica del desempeño del control, es determinar los controles que estén funcionando de acuerdo con lo planificado y la necesidad de modificar de acuerdo a los cambios de las condiciones del entorno. Según Quinaluisa et al. (2018) se debe tener presente:

- Las actividades designadas
- El seguimiento o monitoreo de la entidad

“La Administración lleva un monitoreo y examina sistemáticamente los elementos que componen la etapa de control, no garantiza que se revisaran todos los elementos, tampoco certifica que se debe realizar al mismo tiempo una supervisión simultánea. Debe conducir a la detección de los controles frágiles, escasos e inadecuados que fomenten el cumplimiento de las actividades” (Crespo, 2017, pág. 21).

## **2.2.2 LAS VENTAS**

### **2.2.2.1 ORIGEN:**

“Concluido la Segunda Guerra Mundial el gobierno en los países abocaron toda la producción industrial a proporcionar a su milicia en los campos de enfrentamiento, ello coadyuvó a sostener funcional a su personal. En un mercado próspero y abundantes, debido a que en los países europeos donde se habían desarrollado los enfrentamientos, se encontraban devastados y deshabitados no había quien comprase productos o servicios, entonces cambió la estrategia de vender, he aquí el nacimiento del oficio de las ventas, los empresarios inician contratando personas cuya labor es visitar todo el mercado, para captar todos los posibles clientes y fomentar sus productos” (caig-fip.blogspot, 2016).

### **2.2.2.2 DEFINICIÓN:**

“La venta es una cesión de un producto mediante un precio establecidos entre las partes puede ser: 1) al contado, cuando se

paga el producto en el momento, 2) crédito, cuando el precio se paga con posterioridad a la compra y 3) a plazos, cuando el pago se fracciona en varios pagos consecutivos Mena & Miraval (2019), es otra manera de ingreso al mercado de las organizaciones, cuyo propósito es ofertar” (Almerco & Nonato, 2018, pág. 33).

Según Acosta et al. (2018) sostiene: “La venta es una relación que está vinculada con la compra, es decir es la colocación en la plaza de un producto o servicio, con el propósito de que sea adquirido, es el contrato formal en el cual se traspassa un producto o servicio a otro propietario por el monto establecido y como algo subjetivo que se encuentra en la oferta o una tarea concluida, es la base de las operaciones de las organizaciones para su desarrollo, que a través de sus ventas dependerá su permanencia y posicionamiento en el mercado”.

#### **2.2.2.3 IMPORTANCIA:**

“El procedimiento de venta es la interacción usuario y vendedor, que se realiza por una charla de uno a uno, comunicación telefónicas y redes sociales o páginas web, es algo que se acopla con el potencial usuario a nivel personal la mayor parte del tiempo el usuario potencial ingresa al área de ventas a través de los esfuerzos de las estrategias de venta, las ventas son el resultado de la buena estrategia del vendedor y es la estrategia para saciar necesidades del usuario en el momento determinado” (Conexión esan, 2016).

#### **2.2.2.4 CARACTERÍSTICAS:**

Se ejecuta una venta por una reunión de uno a uno, llamadas y de las redes sociales, es acoplable con el usuario potencial a un grado más personalizado. Según Mena y Miraval (2019) estas son algunas de sus características:

- Pesquisa alcanzar con las actividades de volumen de ventas propuestas.



- Creado por una necesidad del usuario, las ventas persuaden al usuario a comprar el producto para saciar sus carencias (Conexión esan, 2016).
- Las ventas son estrategia para complacer las expectativas del usuario, motivado por las 64 interacciones humanas.

#### **2.2.2.5 BASE LEGAL:**

- D S N° 040-2006-MTC y posteriores modificaciones:
- D S N° 017-2009-MTC art. 39.1.3.1 señala los objetivos y la estrategia general de comercialización y ventas.

#### **2.2.2.6 ENFOQUE:**

##### **SATISFACCIÓN:**

“Un usuario contento es un usuario que se mantendrá por muchos periodos y lo resaltante es que se mencionen lo bien que se está desarrollando, porque generaría la disposición de más usuarios que compren más productos, y se considera que la organización evalúe e identifique las disyuntivas y vicisitudes que se pueda desarrollar día a día dentro de las tareas y antes de que se transforme en un problema potencial y comprometa a toda la empresa” (Mena y Miraval, 2019).

#### **2.2.2.7 ANÁLISIS DE VENTAS**

“Parte de la descripción de las ventas neta de las transacciones de la organización con otras organizaciones o con personas, en un establecido periodo y para precisar la cantidad de ventas que se debe lograr para la permanencia, es un documento formulado por la oficina de venta y su objetivo es fijar actividades, que serán cumplidas dentro de un determinado tiempo, sea estructurado o no estructurado y se formula a los procedimientos” (Logicalis Architects Change, 2017).

#### **2.2.2.8 DIMENSIONES:**

##### **PLAN ESTRATÉGICO:**

Según D S N° 017-2009-MTC en su art. 39, indica; “El proceso estratégico como un conjunto de actividades elaborados de manera secuencial con la finalidad que la AFOCAT León de Huánuco pueda proyectarse en logro de su visión de ventas”.

Según plan estratégico 2017-2021 de la (AFOCAT) León de Huánuco detalla: “Seis estrategias o fuerzas impulsadoras que son el motor que lleva a la Asociación a determinar su apariencia o perfil, el concepto de fuerza impulsadora es apoyar a la gerencia en direccionar estrategias de inicio del proceso de producción del CAT para sus ventas (Acosta et al. 2018), define como estrategia impulsada por el producto o servicio, estrategia por la tecnología, por el método de distribución, por el método de ventas y mercado, estrategia impulsada por cliente y estrategia impulsada por la categoría de mercado”, para la presenta investigación se optaron tres estrategias que son las más empleadas por la organización el cual se definen a continuación como:

Estrategia impulsada por el producto o servicio cuando una asociación busca clientes para sus ofertas actuales o con modificaciones en una relación lineal con su producción pasado, presente y posteriores, la (AFOCAT) León de Huánuco es impulsada por el producto o servicio, porque se limita a un solo producto (CAT).

“Estrategias motivadas por el método de ventas y mercado; con una forma particular para conseguir el pedido de sus usuarios, es aplicable para el producto de la AFOCAT León de Huánuco debido a que solo cuenta con una única forma de venta que es la tradicional” (Acosta et al. 2018).

“Estrategia impulsada por el cliente; es el negocio que se desarrolla por un tipo particular y describable de usuarios finales a quien atiende con una amplia diversidad de productos o servicios relacionados, en coherencia a las normas del Estado Peruano, el cual propone que las AFOCAT se centren en un grupo específicos del sector y asociados” (Acosta et al. 2018).

## **CIERRE DE VENTA:**

Es frecuente que un comprador prolongue el mayor tiempo en la decisión de adquisición de un producto o servicio, conforme más se tarde el vendedor en concluir una venta, disminuye los beneficios que le corresponde y el peligro de perder incrementa, lo que se debe aprovechar para la conclusión exitosa de una venta es la motivación del usuario, el vendedor debe proporcionar facilidades de pago como el ser lo menos burocrático posible reducir los requisitos de los tramites, en realidad el de una venta es una apertura de una relación de ganar-ganar con un usuario (Muir, 2020).

## **SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

Según Pau (2019), detalla: “Que es dificultoso determinar la satisfacción del cliente cuando este sencillamente llega a pagar y se va, se puede cuantificar más o menos la lealtad cuando se observa que el cliente retorna, pero según la clase de bien o servicio puede ocurrir que el usuario vaya eventualmente y no se pueda resaltar las ofertas”.

Según Pau (2019) señala: “Que en estudio de reclamaciones el procedimiento más simple y el más empleado por las organizaciones desde la posterioridad se controla la satisfacción debido a la necesidad de adoptar libro de reclamo, porque algunos reclamos se deben resolver con detalle” y (Calabrés, 2018). Detalla que los reclamos por parte de los usuarios es una posibilidad de mejora para la entidad, porque la entidad buscara soluciónlo en seguida la problemática permitiendo que el usuario se sienta estimado y desde otro apartado las exigencias es una sugerencia a que proceso operativo de ventas que no está operando, al determinar y examinar la distribución de los procedimiento lo que genera demoras en la entrega de productos, generando inconvenientes al usuario con estimación de devolución de producto”.

### 2.3 DEFINICIONES CONCEPTUALES

**Control Interno:** Conjunto de acciones, actividades, planes, políticas, normas, registros, procedimientos y métodos, incluido el entorno y con el propósito de prevenir posibles peligros que afectan y se referencia con una estructura basada en cinco elementos (Tarrillo & Vasquez, 2018, pág. 36).

**Requisitos:** Es una característica o una condición necesaria para tener acceso a algo, o para que una cosa suceda. (Arreaga & Molina, 2020).

**Ventas:** Tareas ejecutadas para motivar posibles usuarios a realizar una definida adquisición, consiste en el acto de negociación en el cual una parte es el vendedor y la otra el comprador (Redalyc, 2018).

**COSO:** Archivo que contiene las principales normativas y elementos para la ejecución, gestión del control (Quinaluisa et al. 2018).

**CAT:** Es definido por una AFOCAT, para los vehículos habilitados para el servicio de transporte público de pasajeros, para sus miembro o asociado que certifiquen las coberturas por la AFOCAT, en favor de sus accidentes (Mapro, 2020).

**Ambiente de control:** Conjunto de acciones, normativas y procedimientos que manifiestan las actitudes generales de los altos niveles de la gerencia y en cuanto a la calidad de control interno (Quinaluisa et al., 2018).

**El volumen:** Es una cantidad derivada y expresa la extensión tridimensional de un objeto.

**Usuario:** es la persona que utiliza un producto o servicio de forma habitual (Significados, 2019).

**Satisfacción del cliente:** “satisfacción del usuario sobre el nivel en que se han cumplido sus expectativas y esto no asegura el grado de satisfacción del usuario (UNE-EN-ISO 9000:2005)” (QAEC, 2019).

**Monitoreo:** Es la evaluación periódica de la producción y cumplimiento de los procedimientos, con el propósito de determinar qué controles están funcionando con lo planificado y su necesidad (Quinaluisa et al., 2018).

**Afiliaciones:** Área en el que convergen e interrelaciona diferentes áreas para un objetivo en común la venta, emisión, custodio de un producto o servicio y se formulan los lineamientos para que se efectúe la impresión de CAT en forma correcta y oportuna (Mapro, 2020).

**Afiliaciones:** Son procesos a través del cual un individuo ingresa a una institución, un partido político, una obra social, un sindicato, entre otros, como parte integrante (DefeniciónABC, 2010).

**AFOCAT:** “Es una persona de naturaleza jurídica privada formada como asociación conforme al Código Civil y constituido por persona natural o jurídicas, con la relevancia de administrar los fondos regionales o provinciales contra Accidentes de tránsito, formado por las aportaciones de sus usuarios o asociados, pudiendo realizar otras actividades complementarias a su finalidad principal, para emitir y vender el CAT” (Sbs.gob.pe, 2017).

**Asociados:** “Persona que sigue o acompaña a otra a un propósito, comisión, encomienda, misión y petición y es una persona que está registrado o que hace parte de una asociación, persona jurídica o entidad sin ánimo de lucro” (Definiciona, 2020).

**El CAT:** Se define como a aquel certificado que cubre daños personales (no materiales), para todos y cada uno de los ocupantes del vehículo cubierto y cada uno de los peatones o terceros no ocupantes que sufre un accidente de tránsito, y como mínimo, las siguientes coberturas (Sbs.gob.pe, 2017).

**Evaluación de riesgos:** “Es el proceso de monitorear los riesgos estimados contra los criterios de riesgo propuestos o establecidos, permite determinar el grado de importancia del riesgo antes de llevar a cabo una compra” (SciELO, 2018) .

**Cierre de venta:** “se define como apoyo para que el personal tome decisiones correctas para concretar una venta, es decir, concretar el pedido o al menos obtener un compromiso formal y es decir desarrollar una apertura de una relación ganar-ganar con el usuario, que puede perdurar en el tiempo” (CEUP, 2020).

**Actividad:** “Una actividad da soporte integrado lógicamente con los elementos de proceso relacionados, también denominados elementos de desglose (por ejemplo, otras actividades o descriptores de tareas” (Mantilla, 2018).

**Procedimientos:** “Consiste en seguir ciertos pasos preestablecidos para dotar de herramientas al personal para que cumpla sus actividades eficazmente, debería ser único y de fácil identificación los procedimientos que

sigan, cada uno con esquemas y niveles diferentes que ofrezcan más o menos eficiencia” (Defincion, 2021).

**Método:** “Medio utilizado para llegar a un fin, sostiene que una teoría científica nunca puede calificarse como verdadera: en cambio, lo correcto es considerarla como no refutada eficiencia” (Defincion, 2021).

## **2.4 SISTEMA DE HIPÓTESIS**

### **2.4.1 HIPÓTESIS GENERAL**

- **Hi:** El control Interno se relaciona positivamente muy alta con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.

### **2.4.2 HIPÓTESIS NULA**

- **Ho:** El control Interno no se relaciona positivamente muy alta con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.

### **2.4.3 HIPÓTESIS ESPECÍFICA**

- El ambiente de control se relaciona positivamente grande y perfecta con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.
- La evaluación de riesgos se relaciona positivamente moderada con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.
- Las actividades de control se relacionan positivamente moderada con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.
- La información y comunicación se relaciona positivamente moderada con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020
- La supervisión se relaciona positivamente moderada con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.

## **2.5 SISTEMA DE VARIABLES**

### **2.5.1 VARIABLE INDEPENDIENTE.**

#### **Control interno**

Es un procedimiento formulado por la alta dirección, el personal y es elaborada para proveer una confianza razonable el en cumplimiento de los objetivos de la organización o asociación.

### **2.5.2 VARIABLE DEPENDIENTE.**

#### **Las ventas**

Actividades generadas para motivar potenciales usuarios a concretar una compra, consiste en el hecho de negociación y su posterior transacción en el cual vienen a ser proveedor y el adquiriente.

## 2.6 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES (DIMENSIONES E INDICADORES)

Tabla1. Operacionalización de las variables

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS/PREGUNTAS
<b>CONTROL INTERNO</b>	Ambiente de control	Administración estratégica	¿Conoce usted las estrategias administrativas de la empresa?
		Estructura organizacional	¿La organización de la entidad favorece al control de las ventas en el área de afiliación en la AFOCAT Regional León de Huánuco? ¿La entidad cuenta con una cultura administrativa?
	Evaluación De riesgos	Valoración de riesgos	¿Tiene conocimiento de los procedimientos y mecanismos para la evaluación de riesgos? ¿Se evalúan los riesgos, para establecer objetivos?
		Crecimiento en las Operaciones	¿Es evaluado de acuerdo al crecimiento en las operaciones?
	Actividades de control	Tareas y responsabilidades	¿Existen actividades de control suficientes para la supervisión del cumplimiento de cronogramas de tareas? ¿Es monitoreado sobre el cumplimiento de sus tareas y responsabilidades?
		Manual de procedimientos	¿Es monitoreado de acuerdo al manual de procedimientos? ¿Conoce usted el manual de procedimientos para la emisión y custodio de los productos o servicio de la empresa?
	Información y comunicación	Información	¿Considera usted que la información sobre el manual de procedimientos le ayuda a desarrollar eficientemente sus funciones?
		Comunicación	¿Considera usted que una buena comunicación disminuye incertidumbres y mejora la toma de decisiones?



<b>VENTAS</b>	Supervisión	Actividades	¿La información requerida es comunicada en el tiempo indicado para el cumplimiento de sus tareas o responsabilidades?
		Monitoreo	¿Según las actividades que se le designa, usted es supervisado? ¿Las conclusiones recabadas del monitoreo reducen errores y contribuyen a mejoras? ¿La asociación cuenta con un monitoreo constante?
	Plan estratégico	Estrategia impulsada por el producto o servicio	¿Es informado y capacitado sobre las estrategias impulsadas por el producto o servicio de la empresa? ¿Las estrategias están diseñada de acuerdo al producto o servicio de la empresa?
		Estrategia impulsada por el método de ventas y mercadeo	¿Usted conoce las estrategias del método de ventas y mercadeo?
	Cierre de venta	Estrategia impulsada por el cliente	¿Las estrategias están realizadas de acuerdo al tipo de cliente de la empresa? ¿Las estrategias diseñadas permiten atraer nuevos usuarios a la empresa?
		Facilidades de pago	¿Considera Usted que la AFOCAT oferta varias modalidades de pagos para facilitar el cierre de una venta? ¿Considera Usted que las facilidades de pago son de acuerdo a cliente el cual le permite cerrar una venta? ¿La empresa reduce trámites para facilitar el cierre de una venta?
Satisfacción de clientes	Reclamaciones de usuarios	¿Las estrategias de pagos permiten captar nuevos usuarios en la empresa? ¿La forma de pago le permite llevar un control de las ventas? ¿Existen reclamos de los usuarios por fallas del producto o servicio? ¿La asociación tiene identificado los tipos de reclamos para dar solución a los reclamos de los usuarios?	

---

Devoluciones de usuarios

¿La asociación atiende puntualmente los reclamos de los usuarios?

¿La asociación atiende puntualmente las devoluciones de los usuarios?

¿La Asociación evalúa las causas de la devolución para determinar en qué parte del procedimiento se realizará las correcciones?

¿Las devoluciones reflejan la insatisfacción del usuario?

---

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION**

#### **3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

##### **INVESTIGACIÓN APLICADA.**

El propósito de este proyecto es resolver problemas teóricos, con la recopilación de información precedente y a la vez obtiene otros, para luego sugerir alternativas de soluciones al problema (Hernández et al. 2014, pág. 42).

##### **3.1.1 ENFOQUE**

###### **CUANTITATIVO**

Se emplea para determinar la relación entre variables por medio del cuestionario que en este caso tiene respuestas dicotómicas y luego de la recolección de datos se pueda realizar mediciones, que posteriormente el software procesará los datos para contrastar las hipótesis y representar los datos a través de tablas y gráficos y este enfoque sobresale la prioridad de determinar las implicancias de los problemas del proyecto (Hernández et al. 2014, pág. 136).

##### **3.1.2 ALCANCE O NIVEL**

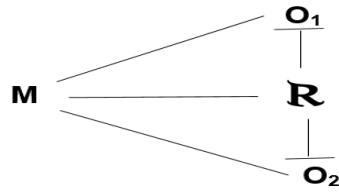
###### **DESCRIPTIVO CORRELACIONAL**

En este nivel se cuantifican frecuencias de las categorías, para describir el problema a estudiar y la correlacional de las variables, debido a que su objetivo es determinar la relación (Hernández et al. 2014, pág. 94).

##### **3.1.3 DISEÑO**

###### **DISEÑO NO EXPERIMENTAL TRANSECCIONAL CORRELACIONAL**

El diseño no experimental transeccional correlacional, refiere que no se realiza ninguna manipulación a las variables para lograr el objetivo y determinar la relaciones entre las variables en un momento establecido y trata de describir las características, pero no individualmente a las variables sino determinar la relación entre variables (Hernández et al. 2014, pág. 152).



**Dónde:**

**M:** Muestra

**O1:** Observación de la variable Control Interno.

**O2:** Observación de la variable ventas.

**R:** Relación

### 3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

#### 3.2.1 POBLACIÓN

Constituido por 05 personas (04 trabajadores y 01 asistente) del área, datos obtenidos, son datos recabados del personal del periodo 2020, la población está constituida, según (Anexo N°05 lista de personal) de la AFOCAT Regional Leon de Huanuco - Huanuco.

#### 3.2.2 MUESTRA

Conformada por 05 personas (04 trabajadores y 01 asistente) del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco, sede en la ciudad de Huánuco  
N=n

#### MUESTREO NO PROBABILÍSTICO O DIRIGIDA

La elección de los componentes no es necesariamente de la posibilidad de elección, es más bien de los procedimientos vinculados con las cualidades del proyecto o los objetivos, por lo que, la muestra es idéntica que la población. Dónde: N = n.

Es decir, la muestra viene a es 05 personas del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco (Hernández et al. 2014, pág. 189)

### 3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

#### 3.3.1 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

#### ANÁLISIS DOCUMENTAL

“Este permite conocer el estado del arte de ambas variables para conocer el entorno del problema general, nutriendo de datos cualitativos y cualitativos gracias a la recopilación de documentación” (Hernández et al. 2014, pág. 86).

## **ENCUESTA**

“Técnica para obtener datos de la población o muestra de estudio, su análisis describe los fenómenos que caracterizan al problema y su examinación se desarrolla a través de la estadística para la exposición de resultados” (Hernández et al. 2014, pág. 72).

### **3.3.2 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

La técnica a emplear para la recolección de datos:

#### **CUESTIONARIO**

” Es conjunto de ítems de una o más categorías a determinar. Donde el cuestionario se proporciona directamente a los encuestados quienes responden sin intermediarios, son desarrollados por ellos y es una herramienta para obtener diversas opiniones con el objetivo de resolver disyuntivas y proponer mejoras” (Hernández et al. 2014, pág. 74).

#### **CUESTIONARIO DE CONTROL INTERNO**

“El cuestionario del control interno sirve para determinar la relación de las variables en estudio en el área de afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020”, a partir de Mantilla (2018).

**Tabla2. Cuestionario de Control Interno de tipo dicotómica**

<b>Calificación</b>	<b>Respuesta</b>
2	Si
1	No

**Nota:** 1 = **No**, se acepta la alternativa

2 = **Si**, se acepta la alternativa

## CUESTIONARIO DE VENTAS

“El cuestionario de ventas sirve para determinar la relación de las variables en el área de afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020”. A partir de Noriega (2019).

**Tabla3. Cuestionario de ventas de tipo dicotómica**

Calificación	Respuesta
2	Si
1	No

**Nota:** 1 = **No**, se acepta la alternativa  
2 = **Si**, se acepta la alternativa

### 3.4 TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

#### 3.4.1 ESTADÍSTICA

Para el procesamiento de los datos recabados se empleará el Software SPSS, el cual facilita determinar, examinar, describir y resumir datos en gráficos y tablas, que permite la realización de interpretación que generen conclusiones a partir de los resultados alcanzados y los objetivos del proyecto para facilitar el entendimiento de la disyuntiva (Hernández et al. 2014, pág. 299)

#### 3.4.2 PARA EL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

A través de un software estadístico SPSS versión 25, el que procesa la información recabada en las encuestas, que se visualizará a través de tablas e ilustraciones para su mayor entendimiento, se establecerá la relación de las variables en coherencia a los objetivos del proyecto de estudio y para determinar la fiabilidad del instrumento se procesó empleando el Alfa de Cronbach y su interpretación en la correlación de Rho de Spearman.

## CAPITULO IV

### RESULTADOS

#### 4.1 PROCESAMIENTO DE DATOS (Cuadros Estadísticos con su respectivos análisis e interpretación).

**Tabla4. Prueba de normalidad Shapiro-Wilk**

	Estadístico	gl	P
<b>Control Interno</b>	0.701	5	0.010
<b>Ventas</b>	0.684	5	0.006

*Fuente:* SPSS Versión 25

*Elaboración:* Tesista

#### **Criterios de decisión**

Sí  $p < 0.05$  rechazamos la  $H_0$  y acepto la  $H_a$

Sí  $p > 0.05$  aceptamos la  $H_0$  y rechazamos la  $H_a$

#### **Decisión y conclusión**

Como  $p = 0 < 0.05$  entonces rechazamos la  $H_0$  y acepto la  $H_a$ , es decir los datos no tiene distribución normal, por lo tanto, aplicaremos estadística no paramétrica.

#### **Prueba de confiabilidad**

Los resultados obtenidos con el programa SPSS 25.0 se determinó la confiabilidad del instrumento a través de la prueba de ALFA- CRONBACH y el cual permite comprobar el grado de uniformidad y consistencia del instrumento, como se muestra:

**Tabla5. Confiabilidad del instrumento**

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,815	32

*Fuente:* SPSS Versión 25

*Elaboración:* Tesista

La tabla 4 muestra la prueba de Shapiro-Wilk, prueba para población menor de 50. De acuerdo al Alfa de Cronbach que tiene un valor de 0.815 de fiabilidad, el cual nos permite ratificar la confiabilidad del instrumento, para aplicar a la muestra de estudio (tabla 5).

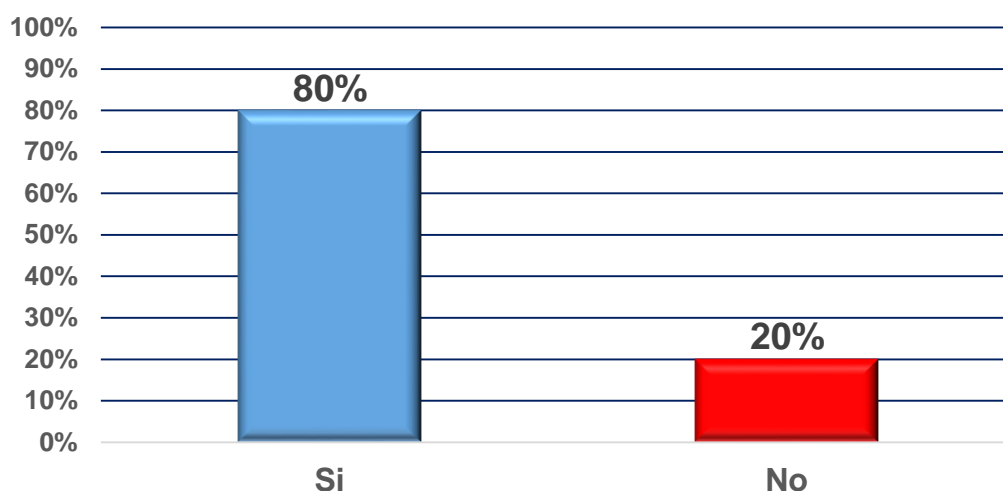
#### 4.1.1 PROCESAMIENTO DE DATOS DEL CONTROL INTERNO.

**Tabla6. ¿Conoce usted las estrategias administrativas de la empresa?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	80
No	1	20
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco.

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 6

Elaboración: *Propia*

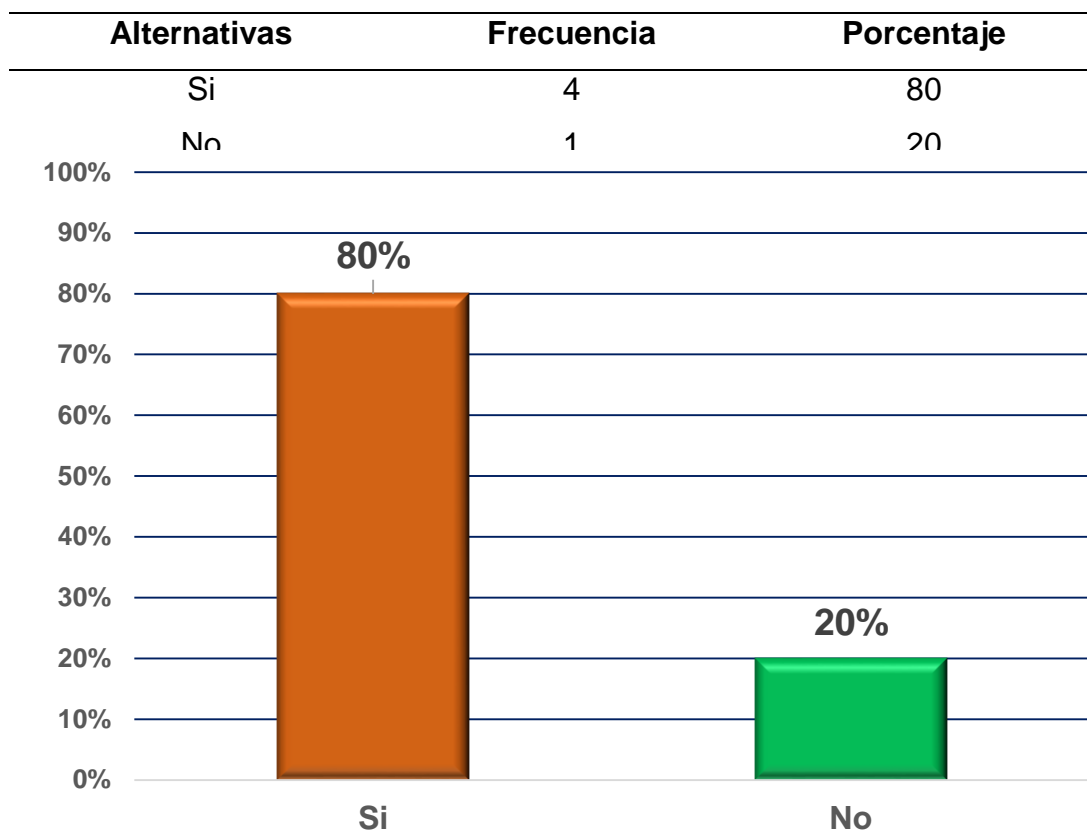
**Figura 1. ¿Conoce usted las estrategias administrativas de la empresa?**

#### **Interpretación:**

En la mayoría el personal conoce las estrategias administrativas, el 80 % de los encuestados, afirmaron que tienen conocimiento mientras que un 20% respondió que desconocen las estrategias de la administración.



**Tabla7. ¿La organización de la entidad favorece al control de las ventas en el área de afiliación de la AFOCAT Regional León de Huánuco?**



Fuente: Tabla 7  
Elaboración: *Propia*

**Figura 2. ¿La organización de la entidad favorece al control de las ventas en el área de afiliación de la AFOCAT Regional León de Huánuco?**

**Interpretación:**

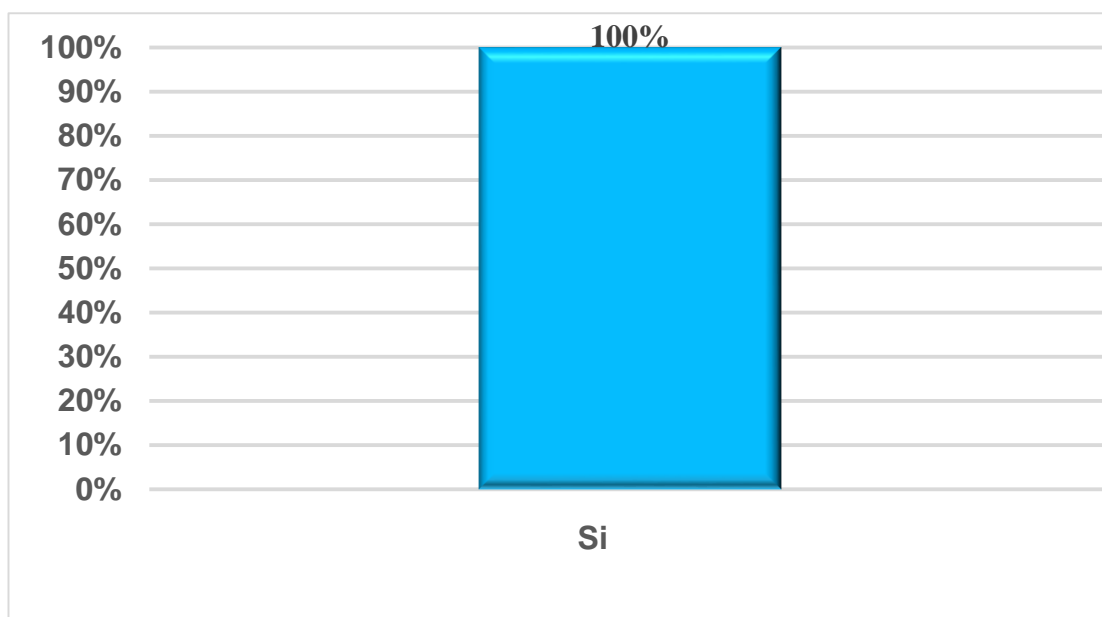
Con los datos de la encuesta se sostiene que el 80% del personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco, afirmaron que la organización en la entidad favorece al control de las ventas, representando la mayoría. Por otro lado, el 20% respondió que no les favorece en sus ventas.

**Tabla8. ¿La entidad cuenta con una cultura administrativa?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 8

Elaboración: *Propia*

**Figura 3. ¿La entidad cuenta con una cultura administrativa?**

**Interpretación:**

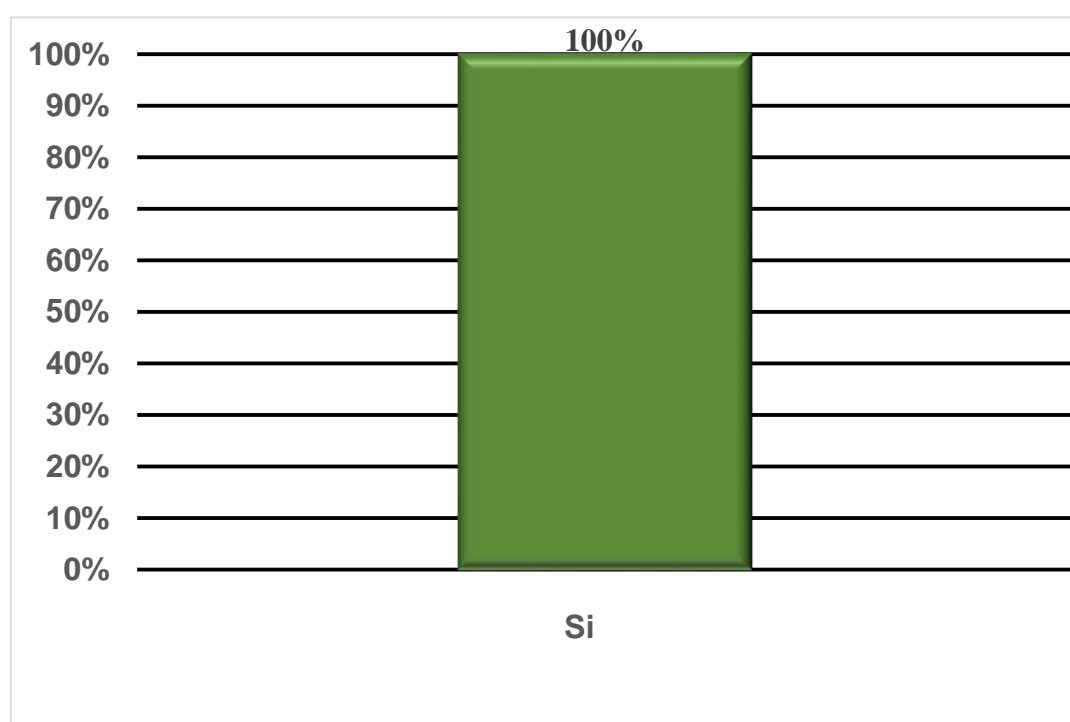
El 100% del personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco, afirmaron que la institución cuenta con una cultura administrativa definida. Se necesita que la cultura sea vista como parte del personal, que les identifique y se comprometan con la entidad.

**Tabla9. ¿Tiene conocimiento de los procedimientos y mecanismos para la evaluación de riesgos?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 9  
Elaboración: *Propia*

**Figura 4. ¿Tiene conocimiento de los procedimientos y mecanismos para la evaluación de riesgos?**

**Interpretación:**

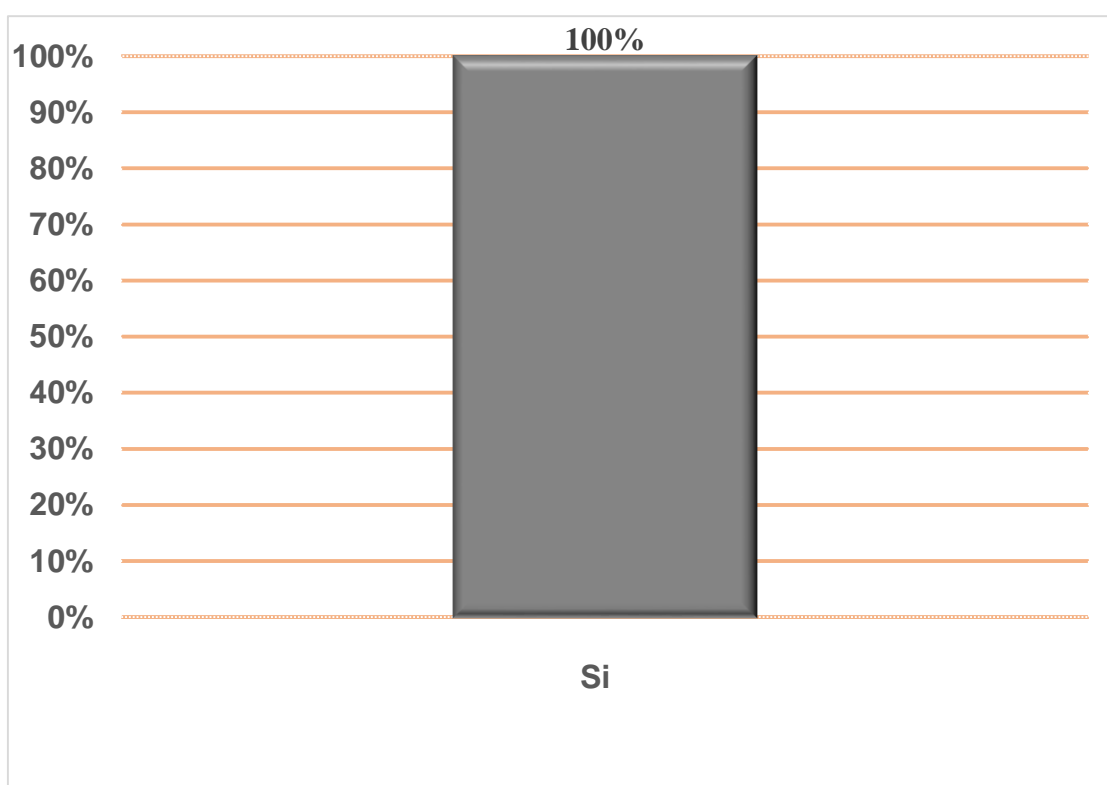
El personal del grupo de estudio en un 100% según la encuesta afirmó a la pregunta, esto se debe por la estructura rígida del MAPRO para el cumplimiento de sus actividades o tareas del personal.

**Tabla10. ¿Se evalúan los riesgos, para establecer objetivos?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 10

Elaboración: *Propia*

**Figura 5. ¿Se evalúan los riesgos, para establecer objetivos?**

**Interpretación:**

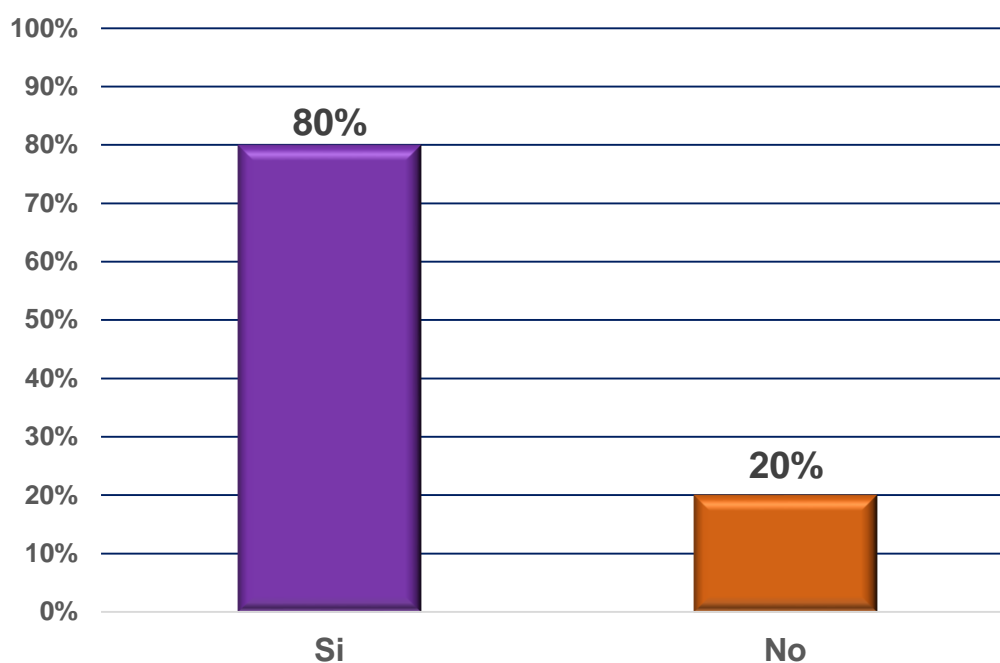
El personal del área de afiliación en un 100% sostiene que sí se evalúan los peligros para establecer objetivos; como se muestra con las teorías del modelo COSO, que a través de sus componentes permite monitorear y establecer parámetros, para que el personal sea más eficiente.

**Tabla 11. ¿Es evaluado de acuerdo al crecimiento en las operaciones?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	80
No	1	20
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 11

Elaboración: *Propia*

**Figura 6. ¿Es evaluado de acuerdo al crecimiento en las operaciones?**

**Interpretación:**

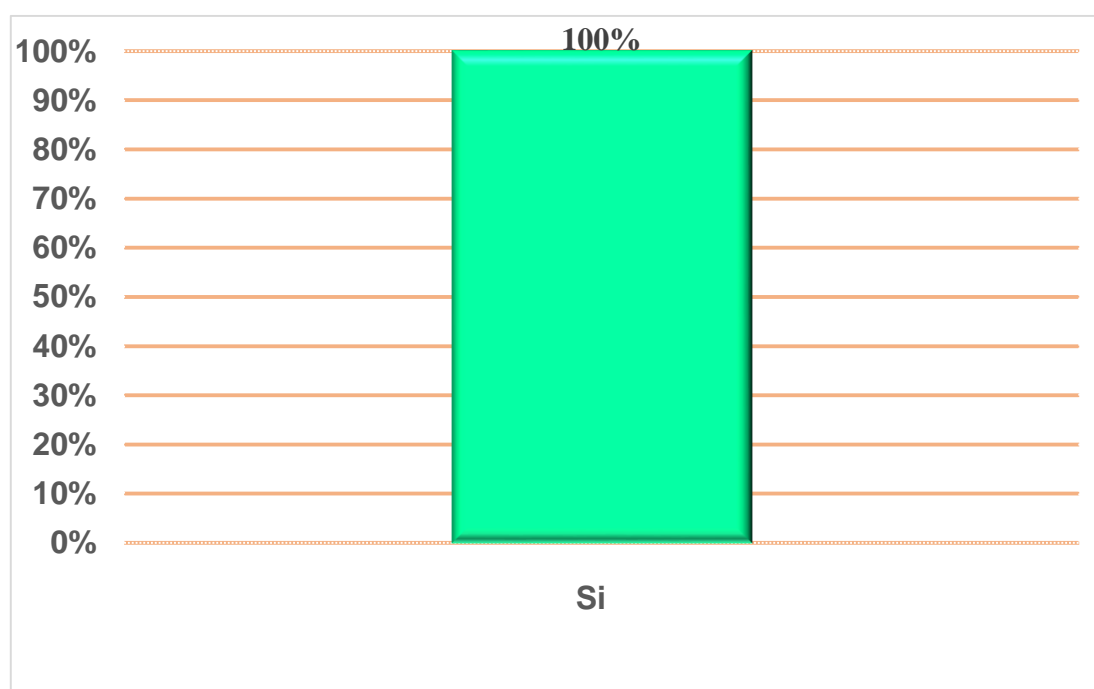
El personal es evaluado como se sostiene en la tabla y figura, en el cual el porcentaje del personal sondeado en un 80% afirma que es evaluado en coherencia con el incremento de las operaciones. Por otra parte, un 20% respondió que no es evaluado según el incremento en las operaciones, el cual permite generar errores.

**Tabla12. ¿Existen actividades de control suficientes para la supervisión del cumplimiento de cronogramas de tareas?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 12

Elaboración: *Propia*

**Figura 7. ¿Existen actividades de control suficientes para la supervisión del cumplimiento de cronogramas de tareas?**

**Interpretación:**

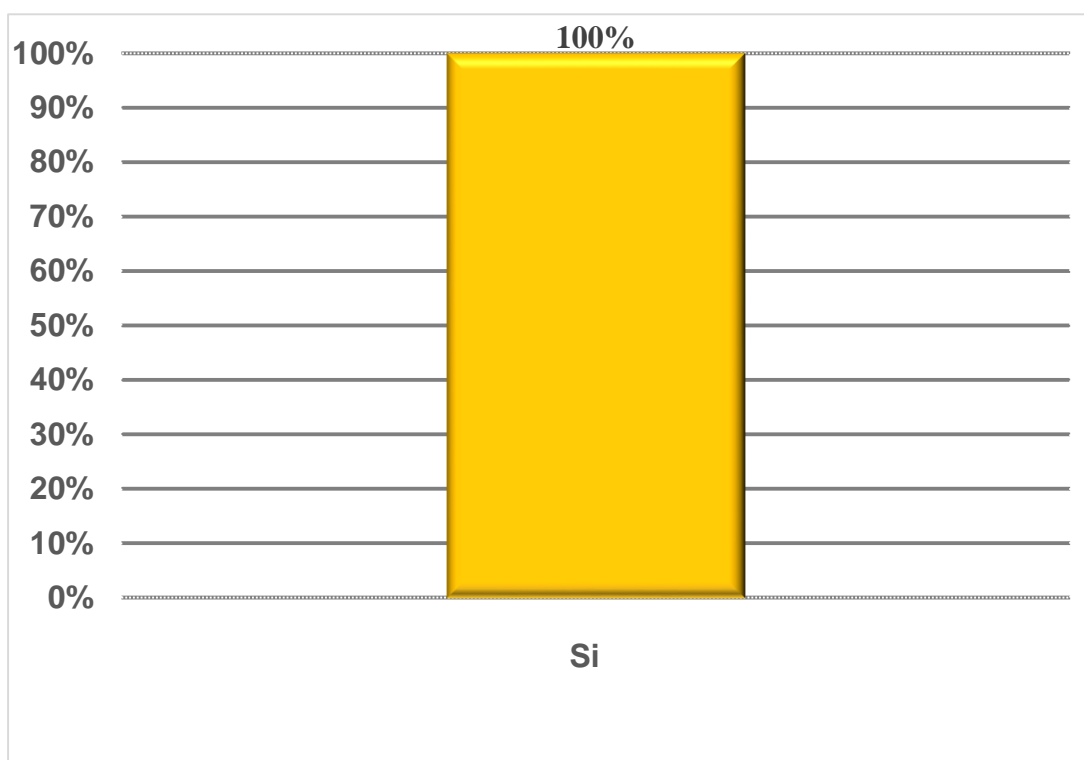
El personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco de la interrogante planteada sostiene que un 100% como se muestra en la tabla y figura, a través de una encuesta de los datos recabados afirmaron a la pregunta que cuenta con cronogramas que favorece el cumplimiento de sus tareas.

**Tabla13. ¿Es monitoreado sobre el cumplimiento de sus tareas y responsabilidades?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 13

Elaboración: *Propia*

**Figura 8. ¿Es monitoreado sobre el cumplimiento de sus tareas y responsabilidades?**

**Interpretación:**

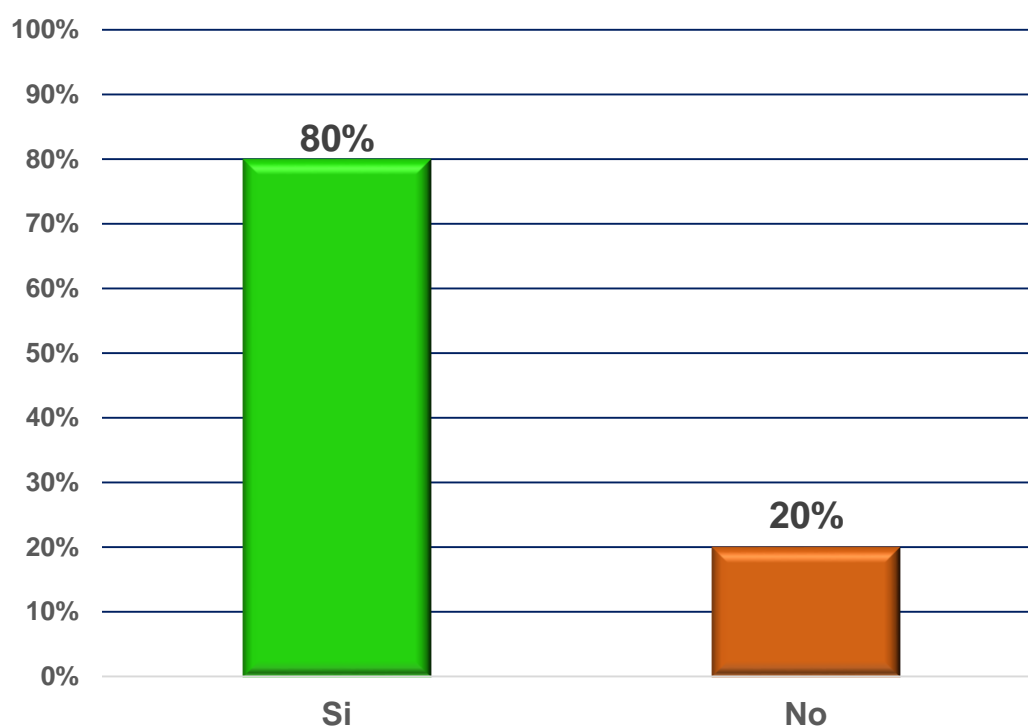
El personal del grupo de estudio como se muestra en la tabla y figura; el 100% afirma que son monitoreados sobre el cumplimiento de sus tareas y responsabilidades.

**Tabla 14. ¿Es monitoreado de acuerdo al manual de procedimientos?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	80
No	1	20
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 14

Elaboración: *Propia*

**Figura 9. ¿Es monitoreado de acuerdo al manual de procedimientos?**

**Interpretación:**

De acuerdo a los resultados de la encuesta el 80% del personal sondeado sostiene que son monitoreados de acuerdo al manual de procedimientos y que es supervisado. Por otro lado, el 20% respondió que no es monitoreado de acuerdo al MAPRO.

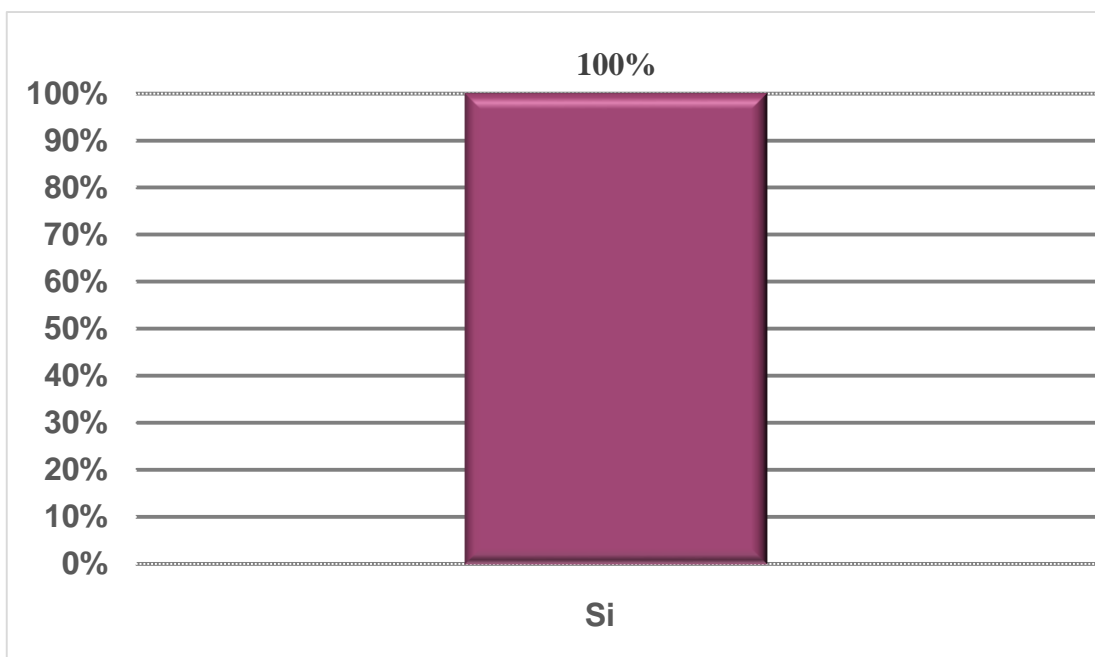


**Tabla15. ¿Conoce usted el manual de procedimientos para la emisión y custodio de los productos o servicio de la empresa?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100
<b>Total</b>	100	100

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 15

Elaboración: *Propia*

**Figura 10. ¿Conoce usted el manual de procedimientos para la emisión y custodio de los productos o servicio de la empresa?**

**Interpretación:**

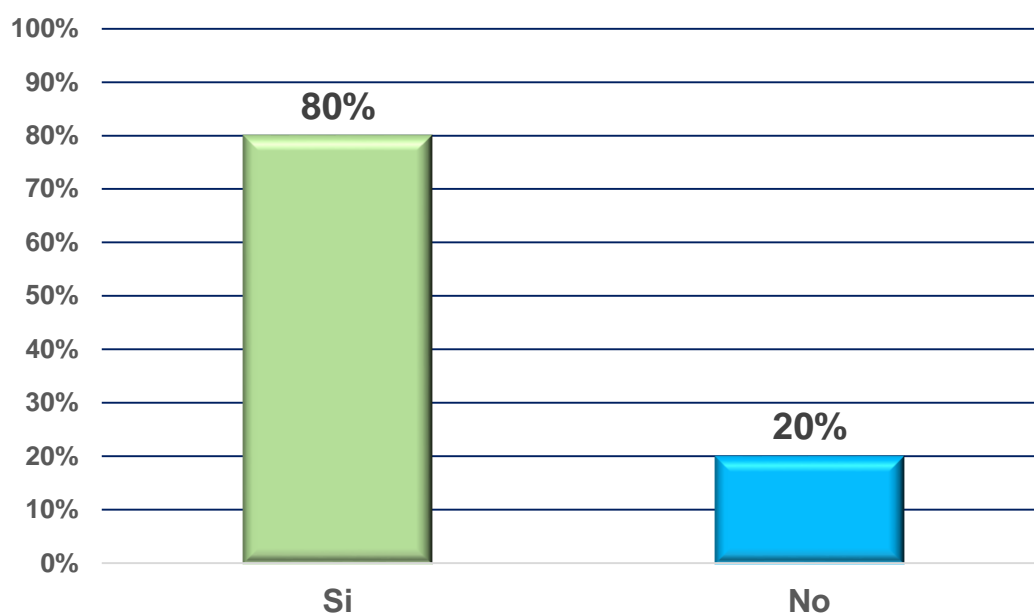
El 100% de los encuestados afirmaron a la pregunta que conocen el manual de procedimientos para la emisión y custodio de los productos o servicio, en el cual los procedimientos de custodio por su antigüedad, rigidez y la desactualización es lo que lleva a errores.

**Tabla16. ¿Considera usted que la información sobre el manual de procedimientos le ayuda a desarrollar eficientemente sus funciones?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	80
No	1	20
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 16  
Elaboración: *Propia*

**Figura 11. ¿Considera usted que la información sobre el manual de procedimientos le ayuda a desarrollar eficientemente sus funciones?**

**Interpretación:**

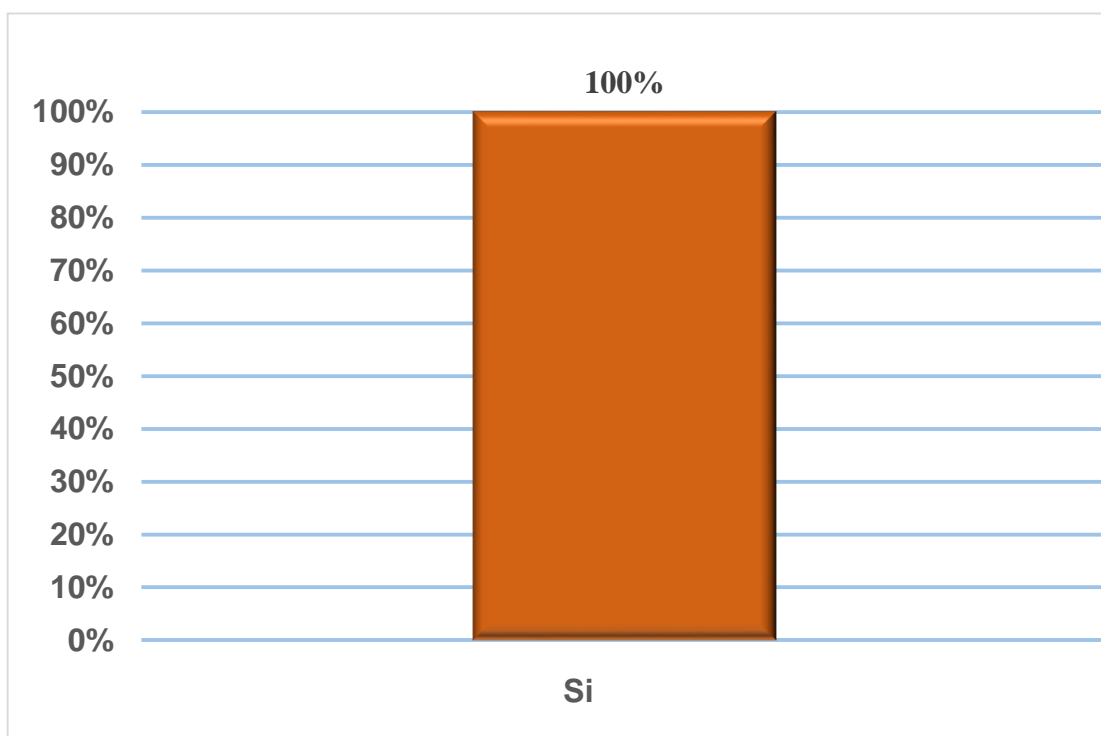
Del personal del área de afiliación en la tabla y figura muestran que un 80% de los sondeados concluyeron que la información del MAPRO ayuda a desarrollar eficientemente sus funciones y, por otro lado, el 20% respondió que desconocen la información.

**Tabla 17. ¿Considera usted que una buena comunicación disminuye incertidumbres y mejora la toma de decisiones?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 17  
Elaboración: *Propia*

**Figura 12. ¿Considera usted que una buena comunicación disminuye incertidumbres y mejora la toma de decisiones?**

**Interpretación:**

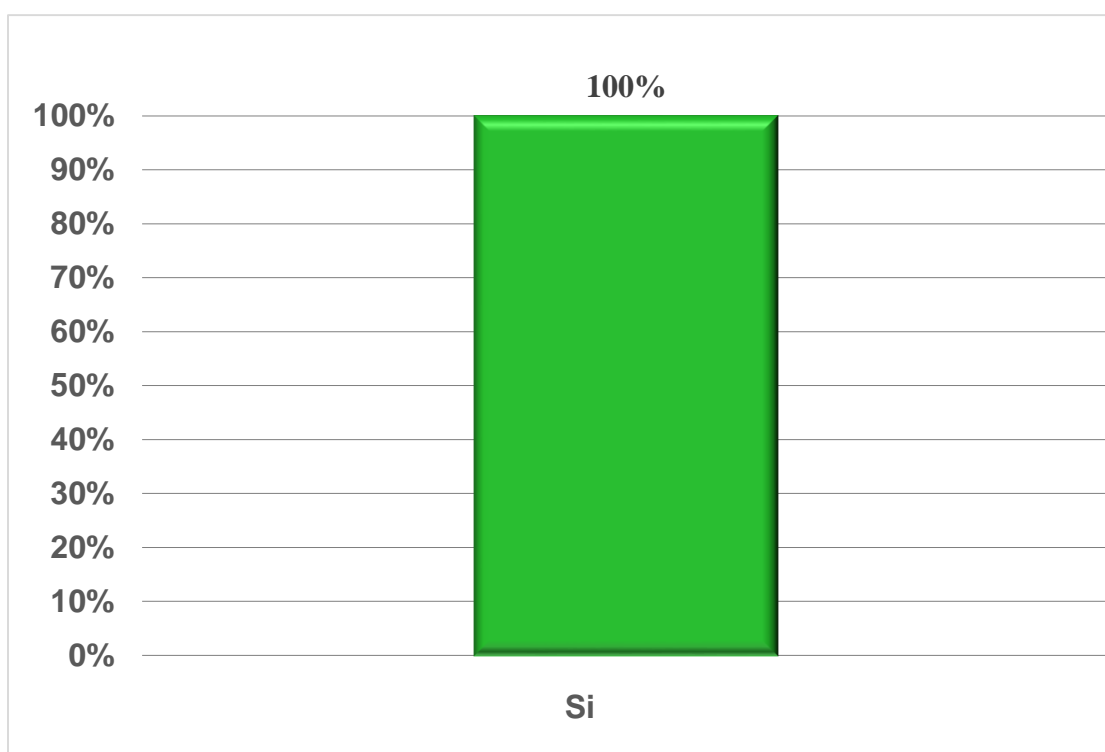
A través de una encuesta se demuestra que el 100% del personal de estudio del área de afiliación afirman que una buena comunicación disminuye incertidumbres y mejora la toma de decisiones, ya que una buena comunicación es la base del buen funcionamiento de toda entidad ayudando a tomar decisiones rápidas y disminuyendo las malas decisiones.

**Tabla18. ¿La información requerida es comunicada en el tiempo indicado para el cumplimiento de sus tareas o responsabilidades?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100
<b>Total</b>	100	100

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 18

Elaboración: *Propia*

**Figura 13. ¿La información requerida es comunicada en el tiempo indicado para el cumplimiento de sus tareas o responsabilidades?**

**Interpretación:**

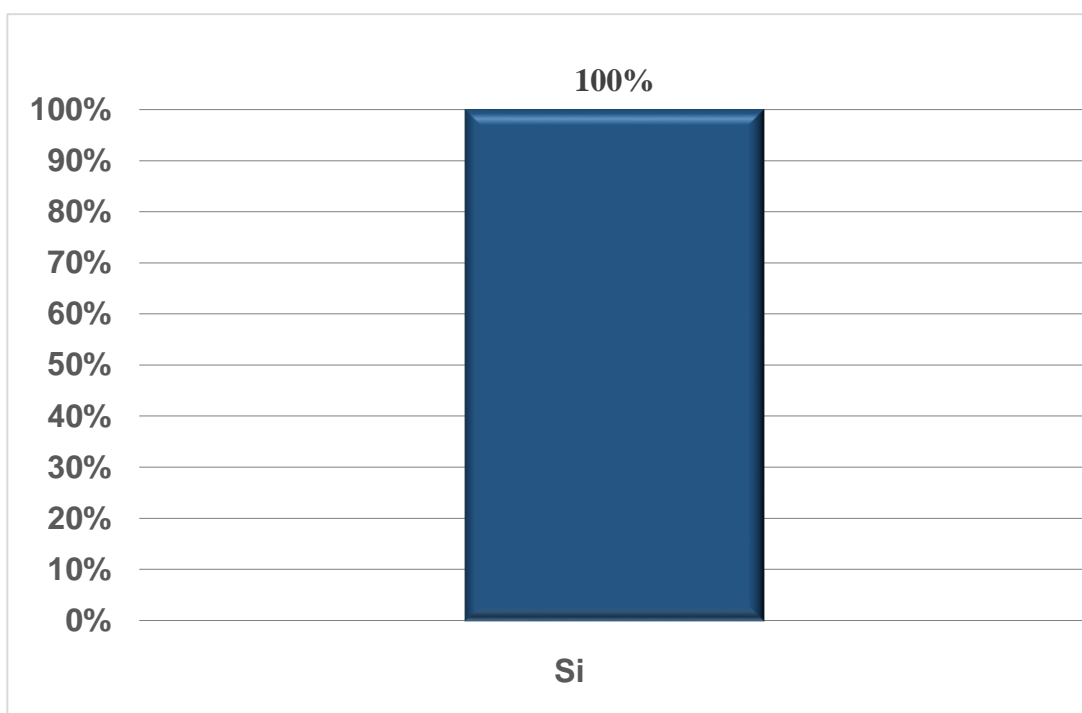
En la presente tabla y figura se indica a través de una encuesta el porcentaje de los 5 sondeados, donde el 100% respondió sí a la interrogante planteada que la información es entregada en tiempo oportuno para el cumplimiento de sus actividades.

**Tabla19. ¿Según las actividades que se le designa usted es supervisado?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100
<b>Total</b>	100	100

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 19  
Elaboración: *Propia*

**Figura 14. ¿Según las actividades que se le designa usted es supervisado?**

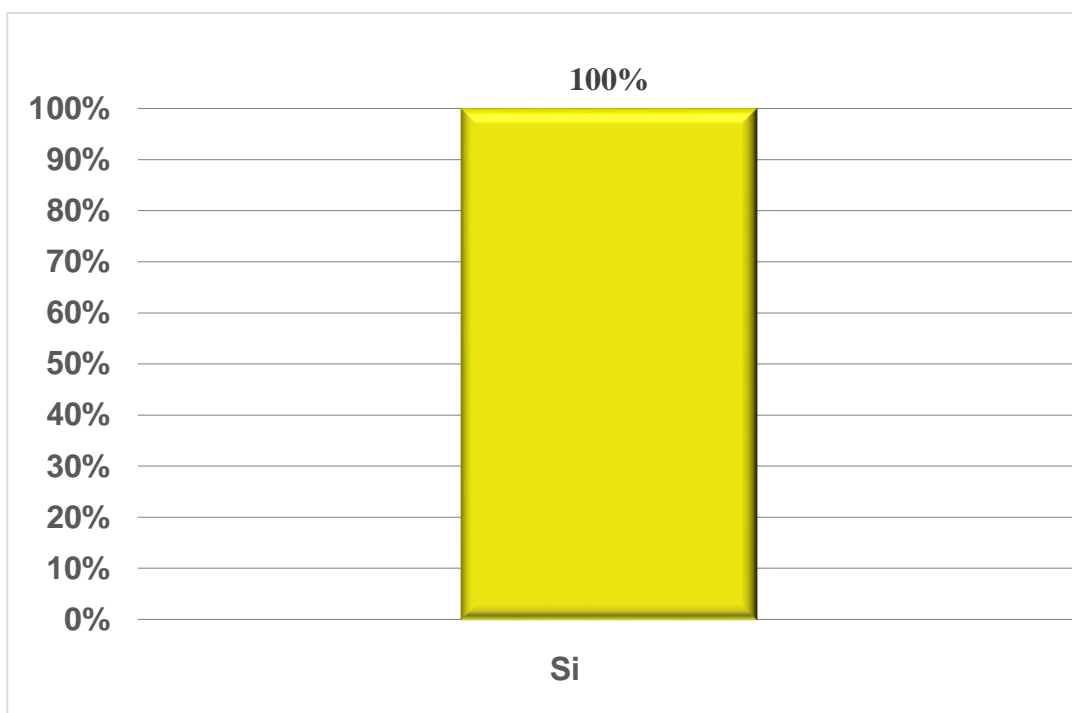
**Interpretación:**

En la tabla y figura a través de una encuesta el 100% del personal encuestados respondieron a la pregunta que sí. Porque cuentan con un MAPRO en el cual se encuentran detallado las actividades o funciones del personal.

**Tabla20. ¿Las conclusiones recabadas del monitoreo reducen errores y contribuyen a mejoras?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100
<b>Total</b>	100	100

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco  
 Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 20  
 Elaboración: *Propia*

**Figura 15. ¿Las conclusiones recabadas del monitoreo reducen errores y contribuyen a mejoras?**

**Interpretación:**

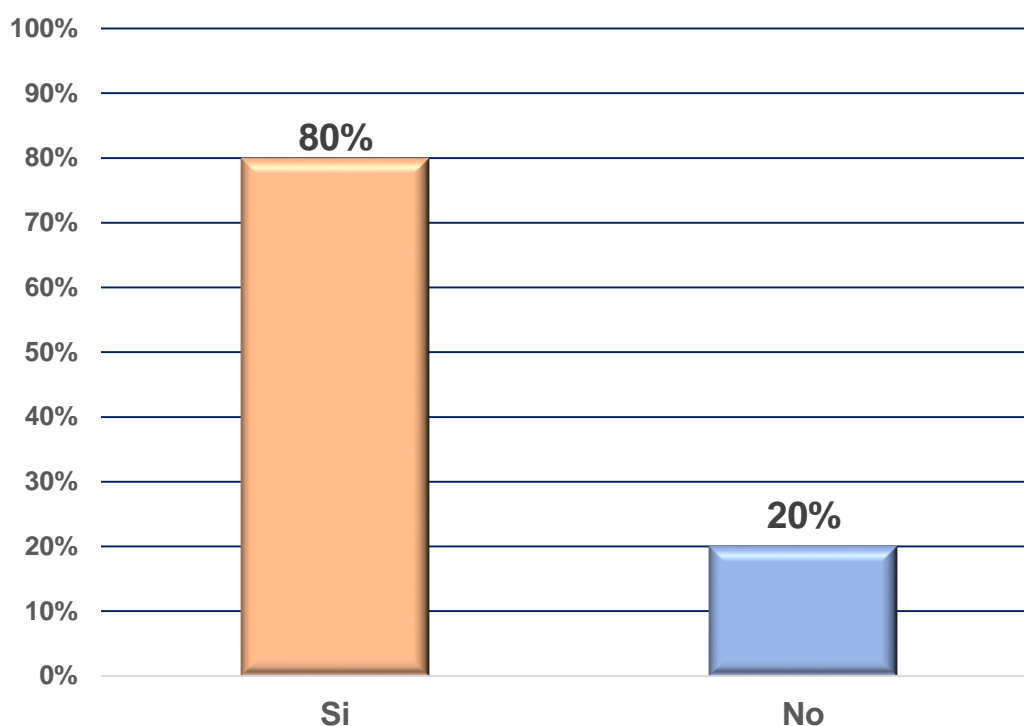
El personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco, en un 100% de la encuesta realizada afirmó que las conclusiones obtenidas de la supervisión reducen sesgos. Porque son datos que se evalúan para reducir futuras fallas en los procedimientos.

**Tabla 21. ¿La asociación cuenta con un monitoreo constante?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	80
No	1	20
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 21

Elaboración: *Propia*

**Figura 16. ¿La asociación cuenta con un monitoreo constante?**

**Interpretación:**

En la tabla y figura a través de un sondeo, el 80% del personal personificando a la mayoría sostienen que si existe un monitoreo continuo en la entidad. Por otro lado, el 20% respondió que no debido a que se realiza eventualmente y con pocos mecanismos que ayuden una supervisión continúa.

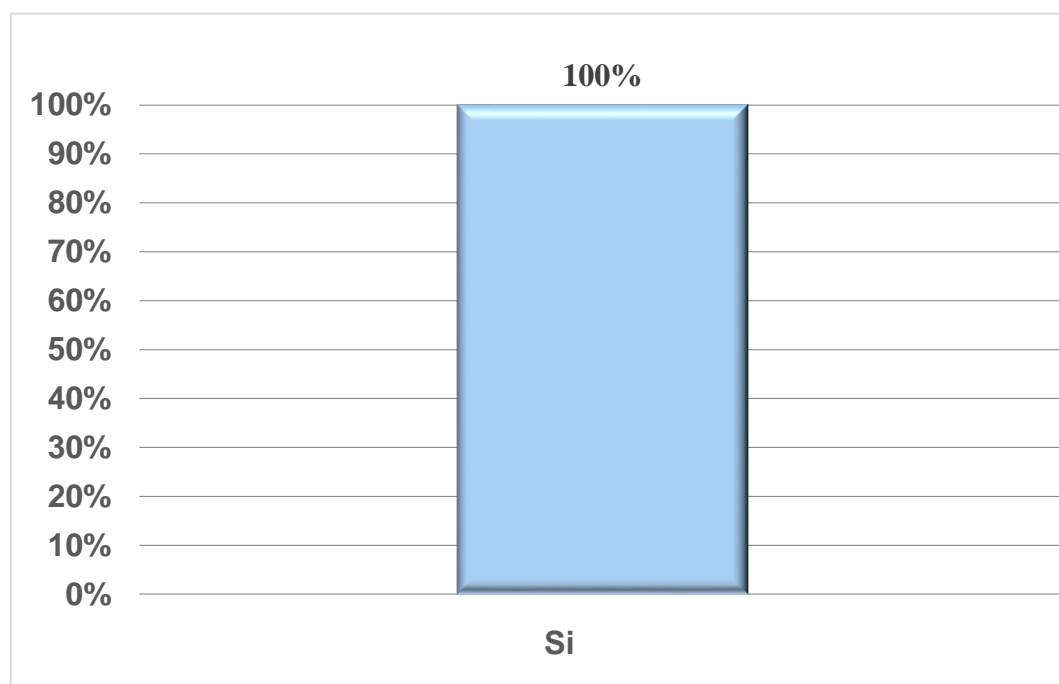
#### 4.1.2 PROCESAMIENTO DE LAS VENTAS

**Tabla 22. ¿Es informado y capacitado sobre las estrategias impulsadas por el producto o servicio de la empresa?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100
<b>Total</b>	100	100

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 22  
Elaboración: *Propia*

**Figura 17. ¿Es informado y capacitado sobre las estrategias impulsadas por el producto o servicio de la empresa?**

#### **Interpretación:**

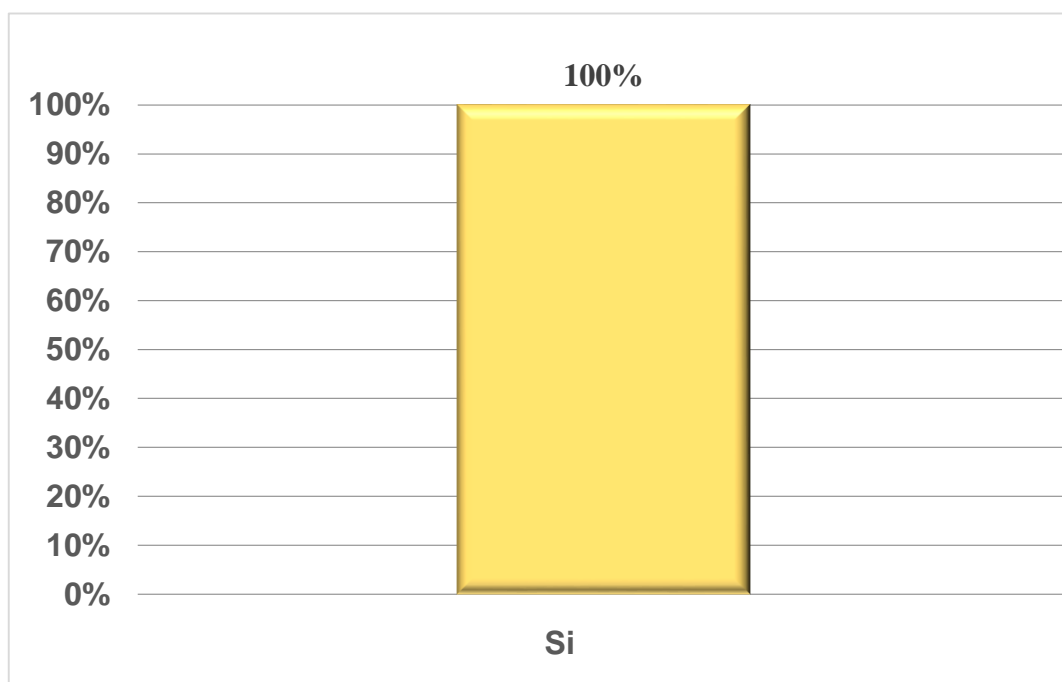
Según la tabla y figura se puede evidenciar que el 100% de la población respondió que sí es informado y capacitado sobre las estrategias impulsadas en la entidad. Como se muestra con las estrategias de venta establecida del AFOCAT (plan estratégico 2017-2021).



**Tabla23. ¿Las estrategias están diseñada de acuerdo al producto o servicio de la empresa?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco  
 Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 23  
 Elaboración: *Propia*

**Figura 18. ¿Las estrategias están diseñada de acuerdo al producto o servicio de la empresa?**

**Interpretación:**

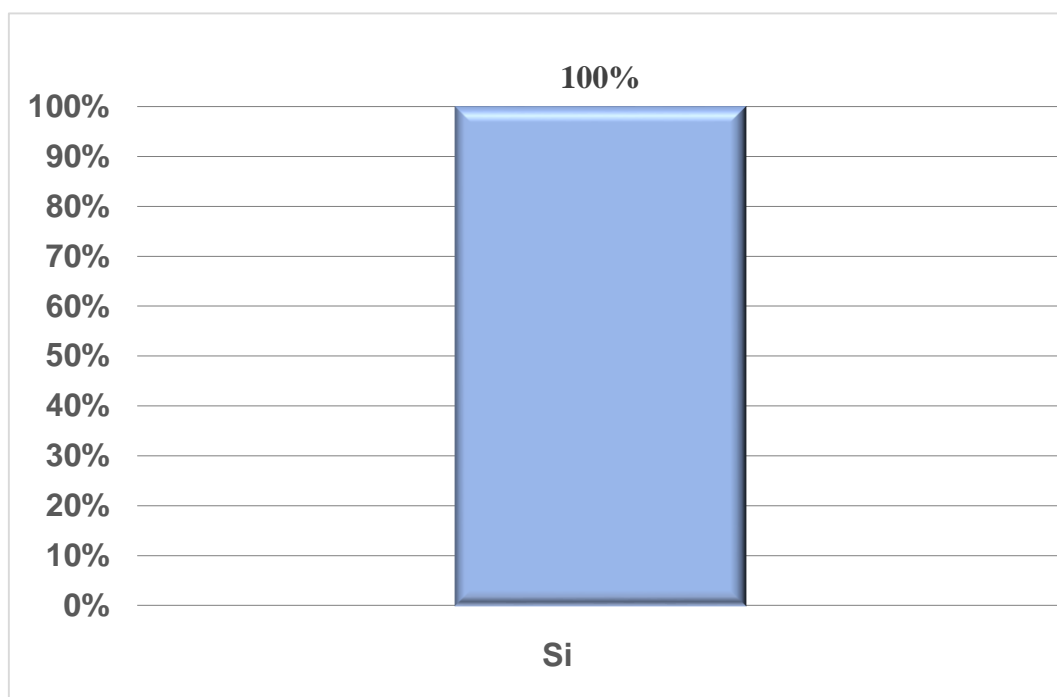
Los resultados en la tabla y figura sostienen que a través de un sondeo el 100% del personal argumentando que las estrategias están diseñadas de acuerdo al servicio de la empresa. Porque se oferta el producto o servicio a precios accesibles al usuario.

**Tabla24. ¿Usted conoce las estrategias del método de ventas y mercadeo?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 24  
Elaboración: *Propia*

**Figura 19. ¿Usted conoce las estrategias del método de ventas y mercadeo?**

**Interpretación:**

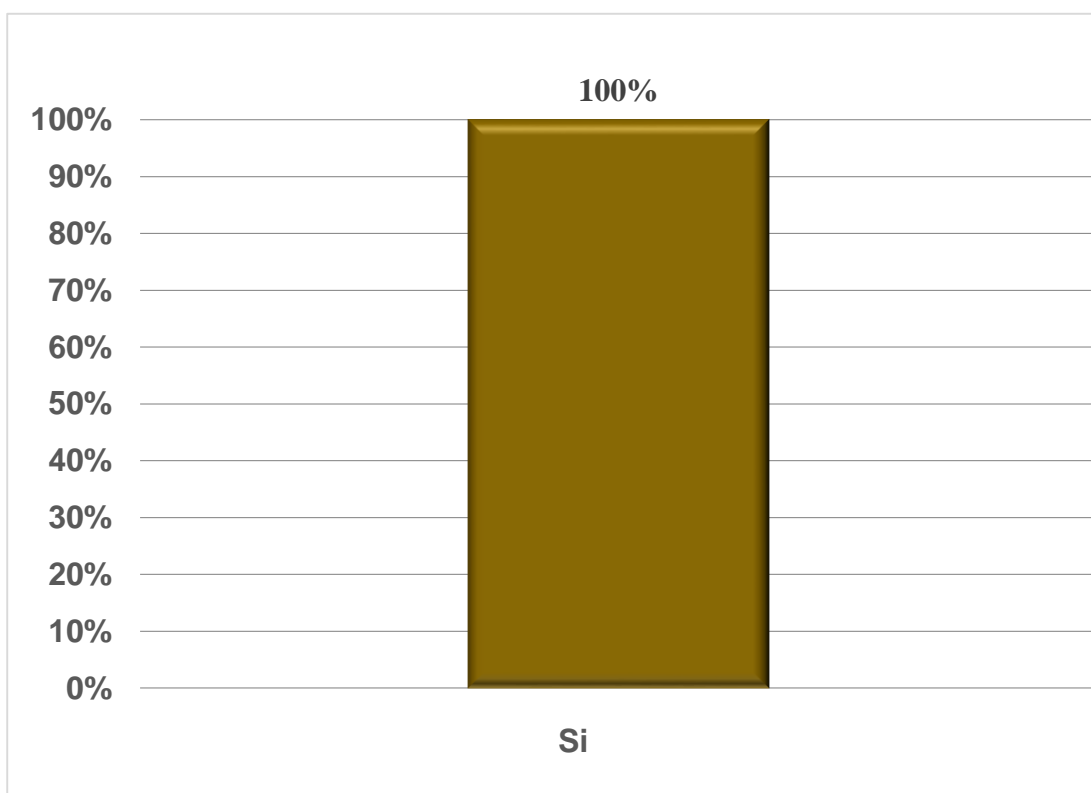
A través de una encuesta se demuestra que el 100% del personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco conocen las estrategias de métodos. Pero la desactualización de las estrategias conlleva a que no se cumplan con los objetivos planteados.

**Tabla25. ¿Las estrategias están realizadas de acuerdo al tipo de cliente de la empresa?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 25

Elaboración: *Propia*

**Figura 20. ¿Las estrategias están realizadas de acuerdo al tipo de cliente de la empresa?**

**Interpretación:**

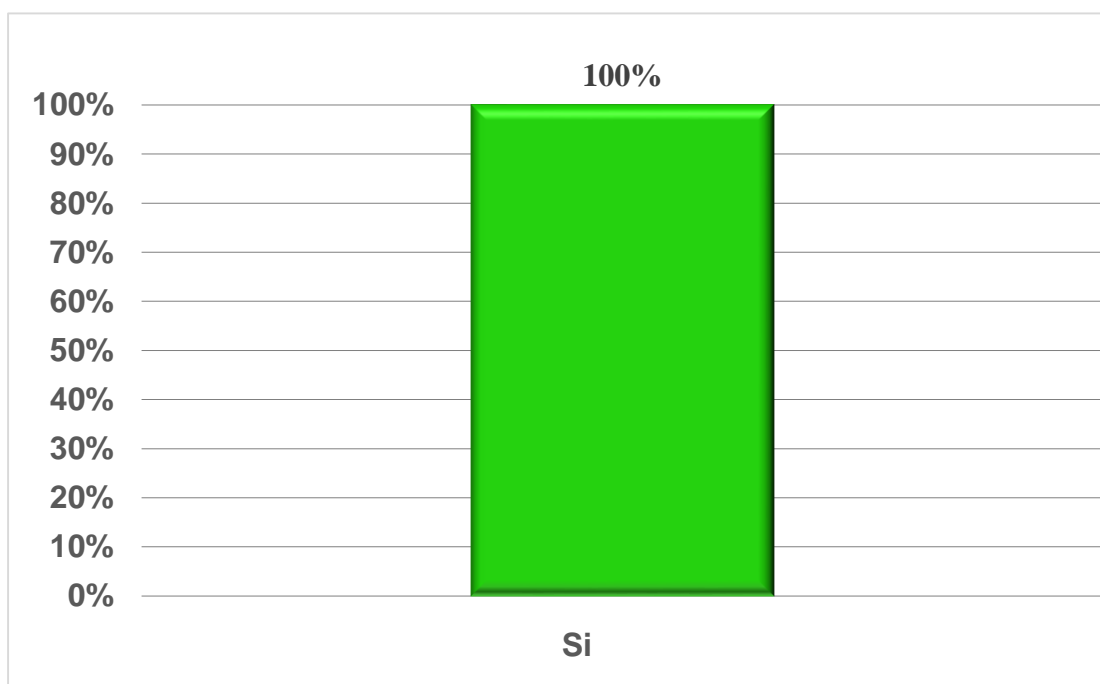
En la tabla y figura de la interrogante planteada se muestra que un 100% del personal respondieron que sí. Porque los clientes se encuentran definidos entre mototaxistas, colectiveros que brinden servicio de transporte inter urbano o urbano en la región de Huánuco.

**Tabla26. ¿Las estrategias diseñadas permiten atraer nuevos usuarios a la empresa?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	80
No	1	20
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 26  
Elaboración: *Propia*

**Figura 21. ¿Las estrategias diseñadas permiten atraer nuevos usuarios a la empresa?**

**Interpretación:**

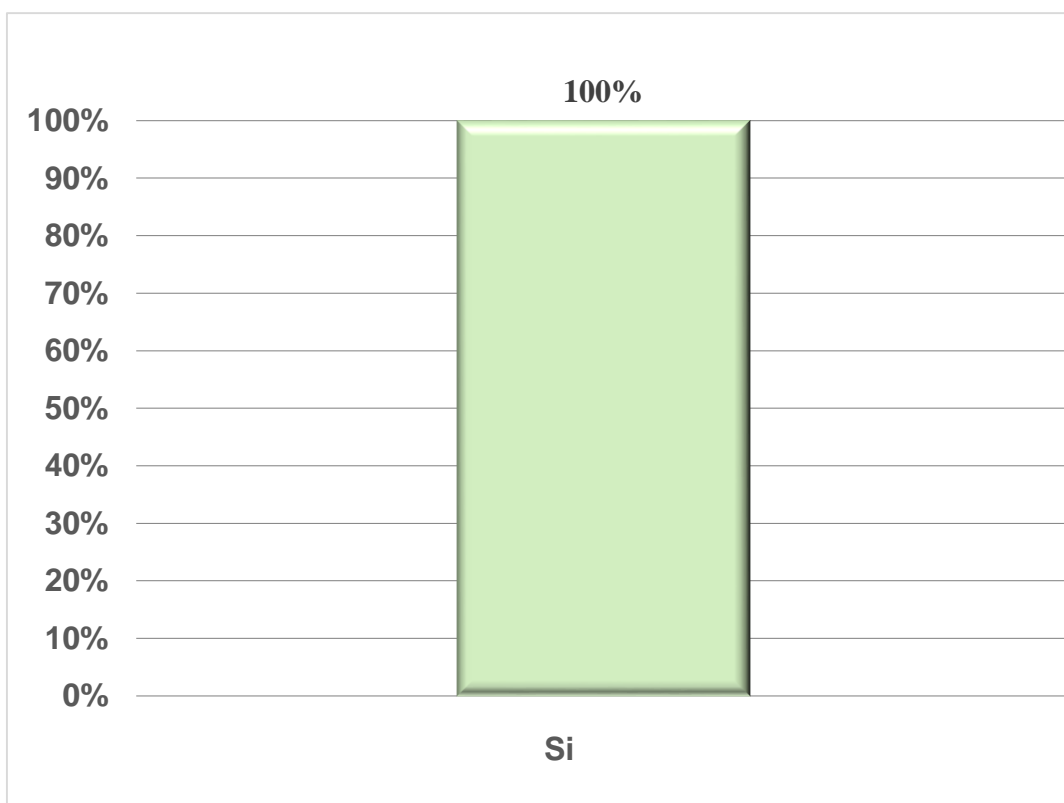
El personal en la tabla y figura demuestran a través de una encuesta que el 80% representando la mayoría afirman que permiten atraer nuevos usuarios. Por otro lado, el 20% respondió que no, debido a que se encuentra desactualizado.

**Tabla 27. ¿Considera Usted que la AFOCAT oferta varias modalidades de pagos para facilitar el cierre de una venta?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 27  
Elaboración: *Propia*

**Figura 22. ¿Considera Usted que la AFOCAT oferta varias modalidades de pagos para facilitar el cierre de una venta?**

**Interpretación:**

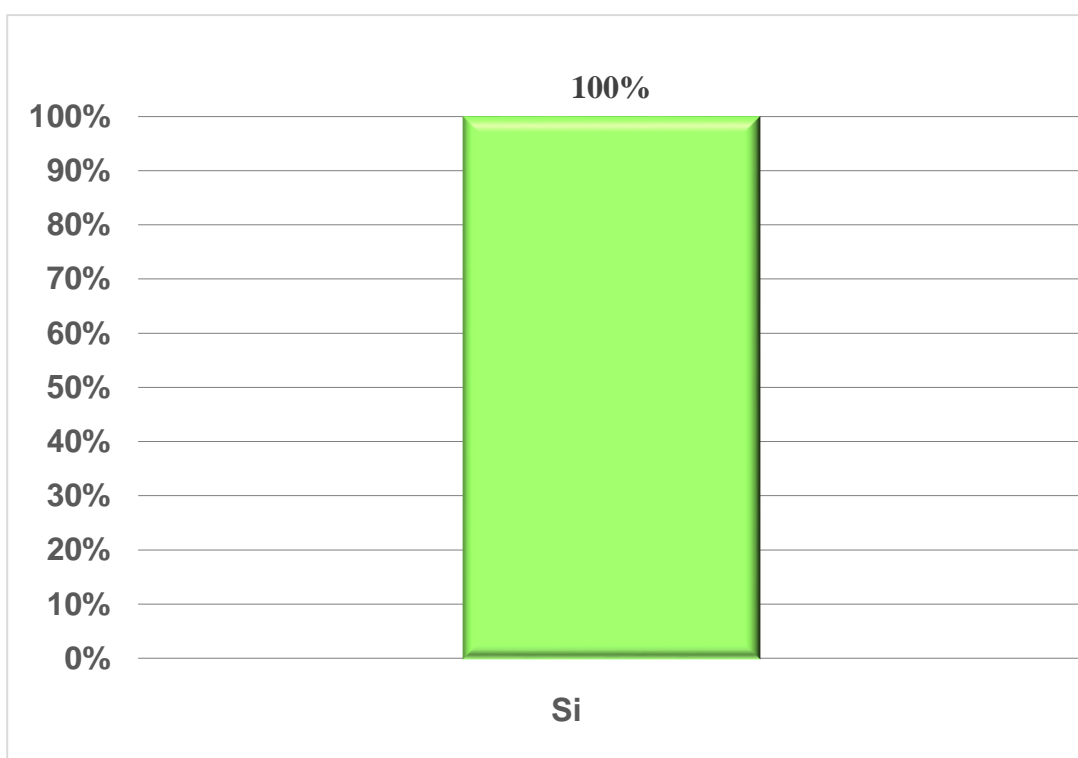
De los resultados obtenidos de la encuesta se muestran en la tabla y figura, en el cual el 100% del personal respondió que sí ofertan modalidades de pago y facilitan concretar una venta.

**Tabla 28. ¿Considera Usted que las facilidades de pago son de acuerdo al cliente el cual le permite cerrar una venta?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: Tesista



Fuente: Tabla 28  
Elaboración: Propia

**Figura 23. ¿Considera Usted que las facilidades de pago son de acuerdo al cliente el cual le permite cerrar una venta?**

**Interpretación:**

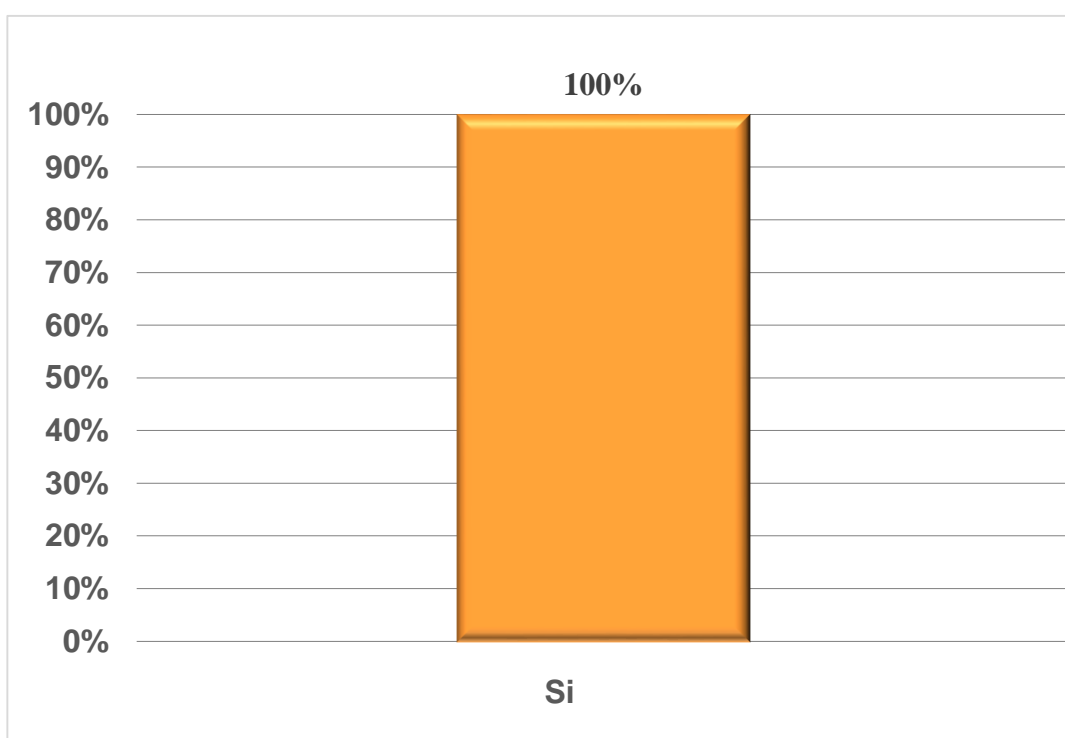
De acuerdo a la interrogante establecida en la tabla y figura un 100% del personal sostiene, que las facilidades de pago son de acuerdo al usuario, el cual les permite concretar una venta. Ya que en su mayoría los usuarios son transportistas de vehículos menores.

**Tabla29. ¿La empresa reduce trámites para facilitar el cierre de una venta?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 29

Elaboración: *Propia*

**Figura 24. ¿La empresa reduce trámites para facilitar el cierre de una venta?**

**Interpretación:**

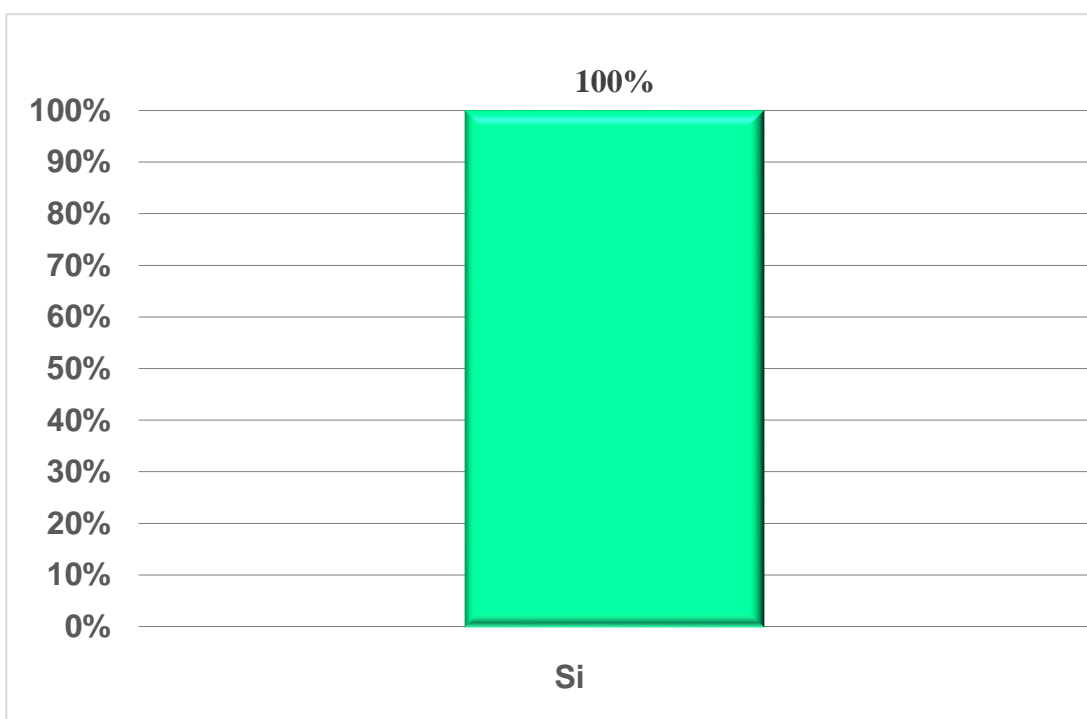
Según la tabla y figura, el 100% del personal encuestado respondió a la interrogante que sí la empresa reduce tramites que faciliten concretar la venta, como la simplificación de la solicitud de trámites para la emisión de un CAT que permite cerrar una venta.

**Tabla30. ¿Las estrategias diseñadas de pago permiten atraer nuevos usuarios a la empresa?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	80
No	1	20
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 30

Elaboración: *Propia*

**Figura 25. ¿Las estrategias diseñadas de pago permiten atraer nuevos usuarios a la empresa?**

**Interpretación:**

El personal en la tabla y figura se evidencia a través de un sondeo, que el 100% de los encuestados afirman que las estrategias diseñadas permiten atraer nuevos usuarios a la empresa y que se conoce a los clientes como transportistas de vehículos menores.

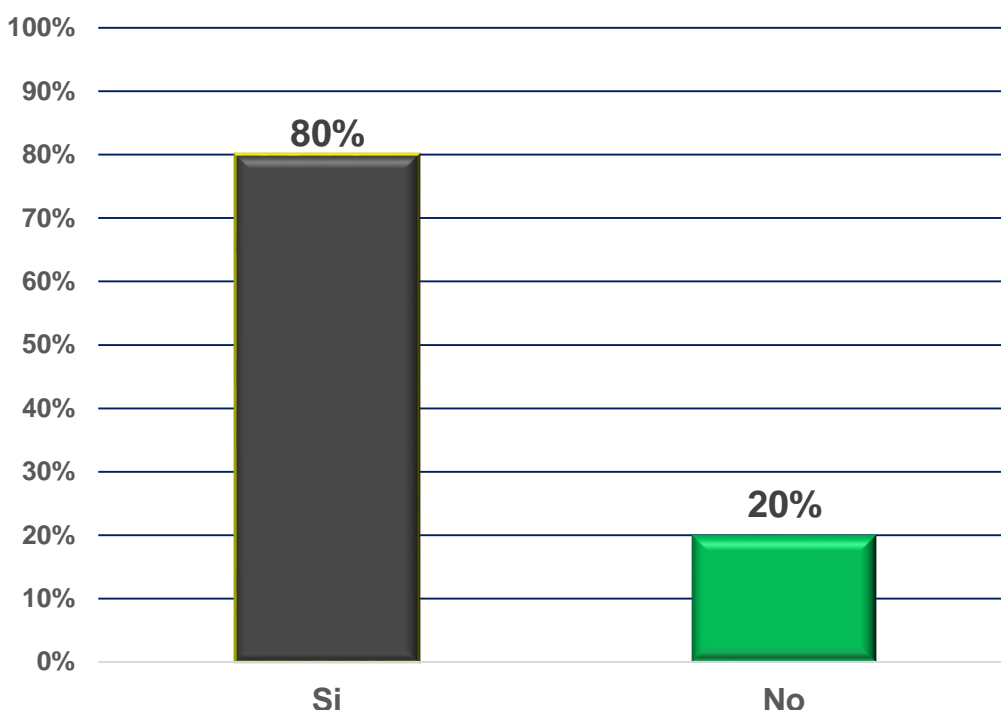


**Tabla31. ¿La forma de pago le permite llevar un control de las ventas?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	80
No	1	20
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 31

Elaboración: *Propia*

**Figura 26. ¿La forma de pago le permite llevar un control de las ventas?**

**Interpretación:**

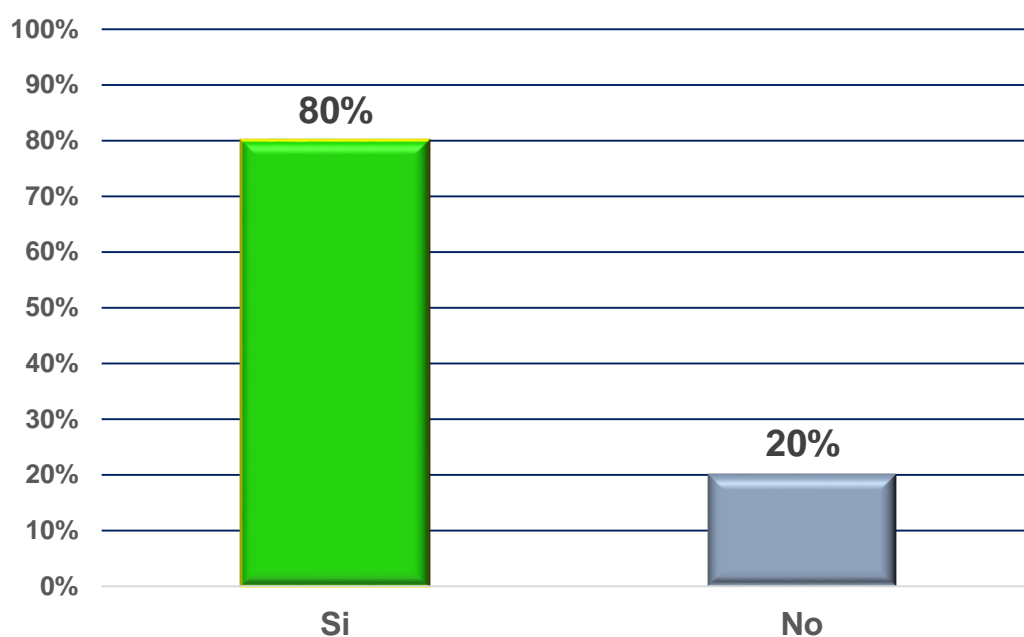
Del sondeo se obtuvo resultados como se muestra en la tabla y figura, donde el 80% del personal siendo la mayoría afirman que les permite llevar un control de sus ventas. Por otra parte, el 20% argumenta que no les permite llevar un control. Debido a la simplicidad del procedimiento de pago no les permite llevar un control equivalente entre las ventas y los pagos.

**Tabla 32. ¿Existen reclamos de los clientes por fallas del producto o servicio?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	80
No	1	20
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 32  
Elaboración: *Propia*

**Figura 27. ¿Existen reclamos de los clientes por fallas del producto o servicio?**

**Interpretación:**

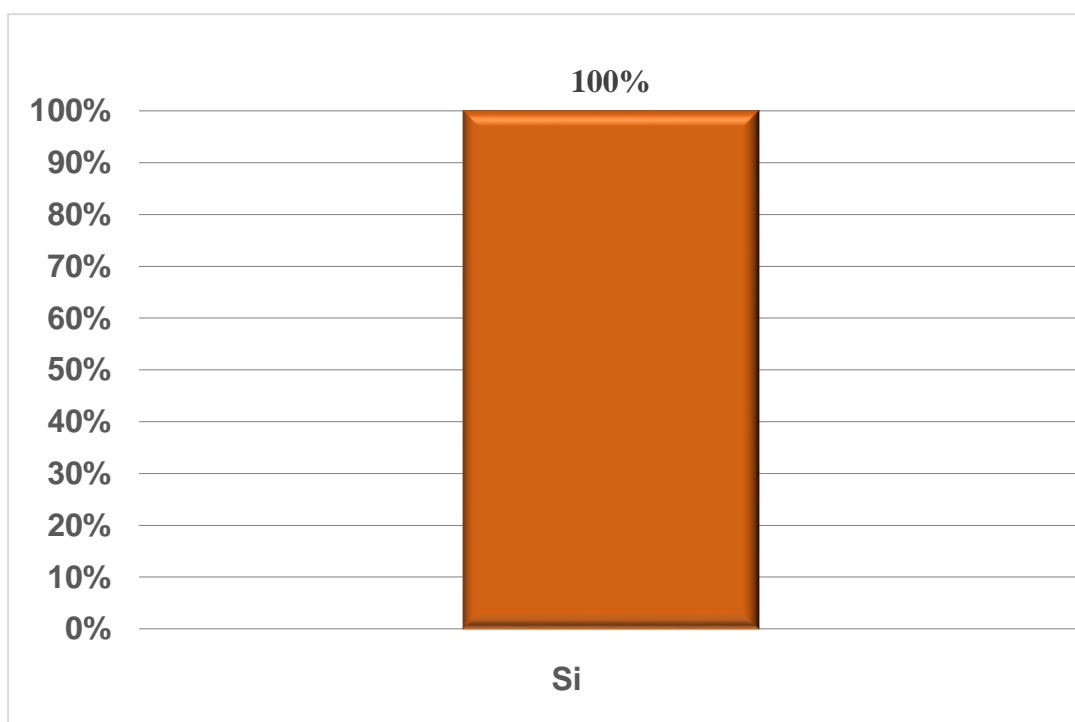
De la encuesta aplicada, los resultados alcanzados se muestran en la tabla y figura, que el 80% de la población de estudio afirman que existen reclamos por errores en el producto o servicio en su proceso de emisión o custodio. Por otro lado, el 20% respondió que no.

**Tabla33. ¿La asociación tiene identificado los tipos reclamos para dar solución a los reclamos de los usuarios?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 33

Elaboración: *Propia*

**Figura 28. ¿La asociación tiene identificado los tipos de reclamos para dar solución a los reclamos de los usuarios?**

**Interpretación:**

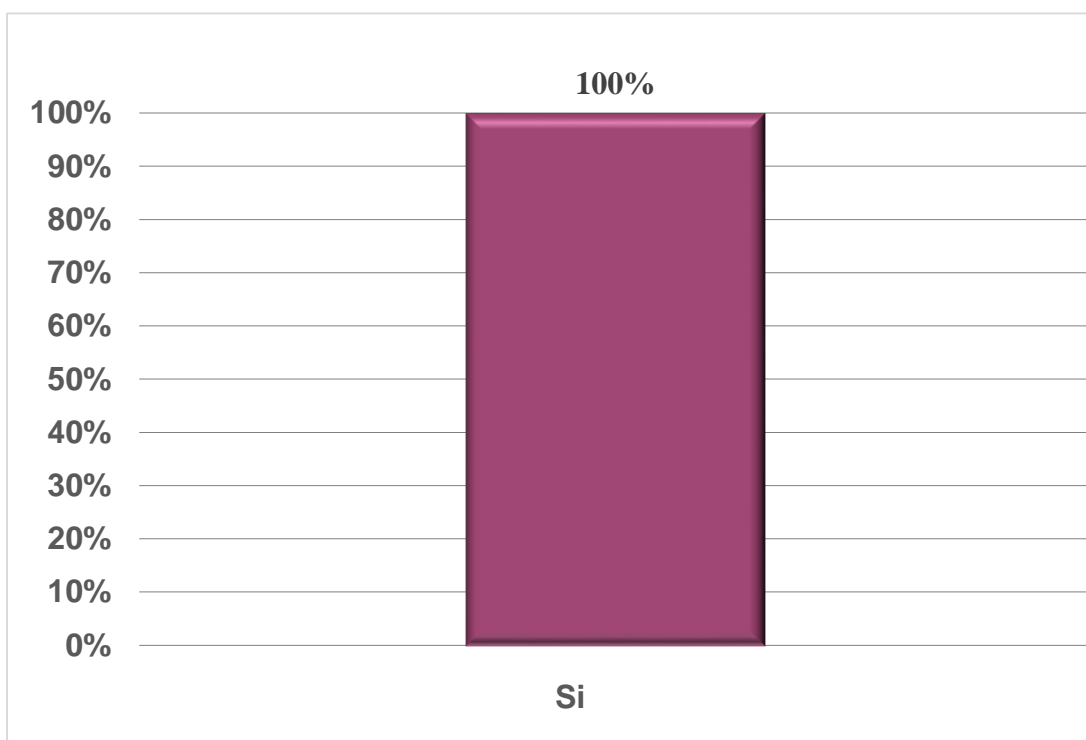
En relación a la pregunta planteada, a través de la tabla y figura se muestra que el 100% del personal respondieron sí debido a que la AFOCAT cuenta con un registro de sus usuarios o asociados que les facilita identificar la solución al tipo de reclamo.

**Tabla34. ¿La asociación atiende puntualmente los reclamos de los usuarios?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 34

Elaboración: *Propia*

**Figura 29. ¿La asociación atiende puntualmente los reclamos de los usuarios?**

**Interpretación:**

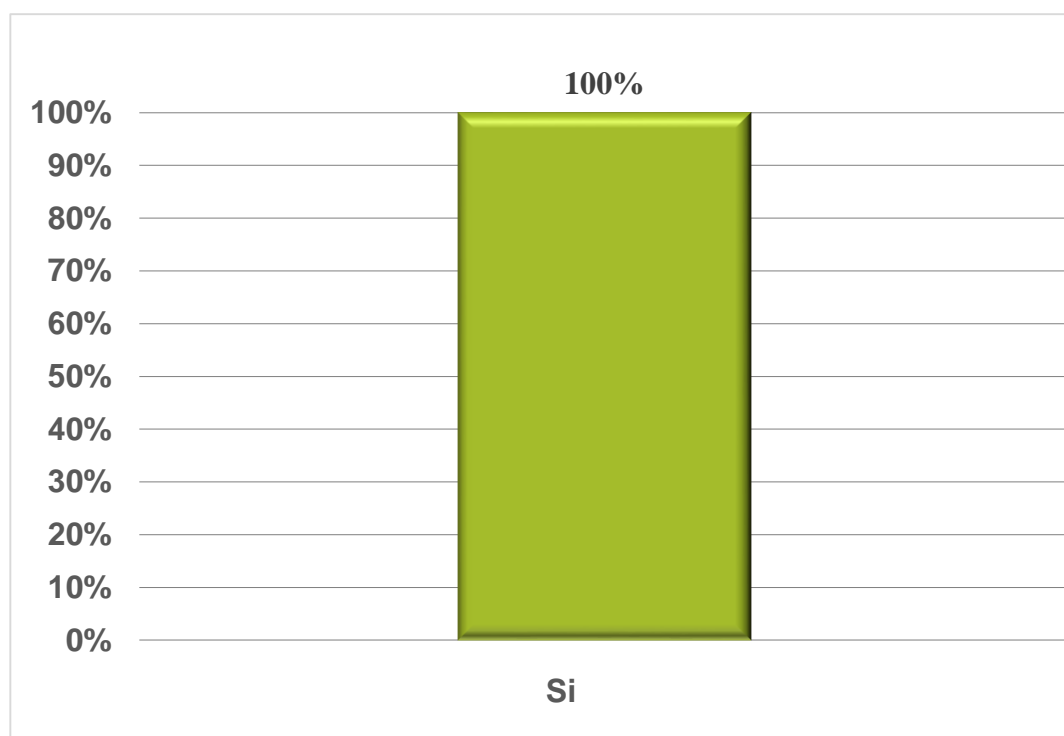
En la tabla y figura se muestran a través de una encuesta que el personal en un 100% en la asociación responde a los reclamos. Como se sostiene con la satisfacción del usuario.

**Tabla35. ¿La asociación atiende puntualmente las devoluciones de los usuarios?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 35

Elaboración: *Propia*

**Figura 30. ¿La asociación atiende puntualmente las devoluciones de los usuarios?**

**Interpretación:**

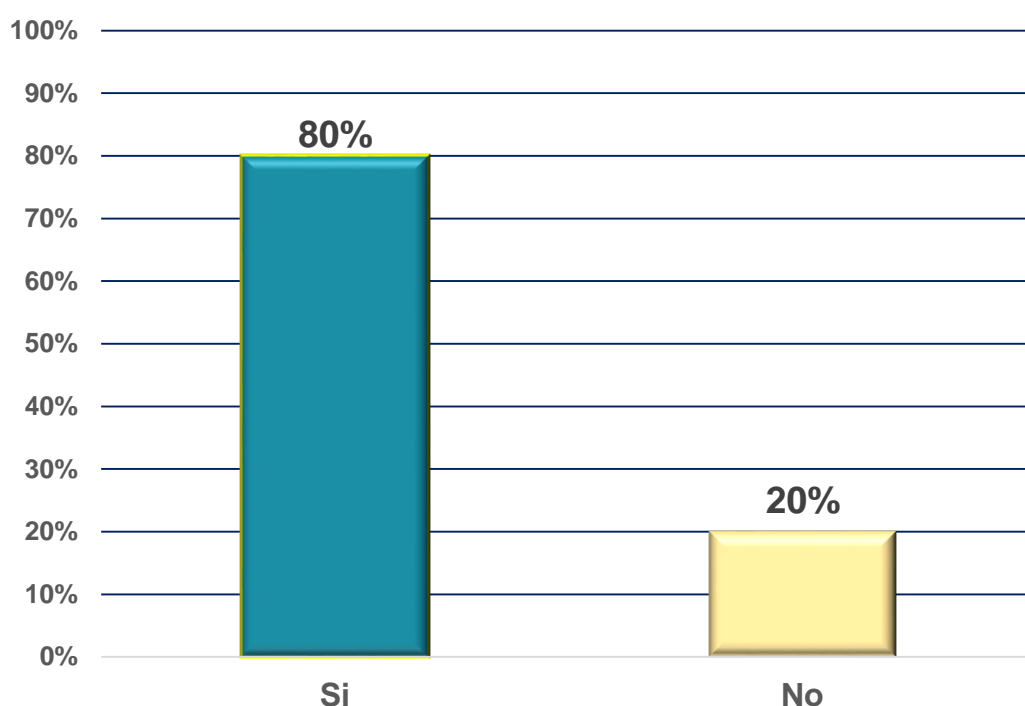
El personal de la muestra a estudio en un 100% respondieron si a la interrogante, la asociación atiende puntualmente las devoluciones. Debido a que un error en el trámite ocasionado se procede la cancelación del trámite y emisión de otro. Por ser error del personal.

**Tabla36. ¿La Asociación evalúa las causas de la devolución para determinar en qué parte del procedimiento se realizará las correcciones?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	20
No	1	20
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 36  
Elaboración: *Propia*

**Figura 31. ¿La Asociación evalúa las causas de la devolución para determinar en qué parte del procedimiento se realizará las correcciones?**

**Interpretación:**

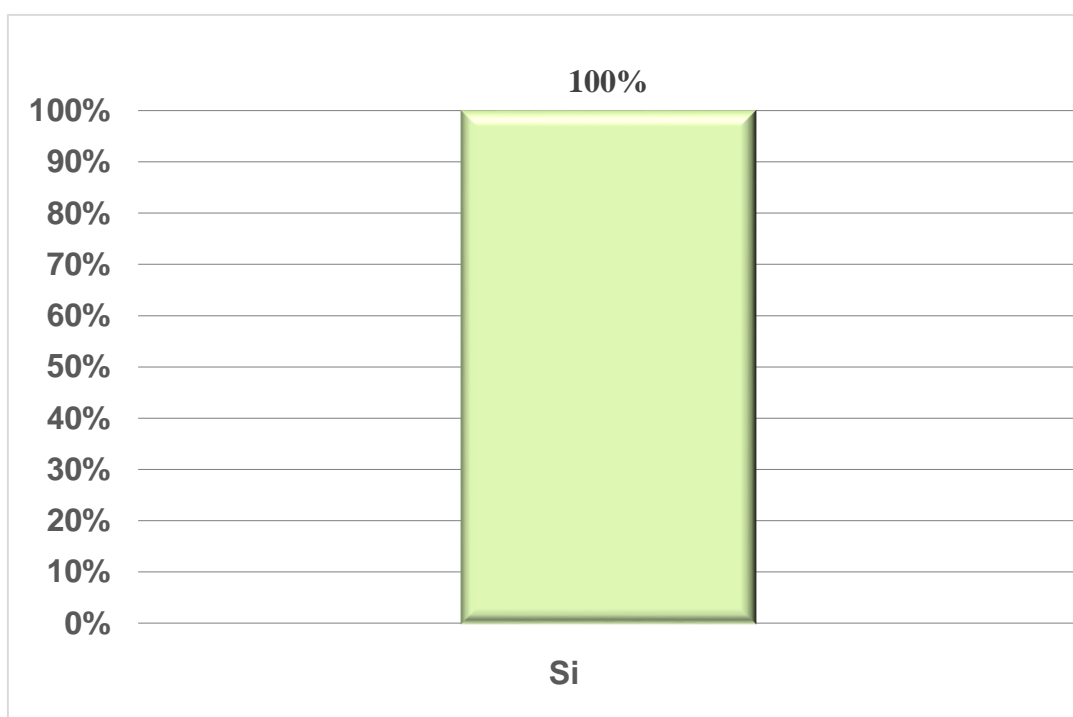
El personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco a través de un sondeo afirma a la interrogante que el 80% de la asociación evalúa de las devoluciones. Por otro lado, un 20% respondió que no evalúan las causas de devolución, debido al desconocimiento de los procedimientos de devolución.

**Tabla 37. ¿Las devoluciones reflejan la insatisfacción del cliente?**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta dirigida al personal del área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco

Elaboración: *Tesista*



Fuente: Tabla 37

Elaboración: *Propia*

**Figura 32. ¿Las devoluciones reflejan la insatisfacción del cliente?**

**Interpretación:**

En un 100% del personal encuestado respondieron sí, las devoluciones reflejan la insatisfacción del usuario. Ya que, la insatisfacción o satisfacción del usuario permite determinar la aceptación de la entidad en la plaza.

## 4.2 CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS Y PRUEBA DE HIPÓTESIS

### 4.2.1. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS GENERAL

- **Hi:** El control Interno se relaciona positivamente muy alta con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.
- **Ho:** El control Interno no se relaciona positivamente muy alta con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.

**Tabla38. Contrastación de Hipótesis General**

	<b>Ventas</b>	
<b>Control Interno</b>	<b>Correlación de Rho de Spearman</b>	,968**
	<b>Sig. (bilateral)</b>	,007
	<b>N</b>	5

Fuente: *Cuestionario Control Interno y Ventas*

Elaboración: *Software Spss Versión 25*

#### **Interpretación:**

En la Tabla 38 se determina con un valor (0,968), con una significancia de (0.007) menor a 0.05, por lo tanto, se admite la hipótesis general planteada. Es decir que el control interno se relaciona positivamente muy alta con las ventas en el área de Afiliación de la AFOCAT Regional León de Huánuco. Visto este resultado se comprueba lo citado por la Ley N<sup>a</sup> 28716 Ley del control Interno en las Instituciones del estado peruano, ley que fomenta el conjunto de acciones, actividades, normas, procedimientos, políticas y métodos, incluyendo las habilidades de las autoridades y personal y (Mantilla, 2018) los procedimientos de un control interno, y (Acosta at el., 2018) que las ventas están relacionadas con la colocación del producto o servicio en el mercado. Es por ello que el control interno contribuye al desarrollo de la empresa. Como Prieto (2019). Cuyo resultado determinó que existe una relación directa entre el control interno y las ventas en el Perú, Pellegrini (2018) sostiene que las



AFOCAT a través del control interno se gestionan mecanismos administrativos que mejoren los procedimientos y favorece a las ventas.

**Figura 33. Coeficiente de Correlación por rangos de Spearman.**

Valor de <i>rho</i>	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: (Martinez & Campos, 2015)

#### 4.2.2 CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- El ambiente de control se relaciona positivamente grande y perfecta con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.

**Tabla39. Contrastación de hipótesis específica 1**

RHO DE SPEARMAN		AMBIENTE DE CONTROL	VENTAS
AMBIENTE DE CONTROL	Coeficiente de	1	1,000**
	Correlación		
	Sig. (bilateral)		,000
	N	5	5
VENTAS	Coeficiente de	1,000**	1
	Correlación		
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	5	5

Fuente: *Cuestionario control interno y Ventas*

Fuente: *Software Spss versión 25*

#### Interpretación:

La Tabla 39 determina que la hipótesis específica 1 y la variable dependiente se relacionan, con un resultado de (1,000) de coeficiente de correlación el cual determina un valor de positiva grande y perfecta, con una significancia de 0.000 que viene a ser menor a 0.05, por lo que se admite la hipótesis específica propuesta. Visto este resultado, sostiene (Quinaluisa et al., 2018), que el ambiente de control son procedimientos estructurado que determinan tareas para el cumplimiento de objetivos, debido a que es el entorno de convivencia del personal. Como coincide (Trujillo, 2018) cuyo resultado demostró que un adecuado ambiente de control permite cerrar una venta, es una fuente que genera convivencia y orden garantizando el desarrollo de una empresa.

- La evaluación de riesgos se relaciona positivamente moderada con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.

**Tabla40. Contrastación de hipótesis específica 2**

RHO DE SPEARMAN		EVALUACIÓN DE RIESGOS	VENTAS
EVALUACIÓN DE RIESGOS	Coeficiente de Correlación	1	,612**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	5	5
VENTAS	Coeficiente de Correlación	,612**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	5	5

Fuente: *Cuestionario Control Interno y Ventas*

Fuente: *Software Spss versión 25*

### **Interpretación:**

La tabla 40 demuestra a través de un valor de (0,612), que la evaluación de riesgos se relaciona positivamente moderada con las ventas en el personal de la AFOCAT León de Huánuco, con una significancia de (0.000) que es menor a (0.05), por lo que se admite la hipótesis específica planteada. Y podemos determinar que existe relación entre las variables como lo sostiene (Quinaluisa et al., 2018); con un nivel de confianza del 95%.

- Las actividades de control se relacionan positivamente moderada con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.

**Tabla41. Contrastación de hipótesis específica 3**

RHO DE SPEARMAN		ACTIVIDADES DE CONTROL	VENTAS
ACTIVIDADES DE CONTROL	Coeficiente de Correlación	1	,612**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	5	5
VENTAS	Coeficiente de Correlación	,612**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	5	5

Fuente: *Cuestionario Control Interno y Ventas*

Fuente: *Software Spss versión 25*

### **Interpretación:**

La tabla 41 determina a través de una prueba no paramétrica con un valor de (0,612), con una significancia de (0.000) menor a (0.05) con el cual se admite la hipótesis específica planteada. Y se determina que las actividades de control se relacionan positivamente moderada con las ventas en el Área de Afiliación de la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020, como lo sostiene (Quinaluisa et al., 2018) que la normatividad y los procedimientos garantizan las ventas; con un nivel de confianza del 95%.

- La información y comunicación se relaciona positivamente moderada con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.

**Tabla42. Contrastación de hipótesis específica 4**

RHO DE SPEARMAN		INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	VENTAS
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	Coeficiente de Correlación	1	,612**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	5	5
VENTAS	Coeficiente de Correlación	,612**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	5	5

Fuente: *Cuestionario Control Interno y Ventas*

Fuente: *Software Spss versión 25*

### **Interpretación:**

En la tabla 42 determina a través de la prueba estadística con un valor de (0,612), con una significancia de (0.000) el cual es menor a 0.05 permite aceptar la hipótesis específica planteada. Y podemos decir que la información y comunicación se relacionan positivamente moderada con las ventas en el Área de Afiliación de la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020 como lo sostiene (Chiavenato, 2019) que la información son datos recabados que garantizan las ventas; con un nivel de confianza del 95%.

- La supervisión se relaciona positivamente moderada con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.

**Tabla43. Contrastación de hipótesis específica 5**

RHO DE SPEARMAN		SUPERVISIÓN	VENTAS
<b>SUPERVISIÓN</b>	Coeficiente de Correlación	1	,612**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	5	5
<b>VENTAS</b>	Coeficiente de Correlación	,612**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	5	5

Fuente: *Cuestionario Control Interno y Ventas*

Fuente: *Software Spss versión 25*

### **Interpretación:**

En la tabla 43 se determina con un valor de (0,612), con una significancia de (0.000) menor a 0.05 y se acepta la hipótesis específica planteada. Y podemos decir que la supervisión se relaciona positivamente moderada con las ventas en el área de afiliación de la AFOCAT Regional León de Huánuco – Huánuco 2020 como lo sostiene (Quinaluisa et al. 2018) que la supervisión son determinar la funcionalidad de acuerdo a lo planificado para las ventas, como lo refrenda (Crespo, 2017) que es la detección de procedimientos frágiles; con un nivel de confianza del 95%.

## CAPITULO V

### DISCUSIÓN DE RESULTADOS

#### 5.1 PRESENTAR LA CONTRASTACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.

##### Hipótesis General

En relación a la hipótesis general planteada se obtuvo un valor de (0.968) a través de la prueba de Rho de Spearman como se demuestra en la tabla 38 que el control Interno se relaciona positivamente muy alta con las ventas en el área de afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020, de acuerdo a los resultados obtenidos de la prueba se aprecia una significancia (0,007). Con el cual permite rechazar la H<sub>0</sub>, y se determina que existe relación.

Según los resultados obtenidos y el estudio de Quinaluisa et al., (2018) el control interno se relaciona con las ventas debido a que garantiza la esquematización de los procedimientos a través del modelo COSO, el cual determina los procesos a seguir disminuye los niveles de riesgos y errores en los procesos de venta, lo que permite que el personal cierre una venta, con bajos riesgos de no concretar la venta, pero solo si el personal es capacitado. Por otro lado, el autocontrol permite elevar la habilidad de cada directivo o personal que ejecute el proceso en las instituciones como lo sostiene (Guerrero, 2017). Para Mantilla (2018) los componentes del modelo COSO son de aplicación para el control interno en las instituciones públicas como en las privadas, es por ellos que la Ley N<sup>o</sup> 28716 Ley del control Interno en las Instituciones del estado peruano lo sostiene en cuanto a su similitud de los elementos que lo componen debido a que las AFOCAT son asociaciones. En ese sentido (Pellegrin, 2018). Sostiene: “Que el control interno en las asociaciones permiten monitorear al personal para el cumplimiento de sus tareas, corregir errores o fallas y gestionar. Según la teoría planteada se determina la relación de las variables de estudio”, como se observa en la tabla 38, donde se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis del tesista.

### **Hipótesis Especifica 1**

Con relación a la hipótesis específica planteada según las teorías planteadas y la tabla 39 a través de la prueba de Rho de Spearman se observa un valor de coeficiente de correlación de (1,000), una significancia de (0,000). Por el cual se niega la H0 y se acepta la hipótesis específica 01 y se demuestra la existencia de una correlación positivamente grande y perfecta del ambiente de control con las ventas en el área de afiliación de la AFOCAT León de Huánuco.

Según Prieto (2019) demuestra: "Que el aumento del control interno en los procedimientos de las AFOCAT permite mejorar procesos que faciliten el cierre de las ventas, ya que el ambiente de control permite una esquematización de los procesos, normas y políticas, debido a que es donde se desarrolla las actividades", como lo sostiene (Quinaluisa et al., 2018) asimismo: "Es la administración estratégica del entorno como lo menciona", (Jorge, 2019). Es aquel marco que permite el desarrollo de procedimientos bajo parámetros que aseguren la venta de un CAT. Así mismo, Trujillo (2018) confirma lo anterior mencionado que el ambiente de control permite estructurar procedimientos debido a que el entorno es donde convive el personal, y que la esquematización de los procedimientos facilita el flujo del proceso.

### **Hipótesis Especifica 2**

Con relación a la hipótesis específica 02 según las teorías planteadas y a través de la tabla 40 se demuestra que la evaluación de riesgos se relaciona positivamente moderada con las ventas en el área de Afiliación de la AFOCAT Regional León De Huánuco 2020.

Según Trujillo, (2018) demuestra que la evaluación de riesgos en los procesos de ventas, permite disminuir el riesgo de no concretar la venta, debido a que la evaluación permite la detección de peligros con anticipación, es por ello que la evaluación de riesgos se relaciona positivamente moderada con las ventas, Así mismo Mantilla (2018) refiere a la evaluación como un proceso de monitoreo preventivo en los procedimientos de venta el cual permite el cierre de la venta, Prieto (2019), confirma la necesidad de la evaluación para concretar la venta.



### **Hipótesis Especifica 3**

Con relación a la hipótesis específica de la dimensión 03 según las teorías planteadas y como se muestra a través de la tabla 41 en el cual se demuestra a través de la prueba Rho de Spearman con una significancia de (0,000) con el cual se rechaza la H0, y se demuestra la correlación de la dimensión 03 y la variable ventas, con un valor de (0,612) lo cual refleja una relación positiva moderada.

Según Claros y León (2017), la hipótesis específica se relaciona con las ventas, debido a que son procedimientos esquematizados que garanticen el desarrollo secuencial de las tareas para el cumplimiento de objetivos en cuanto a su naturaleza de orden lógico de las actividades de control. En ese sentido Atencia (2017), se refiere a que a través del manual de procedimientos se permite ordenar actividades cronológicamente y optimizar al personal en el desarrollo de sus tareas al detallar las tareas, el cual facilita la concreción de la venta. En ese sentido Quinaluisa et al, (2018), concluye que los directivos deben gestionar normativas y procedimientos de acuerdo a la realidad de la institución para poder concretar la venta y atraer nuevos usuarios.

### **Hipótesis Especifica 4**

Según el resultado de la prueba estadística se obtuvo un valor de (0,612) como se muestra en la tabla 42, el cual sostiene que existe una relación positiva moderada de la información y comunicación con las ventas y nos permite aceptar la hipótesis específica 04.

Según Jiménez (2017), se refiere a que la comunicación permite reducir errores en la toma de decisiones, es por ello la importancia de la información oportuna, ya que permite mejorar la competencia del personal debido a que el proceso de ventas integra diferentes procedimientos es necesario comunicación para evitar sesgos o repetir procesos, debido a esa necesidad se confirma a través de Vargas, (2018) la necesidad de contar con una información oportuna para el cierre de la venta, una información y comunicación fluida del personal mejora el control interno. Según la teoría planteada, se ha determinado la relación de la información y comunicación con las ventas.

### **Hipótesis Especifica 5**

Según las teorías planteadas y la tabla 43 a través de la prueba Rho de Spearman con un valor de significancia de (0,000) que es menor a (0.05) por el cual se rechaza la H0 y se acepta la hipótesis específica 5 y con un coeficiente de correlación de (0,612), el cual refleja una relación positiva moderada.

Según Crespo (2017) se refiere a que un monitoreo permite detectar controles frágiles e inadecuados y fomenta la corrección para prevenir eventualidades que retrasen el cumplimiento de los objetivos, que es el cierre de la venta en ese sentido Rodríguez (2020), la auditoría con un monitoreo periódico para prevenir y mejorar procedimientos, que permitan concreta la venta, a través del desarrollo de métodos que fortalezcan los puntos vulnerables detectados en los procedimientos. Por el cual es necesario la supervisión para la detección y el mejoramiento de los procesos de venta. Se da porque el monitoreo no es constante y no cubre todos los procesos.

## CONCLUSIONES

1. De acuerdo al objetivo se concluye que la mayoría de los sondeados perciben un adecuado control de los procedimientos en las ventas y el progreso en sus conocimientos sobre las actividades o tareas que integra la venta de un CAT, se demostró una poca supervisión para reducir posibles eventualidades en los procesos, la comunicación que se brinda es muy poca entre el personal; en relación a los procedimientos la mayoría de los encuestados conoce la relevancia, que es la realización de controles periódicos a la gestión de ventas. Por el cual se determina en la tabla 38, a través de la correlación de Rho de Spearman con un valor de (0,968) el nivel de relación es positiva muy alta. Con una significancia de (0.007) menor a (0.05), por lo tanto, se acepta la hipótesis general planteada, logrando resolver la pregunta general de la investigación. Según la encuesta realizada se detalla en la tabla 7 y figura 2 que el 80.00% sostienen que el control beneficia en las ventas. En tal sentido se confirma la hipótesis general planteada. Como se detalla en la tabla 9 y figura 4, tabla 10 y figura 5, donde se percibe que el total de los sondeados, dijeron que el control interno favorece el cierre de la venta y se concluye que el control interno es una herramienta importante que permite en la AFOCAT monitorear los procedimientos para garantizar eficiencia y el alcance de los objetivos, se observó que no se realiza un control adecuado debido a que ello depende de la gestión administración.
2. Se determinó en la tabla 39 el ambiente de control se relaciona con la variable dependiente, a través de la prueba de Rho de Spearman con un resultado de (1,000) con una significancia de (0.000) que viene a ser menor a 0.05, por lo que se admite la hipótesis específica, logrando resolver la pregunta específica de la investigación. Según las encuestas realizadas se detalla los resultados en la tabla 6 y figura 1 que el 80.00% de los sondeados conocen las estrategias administrativas de la organización. En tal sentido se confirma la hipótesis específica planteada, Así como se muestra en la tabla 7 y figura 2, tabla 8 y figura 3 donde el 80.00% de los 5 encuestados, dijeron que la dimensión 1 si permite la venta, a través de un control interno periódico que permite reducir sesgos

y repetir procesos y se concluye que en la AFOCAT el ambiente de trabajo cuenta con lineamientos, normas, procedimientos estructurados, pero no garantizan su funcionalidad en el personal.

3. Se determinó a través de la prueba de Rho de Spearman en la tabla 40 la evaluación de riesgos se relaciona con las ventas, con un coeficiente de correlación de (0,612) una significancia de (0.000) que es menor a 0.05, por lo que se admite a hipótesis específica planteada, logrando resolver la pregunta específica de la investigación. Según las encuestas realizadas los resultados de la tabla 9 y figura 4 muestra que el 100.00% de los encuestados, respondieron que sí le tienen conocimiento de los procedimientos de la evaluación de riesgos, el cual permite desarrollar mecanismos para prevenir futuras eventualidades. En tal sentido se confirma la hipótesis específica 02 planteada. Así como se muestra en la tabla 10 y figura 5; y la tabla 11 y figura 6 donde observa que el 100.00% de los encuestados si evalúan riesgos antes de establecer objetivos y que es evaluado de acuerdo a las actividades designadas, en tal sentido se concluye que la evaluación de riesgos en la AFOCAT se realiza, pero no continuamente si no cuando se requiere.
4. Se determinó en la tabla 41 la relación de la dimensión 3 con la variable dependiente, donde el valor de Rho de Spearman es de (0,612) con una significancia de (0.000) que viene a ser menor a 0.05, por lo que se acepta la hipótesis específica planteada, logrando resolver la pregunta específica de la investigación. Según las encuestas realizadas los resultados de la tabla 11 y figura 7, muestra que el 100% de los encuestados, representando el total respondieron que sí existen actividades de control para el logro de las tareas. En tal sentido se confirma la hipótesis específica planteada 3. Así como se muestra la tabla 13 y figura 8 donde se observa que el 100,00% de los encuestados, representando la mayoría dijeron que si es monitoreado sobre el cumplimiento de sus tareas y en la Tablas 14 y figura 9 donde se observa que el 80.00% de los encuestados dijeron que son monitoreado de acuerdo al MAPRO, se concluye que son supervisado de acuerdo a las tareas que se detallan en el MAPRO de procedimientos de la entidad.
5. Se determinó en la tabla 42 que la dimensión 4 se relacionan con la

variable dependiente, con un valor de (0.612) de coeficiente de correlación y una significancia de (0.000) que es inferior a (0.05), por lo que se admite la hipótesis específica sugerido, logrando resolver la pregunta específica de la investigación. Según las encuestas realizadas los resultados la tabla 17 y figura 12, muestra que en su totalidad siendo el 100.00% de los sondeados consideran que una buena comunicación disminuye incertidumbre y mejora la toma de decisiones para el cierre de la venta. En tal sentido se confirma la hipótesis específica 4 planteada. Así como se muestra en la tabla 16 y figura 11 donde observa que el 80.00% de los encuestados, dijeron que la dimensión 4 ayuda al desarrollo eficiente del personal a través del MAPRO, la tabla 18 y figura 13 demuestran que la información requerida es atendida oportunamente para el desarrollo de sus tareas y se concluye la importancia de la información y comunicación para el logro de las actividades y la toma de opciones.

6. Se determino en la tabla 43 la relación de la supervisión y la variable dependiente, a través de la prueba de Rho de Spearman con un valor de (0,612) de coeficiente de correlación y una significancia de (0.000) que es inferior a 0.05, por lo que se admite la hipótesis específica. Logrando resolver la pregunta específica de la investigación. Según la encuesta realizada se detalla en la tabla 19 y figura 14 que el 100.00% de los sondeados, sostienen que son supervisado de acuerdo a las actividades asignadas, el cual le permite ser supervisado en función a sus actividades. Así como se muestra la tabla 20 y figura 15 donde observa que el 100.00% de los encuestados, sostienen que la dimensión 5 si contribuye al cierre de las ventas, como lo demuestra en la Tabla 21 y figura 16 un monitoreo constante disminuye la perdida de una venta, se concluye que la supervisión favorece a reducir la incertidumbre para el cierre de ventas, debido a que permite detectar fallas en los procedimientos del MAPRO antes que es emita el producto o servicio para su custodio o venta.

## RECOMENDACIONES

1. Teniendo en cuentas las conclusiones que confirman el objetivo general y responden al problema general, es necesario mejorar procedimientos que faciliten el cierre de ventas, y se reduzcan las devoluciones por el cual se recomienda evaluar los procedimientos en la emisión del CAT.
2. El administrador de la AFOCAT debe realizar monitoreos más continuos y promover el control interno en el personal administrativo, de esta manera permitirá detectar situaciones actuales de la entidad como de las deficiencias que se puedan resolver a tiempo, proponer soluciones o realizar cambios correctivos para el cierre de la venta.
3. Por los procesos rígidos y desfasados que se lleva a cabo en la entidad para la emisión y custodia de las CAT que es a su vez engorroso para la ejecución de los procedimientos para el personal, se recomienda actualizar el MAPRO periódicamente o de acuerdo a la necesidad.
4. La AFOCAT León de Huánuco se recomienda simplificar sus procesos para facilitar el cierre de una venta, debido a naturaleza de la entidad de ser una asociación cuenta con procedimientos normados y estructurados los cuales llegan a ser muy engorrosos el cual disminuye la probabilidad de concretar una venta, es por ello que se recomienda la simplificación de trámites y que a su vez faciliten el monitoreo.
5. Al ser los procedimientos estructurados y en cadena es necesario la inclusión del personal en la toma de decisiones, debido a que el personal operativo son los que ejecutan las actividades o tareas en los procedimientos, por el cual se recomienda incluir al personal en la toma de decisiones para mejorar la comunicación y la transferencia de información.
6. Finalmente se recomienda a la AFOCAT León de Huánuco fortalecer e implementar los componentes del control interno a través de un control previo, simultáneo y posterior, que refuercen el control de los procedimientos para vender. Así mismo, se recomienda llevar una supervisión al personal en los procedimientos para reducir eventualidades.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, M., Salas, L., Jiménez, M., & Guerra, A. (2018). *La administración de ventas*. 3 Ciencias.
- afocatregionalleondehuanuco.com. (2020). *antecedentes de la AFOCAT Regional Leon de Huanuco*. Obtenido de antecedentes de la AFOCAT Regional Leon de Huanuco : <http://afocatregionalleondehuanuco.com/antecedentes>
- Alejandro, I. (2018). *Control Interno y sistema de gestión de calidad*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Almerco, J., & Nonato, N. (2018). *El marketing de servicio y su relación en el incremento de ventas en el Restaurante de Mística Casa Club Amarilis Periodo 2018*. Huánuco: Universidad Nacional Hermilio Valdizan.
- Amador, A. (2017). *Control Interno y Auditoría su aportación en las*. Mexico: Primera Edición.
- andina. (01 de Marzo de 2020). *¿Sabes para qué fue creado el fondo de compensación del SOAT y CAT?* Obtenido de ¿Sabes para qué fue creado el fondo de compensación del SOAT y CAT?: <https://andina.pe/agencia/noticia-sabes-para-fue-creado-fondo-compensacion-del-soat-y-cat-781266.aspx>
- andina.pe. (10 de Mayo de 2019). *SBS alerta que una Afocat opera sin autorización en la región San Martín*. Obtenido de SBS alerta que una Afocat opera sin autorización en la región San Martín: <https://andina.pe/agencia/noticia-sbs-alerta-una-afocat-opera-sin-autorizacion-la-region-san-martin-751066.aspx>
- andina.pe. (2019). *SBS canceló en forma definitiva el registro de la Asociación FONCAT-Puno*. Obtenido de SBS canceló en forma definitiva el registro de la Asociación FONCAT-Puno: <https://andina.pe/agencia/noticia-sbs-cancelo-forma-definitiva-registro-de-asociacion-foncatpuno-735857.asp>

- andina.pe. (01 de Marzo de 2020). *¿Sabes para qué fue creado el fondo de compensación del SOAT y CAT?* Obtenido de *¿Sabes para qué fue creado el fondo de compensación del SOAT y CAT?:* <https://andina.pe/agencia/noticia-sabes-para-fue-creado-fondo-compensacion-del-soat-y-cat-781266.aspx>
- Arreaga , Y., & Molina, M. (2020). *Impugnacion del silencio administrativo en sentido negativo en relación con la ley de la jurisdiccion contencioso administrativa y la ley de procedimientos administrativos*. El Salvador: Universidad el Salvador.
- Atencia, Y. (2017). *“El control interno y el manual de procedimientos en el area de operaciones de la EDPYME solidaridad y desarrollo empresarial S.A.C .* Huanuco: Universidad de Huanuco.
- caig-fip.blogspot. (06 de Enero de 2016). *Reseña Histórica De Las Ventas*. Obtenido de *Reseña Histórica De Las Ventas:* <https://caig-fip.blogspot.com/2016/07/unidad-1-la-venta-como-profesion.html>
- Calabres, J. (2018). *La importancia de las quejas de nuestros clientes*. Obtenido de *La importancia de las quejas de nuestros clientes:* <https://jennifercalabres.wordpress.com/2011/03/1/9/%25%20C2%BFpor%20-que-son-tan-importantes-las-quejas-de-nuestros-clientes/>
- Chiavenato, I. (2019). *Introduccion a la Teoría Gneneral de la Administracion*. Mexico: McGraw-Hill. Obtenido de *Introduccion a la Teoría Gneneral de la Administracion:* <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-informacion.html#:~:text=Definici%C3%B3n%20de%20Informaci%C3>
- Chiavenato, I. (2019). *Introduccion a la Teoría Gneneral de la Administracion*. Mexico: McGraw-Hill. Obtenido de *Introduccion a la Teoría Gneneral de la Administracion:* <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-informacion.html#:~:text=Definici%C3%B3n%20de%20Informaci%C3>
- Claros , R., & León , O. (2017). *El control interno como herramienta de Gestión y Evaluacion*. Lima: Editores S.A.C.



- Conexión esan. (1 de Julio de 2016). *Diferencias entre las ventas y el Marketing*. Obtenido de Diferencias entre las ventas y el Marketing: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/06/diferencias-entre-las-ventas-y-el-marketing/>
- Crespo, T. (2017). *Caracterización del control interno y la información financiera en la dirección sectorial de Transportes y comunicaciones de Ucayali 2016*. Pucallpa: Universidad Católica los Ángeles.
- DefeniciónABC. (Setiembre de 2010). *Definición de Afiliación*. Obtenido de Definición de Afiliación: <https://www.definicionabc.com/politica/afiliacion.php#:~:text=Se%20conoce%20como%20afiliaci%C3%B3n%20a,constancia%20de%20la%20mencionada%20pertenencia.>
- eleconomistaamerica.pe. (2017). *SBS presentó proyecto de Ley para fortalecer supervisión de las Afocat*. Obtenido de SBS presentó proyecto de Ley para fortalecer supervisión de las Afocat: [eleconomistaamerica.pe/empresas-eAm-peru/noticias/8221704/03/17/SBS-presento-proyecto-de-Ley-para-fortalecer-supervision-de-las-Afocat.html](http://eleconomistaamerica.pe/empresas-eAm-peru/noticias/8221704/03/17/SBS-presento-proyecto-de-Ley-para-fortalecer-supervision-de-las-Afocat.html)
- Flores, D. (2020). *El control interno y la gestión de inventarios en la empresa envasadora Yoz gas E.I.R.L Provincia de Leoncio Prado - 2019*. Huanuco: Universidad de Huanuco.
- Gestion.pe. (2017). *el control interno es necesario para preservar el negocio*. Obtenido de el control interno es necesario para preservar el negocio: <https://gestion.pe/empleo-management/pwc-control-interno-necesario-preservar-negocio-2074437/>
- Guerra, M. (2018). *El control de inventarios y su relación con el volumen de ventas en las empresas textiles del distrito de La Victoria, año 2017*. Lima: Universidad César Vallejo.
- Guerrero, P. (2017). *Diseño de un sistema de control interno para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Divino Niño del Cantón de Cumandá*

*Provincia de Chimborazo, correspondiente al Periodo 2016.* Riobamba : Escuela Politécnica de Chimborazo.

Guevara , J. (2019). *El control interno y su efecto en la gestion operativa de las MYPES en el Distrito Ate - Lima 2018.* Huánuco: Universidad Nacional Hermilio Valdizan.

Hernandez , S., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *metodologia de la investigacion* . Mexico: McGraw education.

INEI. (2020). *Accidentes de transito segun departamento 2012 - 2019.* Obtenido de Accidentes de transito segun departamento 2012 - 2019: <https://www.inei.gob.pe/buscador/?tbusqueda=accidentes+de+transito>  
+

Jimenez, S. (2017). *El sistema de control interno y la toma de decisiones en los Hoteles, Hostales y Hosterías de primera categoría de la ciudad de Riobamba.* Ambato: Universidad Técnica de Ambato.

Jorge, A. (2019). Las Nuevas tendencias de la Administración Estratégica. Un enfoque basado en la orientación a las competencias centrales, al mercado o a las actividades estratégicas. *Scielo*, [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1994-37332019000100006](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332019000100006).

Ley 28716. (2016). control interno. *control interno*. Art. 4.

Logicalis Architects Change. (21 de Agosto de 2017). *Análisis de ventas: del estudio de los datos al éxito comercial en 4 informes.* Obtenido de Análisis de ventas: del estudio de los datos al éxito comercial en 4 informes: <https://blog.es.logicalis.com/analytics/analisis-de-ventas-del-estudio-de-los-datos-al-exito-comercial-en-4-informes>

Mantilla, S. (2018). *Auditoría del Control Interno.* Bogota: ECOE Ediciones.

Mapro. (2020). *Manual de Procedimientos.* Huanuco: AFOCAT Regional Leon de Huánuco.

- Mena , S., & Miraval, M. (2019). *El marketing Mix y su relacion en las Ventas en la Empresa Gran Music Import S.R.L. Huánuco 2018*. Huánuco: Universidad Hermilio Valdizan.
- Muir, J. (2020). *El cierre perfecto*. Independently Published.
- Nieves, G. (2020). *El contro interno y su relacion con la gestion logistica de la empresa Electeocentro S.A, Unida de negocio, Huánuco 2019*. Huánuco: Universidad de Huánuco.
- Noriega, J. (2019). *Control interno de mercadería y las ventas en la empresa Difer Perú*. Lima: Universidad Cesar Vallejo.
- Otárola, I., Rubén , R., & Tarrillo, M. (2018). *El control interno y la gestión financiera de la empresa Telecomunicaciones GYS E.I.R.L periodo 2015-2016*. Callao: Universidad Nacional del Callao.
- Pau, D. (2019). *Métodos para medir la satisfacción del cliente*. Aenor asoci. Obtenido de Métodos para medir la satisfacción del cliente: <https://know.net/es/cieeconcom/gestion/volumen-de-ventas/>
- Pellegrin, H. (2018). *Los mecanismos de control interno administrativo en las asociaciones de fondo contra accidentes de transito en el Perú*. Piura: Universidad Catolica los Angeles .
- Portugal, R., Principe, J., & Cardenas , R. (2018). *ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN Y SU RELACIÓN CON LAS VENTAS EN LA EMPRESA DE SERVICIO “STAR GYM – BAÑOS SAUNA” – HUÁNUCO 2017*. Huánuco: Universidad Nacional Hermilio Valdizan.
- Prieto, J. (2019). *Control Interno de Adminstracion de ventas de una Comercializadora de Pota y Perico, Lima Metropolitana 2018*. Lima: Universidad Cesar Vallejo.
- QAEC. (2019). *Satisfacción del Clientes*. Obtenido de Satisfacción del Clientes: <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/satisfaccion-del-cliente>
- Quinaluisa, N., Ponce , V., Muñoz , S., Ortega, X., & Pérez, J. (2018). El control interno y sus herramientas de aplicación entre COSO y COCO. *Scielo*.

- Redaly. (2020). El sistema de control interno en las posadas turísticas del estado Mérida, Venezuela. *Redaly*, 3.
- Sbs.pe. (2017). *Reordenando el sistema de AFOCAT para proteger al público*. Obtenido de Reordenando el sistema de AFOCAT para proteger al público: [https://www.sbs.gob.pe/Portals/0/jer/BOLQuincenal/20170628\\_BolQuincenal-N10.pdf](https://www.sbs.gob.pe/Portals/0/jer/BOLQuincenal/20170628_BolQuincenal-N10.pdf)
- Significados. (18 de Junio de 2019). *Significado de Usuario*. Obtenido de Significado de Usuario: <https://www.significados.com/usuario/>
- Soto, D. (2018). *“El control interno y gestión administrativa en la división de tesorería de la superintendencia nacional de aduanas y administración tributaria – Lima - 2018”*. Lima: Universidad Autónoma del Perú.
- Suárez, G. (2018). *Análisis de control interno en la gestión de inventarios del año 2017 en la empresa comuator S. A. de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana Ecuador.
- Tarrillo, R., & Vasquez, W. (2018). *Influencia del control interno en la rentabilidad de la Empresa MSA Automotriz SAC, Cajamarca 2018*. Cajamarca: Universidad Privada del Norte.
- Vargas, A. (2018). *El control interno y el riesgo operativo de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1, 2 y 3 de la provincia de Tungurahua, en el período 2016*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Villanueva, S. (2017). *Influencia del control interno en la gestión financiera de la empresa Biozyme Diagnostic E.R.L. 2016*. Chimbote: Universidad San Pedro.
- Zegarra, L. (2017). *el control interno y su influencia en las Gestión de inventarios de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio del Perú: caso Empresa Santa María S.A.C*. Chimbote: Universidad Católica los Angeles.

# **ANEXOS**

## MATRIZ DE CONSISTENCIA.

**TITULO:** “EL CONTROL INTERNO Y LAS VENTAS EN EL AREA DE AFILIACION EN LA AFOCAT REGIONAL "LEON DE HUANUCO” - HUANUCO 2020”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES		METODOLOGÍA
			VARIABLE INDEPENDIENTE DIMENSIONES	INDICADORES	
<p><b>General</b></p> <p>¿De qué manera el control Interno se relaciona con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020?</p>	<p><b>General</b></p> <p>Determinar de qué manera el control interno se relaciona con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020</p>	<p><b>General</b></p> <p>El control Interno se relaciona positivamente muy alta con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.</p>	<p>Ambiente de control</p> <p>Evaluación de riesgos</p>	<p>Administración estratégica</p> <p>Estructura Organizacional</p> <p>Valoración de riesgos</p> <p>Crecimiento en las operaciones</p> <p>Tareas y responsabilidades</p>	<p><b>TIPO:</b> <i>Aplicada.</i></p> <p><b>ENFOQUE:</b> <i>Cuantitativo.</i></p> <p><b>NIVEL</b>      ○</p> <p><b>ALCANCE:</b> <i>Descriptivo correlacional</i></p>
<p><b>Específicos</b></p> <p>¿De qué manera el ambiente de control se relaciona con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020?</p>	<p><b>Específicos</b></p> <p>Determinar de qué manera el ambiente de Control se relaciona con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.</p>	<p><b>Nula</b></p> <p>El control Interno no se relaciona positivamente muy alta con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.</p>	<p>Actividades de control</p> <p>Información y comunicación</p> <p>Supervisión</p>	<p>Manual de procedimientos</p> <p>Información</p> <p>Comunicación</p> <p>Actividades</p> <p>Monitoreo</p>	<p><b>DISEÑO:</b> <i>Diseño no experimentales transeccional correlacional</i></p> <p><b>POBLACIÓN:</b> 05 Personas</p>
<p>¿De qué manera la evaluación de riesgos</p>	<p>Determinar de qué manera la evaluación de Riesgos se</p>	<p>El ambiente de control se relaciona positivamente grande y perfecta con las</p>			

			<b>VARIABLES E INDICADORES</b>	<b>MUESTRA:</b>	
			<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>	05 Personas	
			<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>INSTRUMENTO:</b>
se relaciona con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020?	relacionan con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.	ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020. La evaluación de riesgos se relaciona positivamente con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.		Estrategia impulsada por el producto o servicio	- <i>Cuestionarios</i>
¿De qué manera las actividades de control se relacionan con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020?	Determinar de qué manera las actividades de control se relacionan con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.	Las actividades de control se relacionan positivamente con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.	Plan estratégico	Estrategia impulsada por el método de venta y mercadeo Estrategia impulsada por el cliente	
¿De qué manera la información y comunicación se relacionan con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020?	Determinar de qué manera la información y comunicación se relacionan con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.	La información y comunicación se relaciona positivamente con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.	Cierre de venta	Facilidades de pago	
¿De qué manera la supervisión se relaciona con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020?	Determinar de qué manera la supervisión se relaciona con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.	La supervisión se relaciona positivamente con las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional León De Huánuco – Huánuco 2020.	Satisfacción del cliente	Reclamaciones de usuarios Devolución de usuarios	

---

León De Huánuco – Huánuco 2020?	AFOCAT	Regional	Regional	León De
	León De Huánuco – Huánuco 2020.		Huánuco – Huánuco 2020.	

---





## CUESTIONARIO 1

### Título: “El Control Interno y las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional “León de Huánuco” - Huánuco 2020”

**Estimado Encuestado(a).** Para determinar la relación entre las dos variables, le invito a responder el presente cuestionario. Sus respuestas son confidenciales y anónimas. Y tienen la finalidad de mejorar el planeamiento estratégico en el Instituto Vial.

Variable: **Control interno.**

Lea detenidamente e indique la respuesta que considere apropiada:

Por favor, marque con una "x" solo una respuesta	Si	No
<b>Dimensión: Ambiente de control</b>		
Indicador: <i>Administración estratégica</i>		
1. ¿Conoce usted las estrategias administrativas de la empresa?		
Indicador: <i>Estructura organizacional</i>		
2. ¿La organización de la entidad favorece al control de las ventas en el área de afiliación de la AFOCAT Regional León de Huánuco?		
Indicador: <i>Estructura organizacional</i>		
3. ¿La entidad cuenta con una cultura administrativa?		
<b>Dimensión: Evaluación de riesgos</b>		
Indicador: <i>Valoración de riesgos</i>		
4. ¿Tiene conocimiento de los procedimientos y mecanismos para la evaluación de riesgos?		
Indicador: <i>Valoración de riesgos</i>		
5. ¿Se evalúan los riesgos, para establecer objetivos?		
Indicador: <i>Crecimiento en las Operaciones</i>		
6. ¿Es evaluado de acuerdo al crecimiento en las operaciones?		
<b>Dimensión: Actividades de control</b>		
Indicador: <i>Tareas y responsabilidades</i>		
7. ¿Existen actividades de control suficientes para la supervisión del cumplimiento de cronogramas de tareas?		
Indicador: <i>Tareas y responsabilidades</i>		
8. ¿Es monitoreado sobre el cumplimiento de sus tareas y responsabilidades?		
Indicador: <i>Manual de procedimientos</i>		
9. ¿Es monitoreado de acuerdo al manual de procedimientos?		
Indicador: <i>Manual de procedimientos</i>		
10. ¿Conoce usted el manual de procedimientos para la emisión y custodio de los productos o servicio de la empresa?		
<b>Dimensión: Información y comunicación</b>		
Indicador: <i>Información</i>		
11. ¿Considera usted que la información sobre el manual de procedimientos le ayuda a desarrollar eficientemente sus funciones?		
Indicador: <i>Comunicación</i>		
12. ¿Considera usted que una buena comunicación disminuye incertidumbres y mejora la toma de decisiones?		
Indicador: <i>Comunicación</i>		

13. ¿La información requerida es comunicada en el tiempo indicado para el cumplimiento de sus tareas o responsabilidades?		
<b>Dimensión: Supervisión</b>		
Indicador: <i>Actividades</i> 14. ¿Según las actividades que se le designa usted es supervisado?		
Indicador: <i>Monitoreo</i> 15. ¿Las conclusiones recabadas del monitoreo reducen errores y contribuyen a mejoras?		
Indicador: <i>Monitoreo</i> 16. ¿La asociación cuenta con un monitoreo constante?		

...¡Gracias por su participación!

## CUESTIONARIO 2



### Título: “El Control Interno y las ventas en el Área de Afiliación en la AFOCAT Regional "León de Huánuco” - Huánuco 2020”

**Estimado Encuestado(a).** Para determinar la relación entre las dos variables, le invito a responder el presente cuestionario. Sus respuestas son confidenciales y anónimas. Y tienen la finalidad de mejorar la Competitividad en el Instituto Vial.

Variable: **Ventas**

Lea detenidamente e indique la respuesta que considere apropiada:

Por favor, marque con una "x" solo una respuesta	Si	No
<b>Dimensión: Plan estratégico</b>		
Indicador: <i>Estrategia impulsada por el producto o servicio</i> 1. ¿Es informado y capacitado sobre las estrategias impulsadas por el producto o servicio de la empresa?		
Indicador: <i>Estrategia impulsada por el producto o servicio</i> 2. ¿Las estrategias están diseñadas de acuerdo al producto o servicio de la empresa?		
Indicador: <i>Estrategia impulsada por el método de ventas y mercadeo</i> 3. ¿Usted conoce las estrategias del método de ventas y mercadeo?		
Indicador: <i>Estrategia impulsada por el cliente</i> 4. ¿Las estrategias están realizadas de acuerdo al tipo de cliente de la empresa?		
Indicador: <i>Estrategia impulsada por el cliente</i> 5. ¿Las estrategias diseñadas permiten atraer nuevos usuarios a la empresa?		
<b>Dimensión: Cierre de venta</b>		
Indicador: <i>Facilidades de pago</i> 6. ¿Considera Usted que la AFOCAT oferta varias modalidades de pagos para facilitar el cierre de una venta?		
Indicador: <i>Facilidades de pago</i> 7. ¿Considera Usted que las facilidades de pago son de acuerdo al cliente el cual le permite cerrar una venta?		
Indicador: <i>Facilidades de pago</i> 8. ¿La empresa reduce trámites para facilitar el cierre de una venta?		
Indicador: <i>Facilidades de pago</i> 9. ¿Las estrategias diseñadas de pagos permiten captar nuevos usuarios en la empresa?		
Indicador: <i>Facilidades de pago</i> 10. ¿La forma de pago le permite llevar un control de las ventas?		
<b>Dimensión: Satisfacción del cliente</b>		
Indicador: <i>Reclamaciones de cliente</i> 11. ¿Existen reclamos de los clientes por fallas del producto o servicio?		
Indicador: <i>Reclamaciones de cliente</i> 12. ¿La asociación tiene identificado los tipos de reclamos para dar solución a los reclamos de los usuarios?		
Indicador: <i>Reclamaciones de cliente</i> 13. ¿La asociación atiende puntualmente los reclamos de los usuarios?		
Indicador: <i>Devoluciones de cliente</i>		

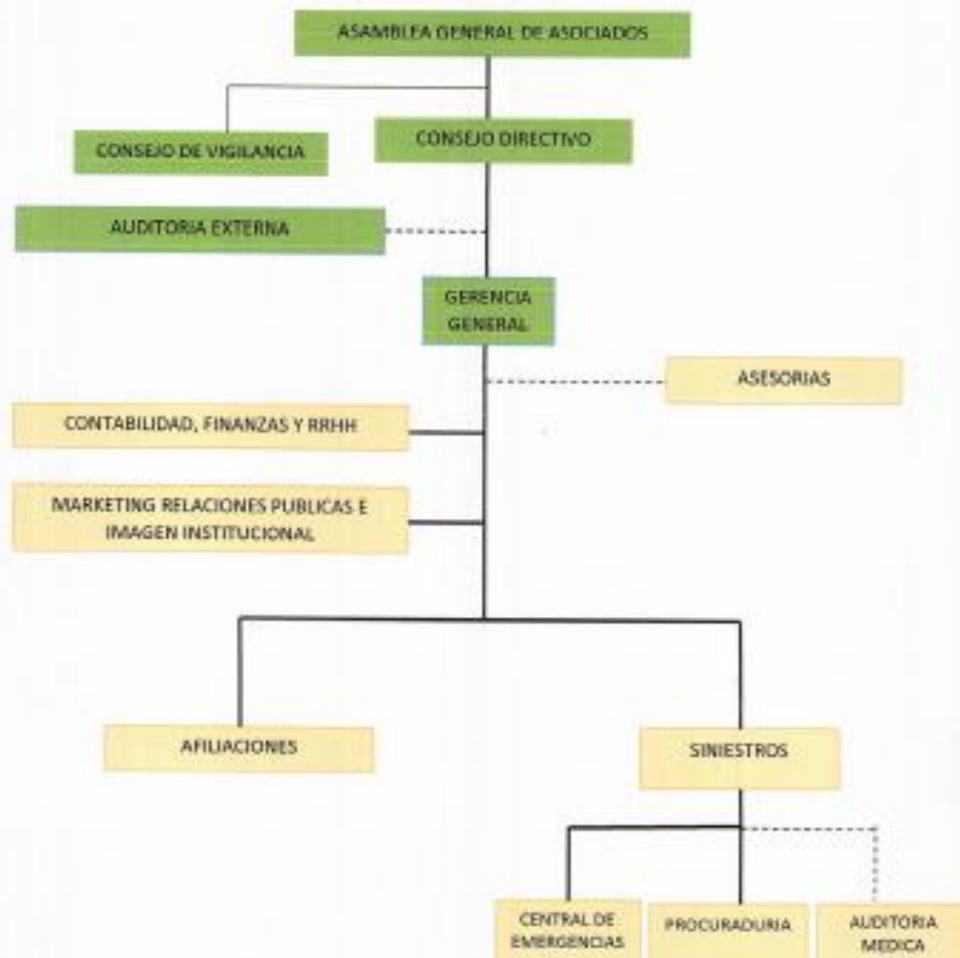
14. ¿La asociación atiende puntualmente las devoluciones de los usuarios?		
Indicador: <i>Devoluciones de cliente</i>		
15. ¿La Asociación evalúa las causas de la devolución para determinar en qué parte del procedimiento se realizará las correcciones?		
Indicador: <i>Devoluciones de cliente</i>		
16. ¿Las devoluciones reflejan la insatisfacción del cliente?		

...¡Gracias por su participación!

# ORGANIGRAMA

## ORGANIGRAMA GENERAL AFQCAT REGIONAL LEON DE HUANUCO

(POR AREAS)



- Se designan con líneas punteadas las que tienen naturaleza temporal o periódica.
- Se designan en recuadro verde cuando tienen un nivel de órgano de gobierno.
- Se designan en recuadro amarillo cuando tienen un nivel de órgano operativo.

# PLANILLA DE PERSONAL



## AFOCAT REGIONAL

"LEON DE HUANUCO"

RESOLUCION SBS N° 14441-2010.

PARTIDA ELECTRONICA N° 11085086 RUC N° 20529005149

**AFOCAT QUE CUIDA TU VIDA**

### PLANILLA CENTRAL DE REMUNERACIONES

PERIODO: Enero-2021

AL:

31-ENE-21

DATOS DEL TRABAJADOR										
Planilla	N°	APELLIDOS Y NOMBRES	Cargo	FECHA ING.	DNI	REGIMEN PENSIONARIO			Sueldo Bruto	Días Labor
						AFIL	CUSPP	P.ARI		
001-2019	2	FARFAN ESTEBAN BETY REYNA	Asistente de Afiliación y ventas	4-Nov-19	40440885	PROFUTURO	5004710G00E0	7-Nov-09	930.00	31
001-2019	3	ESTEBAN TORINO ALFREDO MARRINO	Vendedor 01	2-Ene-19	70507227	ONP			930.00	31
001-2019	4	HUAYTA ATENCIA PABLO	Vendedor 02	2-Ene-19	40289256	PROFUTURO	563341C8VV73	20-Feb-18	930.00	31
001-2019	5	PICON CASTRO TERESA	Vendedor 03	2-Ene-19	22509189	PROFUTURO	572970M5MCA5	12-Jun-09	930.00	31
001-2019	6	SANCHEZ ORBEZO TEOFILDO	Vendedor 04	2-Ene-20	45352037	ONP			930.00	31

DOMICILIO: JR. BOLIVAR N° 535, TEL. 062 511719, CEL: 982258018.  
[WWW.AFOCATREGIONALLEONDEHUANUCO.COM](http://WWW.AFOCATREGIONALLEONDEHUANUCO.COM) [afocat\\_leon\\_huanuco@hotmail.com](mailto:afocat_leon_huanuco@hotmail.com)

# VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO



**Universidad de Huánuco**

## EVALUACIÓN DE EXPERTOS

**Título:** El control interno y las ventas en el área de afiliación de la AFOCAT regional "león de Huánuco" - Huánuco 2020.

Estimado profesional, usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación de un instrumento para investigación en Ciencias Empresariales. En razón a ello se le alcanza el instrumento motivo de evaluación y el presente formato que servirá para que usted pueda hacernos llegar sus apreciaciones para cada ítem del instrumento de investigación.

- Agradecemos de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para toda investigación.

A continuación, sírvase identificar el ítem o pregunta y conteste marcando con un aspa en la casilla que usted considere conveniente y además puede hacernos llegar alguna otra apreciación en la columna de observaciones.

N° de Ítem	Ítem	Validez de Contenido		Validez de Constructo		Validez Criterio		Observaciones
		El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable.		El ítem contribuye a medir el indicador planteado.		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas.		
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Conoce usted las estrategias administrativas de la empresa?	X		X		X		
2	¿La organización de la entidad favorece al control de las ventas en el área de afiliación de la AFOCAT	X		X		X		

	Regional León de Huánuco?							
3	¿La entidad cuenta con una cultura administrativa?	X		X		X		
4	¿Tiene conocimiento de los procedimientos y mecanismos para la evaluación de riesgos?	X		X		X		
5	¿Se evalúan los riesgos, para establecer objetivos?	X		X		X		
6	¿Es evaluado de acuerdo al crecimiento en las operaciones?	X		X		X		
7	¿Existen actividades de control suficientes para la supervisión del cumplimiento de cronogramas de tareas?	X		X		X		
8	¿Es monitoreado sobre el cumplimiento de sus tareas y responsabilidades?	X		X		X		
9	¿Es monitoreado de acuerdo al manual de procedimientos?	X		X		X		
10	¿Conoce usted el manual de procedimientos para la emisión y custodio de los productos o servicio de la empresa?	X		X		X		



11	¿Considera usted que la información sobre el manual de procedimientos le ayuda a desarrollar eficientemente sus funciones?	X		X		X		
12	¿Considera usted que una buena comunicación disminuye incertidumbres y mejora la toma de decisiones?	X		X		X		
13	¿La información requerida es comunicada en el tiempo indicado para el cumplimiento de sus tareas o responsabilidades?	X		X		X		
14	¿Según las actividades que se le designa, usted es supervisado?	X		X		X		
15	¿Las conclusiones recabadas del monitoreo reducen errores y contribuyen a mejoras?	X		X		X		
16	¿La asociación cuenta con un monitoreo constante?	X		X		X		
17	¿Es informado y capacitado sobre las estrategias impulsadas por el producto o servicio de la empresa?	X		X		X		
18	¿las estrategias están diseñada de acuerdo al producto	X		X		X		

	o servicio de la empresa?							
19	¿Usted conoce las estrategias del método de ventas y mercadeo?	X		X		X		
20	¿Las estrategias están realizadas de acuerdo al tipo de cliente de la empresa?	X		X		X		
21	¿Las estrategias diseñadas permiten atraer nuevos usuarios a la empresa?	X		X		X		
22	¿Considera Usted que la AFOCAT oferta varias modalidades de pagos para facilitar el cierre de una venta?	X		X		X		
23	¿Considera Usted que las facilidades de pago son de acuerdo a cliente el cual le permite cerrar una venta?	X		X		X		
24	¿La empresa reduce trámites para facilitar el cierre de una venta?	X		X		X		
25	¿Las estrategias de pagos permiten captar nuevos usuarios en la empresa?	X		X		X		
26	¿La forma de pago le permite llevar un control de las ventas?	X		X		X		
26	¿existen reclamos de los usuarios por	X		X		X		

	fallas del producto o servicio?							
28	¿La asociación tiene identificado los tipos de reclamos para dar solución a los reclamos de los usuarios?	X		X		X		
29	¿La asociación atiende puntualmente los reclamos de los usuarios?	X		X		X		
30	¿La asociación atiende puntualmente las devoluciones de los usuarios?	X		X		X		
31	¿La Asociación evalúa las causas de la devolución para determinar en qué parte del procedimiento se realizará las correcciones?	X		X		X		
32	¿Las devoluciones reflejan la insatisfacción del usuario?	X		X		X		

**Gracias por su colaboración.**

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? Si ( ) No ( X ) En caso de Sí, ¿Qué dimensión o ítem falta? \_\_\_\_\_

El instrumento debe ser aplicado: Si ( x ) No ( )



FIRMA y/o SELLO DE  
CONFORMIDAD DEL EXPERTO

**Fuente:** Universidad Privada de Huánuco.

**Datos del Experto:**

Apellidos y Nombres: Repetto García, Tonio Lucho

DNI: 22489147



**Universidad de Huánuco**

**EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

**Título:** El control interno y las ventas en el área de afiliación de la AFOCAT regional "león de Huánuco" - Huánuco 2020.

Estimado profesional, usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación de un instrumento para investigación en Ciencias Empresariales. En razón a ello se le alcanza el instrumento motivo de evaluación y el presente formato que servirá para que usted pueda hacernos llegar sus apreciaciones para cada ítem del instrumento de investigación.

- Agradecemos de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para toda investigación.

A continuación, sírvase identificar el ítem o pregunta y conteste marcando con un aspa en la casilla que usted considere conveniente y además puede hacernos llegar alguna otra apreciación en la columna de observaciones.

N° de Ítem	Ítem	Validez de Contenido		Validez de Constructo		Validez Criterio		Observaciones
		El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable.		El ítem contribuye a medir el indicador planteado.		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas.		
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Conoce usted las estrategias administrativas de la empresa?	✓		✓		✓		
2	¿La organización de la entidad favorece al control de las ventas en el área de afiliación de la AFOCAT Regional León de Huánuco?	✓		✓		✓		

3	¿La entidad cuenta con una cultura administrativa?	✓		✓		✓		
4	¿Tiene conocimiento de los procedimientos y mecanismos para la evaluación de riesgos?	✓		✓		✓		
5	¿Se evalúan los riesgos, para establecer objetivos?	✓		✓		✓		
6	¿Es evaluado de acuerdo al crecimiento en las operaciones?	✓		✓		✓		
7	¿Existen actividades de control suficientes para la supervisión del cumplimiento de cronogramas de tareas?	✓		✓		✓		
8	¿Es monitoreado sobre el cumplimiento de sus tareas y responsabilidades?	✓		✓		✓		
9	¿Es monitoreado de acuerdo al manual de procedimientos?	✓		✓		✓		
10	¿Conoce usted el manual de procedimientos para la emisión y custodio de los productos o servicio de la empresa?	✓		✓		✓		
11	¿Considera usted que la información sobre el manual de procedimientos le ayuda a desarrollar eficientemente sus funciones?	✓		✓		✓		

12	¿Considera usted que una buena comunicación disminuye incertidumbres y mejora la toma de decisiones?	✓		✓		✓		
13	¿La información requerida es comunicada en el tiempo indicado para el cumplimiento de sus tareas o responsabilidades?	✓		✓		✓		
14	¿Según las actividades que se le designa, usted es supervisado?	✓		✓		✓		
15	¿Las conclusiones recabadas del monitoreo reducen errores y contribuyen a mejoras?	✓		✓		✓		
16	¿La asociación cuenta con un monitoreo constante?	✓		✓		✓		
17	¿Es informado y capacitado sobre las estrategias impulsadas por el producto o servicio de la empresa?	✓		✓		✓		
18	¿Las estrategias están diseñada de acuerdo al producto o servicio de la empresa?	✓		✓		✓		
19	¿Usted conoce las estrategias del método de ventas y mercadeo?	✓		✓		✓		
20	¿Las estrategias están realizadas de acuerdo al tipo de cliente de la empresa?	✓		✓		✓		

21	¿Las estrategias diseñadas permiten atraer nuevos usuarios a la empresa?	✓		✓		✓		
22	¿Considera Usted que la AFOCAT oferta varias modalidades de pagos para facilitar el cierre de una venta?	✓		✓		✓		
23	¿Considera Usted que las facilidades de pago son de acuerdo a cliente el cual le permite cerrar una venta?	✓		✓		✓		
24	¿La empresa reduce trámites para facilitar el cierre de una venta?	✓		✓		✓		
25	¿Las estrategias de pagos permiten captar nuevos usuarios en la empresa?	✓		✓		✓		
26	¿La forma de pago le permite llevar un control de las ventas?	✓		✓		✓		
26	¿Existen reclamos de los usuarios por fallas del producto o servicio?	✓		✓		✓		
28	¿La asociación tiene identificado los tipos de reclamos para dar solución a los reclamos de los usuarios?	✓		✓		✓		
29	¿La asociación atiende puntualmente los reclamos de los usuarios?	✓		✓		✓		
30	¿La asociación atiende puntualmente las	✓		✓		✓		



	devoluciones de los usuarios?						
31	¿La Asociación evalúa las causas de la devolución para determinar en qué parte del procedimiento se realizará las correcciones?	✓		✓		✓	
32	¿Las devoluciones reflejan la insatisfacción del usuario?	✓		✓		✓	

Gracias por su colaboración.

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? Si ( ) No (✓) En caso de Sí, ¿Qué dimensión o ítem falta? \_\_\_\_\_

El instrumento debe ser aplicado: Si (✓) No ( )

  
 CPC. JEISON K. JARA GARCIA  
Mat. 14- 2036

FIRMA y/o SELLO DE CONFORMIDAD DEL EXPERTO

**Fuente:** Universidad Privada de Huánuco.

**Datos del Experto:**

Apellidos y Nombres: Jara García Jeison Keith.

DNI: 45352637



**Universidad de Huánuco**

**EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

**Título:** El control interno y las ventas en el área de afiliación de la AFOCAT regional "león de Huánuco" - Huánuco 2020.

Estimado profesional, usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación de un instrumento para investigación en Ciencias Empresariales. En razón a ello se le alcanza el instrumento motivo de evaluación y el presente formato que servirá para que usted pueda hacer llegar sus apreciaciones para cada ítem del instrumento de investigación.

- Agradecemos de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para toda investigación.

A continuación, sírvase identificar el ítem o pregunta y conteste marcando con un aspa en la casilla que usted considere conveniente y además puede hacer llegar alguna otra apreciación en la columna de observaciones.

N° de Ítem	Ítem	Validez de Contenido		Validez de Constructo		Validez Criterio		Observaciones
		El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable.		El ítem contribuye a medir el indicador planteado.		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas.		
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Conoce usted las estrategias administrativas de la empresa?	✓		✓		✓		
2	¿La organización de la entidad favorece al control de las ventas en el área de afiliación de la AFOCAT Regional León de Huánuco?	✓		✓		✓		

3	¿La entidad cuenta con una cultura administrativa?	✓		✓		✓		
4	¿Tiene conocimiento de los procedimientos y mecanismos para la evaluación de riesgos?	✓		✓		✓		
5	¿Se evalúan los riesgos, para establecer objetivos?	✓		✓		✓		
6	¿Es evaluado de acuerdo al crecimiento en las operaciones?	✓		✓		✓		
7	¿Existen actividades de control suficientes para la supervisión del cumplimiento de cronogramas de tareas?	✓		✓		✓		
8	¿Es monitoreado sobre el cumplimiento de sus tareas y responsabilidades?	✓		✓		✓		
9	¿Es monitoreado de acuerdo al manual de procedimientos?	✓		✓		✓		
10	¿Conoce usted el manual de procedimientos para la emisión y custodio de los productos o servicio de la empresa?	✓		✓		✓		
11	¿Considera usted que la información sobre el manual de procedimientos le ayuda a desarrollar eficientemente sus funciones?	✓		✓		✓		

12	¿Considera usted que una buena comunicación disminuye incertidumbres y mejora la toma de decisiones?	✓		✓		✓		
13	¿La información requerida es comunicada en el tiempo indicado para el cumplimiento de sus tareas o responsabilidades?	✓		✓		✓		
14	¿Según las actividades que se le designa, usted es supervisado?	✓		✓		✓		
15	¿Las conclusiones recabadas del monitoreo reducen errores y contribuyen a mejoras?	✓		✓		✓		
16	¿La asociación cuenta con un monitoreo constante?	✓		✓		✓		
17	¿Es informado y capacitado sobre las estrategias impulsadas por el producto o servicio de la empresa?	✓		✓		✓		
18	¿Las estrategias están diseñada de acuerdo al producto o servicio de la empresa?	✓		✓		✓		
19	¿Usted conoce las estrategias del método de ventas y mercadeo?	✓		✓		✓		
20	¿Las estrategias están realizadas de acuerdo al tipo de cliente de la empresa?	✓		✓		✓		

21	¿Las estrategias diseñadas permiten atraer nuevos usuarios a la empresa?	✓		✓		✓		
22	¿Considera Usted que la AFOCAT oferta varias modalidades de pagos para facilitar el cierre de una venta?	✓		✓		✓		
23	¿Considera Usted que las facilidades de pago son de acuerdo a cliente el cual le permite cerrar una venta?	✓		✓		✓		
24	¿La empresa reduce trámites para facilitar el cierre de una venta?	✓		✓		✓		
25	¿Las estrategias de pagos permiten captar nuevos usuarios en la empresa?	✓		✓		✓		
26	¿La forma de pago le permite llevar un control de las ventas?	✓		✓		✓		
26	¿Existen reclamos de los usuarios por fallas del producto o servicio?	✓		✓		✓		
28	¿La asociación tiene identificado los tipos de reclamos para dar solución a los reclamos de los usuarios?	✓		✓		✓		
29	¿La asociación atiende puntualmente los reclamos de los usuarios?	✓		✓		✓		
30	¿La asociación atiende puntualmente las	✓		✓		✓		

	devoluciones de los usuarios?						
31	¿La Asociación evalúa las causas de la devolución para determinar en qué parte del procedimiento se realizará las correcciones?	X		X		X	
32	¿Las devoluciones reflejan la insatisfacción del usuario?	X		X		X	

Gracias por su colaboración.

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? Si ( ) No (X) En caso de Sí,  
¿Qué dimensión o ítem falta? \_\_\_\_\_

El instrumento debe ser aplicado: Si (X) No ( )

  
 FIRMA y/o SELLO DE CONFORMIDAD  
 DEL EXPERTO

**Fuente:** Universidad Privada de Huánuco.

**Datos del Experto:**

Apellidos y Nombres: ROJAS VÁSQUEZ JUAN

DNI: 40197249.

DATOS DE LOS EXPERTO				
Apellidos	Nombres	Cargo	DNI	Estudios
Rojas Vásquez	Juan	Jefe(e) Oficina de control MPA	40197249	Contador Publico
Respelto García	Tonio L.	Docente UDH	22489147	Contador Publico
Jara García	Jeison K.	Gerente de Planeamiento y presupuesto MPA	45352637	Contador Publico

**Fuente:** Resultados de opinión de los expertos de los instrumentos – 2020.

## PANEL FOTOGRÁFICO

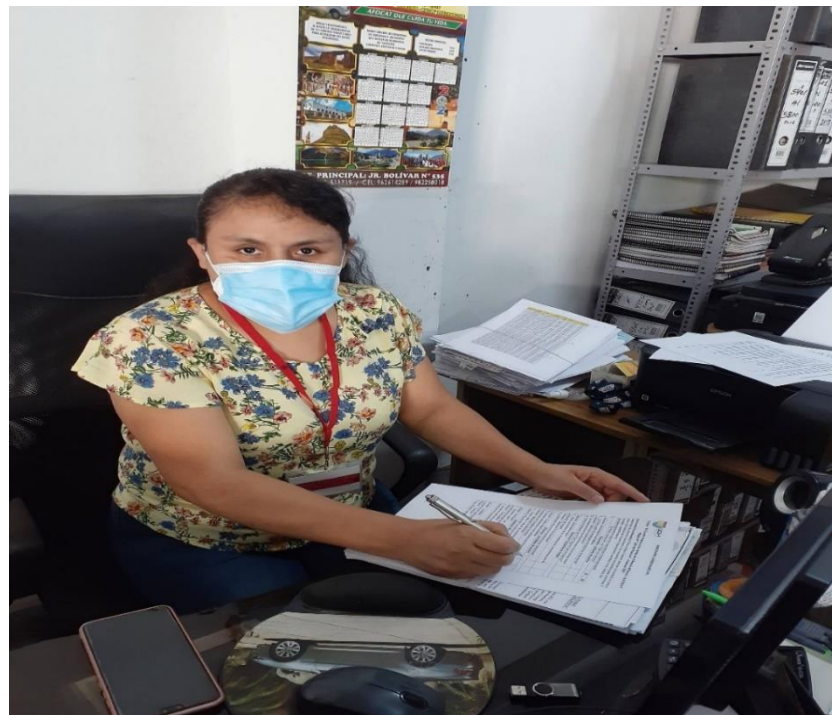
Encuesta al personal del área de Afiliación en la AFOCAT León de Huánuco

Panel fotográfico 1



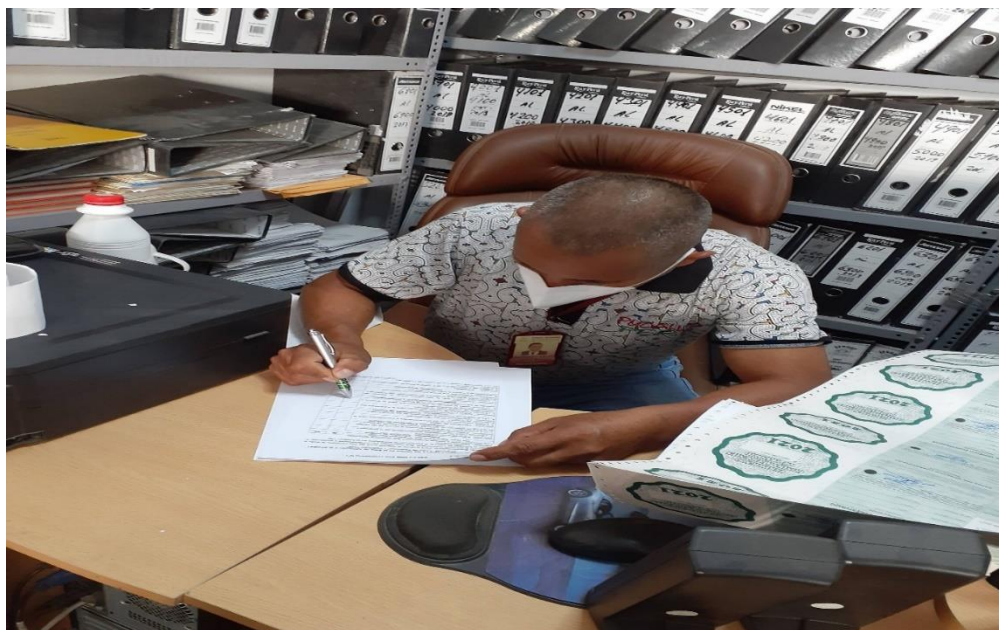
Encuesta al personal del área de Afiliación en la AFOCAT León de Huánuco

Panel fotográfico 2



Encuesta al personal del área de Afiliación en la AFOCAT León de Huánuco

Panel fotográfico 3



Encuesta al personal del área de Afiliación en la AFOCAT León de Huánuco

Panel fotográfico 4

