

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



Control interno como medio de influencia en la Toma de decisiones de
Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

ÁREA: Ciencia Sociales
LINEA: Política y gestión pública y privada

Tesis

Para optar el Título Profesional de Contadora Pública.

Autora

Br. Elizabeth Sarango Muñoz

Tumbes, Perú

2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



Control interno como medio de influencia en la Toma de decisiones de
Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Tesis aprobada en forma y estilo por:

Dr. Chiquinta Alcalde, Juan Antonio (presidente)

Dr. Sánchez Ancajima, Raúl (secretario)

Dr. Dios Valladolid, John Piero (vocal)

Tumbes, Perú

2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



Control interno como medio de influencia en la Toma de decisiones de
Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

**Los suscritos declaramos que la tesis es original en su contenido
y forma:**

Br. Elizabeth Sarango Muñoz (Autora)



Dr. John Piero Dios Valladolid (Asesor)
Código ORCID: 0000-0003-4624-9154



Tumbes, 2023

Control interno como medio de influencia en la Toma de decisiones de Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023

por Elizabeth Sarango Muñoz



Dr. John Piero Dios Valladolid
DNI N°00227337
Código ORCID N° 0000-0002-1361-1519

Fecha de entrega: 20-mar-2024 11:56a.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2286048673

Nombre del archivo: Informe_Final-Elizabeth_Sarango_Mu_oz_1.docx (6.45M)

Total de palabras: 26456

Total de caracteres: 145748

Control interno como medio de influencia en la Toma de decisiones de Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.untumbes.edu.pe Fuente de Internet	4%
2	repositorio.unh.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
5	Submitted to Universidad Peruana de Las Americas Trabajo del estudiante	1%
6	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
7	repositorio.unjfsc.edu.pe Fuente de Internet	<1%
8	es.scribd.com Fuente de Internet	<1%

Dr. John Piero Dios Valladolid
DNI N°00227337
Código ORCID N° 0000-0002-1361-1519

9	www.creativecommons.org Fuente de Internet	<1 %
10	www.gestiopolis.com Fuente de Internet	<1 %
11	dspace.unach.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
12	revistas.pucp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
13	repositorio.umsa.bo Fuente de Internet	<1 %
14	scielo.senescyt.gob.ec Fuente de Internet	<1 %
15	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
16	pt.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
17	repositorio.upt.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
18	Submitted to uncedu Trabajo del estudiante	<1 %
19	www.clubensayos.com Fuente de Internet	<1 %
20	blog.pucp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %



Dr. John Piero Dios Valladolid
DNI N°00227337
Código ORCID N° 0000-0002-1361-1519

21	Submitted to IPChile Trabajo del estudiante	<1 %
22	1library.co Fuente de Internet	<1 %
23	Submitted to Aliat Universidades Trabajo del estudiante	<1 %
24	www.losrecursoshumanos.com Fuente de Internet	<1 %
25	Karol Gissela Proaño Proaño, Joselyn Nayeli Santafe Ortega, Oscar Marcelo Cadena Chávez. "Análisis del uso del Sistema integrado de gestión de las medianas y grandes empresas del sector agrícola de Cotopaxi", Tesla Revista Científica, 2023 Publicación	<1 %
26	Submitted to National University College - Online Trabajo del estudiante	<1 %
27	issuu.com Fuente de Internet	<1 %
28	repositorio.upeu.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
29	es.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
30	www.doccity.com Fuente de Internet	<1 %



Dr. John Piero Dios Valladolid
DNI N°00227337
Código ORCID N° 0000-0002-1361-1519

		<1 %
31	www.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
32	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja Trabajo del estudiante	<1 %
33	repositorio.uct.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
34	repositorio.unprg.edu.pe:8080 Fuente de Internet	<1 %
35	Submitted to Universidad Nacional Santiago Antunez de Mayolo Trabajo del estudiante	<1 %
36	Submitted to Universidad TecMilenio Trabajo del estudiante	<1 %
37	Submitted to Universidad de Guadalajara Trabajo del estudiante	<1 %
38	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
39	www.theibfr.com Fuente de Internet	<1 %
40	repositorio.undac.edu.pe Fuente de Internet	<1 %



Dr. John Piero Dios Valladolid
DNI N°00227337
Código ORCID N° 0000-0002-1361-1519

41	repositorio.autonoma.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
42	repositorio.utc.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
43	Submitted to Universidad Catolica De Cuenca Trabajo del estudiante	<1 %
44	Submitted to Universidad del Istmo de Panamá Trabajo del estudiante	<1 %
45	repositorio.uncp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
46	Submitted to Universidad Técnica de Machala Trabajo del estudiante	<1 %
47	repositorio.uoosevelt.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
48	repositorio.urp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
49	fdocuments.ec Fuente de Internet	<1 %
50	dspace.espoch.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
51	ebuah.uah.es Fuente de Internet	<1 %
52	informatica.upla.edu.pe	



Dr. John Piero Dios Valladolid
DNI N°00227337
Código ORCID N° 0000-0002-1361-1519

	Fuente de Internet	<1 %
53	repositorio.uta.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
54	repositorio.utp.edu.co Fuente de Internet	<1 %
55	Submitted to ITESM: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Trabajo del estudiante	<1 %
56	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	<1 %
57	distancia.udh.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
58	repositorio.uancv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
59	repositorio.ucundinamarca.edu.co Fuente de Internet	<1 %
60	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
61	46.210.197.104.bc.googleusercontent.com Fuente de Internet	<1 %
62	repositorio.uwiener.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
63	repositorio.unc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %



Dr. John Piero Dios Valladolid
DNI N°00227337
Código ORCID N° 0000-0002-1361-1519

		<1 %
64	repositorio.uti.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
65	www.rrhhdigital.com Fuente de Internet	<1 %
66	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
67	Submitted to Universidad Andina del Cusco Trabajo del estudiante	<1 %
68	digibug.ugr.es Fuente de Internet	<1 %
69	prezi.com Fuente de Internet	<1 %
70	www.ifam.go.cr Fuente de Internet	<1 %
71	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	<1 %
72	Submitted to Universidad Peruana Los Andes Trabajo del estudiante	<1 %
73	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %



Dr. John Piero Dios Valladolid
DNI N°00227337
Código ORCID N° 0000-0002-1361-1519

Excluir citas Activo
Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 15 words



Dr. John Piero Dios Valladolid
DNI N°00227337
Código ORCID N° 0000-0002-1361-1519



“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

(presencial)

En Tumbes, a los veintinueve días del mes febrero del dos mil veinticuatro, siendo las once horas, en las Instalaciones de la Facultad de Ciencias Económicas, se reunieron, el jurado calificador de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Tumbes, designado por RESOLUCIÓN N° 522-2023/UNTUMBES-FACEC-D, docentes: Mg. Juan Antonio Chiquinta Alcalde, (**Presidente**) Dr. Raúl Alfredo Sánchez Ancajima, (**Secretario**) y Dr. John Piero Dios Valladolid, (**Vocal**), reconociendo en la misma resolución además, al Docente Dr. John Piero Dios Valladolid, como **Asesor**, se procedió a evaluar, calificar y deliberar la sustentación de la tesis, titulada: **“Control interno como medio de influencia en la Toma de decisiones de Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre Tumbes, 2023”**, para optar el Título Profesional de **CONTADORA PÚBLICA**, presentada por la Bachiller: **ELIZABETH SARANGO MUÑOZ**,

Concluida la sustentación y absueltas las preguntas, por parte de la sustentante y después de la deliberación, el jurado según el artículo N° 75 del reglamento de Tesis para Pregrado y Postgrado de la Universidad Nacional de Tumbes, declara a la Bachiller: **ELIZABETH SARANGO MUÑOZ**, con calificativo.....**B.U.E.H.D**.....

Se hace conocer a la sustentante, que deberá levantar observaciones finales hechas al informe final de tesis, que el jurado indica.

En consecuencia, queda **APTA**... para continuar con los trámites correspondientes a la obtención del título profesional de **CONTADORA PÚBLICA**, de conformidad con lo estipulado en la Ley Universitaria N° 30220, en el Estatuto, Reglamento General, Reglamento General de Grados y Títulos, y, Reglamento de Tesis de la Universidad Nacional de Tumbes.

Siendo las **12**... horas **20**... minutos del mismo día, se dio por concluida la ceremonia académica, procediendo a firmar el acta en presencia del público asistente.

Tumbes, 29 de febrero de 2024

Mg. Juan Antonio Chiquinta Alcalde
DNI N° 19220155
Código ORCID N° 0000-0001-7050-144X
Presidente

Dr. Raúl Alfredo Sánchez Ancajima
DNI N° 40834005
Código ORCID N° 0000-0003-3341-7382
Secretario

Dr. John Piero Dios Valladolid
DNI N° 00227337
Código ORCID N° 0000-0002-1361-1519
Vocal

C.c:
Jurados (3)
Asesor
Co-Asesor
Interesado
Archivo (Decanato)

TÍTULO

Control interno como medio de influencia en la Toma de decisiones
de Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes,
2023.

DEDICATORIA

A mis queridos padres Leandro y María, quienes con su paciencia, fe y amor supieron darme su aliento y apoyo necesario, a mi hijo Adrián por ser la razón de seguir adelante y lograr uno de mis objetivos referente a la obtención de mi Título Profesional como Contador Público.

Elizabeth

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios todopoderoso por la sabiduría y protección que me ha brindado día a día; a mi asesor el Dr. John Piero Dios Valladolid, por su confianza, paciencia y orientación brindada en el desarrollo de este trabajo de investigación.

Al Mg. Robert Polo R por sus conocimientos y su experiencia como Contador Público; Asimismo, también al Administrador del Mercado de Andrés Araujo Moran- “8 de setiembre” el señor Ricardo Infante Luey, por autorizarme hacer el estudio en ese lugar, y a los comerciantes de ese mercado quienes participaron en la aplicación de los instrumentos de recojo de información de forma amable y desinteresada, a todos ellos mi gratitud y consideración.

La autora

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general: “Determinar el Control Interno como medio de influencia en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023”; Se desarrolló de acuerdo al ambiente de control, la evaluación de riesgos, la respuesta al riesgo, las actividades de control, la información y comunicación, el monitoreo; Con el propósito de influenciar en la calidad de decisión, aspectos motivacionales y el modelo de decisión, de los comerciantes de abarrotes. El tipo de investigación, fue descriptiva, de causa–efecto y explicativa. Como resultados se obtuvo que el 85.7% de los encuestados afirmo que casi siempre el ambiente de control, la evaluación del riesgo, la respuesta al riesgo, las actividades de control, la información y comunicación, el monitoreo influyen en la toma de decisiones en los negocios de los comerciantes de abarrotes. Por ello se realizó la prueba Chi-cuadrado, se acepta la hipótesis alternativa, rechazando la hipótesis nula debido a que el coeficiente de contingencia es mayor a 0,05 ($0.061 > 0,05$); concluyendo que a un nivel de significancia de 0.05; El control interno influye positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes. Se sugiere que los comerciantes deben reunirse y proponerle al administrador general del mercado coordinar fechas prudentes para implantar una inducción más profunda con temas que abarquen la importancia de los componentes del control interno a cargo de un profesional del campo, con la finalidad de poner en práctica el control interno para una mejor influencia en la Toma de decisiones; de esta manera en el largo plazo se reflejará un incremento positivo en la captación de más ventas y por ende incrementos en sus ingresos, dado que conocerán los planes anuales de medida de remediación y control a implementar.

Palabras claves:

Toma de decisiones, control interno, ambiente de control, evaluación del riesgo, información, comunicación, monitoreo, evaluación del riesgo.

ABSTRACT

The general objective of the research was: "Determine Internal Control as a means of influence in the decision-making of grocery merchants Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023"; It was developed according to the control environment, risk assessment, control activities, information and communication, monitoring; With the purpose of influencing the decision quality, motivational aspects and the decision model of grocery merchants. The type of research was descriptive, cause-effect and explanatory. The results showed that 85.7% of those surveyed stated that the control environment, risk assessment, risk response, control activities, information and communication, and monitoring almost always influence decision-making in the businesses of grocery merchants. For this reason, the Chi-square test was carried out, the alternative hypothesis was accepted, rejecting the null hypothesis because the contingency coefficient is greater than 0.05 ($0.061 > 0.05$); concluding that at a significance level of 0.05; Internal control positively influences the decision making of grocery merchants as a means. It is suggested that merchants should meet and propose to the general administrator of the market to coordinate prudent dates to implement a more in-depth induction with topics that cover the importance of the components of internal control by a professional in the field, in order to put into practice internal control for better influence on decision making; In this way, in the long term, a positive increase will be reflected in the acquisition of more sales and therefore increases in their income, given that they will know the annual remediation and control measurement plans to be implemented.

Keywords:

Decision making, internal control, control environment, risk assessment, information, communication, monitoring, risk assessment.

ÍNDICE

TÍTULO	xiv
DEDICATORIA.....	xv
AGRADECIMIENTO	xvi
RESUMEN	xvii
ABSTRACT	xviii
ÍNDICE	xix
INDICE DE TABLAS	xxii
INDICE DE GRÁFICAS.....	xxvi
ÍNDICE DE ANEXOS	xxix
I. INTRODUCCIÓN	30
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	38
2.1 Bases teóricas - científicas	38
2.1.1 Definición del Control interno	38
2.1.3 Sector comercio en el Perú.....	55
2.1.4 Abarrotes en el Perú	55
2.2 Antecedentes.....	58
2.2.1 Nivel Internacional	58
2.2.2 A nivel Nacional	60
2.2.3 A Nivel local	62
2.3 Glosario de términos / marco conceptual	63
2.4 Formulación de hipótesis y variables e indicadores.....	64
III. METODOLOGÍA	66

3.1. Lugar de ejecución.	66
3.2 Tipo y diseño de la investigación.	66
3.3 Población y muestra.	67
Población y Muestra	67
3.4 Diseño metodológico: métodos, técnicas e instrumentos, procedimientos de datos.	67
Métodos	67
Técnicas e instrumentos.	68
3.5 Análisis de Datos.	68
3.6 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	70
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	72
4.1 Resultados de la investigación.	72
4.1.1 De acuerdo a la variable independiente Control Interno:	72
4.1.2 Según la variable Dependiente: Toma de Decisiones	102
Estadística descriptiva:	116
4.1.3 Análisis de confiabilidad.....	123
4.2 DISCUSIÓN.....	124
4.2.1 Según el objetivo general:	124
4.3 Contrastación de la Hipótesis	131
4.3.1 Hipótesis General:	131
V. CONCLUSIONES.....	136
VI. RECOMENDACIONES	139
VII. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	141
VIII. PRESUPUESTO	142

IX.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	143
	ANEXOS	150
	Certificado por:	163

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: ¿Los trabajadores cumplen con las políticas, procedimientos y objetivos propuestos para su negocio?	72
Tabla 2: ¿Usted cómo dueño y/o gerente comunica claramente a sus trabajadores acerca de la misión, valores y principios que se deben de cumplir?	73
Tabla 3: ¿El negocio de abarrotes muestra interés por la integridad y los valores éticos de su personal?	74
Tabla 4: ¿El personal del puesto de abarrotes practica los valores éticos al momento de desarrollar sus actividades dentro del negocio?	75
Tabla 5: ¿El negocio cuenta con una estructura orgánica, con responsabilidades claramente definidas para todos los colaboradores que la integra?	76
Tabla 6: ¿Cuenta el negocio con un programa de capacitación que mejora la competencia del personal?	77
Tabla 7: ¿Está claramente definida la asignación de responsabilidades?	78
Tabla 8: ¿En el negocio se identifica a tiempo riesgos internos y externos que amenazan los objetivo?	79
Tabla 9: ¿En el negocio se evalúa periódicamente el desempeño del personal al realizar sus actividades?	80
Tabla 10: ¿Se evalúa los riesgos identificados durante todo el proceso de la actividad?	81
Tabla 11: ¿El negocio cuenta con un sistema que registre los ingresos y egresos?	82
Tabla 12: ¿Se realiza un proceso de seguimiento a las acciones tomadas para reducir riesgo?	83
Tabla 13: ¿Se motiva al personal con un bono para que de alguna manera reducir el riesgo de fraude?	84
Tabla 14: ¿Se toma acciones efectivas a los problemas de vencimiento o deterioro de los productos para la venta?	85
Tabla 15: ¿Sus riesgos identificados en su negocio son eliminados al 100%?	86

Tabla 16: ¿En el negocio se le da solución a los riesgos internos y externos identificados que amenazan los objetivo?	87
Tabla 17: ¿La mejor manera que usted ejecuta es aplicar el criterio que a mayor riesgo más rentabilidad y menor liquidez?	88
Tabla 18: ¿La mejor manera que usted ejecuta es aplicar el criterio que a menor riesgo mayor liquidez y menor rentabilidad?	89
Tabla 19: ¿Existen procedimientos de autorización y aprobación dentro de las áreas?	90
Tabla 20: ¿Existe segregación de funciones y responsabilidades en su negocio?	91
Tabla 21: ¿Se realizan arquezos de caja, verificaciones y conciliaciones de las cuentas?	92
Tabla 22: ¿Existe un procedimiento acerca del cumplimiento de la política que usted viene trabajando?	93
Tabla 23: ¿El personal administrativo y contable conoce la misión, visión y los objetivos propuestos de su negocio?	94
Tabla 24: ¿Los sistemas de información ayudan en la toma de decisiones?	95
Tabla 25: ¿Su negocio maneja un sistema para el control de sus activos?	96
Tabla 26: ¿La comunicación con sus trabajadores es rápida y oportuna?	97
Tabla 27: ¿Existe una comunicación eficaz con clientes y proveedores?	97
Tabla 28: ¿Realiza un monitoreo continuo a sus colaboradores?	98
Tabla 29: ¿Se considera la comunicación de terceros para corroborar la información generada internamente? Por ejemplo, reclamos de proveedores y clientes.	99
Tabla 30: ¿Se realiza evaluaciones de rendimiento al personal?	100
Tabla 31: ¿Si le comunican oportunamente los hallazgos encontrados para remediarlos o mejorarlos?	101
Tabla 32: ¿Sus decisiones son tomadas en el momento adecuado?	102
Tabla 33: ¿Sus decisiones en la empresa han generado buenos resultados?	103

Tabla 34: ¿Tiene usted accesibilidad de la información antes de tomar una decisión?	104
Tabla 35: ¿Sabe elegir entre muchas alternativas de forma reflexiva una decisión?	105
Tabla 36: ¿Asume de forma responsable las consecuencias de sus decisiones?	106
Tabla 37: ¿Evita las emociones para tomar una decisión?	107
Tabla 38: ¿Sus decisiones le generan problemas para la empresa?	108
Tabla 39: ¿Parte de sus decisiones son dirigidas a la proyección social intrínsecamente, ya que sus clientes son esenciales?	109
Tabla 40: ¿Acepta el fracaso como parte del proceso para lograr el objetivo principal del negocio?	110
Tabla 41: ¿Su inclinación para la toma de decisiones es la inteligencia racional?	111
Tabla 42: ¿Su inclinación para la toma de decisiones es la inteligencia emocional?	112
Tabla 43: ¿Su inclinación para la toma de decisiones es la inteligencia espiritual?	113
Tabla 44: ¿Cree que para tomar la mejor decisión es pensar en el presente, mirar al pasado y proyectarse al futuro?	114
Tabla 45: Pruebas de normalidad	123
Tabla 46: Tabla de contingencia Control Interno * Toma de Decisiones	124
Tabla 47: Tabla de contingencia Ambiente de control * Toma de Decisiones	125
Tabla 48: Tabla de contingencia Evaluación del Riesgo * Toma de Decisiones	126
Tabla 49: Tabla de contingencia Respuesta al riesgo * Toma de Decisiones	127
Tabla 50: Tabla de contingencia Actividades de Control * Toma de Decisiones	128
Tabla 51: Tabla de contingencia Información y comunicación * Toma de	

Decisiones	129
Tabla 52: Tabla de contingencia Monitoreo * Toma de Decisiones	130
Tabla 53: Pruebas de chicuadrado	131
Tabla 54: Medidas simétricas	131
Tabla 55: Pruebas de chi-cuadrado	132
Tabla 56: Pruebas de chi-cuadrado	133
Tabla 57: Pruebas de chi-cuadrado	133
Tabla 58: Pruebas de chi-cuadrado	134
Tabla 59: Pruebas de chi-cuadrado	135
Tabla 60: Pruebas de chi-cuadrado	135

INDICE DE GRÁFICAS

Gráfico 1: ¿Los trabajadores cumplen con las políticas, procedimientos y objetivos propuestos para su negocio?	72
Gráfico 2: ¿Usted cómo dueño y/o gerente comunica claramente a sus trabajadores acerca de la misión, valores y principios que se deben de cumplir?	73
Gráfico 3: ¿El negocio de abarrotes muestra interés por la integridad y los valores éticos de su personal?	74
Gráfico 4: ¿El personal del puesto de abarrotes practica los valores éticos al momento de desarrollar sus actividades dentro del negocio?	75
Gráfico 5: ¿El negocio cuenta con una estructura orgánica, con responsabilidad claramente definidas para todos los colaboradores que la integra?	76
Gráfico 6: ¿Cuenta el negocio con un programa de capacitación que mejora la competencia del personal?	77
Gráfico 7: ¿Está claramente definida la asignación de responsabilidades?	78
Gráfico 8: ¿En el negocio se identifica a tiempo riesgos internos y externos que amenazan los objetivo?	79
Gráfico 9: ¿En el negocio se evalúa periódicamente el desempeño del personal al realizar sus actividades?	80
Gráfico 10: ¿Se evalúa los riesgos identificados durante todo el proceso de la actividad?	81
Gráfico 11: ¿El negocio cuenta con un sistema que registre los ingresos y egresos?	82
Gráfico 12: ¿Se realiza un proceso de seguimiento a las acciones tomadas para reducir riesgo?	83
Gráfico 13: ¿Se motiva al personal con un bono para que de alguna manera reducir el riesgo de fraude?	84
Gráfico 14: ¿Se toma acciones efectivas a los problemas de vencimiento o deterioro de los productos para la venta?	85
Gráfico 15: ¿Sus riesgos identificados en su negocio son eliminados al 100%?	

.....	86
Gráfico 16: ¿En el negocio se le da solución a los riesgos internos y externos identificados que amenazan los objetivo?	87
Gráfico 17: ¿La mejor manera que usted ejecuta es aplicar el criterio que a mayor riesgo más rentabilidad y menor liquidez?	88
Gráfico 18: ¿La mejor manera que usted ejecuta es aplicar el criterio que a menor riesgo mayor liquidez y menor rentabilidad?	89
Gráfico 19: ¿Existen procedimientos de autorización y aprobación dentro de las áreas?	90
Gráfico 20: ¿Existe segregación de funciones y responsabilidades en su negocio?.....	91
Gráfico 21: ¿Se realizan arqueos de caja, verificaciones y conciliaciones de las cuentas?.....	92
Gráfico 22: ¿Existe un procedimiento acerca del cumplimiento de la política que usted viene trabajando?	93
Gráfico 23: ¿El personal administrativo y contable conoce la misión, visión y los objetivos propuestos de su negocio?	94
Gráfico 24: ¿Los sistemas de información ayudan en la toma de decisiones? .	95
Gráfico 25: ¿Su negocio maneja un sistema para el control de sus activos? ...	96
Gráfico 26: ¿La comunicación con sus trabajadores es rápida y oportuna?	97
Gráfico 27: ¿Existe una comunicación eficaz con clientes y proveedores?	98
Gráfico 28: ¿Realiza un monitoreo continuo a sus colaboradores?	99
Gráfico 29: ¿Se considera la comunicación de terceros para corroborar la información generada internamente? Por ejemplo, reclamos de proveedores y clientes.	100
Gráfico 30: ¿Se realiza evaluaciones de rendimiento al personal?.....	101
Gráfico 31: ¿Si le comunican oportunamente los hallazgos encontrados para remediarlos o mejorarlos?	102
Gráfico 32: ¿Sus decisiones son tomadas en el momento adecuado?.....	103

Gráfico 33: ¿Sus decisiones en la empresa han generado buenos resultados?	104
Gráfico 34: ¿Tiene usted accesibilidad de la información antes de tomar una decisión?	105
Gráfico 35: ¿Sabe elegir entre muchas alternativas de forma reflexiva una decisión?	106
Gráfico 36: ¿Asume de forma responsable las consecuencias de sus decisiones?	107
Gráfico 37: ¿Evita las emociones para tomar una decisión?	108
Gráfico 38: ¿Sus decisiones le generan problemas para la empresa?	109
Gráfico 39: ¿Parte de sus decisiones son dirigidas a la proyección social intrínsecamente, ya que sus clientes son esenciales?	110
Gráfico 40: ¿Acepta el fracaso como parte del proceso para lograr el objetivo principal del negocio?.....	111
Gráfico 41: ¿Su inclinación para la toma de decisiones es la inteligencia racional?	112
Gráfico 42: ¿Su inclinación para la toma de decisiones es la inteligencia emocional?.....	113
Gráfico 43: ¿Su inclinación para la toma de decisiones es la inteligencia espiritual?	114
Gráfico 44: ¿Cree que para tomar la mejor decisión es pensar en el presente, mirar al pasado y proyectarse al futuro?	115

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia.....	150
Anexo 2: Cuestionario.....	153
Anexo 3: AUTORIZACIÓN PARA ENCUESTA.....	158
Anexo 4: CERTIFICACIÓN	159
Anexo 5: Ubicación y fotos del mercado	160
Anexo 6: Evidencias de Trabajo de campo	161
Anexo 7: Certificación de asesoría por asesor- Turnitin.....	163
Anexo 8: SPSS Procesamiento de datos.....	164

I. INTRODUCCIÓN

Según Alvarez et al (2021), en la actualidad el control interno es un instrumento bastante efectivo y poderoso, muchas veces las organizaciones no se preocupan por contar con un sistema de control interno realmente eficiente que contribuya exitosamente a que la entidad tenga un ambiente de control que funcione en base al logro de sus metas y la realización de sus objetivos en la empresa a corto, mediano y largo plazo.

Sin embargo, Terreros (2021), afirma que el control interno es un tema muy relevante para todo el mundo empresarial, ayudando a superar diversos peligros que pueden poner en riesgo el logro de los objetivos estratégicos. Por lo tanto, las organizaciones necesitan implementar un sistema de control interno adecuado al tipo de organización, que permita optimizar la administración financiera para alcanzar las metas planteadas.

La presente investigación se llevará a cabo en el mercado 8 de Setiembre, con la finalidad de determinar cuál es la influencia del control interno como medio en la toma de decisiones de los comerciantes de abarrotes del mercado 8 de Setiembre. Por tal que se ha detectado deficiencias como no contar con medidas sanitarias eficientes, en innovación y tecnología, cada puesto no cuenta con cámaras de seguridad, cuando llueve no tiene una buena salida el agua y toda se acumula dentro del mercado, hay mucha informalidad, por ello se genera desorden atrayendo robos y generando desconfianza para realizar las compras del día, y no cuenta con personal que brinden seguridad.

Asimismo, es de mucha importancia que se conozca y se revise los componentes del control interno como es la evaluación del riesgo, el ambiente de control, información y comunicación, actividades de control y, por último, el monitoreo para

conseguir una buena toma de decisiones de los comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre -Tumbes, y se pueda erradicar todas las deficiencias encontradas y lograr eficientemente todos los objetivos trazados.

Con esta investigación se pretende ayudar al mercado de abarrotes 8 de septiembre - Tumbes a implementar un control interno y cada uno de sus componentes vaya de la mano con la toma de decisiones de los comerciantes del establecimiento y asimismo les permita visualizar cuales han sido los riesgos y debilidades en cada una de las áreas y al mismo tiempo ver el motivo por el cual la toma de decisiones no se ha tomado correctamente. Del mismo modo ayudará a reducir los riesgos presentados día a día, facilitando la mejora continua.

Según Salcedo et al (2021), el control interno es visto como una herramienta que incluye procesos integrales llevados a cabo por los dueños, funcionarios y empleados de la entidad, diseñados para resistir los riesgos y garantizar el logro de sus objetivos de gestión. El uso del control interno requiere que todos ellos sean vinculantes, la idealización sistemática y la verificación del cumplimiento de las tareas establecidas.

A nivel mundial se evidencia que los mercados globales y en particular el mercado mexicano se está desarrollando positivamente, ya que los clientes son el eje central del mercado y reciben más facilidades y comodidad al momento de la compra. Asimismo, muestra cómo las empresas anhelan una relación más cercana con sus clientes para brindarles mejores oportunidades de compra y uso de productos necesarios al momento de la compra. El mercado es bastante dinámico ahora y constantemente surgen nuevas tecnologías que ayudan al consumidor a tener una variedad de opciones y obtener un producto o servicio, Álvarez (2020).

Las organizaciones evolucionan una y otra vez como producto de la globalización,

alcanzando escala global con la disposición de los mercados y organizaciones en general a expandirse. El resultado es la mejora y el desarrollo del instrumento y el proceso de negociación. Tal es así que la tecnología científica, económica y cultural obliga a los altos directivos y responsables de la dirección de los organismos públicos y privados a actuar de acuerdo con un conjunto de métodos, fomenta la adopción de pautas de coordinación o medidas simples y uniformes, es decir, un sistema de controles internos apropiados, que asegure operaciones comerciales eficientes, adecuadas y seguras (Menéndez, 2018).

Ante ello uno de los problemas principales en los negocios de abarrotes en el mercado 8 de setiembre en Tumbes, es la compra excesiva de bienes para la venta, mala atención a clientes, miedo de contratar a más personas para que apoyen en las ventas; causando un mal control interno por parte del dueño y/o representante legal en el negocio, esto por no tener claro lo fundamental que es el control interno en los negocios; tal es así para Velásquez et al (2018), resalta que un sistema de control interno facilita el diagnóstico continuo, por su propia naturaleza, de las dificultades que suelen presentarse en los procesos comerciales, administrativos y contables de un negocio.

Por ello la compra de bienes para la venta en exceso, es causada por no tener registrado los productos que ingresan y salen, generándose inconsistencia en el registro de sus inventarios; Llevando así a que los productos para la venta se pierdan, es decir se malogran, vencen, en otras palabras, sufran de desmedro. Sin embargo, muchos de los dueños no toman mucha importancia a las necesidades del consumidor, así como también la eficiente atención a cada uno de los clientes, conllevando a que se pierdan muchas ventas a diario; Además la falta de contrato de personal que apoyen genera deficiencias, principalmente en las ventas donde hay demasiada afluencia de clientes, como las horas puntas, los días feriados y fines de semana; ya que esto sucede por la desconfianza al personal, ahorro de costos, en otras palabras, desconocimiento al control interno.

De esta manera para Cortès (2019), resalta que el valor que representan, las pequeñas empresas deben contar con controles internos útiles para ayudar a identificar los problemas internos en la organización, las personas de negocios no creen que los controles internos sean necesarios, por lo que no se preocupan por ello. A pesar de que muchas empresas sufren pérdidas económicas, incluida la pérdida de activos como dinero, bienes, compras y ventas; simplemente por desconocer los componentes del control interno como medio de influencia en la toma de decisiones.

Todo lo mencionado anteriormente se evidencia por las malas decisiones tomadas expresamente por cada uno de los comerciantes, pensando solamente en el corto plazo dejándose llevar por su sentido común y experiencia; dejando de lado los conocimientos que hay que adquirir antes de tomar una buena decisión que le genere mejores y buenos resultados. Tal es así para Lima & Colmenárez (2020), la toma de decisiones en los negocios se caracteriza por un predominio de un estilo de pensamiento estratégico (propio de empresas con mayor interés en el uso de herramientas tecnológicas y datos para la buena gestión), que contrasta con una propensión a formas de pensar tradicionales o irracionales (comunes en empresas pequeñas y centralizadas).

Por tanto, la toma de decisiones implica situaciones que se deben afrontar cada día, independientemente de su naturaleza y objetivos. Es por eso que al momento de tomar una buena decisión se debe de considerar diversos factores, ya sea costo, estrategia, oportunidad o riesgo, ya que son criterios importantes para cualquier persona que tenga un negocio, caso contrario será una mala decisión que le generara no llegar al objetivo propuesto (Requejo & Sanchez, 2019).

De esta manera la indagación tendrá por objetivo general, determinar el Control Interno como medio de influencia en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023. La importancia de la

investigación, radica en que sus decisiones sean mejores y den buenos resultados, basadas en el conocimiento de los dueños acerca de los componentes del control interno, tales como su ambiente de control, la evaluación del riesgo, la respuesta a los riesgos, las actividades de control, la información y comunicación; Y por último el monitoreo que el comerciante siempre debe de dar a su negocio.

Asimismo, la investigación ayudará a los dueños y/o microempresarios dedicados al comercio de abarrotes en general situados en sectores locales, regionales y nacionales, permitiéndoles tener en claro la importancia del control interno como medio de influencia en cada una de sus decisiones; Ello conllevará a mejoras en su personal siendo más activo y eficiente, equilibrio de sus inventarios evitando pérdidas de sus bienes para la venta; Y sobre todo una mejor atención para la demanda de clientes; Esto les reducirá la incertidumbre que se crea a la hora de tomar una decisión, más aún si surgen eventos inesperados tales como clientes más selectivos y la competencia de su entorno; Finalmente hay que tener en cuenta que las personas emprendedoras con negocio, solo implementan decisiones basadas en su propia experiencia, ignorando otros factores importantes que provienen del control interno.

La indagación fue formulada con la siguiente pregunta ¿El Control Interno como medio influye en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023? Ante ello sus interrogantes específicas fueron:

P.E.1: ¿El ambiente de control como medio influye en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023?

P.E.2: ¿La evaluación del riesgo como medio influye en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023?

P.E.3: ¿La respuesta al riesgo como medio influye en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023?

P.E.4: ¿Las actividades de control como medio influyen en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes

2023?

P.E.5: ¿La información y comunicación como medio influyen en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023?

P.E.6: ¿El monitoreo como medio influye en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023?

De esta manera se vio justificada la presente investigación debido a los problemas que tiene el mercado de abarrotes 8 de Setiembre, en cuanto a no tener registrado los productos que ingresan y salen, generándose inconsistencia en el registro de sus inventarios, más aún el exceso en la compra de productos para la venta, sin mantener el equilibrio en la demanda del cliente, produciéndose que los productos se malogren, venzan, no recuperándose lo invertido.

Asimismo, muchos de los dueños no toman la gran importancia a las necesidades del consumidor, así como también la eficiente atención a cada uno de los clientes, perdiéndose muchas ventas a diario, además a esto sumarle la falta de contrato de personal que apoyen en las ventas, ya que existe afluencia de clientes, en horas puntas, días feriados y fines de semana, simplemente por la desconfianza al personal en estos tiempos y ahorrarse los costos que implican ello, en otras palabras por creer que con esas decisiones generan un gran beneficio para ellos ya que desconocen de la importancia del control interno en la toma de decisiones.

Ante ello el motivo de la indagación se ve orientado a que los comerciantes, empresarios; Principalmente los que se dedican al rubro compra y venta de abarrotes en el Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, solo implementan decisiones basadas en su propia experiencia, ignorando otros factores importantes tales como los que provienen del control interno, basados en el desconocimiento de los dueños y/o propietarios de la gran influencia que tienen los componentes del control interno,

tales como el ambiente de control, la evaluación del riesgo, la respuesta a los riesgos, las actividades de control, la información y comunicación, el monitoreo.

Cabe precisar que de acuerdo a Solano (2022), hace mención que para, que los dueños y/o propietarios de negocios deben entender la estrategia, la técnica y el procedimiento implícito en cada toma de decisiones y saber cómo ejecutarla, de esta manera es más eficaz la toma de decisiones.

Por otro lado, es importante destacar que el control interno es fundamental por ser una herramienta de gestión permanente que ayuda al logro de los objetivos empresariales y contribuye a una vida eficiente, eficaz, ética y transparente dentro de cualquier organización (CGR, 2020).

Se considera que la investigación será de utilidad para todos los comerciantes del mercado de abarrotes 8 de septiembre, Tumbes, comerciantes que se dediquen al mismo rubro en el ámbito local, regional y nacional, y también en el ámbito académico a estudiantes investigadores; Debido a que les permitirá obtener información confidencial que les servirá para que puedan comprender y llevar a cabo el control interno como medio de influencia en la toma de decisiones de su negocio; Implementando el desarrollo de estrategias innovadoras para la toma de decisiones operativas y de gestión; Cabe resaltar que es fundamental que los dueños de las microempresas dedicadas a la venta de abarrotes deben de tener en cuenta los controles internos para facilitar la diversificación y/o reducción de los riesgos en cada decisión que deban tomar.

Finalmente, esta investigación determinó como el control interno influye positivamente como medio en la toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre -Tumbes 2023, por ello Mendoza et al (2018) explica que se ha convertido el control interno actualmente en uno de los pilares de

las organizaciones empresariales, ya que proporciona una visión clara de la eficiencia y eficacia de las operaciones de una empresa; así como la confiabilidad de cumplimiento de los registros, normas y reglamentos aplicables y su aplicación en la producción.

Para desarrollar la investigación se estudió y analizó el objeto de estudio referido al control interno como medio de influencia en la Toma de decisiones de Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, en el periodo 2023. Con el fin de ayudar a que los comerciantes del establecimiento tomen las mejores decisiones para el beneficio de sus negocios y de ellos. Sin embargo, la finalidad por el cual se eligió el tema, fue que en dichos establecimientos como son los puestos de abarrotes presentan problemas que repercuten en el entorno interno y externo del negocio; siendo su limitación temporal el año 2023 y limitación geográfica el mercado 8 de setiembre; de esta manera se planteó como objetivo general: Determinar el Control Interno como medio de influencia en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023; y como objetivos específicos: **O.E.1:** Determinar el ambiente de control como medio de influencia en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023. **O.E.2:** Establecer la evaluación del riesgo como medio de influencia en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023. **O.E.3:** Determinar la respuesta al riesgo como medio de influencia en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023. **O.E.4:** Identificar las actividades de control como medio de influencia en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023. **O.E.5:** Evaluar la información y comunicación como medio de influencia en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023. **O.E.6:** Identificar el monitoreo como medio de influencia en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Bases teóricas - científicas

2.1.1 Definición del Control interno

El Control Interno asegura que la información contable sea confiable contra el fraude, brindando eficiencia operativa y eficacia para la realización de las actividades. El sistema de control interno es muy importante para una entidad porque integra las reglas y procedimientos para el flujo de toda la información administrativa financiera, en detalle para las diversas operaciones que realiza la entidad. El control interno beneficia a la empresa al brindar confianza sobre la imparcialidad de los estados financieros. (Vivanco, 2019).

Según Esquivel (2022), señala que el control interno es un enfoque procedimental para establecer que los activos de la entidad se mantengan intactos mediante el mantenimiento de registros contables, que tenga pleno control y supervisión de los activos de la entidad, y demostrará que también brinda transparencia y logre sus objetivos.

El control interno es un procedimiento llevado a cabo por la junta directiva, administración y otro personal basado en establecer tácticas en toda la organización, diseñado para detectar eventos potenciales que alcanzan influir en la organización (Infante Carrasco, 2020).

Por otro lado, Prado (2022), menciona que el control interno es una herramienta de gestión que se utiliza para garantizar una estabilidad razonable y alcanzar las metas trazadas por la organización; para esta dimensión: control ambiental, evaluación de peligros, control profesional, información y comunicación, supervisión y control comprender las estrategias organizacionales; así como procedimientos

debidamente clasificados y convenidos, además de las medidas adoptadas por la empresa, que aseguren la estabilidad de sus recursos, la confiabilidad de la información contable, el mantenimiento y medición de la eficacia de las operaciones y el apego a los planes; cumplimiento con las normas, métodos y reglamentos establecidos.

Según Melendrez (2016) indica que el control interno es un procedimiento incluido en los procesos organizacionales, es decir permiten a la dirección llevar a cabo decisiones que conlleven a resultados positivos para la organización; mediante manuales, políticas y formularios claros y precisos que no perjudiquen la visión de la empresa.

2.1.1.1 Componentes del control

a. Ambiente de control

Para Romero (2019), el ambiente de control interno es el área que afecta a los miembros de una empresa y controla sus actividades. Este componente es la base de riesgos y su gestión corporativa, ya que proporciona composición y disciplina, por ello también afecta a todos los elementos de los riesgos su gestión.

Asimismo, para Romero (2019, pág. 4), sugiere que el ambiente de control es el primer componente de un sistema de control interno (SCI). El ambiente de control comprende una secuencia de elementos que están presentes en la organización y establece parámetros tanto específicos como implícitos para el funcionamiento del sistema de control interno.

Por otro lado, Santillan (2021), permitir que la organización tenga la confianza para ejecutar procedimiento encontrado con errores significativos, lo que nos permite utilizar y evitar el uso indebido de los recursos de la empresa, habilitar el

mantenimiento de registros eficientemente y de tal manera que también se obtenga el resultado de los estados financieros, metas de manera objetiva y una presentación económica y financiera real de la organización.

A.1. Integridad y valores éticos

Un clima ético intenso en una organización y en todos sus niveles es la base para la paz de la organización, de todos los recursos y de la sociedad en su conjunto. Esto ayuda en gran medida a la eficacia de las políticas y los sistemas de control de la empresa, así como a la función de influir en el comportamiento que ni siquiera los sistemas de control más eficaces son capaces de realizar (Rodríguez, Maria; Castaño, Carlos, 2020, pág. 3).

La dificultad para hacer cumplir los valores éticos radica en la necesidad de proteger los intereses de varias partes potencialmente en conflicto. Por ello, lograr un equilibrio entre los intereses de la dirección, la organización, los empleados, los proveedores, los clientes, los equipos de beneficio y el público es una tarea fundamental. La selección incorrecta de metas y objetivos dentro de la misma organización puede dificultar el logro de un comportamiento ético y puede incitar a las personas que trabajan allí a participar en conductas fraudulentas, ilegales y poco éticas. Énfasis ejemplar en enseñar resultados a corto plazo, promover condiciones que el personal debe cumplir, y si no paga por esto, estará tentado a hacerlo para proteger sus propios intereses. (Rodríguez, Maria; Castaño, Carlos, 2020).

A.2. Administración estratégica.

La gestión estratégica es una poderosa herramienta de diagnóstico, investigación y toma de decisiones que permite a las organizaciones enfrentar los desafíos del campo y responder al cambio con esfuerzos sistemáticos dirigidos a lograr una mayor eficiencia y calidad. En otras palabras, es un proceso de evaluación

constante del trato que implica definir metas a largo plazo, desarrollar estrategias y encontrar los recursos para alcanzarlas (UNILA, 2022).

Ante ello se deduce que la administración estratégica es el proceso de evaluación sistemática de un negocio para definir metas a largo plazo, identificar metas y objetivos, implementar tácticas para lograrlos y asignar recursos para llevarlos a cabo.

A.3. Estructura organizacional

Para Quiroa (2020) se refiere a la forma en que se definen las responsabilidades y funciones que debe cumplir cada uno de los miembros de la organización para alcanzar las metas propuestas.

Mientras tanto para Jaime (2022), la perspectiva organizacional es una forma de asignación de roles y responsabilidades que cada integrante de la empresa debe desempeñar para lograr las metas propuestas. Cada organización debe planificar su proceso de trabajo y conceptualizar los cargos y responsabilidades de las personas que se incorporan a la organización en función de las necesidades de la propia organización.

Asimismo, también se resalta que es un modelo de jerarquía que utiliza una organización para facilitar la gestión de su trabajo y dirección. A través de la composición organizacional, la empresa define responsabilidades, roles y funciones; fijar metas; crear procesos y definir protocolos y; tácticas de mejora del diseño (Cenpromype, 2020).

A.4. Administración de los recursos humanos

Los recursos humanos tienen que ver con el personal que labora en una

organización, también se les conoce como capital humano o ingenio humano. El departamento delegado del área abarca entornos y tiene funciones tan relevantes como la contratación de empleados superiores, su formación, la gestión de su rendimiento y la mejora de su productividad (Armijos & Bermúdez, 2019).

Por otro lado, la administración de recursos se basa en la organización, planificación y asignación adecuadas para ejecutar productos y servicios de manera efectiva (Armijos & Bermúdez, 2019, pág. 5).

Asimismo, es de importancia porque tiene como objetivo ser eficiente y hacer más con menos. No solo estamos hablando de tener suficientes personas y recursos para hacer un trabajo, sino también de encontrar el equilibrio adecuado y aprender a reconocer qué herramientas, personas y procesos son los adecuados para completar los proyectos y las metas a alcanzar en la organización (Armijos & Bermúdez, 2019, pág. 7).

A.5. Asignación de autoridad y responsabilidad

En las organizaciones están estrechamente relacionados. Esto significa que deben delegar la autoridad correcta para llevar a cabo sus responsabilidades (Hernán & Murillo, 2019).

Hay una interacción entre los dos conceptos por dos razones.

I) En primer lugar, si a una persona se le da la responsabilidad sin la autoridad suficiente, es posible que la persona no se desempeñe mejor y alcance las metas deseadas.

II) En segundo lugar, si se encomiendan facultades excesivas a un sujeto sin cumplir

con sus responsabilidades, de alguna manera se abusa de las facultades encomendadas.

Autoridad:

son derechos o poderes asignados a los ejecutivos o gerentes para lograr objetivos organizacionales específicos. Un gerente no puede funcionar con eficacia sin la debida autoridad. La autoridad es el principio estructural de la organización, apoyo completo para el trabajo administrativo. Sin el rol, el administrador no es actualmente un administrador. Porque no puede hacer que otra persona complete su póliza. La autoridad es una de las bases de las organizaciones formales e informales. Las corporaciones no pueden existir sin autoridad. Demuestra el derecho y el poder para tomar decisiones y da dirección y orientación a los subordinados. La delegación de autoridad desde arriba no es suficiente, debemos aceptar la delegación desde abajo, es decir, de los subordinados. Es decir, los roles fluyen hacia abajo.

Responsabilidad:

Es la obligación de las personas implicadas en realizar la tarea asignada a la medida de su modalidad, bajo la dirección de su jefe inmediato. Es decir, cuando se habla de responsabilidad se refiere a la obligación de un subordinado de concientizar la función solicitada por su superior y bajo ello llevar a cabo los objetivos propuestos (Hernán & Murillo, 2019, pág. 4).

b. Evaluación del riesgo

Para Bosque (2016), la evaluación del riesgo de una entidad es la información financiera, identificación, investigación y control de peligros significativos en la preparación de Estados financieros que pueden no ser presentados fielmente Consenso de normas jurídicas vigentes y de expertos.

Se trata de un proceso destinado a evaluar la gravedad y frecuencia de estos hechos, un peligro que no se puede evitar por completo (Urdanegue, 2016).

Según Santillan (2021), es la identificación de peligros de una manera conveniente que ha sido convertido en un mecanismo muy importante en la gestión financiera, este como entidad se desarrolla en un entorno más global.

B.1. Planeamiento de la administración del riesgo

La planificación y gestión de riesgos se refiere a los planes estratégicos destinados a anticipar los peligros de un plan en acción. Las tácticas de gestión de riesgos se llevan a cabo en toda la organización. El grado de trascendencia afectará a la planificación en función del porcentaje de recursos mostrado y de los medios utilizados a lo largo de la ejecución de este proyecto (Palacios & Nuñez, 2020).

Las organizaciones de gestión de riesgos se basan en la conceptualización de cómo se realiza la ocupación de la gestión de riesgos en la planificación. Estamos hablando de estrategias estratégicas donde se definen tácticas de manejo de peligros. Las tácticas de manejo de peligros se llevan a cabo a nivel organizacional. El valor de la planificación, ya sea económica o estratégica para la empresa, influye en la importancia que se le da a la gestión de riesgos, la proporción de los recursos destinados y los instrumentos utilizados (Palacios & Nuñez, 2020, pág. 9).

B.2. Valoración de los riesgos

Permite identificar e investigar cada uno de los peligros que enfrenta una organización para así poder lograr cada uno de los objetivos planteados, tanto de fuentes internas como externas significativas. Es decir, cada peligro que semeja a la empresa es identificado antes de que pueda causar problemas al mismo e

interrumpa los objetivos propuestos (Palacios & Nuñez, 2020, pág. 21).

c. Respuesta a los riesgos

Para Guerrero (2019), la organización de respuesta al riesgo se basa en el desarrollo de procedimientos y técnicas para mejorar las oportunidades y minimizar las amenazas que impactan en los objetivos del proyecto. Este suele ser el proceso de gestión de riesgos más relevante, ya que es donde se toman decisiones sobre cómo responder a cada riesgo identificado; en la cual para tener una mayor profundidad acerca de la respuesta al riesgo tenemos los siguientes indicadores:

C.1. Análisis de los riesgos potenciales

se refiere a que una vez determinado el plan anual medidas de control, se debe analizar los riesgos más relevantes correspondientes a los productos, que son la razón de ser del negocio.

C.2. Probabilidad e impacto de los riesgos

Tiene que ver con el plan anual medidas de remediación que se refleja en cada debilidad y deficiencia en la compra y venta de productos, servicios de cualquier organización.

d. Actividades de control

Según Santillan (2021) , son procedimientos que consisten en la correcta ejecución de pólizas que buscan acreditar el funcionamiento de actividades que ayuden a evitar riesgos que afecten a las entidades. La metodología de control interno se lleva

a cabo sobre todas las normas y las actividades de clasificación, integran puntos tales como aprobaciones y procedimientos de aprobación.

Por otro lado, Rodríguez (2020), son ocupaciones establecidas por políticas y procedimientos que ayudan a garantizar que se cumplan las normas administrativas.

D.1. Segregación de funciones

La segregación funcional es un método utilizado por las organizaciones para dividir las responsabilidades de muchas profesionales relacionadas con la preparación de estados financieros, incluida la aprobación y registro de transacciones y la garantía de la custodia de los activos (INCP, 2021).

D.2. Evaluación de costo beneficio

La evaluación de funciones tiene como objetivo garantizar que una misma persona no pueda acceder a más de una responsabilidad en el sistema y pueda realizar tareas o transacciones que conduzcan a fraude o errores de finalización sin filtros adicionales. Si bien el cumplimiento normativo es la base principal que conduce a la implementación de un esquema adecuado de separación de funciones, las empresas deben utilizar este tema para mejorar los controles internos y reducir el riesgo de fraude (Bonilla, 2019).

D.3. Evaluación de desempeño

Para Alveiro (2019, pág. 4), se refiere a un instrumento que mejora y ayuda la administración de recursos humanos al brindarle una mejor perspectiva sobre el desempeño de todos los ayudantes. Muchas veces esta evaluación se ve como algo que no es fundamental o se realiza como uno de los procesos burocráticos organizacionales.

Por otro lado, la evaluación del desempeño es una herramienta que permite resolver una de las tareas más relevantes del departamento de Recursos Humanos: medir el ingenio y el desempeño de la fuerza laboral. Seleccionar el programa de evaluación de desempeño más efectivo que se ajuste a nuestras necesidades organizacionales nos ayudará a identificar errores y necesidades en la administración de recursos humanos (2019, pág. 6).

D.4. Controles sobre el acceso a los recursos y archivos

El control de acceso es un elemento clave de la igualdad porque determina quién tiene permiso para acceder a qué datos, aplicaciones y recursos y en qué circunstancias (2019, pág. 8).

Los controles de ingreso evitan que personas internas y otros usuarios no autorizados obtengan información confidencial (como datos de clientes o propiedad intelectual). También reduce el riesgo de filtraciones de datos de los empleados y mantiene a raya las amenazas web. En lugar de administrar manualmente los roles, las empresas más estables siguen las reglas de administración de identidades y de inicio de sesión para hacer cumplir las órdenes de control de inicio de sesión (2019, pág. 18).

e. Información y comunicación

Según Ponce & Pérez (2022), la información y la comunicación es una de las características de los controles internos de una empresa. Ambos conceptos se refieren al proceso de recopilar y compartir información relacionada con los controles en una organización. Este proceso es efectivo cuando incorpora un sistema de información que proporciona a cada miembro del personal un conocimiento básico de la gestión interna de proyectos y procesos.

por otro lado, la Contraloría General de la República (2020), se relaciona con la

información (interna y externa) que una empresa necesita para realizar funciones de control interno que contribuyan al logro de sus objetivos.

E.1. Calidad y suficiencia de la información

La calidad del sistema de información es sinónimo de excelencia, costo, cumplimiento de especificaciones internas y expectativas del comprador. Obtener este título requiere comprender el uso adecuado de la tecnología, utilizar las mejores prácticas de la industria y minimizar los errores operativos. Las organizaciones que alcanzan estos estándares de calidad pueden aumentar sus resultados aprovechando las aplicaciones más accesibles y útiles y ajustándose a la demanda de una manera más inmediata y proactiva (Ponse & Pérez, 2022, pág. 4),

E.2. Comunicación interna

La comunicación interna tiene como objetivo mantener una buena conexión con los empleados de la organización. Su origen está asociado a facilitar la comunicación entre los miembros de la organización y motivarlos a realizar su trabajo con eficacia. Por otro lado, la forma más fácil de descomponer la comunicación interna es pensar en una jerarquía organizacional o una organización dividida en grupos. A medida que las organizaciones crecen y surgen diferentes conjuntos con diferentes roles, sigue siendo esencial mantener informados a todos los empleados. La comunicación interna reduce la confusión y actúa como unificador general dentro de la organización. (Ponse & Pérez, 2022, pág. 5)

E.3. Comunicación externa

Para Ponse & Pérez (2022, pág. 3) la comunicación externa es el intercambio de

información fuera de la organización. Es la forma en que una organización se comunica con el mundo exterior utilizando diversos canales y propósitos. La comunicación externa se define como un grupo de actividades de información que una empresa realiza a actores y agentes externos, desde clientes y proveedores hasta inversores o la sociedad, con el fin de crear, mantener o mejorar la interacción entre la empresa y diversas audiencias.

f. Monitoreo

Según Calle (2022), esto se refiere a un mecanismo de auditoría que identifica fallas, verifica que los controles internos estén efectivamente diseñados y continúen funcionando correctamente.

Sin embargo, Terreros (2021), el monitoreo es responsable de confirmar que cada una de las operaciones se realice correctamente y las metas se alcancen en tiempo y forma. De este modo, el monitoreo continuo brinda a las organizaciones la oportunidad de realizar mejoras oportunas.

F.1. Implantación y seguimiento de medidas correctivas.

Este método se utiliza para verificar y mantener el control del cumplimiento de la implementación de las acciones correctivas recomendadas en los informes resultantes de las actividades de control realizadas por el órgano de control institucional (MAPRO, 2019).

F.2. Supervisión.

Para la Contraloría General de la República (2020), se refiere al conjunto de profesiones de control que intervienen en los procesos y actividades de supervisión

del organismo con el objetivo de su evaluación y mejora continua.

Según Terreros (2021), este seguimiento se realiza a través de revisiones periódicas realizadas por los gestores. Durante esta revisión periódica, también tienen la oportunidad (o deben) tener en cuenta puntos externos como la evaluación de un auditor o consultor, comentarios de terceros o estas mismas quejas de los consumidores.

2.1.2 Toma de decisiones

La supervivencia de las empresas hoy en día depende cada vez más de las decisiones que se toman y de su calidad (desde el punto de vista de la información utilizada). Sin embargo, las decisiones actuales difícilmente pueden tomarse de manera individual o separada, la cooperación de muchas personas que aportan su experiencia es fundamental para poder superar la complejidad de los problemas de la toma de decisiones; Asimismo, la toma de decisiones es un proceso en el que una persona elige entre alternativas o formas de resolver diversas situaciones de la vida. La toma de decisiones consiste esencialmente en elegir entre las opciones disponibles para resolver un problema actual o posible (incluso si el problema subyacente no está claro). (Garza & Salinas, 2019)

Las decisiones no son algo que nace y muere en un tomador de decisiones, o incluso en un grupo de tomadores de decisiones involucrados en la toma de decisiones. En el proceso de toma de decisiones intervienen agentes, tanto activos como pasivos, que inciden directa e indirectamente en la decisión, en la forma de la decisión que se toma definitivamente o incluso en el proceso que se seguirá para tomar la decisión. Lo interesante de estos agentes es que no intervienen en la toma de decisiones y no es su responsabilidad tomar la decisión, es más, en algunos casos nos encontramos con agentes que no tienen absolutamente nada que ver con la decisión a tomar; sin embargo, no somos conscientes de que hay decisiones en

cada proceso, por ende, dichas decisiones influyen positivamente. La teoría de juegos aplicada al proceso de toma de decisiones nos acerca a estos conceptos, pero se limita a tratar situaciones en las que los implicados están "todos jugando al mismo juego" pero no tiene en cuenta la influencia de los demás. que "no participa en el juego". En ese sentido, las decisiones no nacen ni mueren dentro de quien toma las decisiones, ni siquiera dentro del grupo de tomadores de decisiones involucrados en la toma de la decisión (Navia & Stefanu, 2019).

Asimismo, según Aguado (2023), la teoría de la utilidad esperada ha sido considerada durante décadas como un modelo normativo de elección racional en la toma de decisiones económicas frente al riesgo, asumiendo que el comportamiento de la sociedad respetará sus axiomas. Así, según este modelo, la utilidad esperada que se conferiría a una persona al enfrentarse a una lotería se calcularía como la suma de las utilidades de los diferentes pagos, multiplicada por sus respectivas probabilidades, de modo que el decisor elegiría la alternativa que tenga una mayor utilidad esperada. Sin embargo, este enfoque ha sido cuestionado desde la Paradoja de San Patricio. Finalmente, este enfoque plantea grandes dificultades a la hora de evaluar razonablemente las circunstancias en las que determinados acontecimientos ofrecen pagos muy elevados que pueden obtenerse con probabilidades muy pequeñas.

Ante ello se puede decir que la elección es el proceso mediante el cual se elige entre alternativas o formas de resolver diversas situaciones de la vida. Ciertos componentes tienen la capacidad de influir en las elecciones que hacemos a diario a través de diversas técnicas y práctica.

2.1.2.1 Calidad de decisión

Según Garza & Salinas (2019, pág. 3), uno de los beneficios de la calidad de la

elección es poder saber si tomó la decisión correcta en el momento de la elección.

Por otro lado, Salinas (2013), una vez que haya discutido sus opciones estratégicas, debe asegurarse de que está logrando contenido de calidad y deberá seguir los pasos correctos para hacerlo. Sin embargo, no debemos descuidar el compromiso de las personas clave que deben permitir una adecuada colaboración desde el principio.

a. Precisión, integridad y consistencia

La integridad de los datos se refiere a la precisión y consistencia (validez) de los datos durante su vida útil. Después de todo, los datos comprometidos son de poca utilidad para la empresa, y mucho menos los peligros de perder datos confidenciales. Por lo tanto, mantener la integridad es un enfoque central de muchas soluciones de seguridad empresarial. Se refiere a la cualidad de la integridad, y también puede referirse a la inocencia de la virginidad. La integridad es el estado de ser todo o tener todas sus partes, es todo, pleno. Un todo es algo en el que todas las partes están intactas (Garza & Salinas, 2019, pág. 7)

b. Validez, oportunidad y accesibilidad de la información

Según Guenaga & Barbier (2021), es verdadero o casi verdadero. Los hallazgos se consideran válidos cuando el estudio está libre de errores. Los errores o sesgos en el desarrollo de las encuestas se deben a problemas metodológicos y se pueden agrupar en tres categorías.

La oportunidad: Se refiere a cualquier situación en la que es posible alguna mejora en la economía, la sociedad, el trabajo, etc.

Accesibilidad de información: Se entiende por información de accesibilidad aquella que se facilita en un formato que permite a todos los usuarios y alumnos acceder a los contenidos “en igualdad de condiciones con los demás.

2.1.2.2 Aspectos Motivacionales

Según Guenaga & Barbier (2021, pág. 6), destaca que la misma persona tiene diferentes puntos de motivación según el momento y la situación. Lo que logra una organización es el resultado de los esfuerzos de todos los grupos de personas. Nada crea mayor compromiso que sentirse bien. Un ingrediente esencial de un individuo motivado es hacer las cosas bien.

a. Preferencias, expectativas y aspiraciones del decisor.

Por otro lado, Valderrama (2019), afirma que revelar su autoconocimiento y autoevaluación de sus tendencias y habilidades para el análisis de una u otra profesión y su capacidad para realizar autodeterminaciones, se encuentra en este proceso por voto. Es por ello que el proceso exploratorio constituye el escenario preeminente en el que se desarrolla el desarrollo de capacidades de voto responsable y profesional.

Porque la autodeterminación integra magnitudes cognitivas y motivacionales en la elección profesional, a partir de la asunción de una posición personal y comprometida en el proceso exploratorio, constituye un factor sustancial en la capacidad de voto de los profesionales responsables.

b. Intereses, satisfacción y seguridad del decisor.

El comportamiento del consumidor se define como el conjunto de acciones físicas, mentales y emocionales que realiza una persona para satisfacer sus necesidades al seleccionar, comprar, evaluar y utilizar bienes y servicios.

Son comprensibles todas aquellas actividades internas y externas que realiza una persona o grupo de personas para satisfacer sus necesidades (Valderrama, 2019, pág. 2)

2.1.2.3 Modelo de decisión.

Es un sistema o proceso que las personas pueden seguir o imitar para asegurarse de tomar las mejores decisiones. Los modelos facilitan el proceso de toma de decisiones al proporcionar orientación para ayudar a las empresas a sacar conclusiones beneficiosas (Valderrama, 2019, pág. 1)

a. Modelo racional limitado.

Según Valderrama (2019, pág. 4) la idea de la racionalidad acotada se basa en que al tomar una decisión es casi imposible hacer una elección perfecta ya que siempre está influenciada por los conocimientos, hábitos, habilidades y pensamientos inconscientes del decisor, y los posibles conflictos de interés. Relevante para los intereses de la organización y debido a la falta de toda la información necesaria para la toma de decisiones

b. Modelo Racional Político.

La racionalidad política es un tipo de racionalidad práctica. Esto quiere decir que no estamos hablando de una racionalidad externa a la acción, sino de una racionalidad inherente a la acción humana. Por tanto, sólo es viable en conexión con un entorno

representativo y objetivo. Frente a la racionalidad teórica, que evalúa los procesos "desde afuera" para utilizar métodos o reglas que los ordenen para lograr objetivos estratégicos, la razón práctica evalúa la probabilidad de acción "desde adentro" y establece directrices para ello, espíritu, actuación humana, métodos especiales, constantemente individual, constantemente social. (Auat, 2019)

2.1.3 Sector comercio en el Perú.

Según el Banco Central de Reserva (2022), el sector empresarial en Perú creció un 7,5% en febrero de 2022 respecto al mismo mes de 2021, debido a mayores ventas en todas las ramas de los sectores, tales como los dedicados a la compra y venta de materia prima.

Las ventas al por mayor aumentaron 7,5%, impulsadas por mayores ventas de artículos para el hogar (9,1%), maquinaria y equipo (5,7%) y alimentos, bebidas y tabaco.

Las ventas minoristas aumentaron un 3,7 por ciento con respecto al año anterior, impulsadas por mayores ventas de prendas de vestir (92,8 por ciento) y computadoras y software (24,2 por ciento).

Por otro lado, las ventas de fármacos y productos farmacéuticos disminuyeron (-21,1%) debido a una disminución de contagios por COVID-19. Las ventas y el mantenimiento de automóviles aumentaron un 21,6% interanual.

2.1.4 Abarrotes en el Perú

Según el Banco Central de Reserva (2022) en octubre, las ventas en eventos de supermercados e hipermercados aumentaron un +0,4 % interanual. Fue uno de los

eventos de mayor participación del sector, cuyo desempeño en el mes reflejó la mayor demanda de los hogares por la canasta básica de productos de primera necesidad.

Por otro lado, las principales líneas de productos con mayor gasto incluyeron: Alimentos (+13,1%) y Bebidas y Tabaco (+11,7%). Cabe señalar que la concentración de renglones de productos como alimentos, menaje, bebidas y tabaco se mantuvo sin cambios este mes, participando en el 89% de las ventas en actividades de supermercados e hipermercados.

2.1.5 Puestos comercio de negocios abarrotados Mercado 8 de Setiembre en Tumbes (En centro poblado Andrés Araujo Morán).

Según Municipalidad Provincial de Tumbes (2023), para mayor fortalecimiento del orden, la calidad del servicio; junto con serenazgo, policías municipales, inspectores de salud y tránsito vienen participando de operativos para beneficio de la tranquilidad de los usuarios. Cabe indicar que dicho mercado 8 de setiembre queda ubicado en Av. Jacinto Seminario Mz 29 en Andrés Araujo Morán- Puyango en la Región de Tumbes.

Ante ello, en la visita, varios consumidores manifestaron su frustración al Subgerente de la comuna tumbesina, manifestando que no tenían posibilidad de realizar compras porque no tenían posibilidad de transitar; Al mismo tiempo, los comerciantes dijeron que apoyarían a un reordenamiento en dicho mercado.

Finalmente, el Subgerente de Ventas dijo que esta vez fue una visita inesperada para informar y concientizar a los vendedores que no tienen posibilidad de bloquear la vía pública; Posteriormente, se repetirán las visitas para tomar medidas básicas y así brindar un punto de entrada seguro para los consumidores.

2.1.5.1 Breve Reseña histórica

El mercado 08 de Setiembre es un centro de abastecimiento de tipo minorista que comenzó a funcionar en 2005. Con una trayectoria de 18 años, este mercado se ha convertido en un clásico de la comunidad. El Mercado tiene capacidad para 128 puestos permanentes y tiene 120 puestos permanentemente activos. Tiene luz, si tiene toma de agua, y si tiene desagüe. El pasar 08 de septiembre es administrado por una junta directiva o propietarios.

El mercado 08 de Setiembre está ubicado en Av. Jacinto seminario Mz 29 en Andrés Araujo Morán- Puyango, en el distrito Tumbes, provincia Tumbes, región Tumbes.

2.1.5.2 Misión y visión

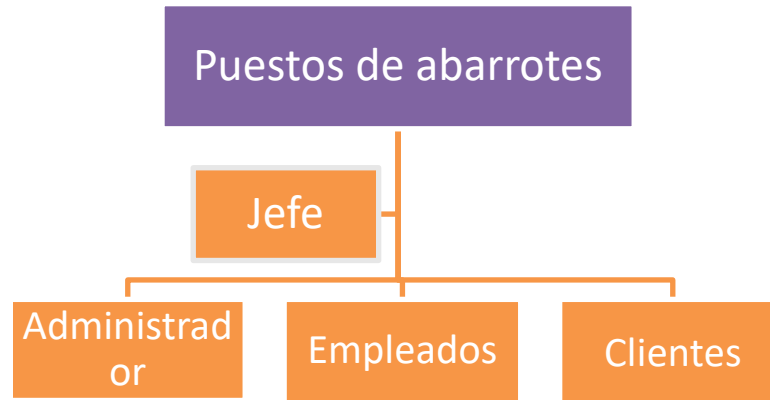
Misión

” Como una organización comercial enfocada a la distribución de productos y seguir satisfaciendo plenamente al cliente a través del trato humano e individual”.

Visión

“Fortalecer los servicios integrales de calidad para el abastecimiento de productos al por mayor y menor, satisfaciendo las necesidades de cada uno de los usuarios”.

2.1.5.3 Propuesta de Organigrama para negocio de los puestos de abarrotes.



Fuente: elaboración propia a propuesta de la autora.

2.2 Antecedentes

2.2.1 Nivel Internacional

Según Arteaga y Cadena (2019), Escribió la disertación “El Impacto de los Controles Internos en el Desempeño de las Pequeñas y Medianas Organizaciones del Sector Comercial en el Estado de Quito - 2017” para establecer el impacto de los controles internos en el desempeño de las pequeñas y medianas organizaciones. en el sector comercial en el estado de Quito - 2017. Los procedimientos utilizados son cuantitativos, científicos y observacionales. Los resultados mostraron que, en Quito, las PYMES que aplican controles internos o tienen interacción directa con los controles internos son las más rentables financieramente. De la misma manera, las PYMES que no aplican controles internos claramente sufren de un desempeño deficiente debido a varios componentes como malentendidos, toma de decisiones inadecuadas, etc. La conclusión es que existe

una alta frecuencia de controles internos en las organizaciones de desempeño del sector comercial del Estado de Quito.

Para Castillo y Hidalgo **(2019)**, el control Interno para Mejorar el Desempeño y Liquidez de Equiservices SA 2019, Universidad de Guayaquil, tiene como principal objetivo la elaboración de un manual de control interno para mejorar el desempeño y liquidez de la empresa Equiservices SA, para lo cual se ha propuesto una auditoría aplicada. Descripción - Redactada con un enfoque cualitativo-cuantitativo, la población de estudio son los empleados de la empresa, una muestra del mundo de 46 empleados; En este estudio se utilizó como procedimiento una encuesta y se elaboraron formularios cerrados. Concluye que se ha demostrado que no existe una guía de control interno que lo permita. Las empresas obtienen un control adecuado y conveniente sobre los costos y gastos más allá de lo que vieron el valor de su uso para la organización que impulsó a los empleados a realizar la funcionalidad mal debido a la falta de métodos y directrices, también se concluyó que es necesario elaborar un manual de control interno de la empresa que establezca políticas que sean Guía para realizar correctamente las operaciones y optimizar continuamente la Productividad y liquidez de la misma, que se ha visto perjudicada.

Por otro lado, Salinas **(2020)**, sin embargo, en su disertación titulada “Control Interno y Optimización de la Gestión de Riesgos en Cooperativa de Ahorro y Crédito Alli Trpuk Ltda, 2018”, la evaluación del control interno es un panorama descriptivo elaborado para una organización sobre temas relevantes como finanzas y gestión, con la objetivo de establecer si los procesos y recursos se siguen utilizando correctamente, a través de la gestión de riesgos, cuya función es detectar, estudiar y actuar sobre los recursos peligrosos. El presente estudio tuvo como objetivo evaluar la optimización del control interno y la gestión de riesgos en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Alli Tarpuk LTDA, 2018, para lo cual se inició identificando el problema de análisis y explicando las metas con precisión en base a disposiciones

teóricas. Se aplicaron las encuestas y el modelo de evaluación del control interno COSO ERM 2017 a quienes tienen relevancia en este tema, con una evaluación de todos los principios y recursos que los caracterizan. Los resultados que revela la cooperativa es que en situaciones recurrentes necesita la mediación de un consejo de regulación y supervisión que se involucre en la parte operativa del caso en el ámbito del crédito, no existe un código de ética, en el ámbito de la estabilidad física y electrónico si no se cuenta con mapa de peligrosidad No se evalúa el clima aliado, por lo que se propone utilizar las recomendaciones recopiladas durante el desarrollo del plan de investigación para ayudar a mitigar los peligros que se manifiestan en cada área de operación.

2.2.2 A nivel Nacional

Según Lea Quispe (2021), La presente investigación, tuvo como objetivo general: Describir la influencia del control interno en la gestión de almacén de las MYPES en el Perú y de la empresa Productores y Comerciantes Asociados S.R.L. – Chimbote, 2019. La metodología usada en la investigación fue de tipo descriptivo, con un diseño no experimental, para el recojo de la información se utilizó un cuestionario aplicado al gerente de la empresa, encontrándose los siguientes resultados: en su mayoría los autores afirmaron que el control interno es una herramienta eficaz para las empresas para identificar los puntos críticos, y así prevenir los riesgos y aumentar las oportunidades para el logro de los objetivos y así mismo establecer políticas de control que permitan obtener una información confiable para la toma de decisiones. Se ha evidenciado que la empresa en estudio no estuvo empleando correctamente los componentes del control interno por lo que no cuenta con un buen Control Interno por ello es necesaria su implementación. Se concluye que la mala gestión de almacén en las MYPES es por la falta de control interno ya que no existe un control que garantice el desarrollo de sus operaciones,

Para Esquivel (2022), el presente estudio abarca los controles internos y la gestión

financiera en la empresa comercial auxiliares de Jesús María en Lima 2022. Por lo tanto, su propósito es establecer la interacción entre el control interno y la gestión financiera. Asimismo, utilizo un diseño transversal no empírico, se aplicó un tipo de investigación correlativa con un enfoque cuantitativo. Los cuestionarios se utilizaron como herramienta para todos los cambios, entonces, ¿qué técnicas de investigación se utilizaron para recopilar los datos? El cuestionario constó de 25 preguntas sobre variables de control interno y 20 preguntas sobre variables de control financiero, similar a la población, tiene 300 asistentes y la muestra tiene 40 asistentes. Por tanto, concluimos que existe una interacción entre el control interno y la gestión financiera, resultando una correlación de Pearson de 0,629.

Por otro lado, para Andrade **(2021)**, El presente informe tiene por objeto determinar cómo incide el control interno en la realización de elecciones en Industrias Fhavel SAC"; y determinar aún más cómo los controles internos afectan su ética y, en última instancia, determinar cómo los tipos de oportunidades afectan su enfoque comercial. El control interno ha sido diseñado como una herramienta para la gestión de cualquier tipo de organización con el fin de obtener una seguridad razonable del cumplimiento de sus fines institucionales y poder informar a sus grupos de interés sobre su gestión. Esta es una gran herramienta contra el fraude contable y los sistemas de control interno (SCI) implementados desde el informe COSO. Sin embargo, las posibilidades pueden ser problemas que deben considerarse en el contexto del control interno, así como la implementación de activadores de control interno en una organización. Por ello, en la toma de decisiones se realiza un juicio óptimo, de ahí su importancia, pues sugiere que la incertidumbre o situación es valorada y vista como profundamente adecuada. De esto se puede concluir que el control interno es perjudicial para la igualdad de las empresas, su ética, la toma de decisiones y la forma en que una organización maneja su trabajo en las empresas.

2.2.3 A Nivel local

Para Ramírez (2021), en su disertación “Sugerencias para Optimizar Componentes Importantes del Control Interno de las Micro y Pequeñas Empresas Nacionales: El Caso de la Empresa Hotelera El Delfín EIRL - Tumbes, 2021” utilizó una metodología cualitativa, no empírica, detallada bibliográfica y de casos. , introducción de herramientas de revisión, herramientas de registro bibliográfico y formularios de números cerrados. Llegó a las siguientes conclusiones: Para el Objetivo Específico 1: Según los autores de los antecedentes analizados, la mayoría de las micro y pequeñas empresas analizadas no cuentan con sistemas de control interno, y el uso de sistemas de control interno conduce a: ser adecuado para ofrecer un mayor desarrollo profesional. Con respecto al objetivo específico 2: Con respecto al cuestionario realizado para Hostal El Delfín EIRL, el logro de resultados puede asegurar que la organización no cuenta con un sistema de controles internos. Por ello, Hostal El Delfín EIRL se propone implementar un sistema de control interno para mejorar el desempeño y administrar la profesión con el fin de lograr un mejor crecimiento en la organización.

Por otro lado, Infante (2020), el presente estudio tiene como objetivo general establecer la prevalencia del control interno como herramienta para la efectividad de la gestión administrativa de las organizaciones camaroneras en Tumbes, 2019. Los resultados del estudio demostraron que existe una correlación significativa, positiva y alta de 81,40%. (Rho de Pearson = 0.814) frente a la cantidad de cambio en el control interno como herramienta de eficiencia y administración en las organizaciones camaroneras de Tumbes, 2019. Los resultados del estudio arrojaron una correlación significativa, positiva y alta de 81.40% (Rho de Pearson = 0.814) debido a cambios en el control interno como herramienta de eficiencia y gestión en las camaroneras de la región. Piscina, 2019.

Según Imán (2023), el presente trabajo de investigación titulado “El control interno

y su prevalencia en la Tesorería de la Municipalidad Distrital de Aguas Verdes, 2018” tuvo como objetivo general determinar la prevalencia del control interno en la tesorería del municipio de Aguas Verdes, periodo 2022. Se utilizó la metodología de encuesta y como herramienta un cuestionario que consta de 42 preguntas para 2 turnos de control interno y gestión de tesorería en un Escala Likert; el mismo que se aplica a la población y muestra que se conformaron 16 trabajadores administrativos de la comuna municipal de Aguas Verdes. Esto muestra que los dos cambios se están moviendo en la misma dirección, lo que significa que cuanto más fuertes sean los controles internos, mejor será el desempeño del Tesoro.

2.3 Glosario de términos / marco conceptual

a. Control

Según Fayol (2022), es un proceso que verifica el desempeño comparándolo con los estándares establecidos. A través de esta definición, se puede notar que es más fácil distinguir la capacidad de control de la operación de control. Lo más importante es que la jerarquía no pierda su capacidad de liderazgo.

b. Control interno:

Es un proyecto en el que la organización instituye principios, procedimientos y métodos que, en coordinación entre sí, prevalece preservar los recursos de la empresa, además de prevenir e identificar fraudes y errores en los diversos procesos que se desarrollan en la organización, en torno al cumplimiento de los objetivos para el tiempo específico fijado (Acosta, 2020).

Riesgo:

Según Martínez (2023), un peligro es una exposición a una situación que puede hacer que uno se enferme o se ponga en peligro.

c. Decisión:

Según una elección es una decisión de actuar frente a una multitud de alternativas (Decisión, 2023).

d. Toma de decisiones

Según Gutierrez (2021), las elecciones son un proceso mediante el cual se elige entre alternativas o formas de resolver diversas situaciones de la vida que tienen la posibilidad de manifestarse en diversos ámbitos.

2.4 Formulación de hipótesis y variables e indicadores**2.4.1 Formulación de la hipótesis*****Hipótesis General***

El control interno influye positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

Hipótesis Específicas

H.E.1. El ambiente de control influye positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

H.E.2 La evaluación del riesgo influye positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

H.E.3 La respuesta al riesgo influencia positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

H.E.4 Las actividades de control influyen positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

H.E.5 La información y comunicación influye positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

H.E.5 El monitoreo influye positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

III. METODOLOGÍA

3.1. Lugar de ejecución.

La presentación se llevó a cabo en el distrito de Tumbes, en el Mercado de abarrotes 8 de Setiembre-Tumbes 2023”.

3.2 Tipo y diseño de la investigación.

Tipo.

Hernández et. al (2015) sugiere que este tipo de investigación descriptiva se debe a que un estudio correlacional tiene como objetivo medir las interacciones que existen entre dos o más variables, así como magnitudes o conceptos.

De acuerdo a lo dicho anteriormente, la investigación fue de tipo descriptiva, porque se basa en datos fidedignos sobre el cambio, pues los datos serán recolectados en el mercado de abarrotes 8 de Setiembre, provenientes de los dueños tanto mujeres como varones (emprendedoras y emprendedores)

Diseño de la investigación.

De acuerdo con el procedimiento predeterminado, se tuvo en cuenta el siguiente diseño de investigación:

- **Cuantitativo:** Sección transversal no experimental, ya que los datos se recolectarán durante un período de tiempo o un período específico para que se puedan inferir cambios, determinantes y consecuencias.
- **Cualitativo:** Construir teoría y estudios de casos.

3.3 Población y muestra.

Población y Muestra

Esta investigación en estudio estuvo conformada por 129 socios del sector comercio; Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, provincia de Tumbes, donde 28 son los socios que se dedican al rubro abarrotes compra y venta de abarrotes.

Para ello, se utilizará un cuestionario, entre otras herramientas de recolección de datos dirigida a los dueños/ representantes legales que inciden en la toma de decisiones de cada puesto, con la finalidad de determinar el Control Interno como medio de influencia en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

3.4 Diseño metodológico: métodos, técnicas e instrumentos, procedimientos de datos.

Métodos

En la presente investigación se utilizó métodos descriptivos y exhaustivos, entre otros métodos que influirán en el desarrollo del trabajo.

- a. **Métodos descriptivos:** recopilar, analizar, resumir, organizar y presentar observaciones. Este enfoque implica recolectar y presentar de manera sistemática los datos para revelar oportunamente las situaciones dadas.
- b. **Métodos analíticos:** su procedimiento de conocimiento identificando inician cada parte que representa la realidad de modo que se puedan establecer relaciones de causalidad entre los elementos que determinan el objeto de investigación.
- c. **Enfoque integrado:** se refiere a que cada uno de ellos puede relacionarse con el conjunto de funciones relacionadas con la pregunta de indagaciones a través de la

interrelación de los métodos de reconocimiento de objetos.

Técnicas e instrumentos.

Para realizar la investigación se utilizó para la recolección de datos la información proporcionada no financiera del mercado de abarrotes 8 de septiembre Andrés Araujo Moran 2023, y para analizar los datos se manejará lo siguiente:

- a. Análisis de la literatura:** La información relevante se obtuvo de la información no financiera proporcionada por los comerciantes del mercado 8 de septiembre Andrés Araujo Moran. En consiguiente por la orientación del administrador general de todo el mercado.
- b. Comprobación de datos:** Para validar los datos, se realizó una validación cruzada de la información no financiera. Asimismo, consideró teorías y resultados obtenidos en otros trabajos de investigación.
- c. Tablas tabuladas por cantidad y porcentajes:** Se tabuló datos seleccionados de diferentes fuentes para obtener información relevante.

3.5 Análisis de Datos.

Para analizar los resultados se utilizó tablas estadísticas e indicadores como Excel y SPSS. Los datos obtenidos de las mediciones y observaciones se registraron en el orden en que fueron recopilados. Los datos se mostraron secuencialmente. Nuevamente, se utilizaron las siguientes tablas o figuras. Finalmente, se consideró para su desarrollo los siguientes pasos:

- a.** Se estableció cada fuente para la recolección de datos.
- b.** Para el tamaño de la población y la muestra se determinó el alcance de los ítems del cuestionario, mediante la muestra considerada para la

investigación.

- c.** La tecnología utilizada para desarrollar las herramientas de recolección de datos se determinó mediante la prueba piloto o base de datos que permitió el procesamiento en el SPSS.
- d.** Se realizó por el responsable de gestión financiera corporativa; las pruebas de validez de contenido de la herramienta
- e.** Los instrumentos utilizados se aplicaron conforme a los criterios establecidos anteriormente.
- f.** Los datos se procesaron y analizaron.
- g.** Mediante el procesamiento estadístico se organizaron los datos.
- h.** Los datos se interpretaron de acuerdo a los resultados obtenidos y las normas Apa.
- i.** Discutir los resultados
- j.** Por último, se realizaron conclusiones y recomendaciones.

3.6 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tema: “Control interno como medio de influencia en la Toma de decisiones de Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023”.

Autora: Br. Elizabeth Sarango Muñoz

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable Independiente: Control interno	Prado (2022), menciona que el control interno es una herramienta de gestión que se utiliza para garantizar una estabilidad razonable y alcanzar las metas trazadas por la organización	El control interno es necesario para cada una de las organizaciones, ya que ayuda a optimizar el proceso en curso, es decir, cada organización debe contar con un sistema de control interno que implemente todos los elementos y sus propiedades de tal manera que permitan un mayor control sobre sus recursos, conllevando al desarrollo de	Ambiente de control	<ul style="list-style-type: none"> - Integridad y valores éticos. - Administración estratégica. - Estructura organizativa. - Administración de los recursos. - Asignación de autoridad y responsabilidad.
			Evaluación del riesgo	<ul style="list-style-type: none"> - Planeamiento de la administración del riesgo. - Valoración de los riesgos.
			Respuesta al riesgo	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de los riesgos potenciales. - Probabilidad e impacto de los riesgos.

		sus dimensiones e indicadores.	Actividades de control	<ul style="list-style-type: none"> - Segregación de funciones. - Evaluación costo-beneficio. - Evaluación del desempeño. - Controles sobre el acceso a los recursos y archivos.
			Información y comunicación	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad y suficiencia de la información. - Comunicación interna. - Comunicación externa.
			Monitoreo	<ul style="list-style-type: none"> - Implantación y seguimiento de medidas correctivas. - Supervisión.
Variable dependiente: Toma de decisiones	Gutierrez (2021), las decisiones son un proceso mediante el cual se elige entre alternativas o formas de resolver diversas situaciones de la vida que tienen la posibilidad de manifestarse en diversos ámbitos	Tal selección es esencial para la vida de los seres humanos. Porque a través de sus elecciones, muestra los caminos profesionales y personales para alcanzar las metas propuestas conllevando al desarrollo de sus dimensiones e indicadores	Calidad de la decisión	<ul style="list-style-type: none"> - Precisión, integridad y consistencia. - Validez, oportunidad y accesibilidad de la información.
			Aspectos motivacionales	<ul style="list-style-type: none"> - Preferencias, expectativas y aspiraciones del decisor. - Intereses, satisfacción y seguridad del decisor.
			Modelo de decisión	<ul style="list-style-type: none"> - Modelo racional limitado. - Modelo racional político.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados de la investigación.

4.1.1 De acuerdo a la variable independiente Control Interno:

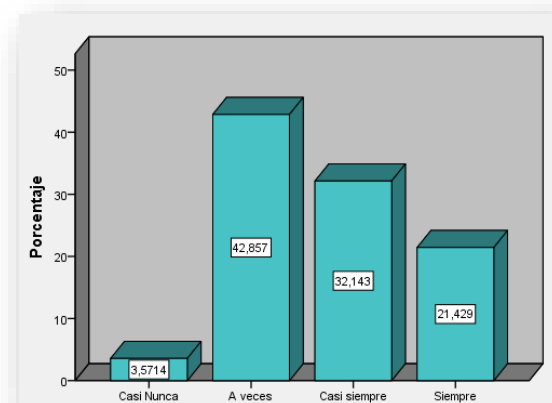
4.1.1.1 Dimensión Ambiente de Control.

Tabla 1: ¿Los trabajadores cumplen con las políticas, procedimientos y objetivos propuestos para su negocio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi Nunca	1	3,6	3,6	3,6
	A veces	12	42,9	42,9	46,4
	Casi siempre	9	32,1	32,1	78,6
	Siempre	6	21,4	21,4	100,0
	Total		28	100,0	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 1: ¿Los trabajadores cumplen con las políticas, procedimientos y objetivos propuestos para su negocio?



Interpretación: De acuerdo a la Tabla 01 y Grafica 01 del 100% de los encuestados, el 42.86% afirma que a veces los trabajadores cumplen con las políticas, procedimientos y

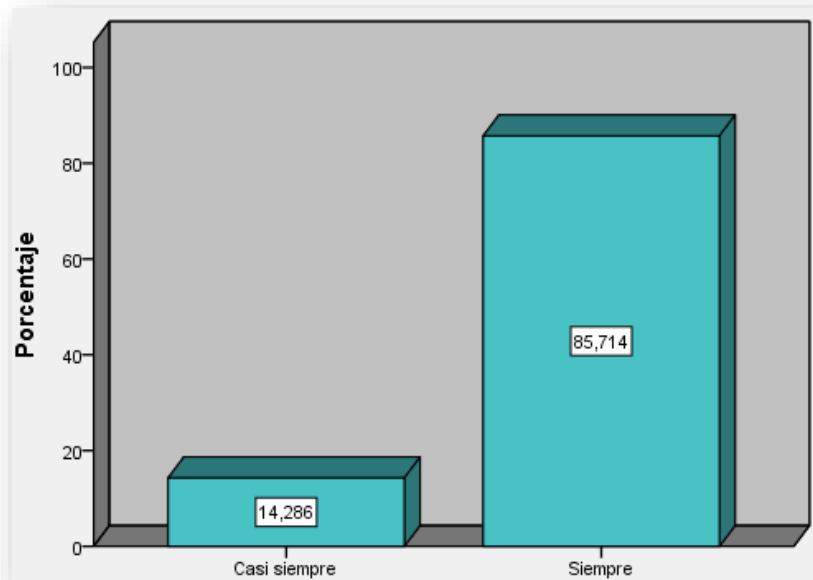
objetivos propuestos para el negocio, asimismo el 32.14% casi siempre, ante ello el 21.43% siempre; Por otro lado, el 3.6% casi nunca.

Tabla 2: ¿Usted como dueño y/o gerente comunica claramente a sus trabajadores acerca de la misión, valores y principios que se deben de cumplir?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi siempre	4	14,3	14,3	14,3
	Siempre	24	85,7	85,7	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 2: ¿Usted como dueño y/o gerente comunica claramente a sus trabajadores acerca de la misión, valores y principios que se deben de cumplir?



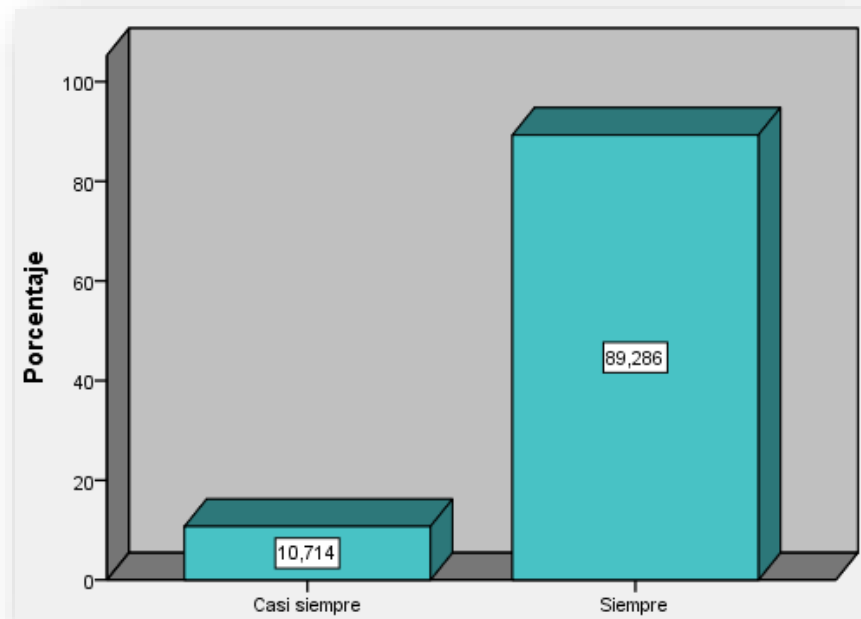
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 02 y Grafica 02 del 100% de los encuestados, el 85.71% afirma que siempre usted como dueño y/o gerente comunica claramente a sus trabajadores acerca de la misión, valores y principios que se deben de cumplir, asimismo el 14.29% casi siempre.

Tabla 3: ¿El negocio de abarrotes muestra interés por la integridad y los valores éticos de su personal?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi siempre	3	10,7	10,7	10,7
	Siempre	25	89,3	89,3	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 3: ¿El negocio de abarrotes muestra interés por la integridad y los valores éticos de su personal?



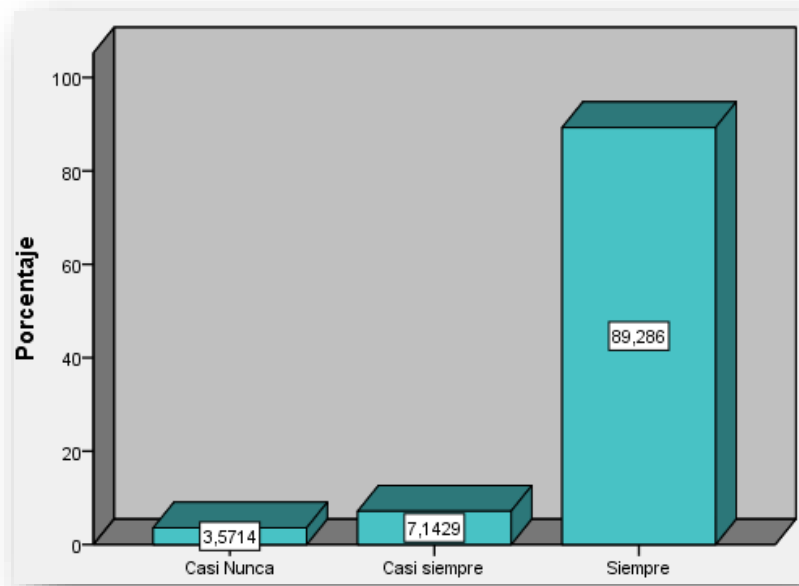
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 03 y Grafica 03 del 100% de los encuestados, el 89.29% afirma que siempre el negocio de abarrotes muestra interés por la integridad y los valores éticos de su personal, asimismo el 10.71% casi siempre.

Tabla 4: ¿El personal del puesto de abarrotes practica los valores éticos al momento de desarrollar sus actividades dentro del negocio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi Nunca	1	3,6	3,6	3,6
	Casi siempre	2	7,1	7,1	10,7
	Siempre	25	89,3	89,3	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 4: ¿El personal del puesto de abarrotes practica los valores éticos al momento de desarrollar sus actividades dentro del negocio?



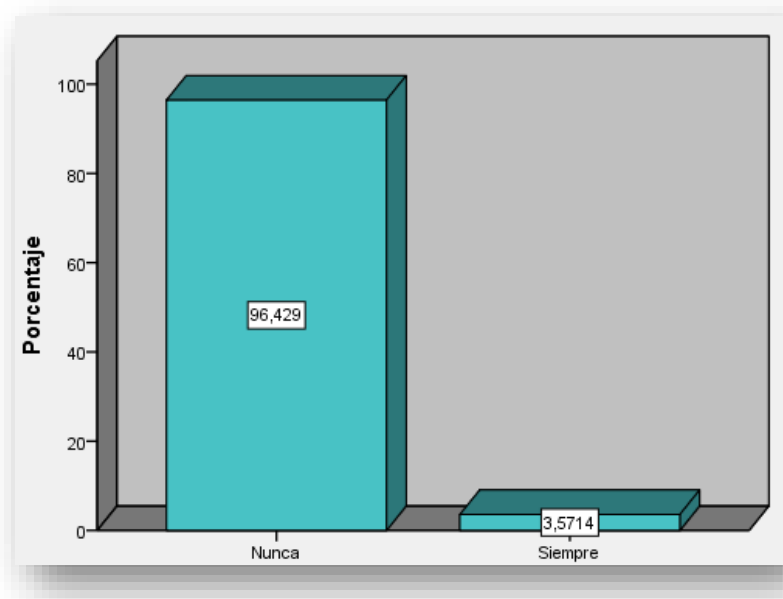
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 04 y Grafica 04 del 100% de los encuestados, el 89.29% afirma que siempre el personal del puesto de abarrotes practica los valores éticos al momento de desarrollar sus actividades dentro del negocio, asimismo el 7.14% casi siempre; Por otro lado, el 3.57% casi nunca.

Tabla 5: ¿El negocio cuenta con una estructura orgánica, con responsabilidad claramente definidas para todos los colaboradores que la integra?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	27	96,4	96,4	96,4
	Siempre	1	3,6	3,6	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 5: ¿El negocio cuenta con una estructura orgánica, con responsabilidad claramente definidas para todos los colaboradores que la integra?



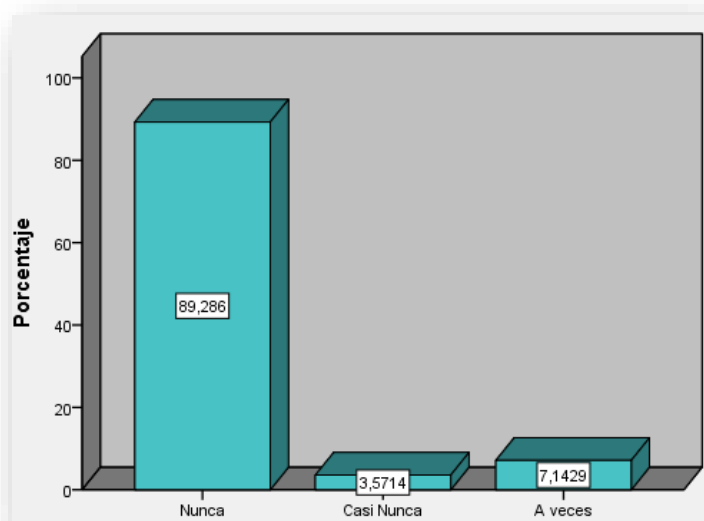
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 05 y Grafica 05 del 100% de los encuestados, el 96.43% afirma que nunca el negocio cuenta con una estructura orgánica, con responsabilidad claramente definidas para todos los colaboradores que la integra, asimismo el 3.57% siempre.

Tabla 6: ¿Cuenta el negocio con un programa de capacitación que mejora la competencia del personal?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	25	89,3	89,3	89,3
	Casi Nunca	1	3,6	3,6	92,9
	A veces	2	7,1	7,1	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 6: ¿Cuenta el negocio con un programa de capacitación que mejora la competencia del personal?



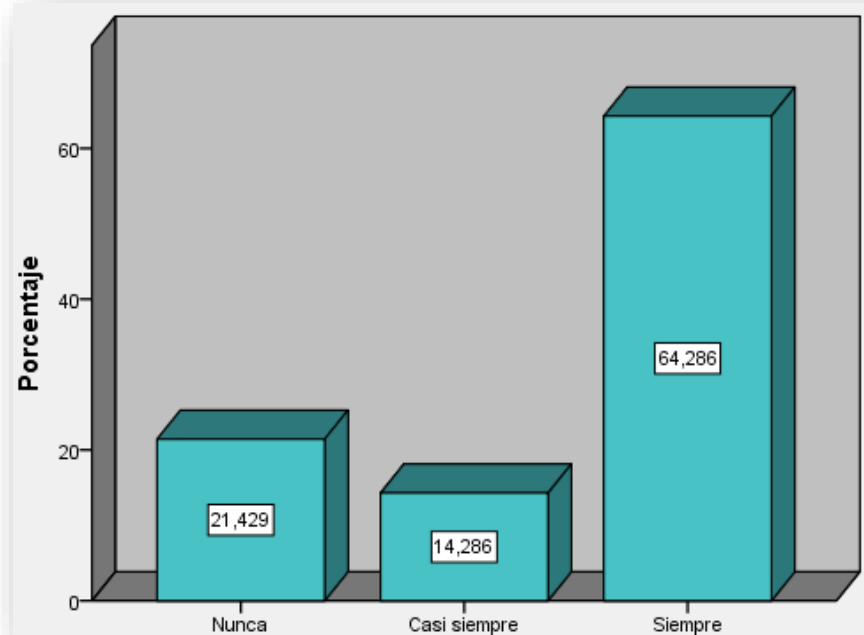
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 06 y Grafica 06 del 100% de los encuestados, el 89.27% afirma que nunca cuenta el negocio con un programa de capacitación que mejora la competencia del personal, asimismo el 7.14% a veces; Por otro lado, el 3.57% casi nunca.

Tabla 7: ¿Está claramente definida la asignación de responsabilidades?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	6	21,4	21,4	21,4
	Casi siempre	4	14,3	14,3	35,7
	Siempre	18	64,3	64,3	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 7: ¿Está claramente definida la asignación de responsabilidades?



Interpretación: De acuerdo a la Tabla 07 y Grafica 07 del 100% de los encuestados, el 64.29% afirma que siempre está claramente definida la asignación de responsabilidades, asimismo el 21.43% nunca; Por otro lado, el 14.29% casi siempre.

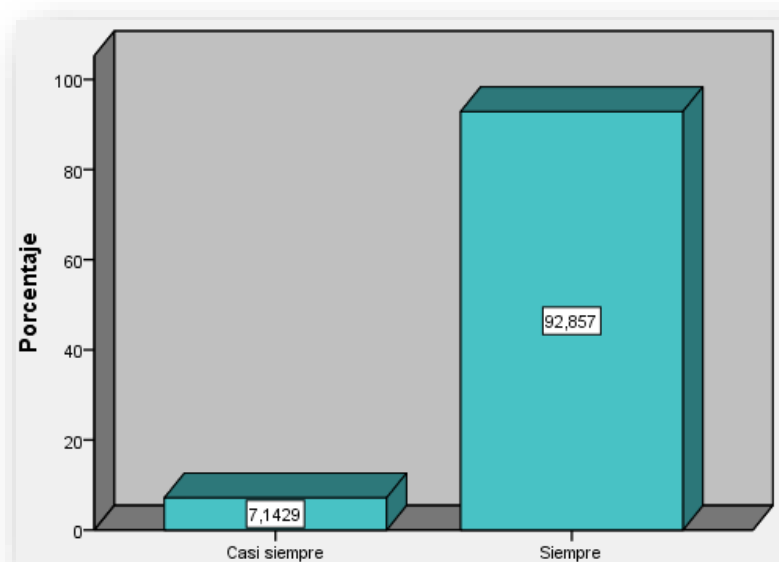
4.1.1.2 Evaluación del riesgo.

Tabla 8: ¿En el negocio se identifica a tiempo riesgos internos y externos que amenazan los objetivo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi siempre	2	7,1	7,1	7,1
	Siempre	26	92,9	92,9	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 8: ¿En el negocio se identifica a tiempo riesgos internos y externos que amenazan los objetivo?



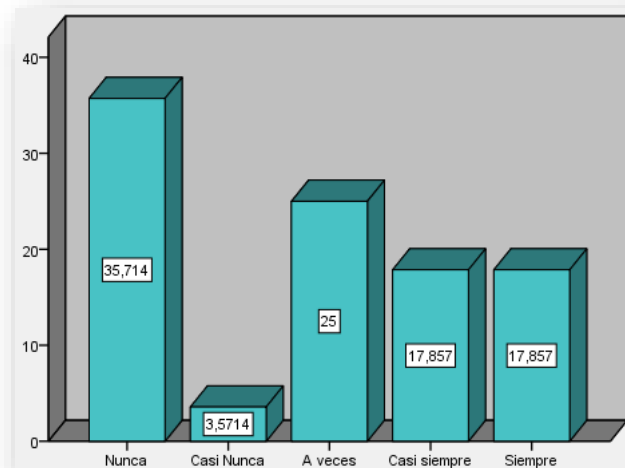
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 08 y Grafica 08 del 100% de los encuestados, el 92.86% afirma que siempre en el negocio se identifica a tiempo riesgos internos y externos que amenazan los objetivo, asimismo el 7.14% casi siempre.

Tabla 9: ¿En el negocio se evalúa periódicamente el desempeño del personal al realizar sus actividades?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	10	35,7	35,7	35,7
	Casi Nunca	1	3,6	3,6	39,3
	A veces	7	25,0	25,0	64,3
	Casi siempre	5	17,9	17,9	82,1
	Siempre	5	17,9	17,9	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 9: ¿En el negocio se evalúa periódicamente el desempeño del personal al realizar sus actividades?



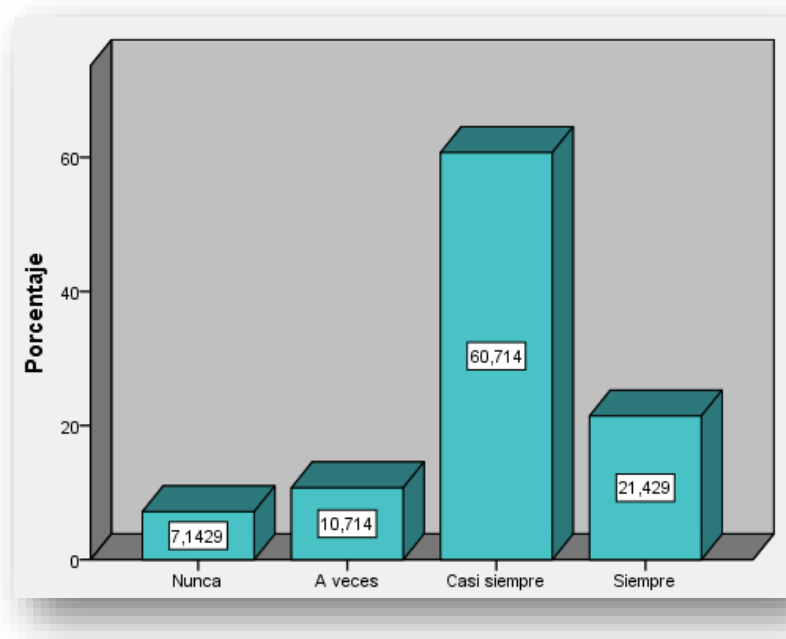
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 09 y Grafica 09 del 100% de los encuestados, el 35.71% afirma que nunca en el negocio se evalúa periódicamente el desempeño del personal al realizar sus actividades, asimismo el 25% a veces; Por otro lado, el 17.86% casi siempre, 17.86 siempre y 3.57 casi nunca.

Tabla 10: ¿Se evalúa los riesgos identificados durante todo el proceso de la actividad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	2	7,1	7,1	7,1
	A veces	3	10,7	10,7	17,9
	Casi siempre	17	60,7	60,7	78,6
	Siempre	6	21,4	21,4	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 10: ¿Se evalúa los riesgos identificados durante todo el proceso de la actividad?



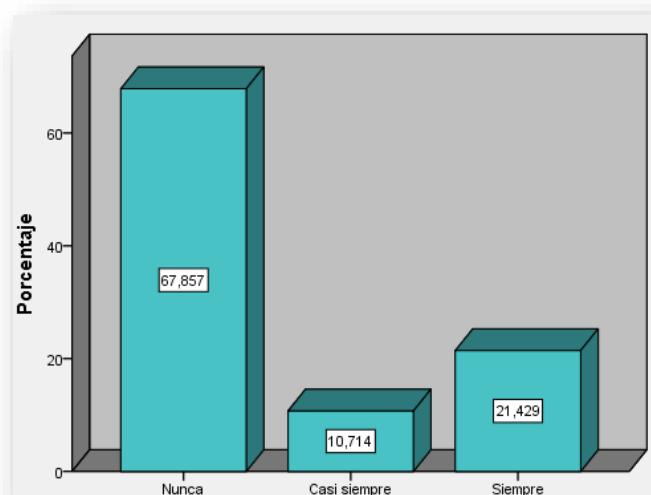
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 10 y Grafica 10 del 100% de los encuestados, el 60.71% afirma que casi siempre se evalúa los riesgos identificados durante todo el proceso de la actividad, asimismo el 21.43% siempre; Por otro lado, el 10.71% a veces y el 7.14 nunca.

Tabla 11: ¿El negocio cuenta con un sistema que registre los ingresos y egresos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	19	67,9	67,9	67,9
	Casi siempre	3	10,7	10,7	78,6
	Siempre	6	21,4	21,4	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 11: ¿El negocio cuenta con un sistema que registre los ingresos y egresos?



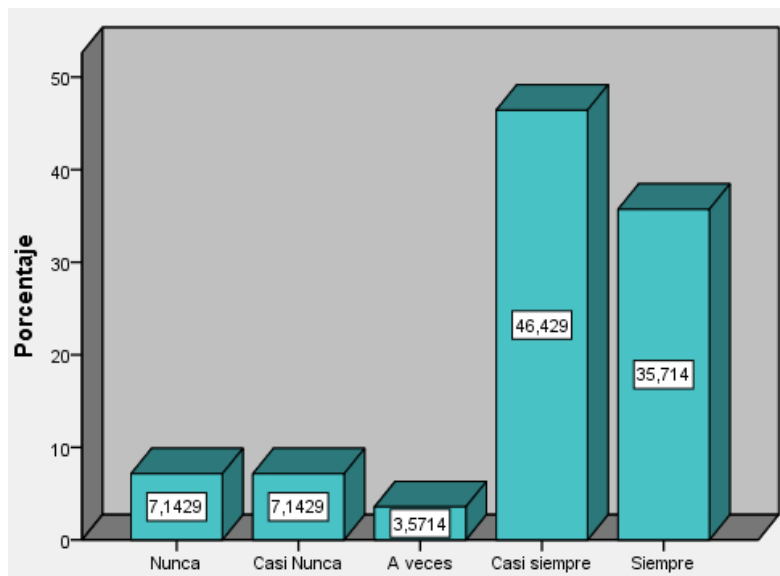
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 11 y Grafica 11 del 100% de los encuestados, el 67.86% afirma que nunca el negocio cuenta con un sistema que registre los ingresos y egresos, asimismo el 21.43% siempre; Por otro lado, el 10.71% casi siempre.

Tabla 12: ¿Se realiza un proceso de seguimiento a las acciones tomadas para reducir riesgo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	2	7,1	7,1	7,1
	Casi Nunca	2	7,1	7,1	14,3
	A veces	1	3,6	3,6	17,9
	Casi siempre	13	46,4	46,4	64,3
	Siempre	10	35,7	35,7	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 12: ¿Se realiza un proceso de seguimiento a las acciones tomadas para reducir riesgo?



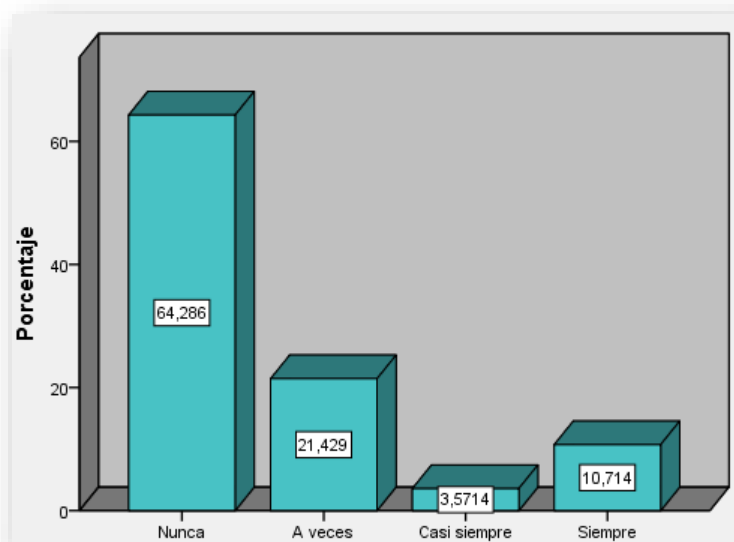
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 12 y Grafica 12 del 100% de los encuestados, el 46.43% afirma que casi siempre se realiza un proceso de seguimiento a las acciones tomadas para reducir riesgo, asimismo el 35.71% siempre; Por otro lado, el 7.14% casi nunca, el 7.14 nunca y 3,5 a veces.

Tabla 13: ¿Se motiva al personal con un bono para que de alguna manera reducir el riesgo de fraude?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	18	64,3	64,3	64,3
	A veces	6	21,4	21,4	85,7
	Casi siempre	1	3,6	3,6	89,3
	Siempre	3	10,7	10,7	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 13: ¿Se motiva al personal con un bono para que de alguna manera reducir el riesgo de fraude?



Interpretación: De acuerdo a la Tabla 13 y Grafica 13 del 100% de los encuestados, el 64.29% afirma que nunca se motiva al personal con un bono para que de alguna manera reducir el riesgo de fraude, asimismo el 21.43% a veces; Por otro lado, el 10.71% siempre y el 3.57 casi siempre.

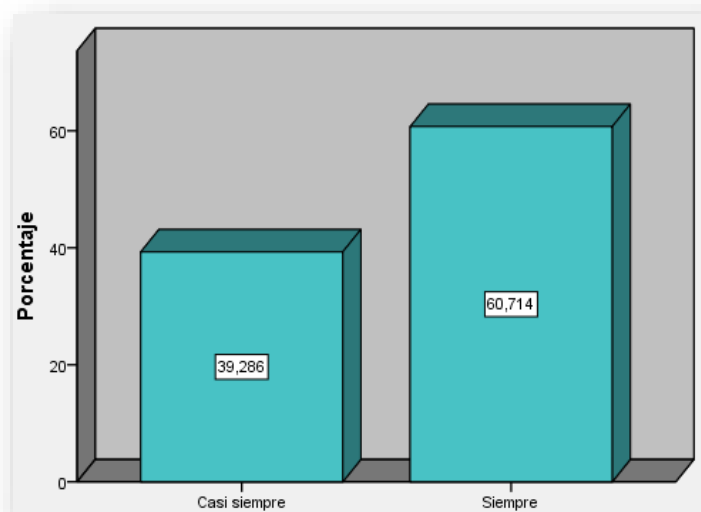
4.1.1.3 Respuesta al Riesgo.

Tabla 14: ¿Se toma acciones efectivas a los problemas de vencimiento o deterioro de los productos para la venta?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi siempre	11	39,3	39,3	39,3
	Siempre	17	60,7	60,7	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 14: ¿Se toma acciones efectivas a los problemas de vencimiento o deterioro de los productos para la venta?



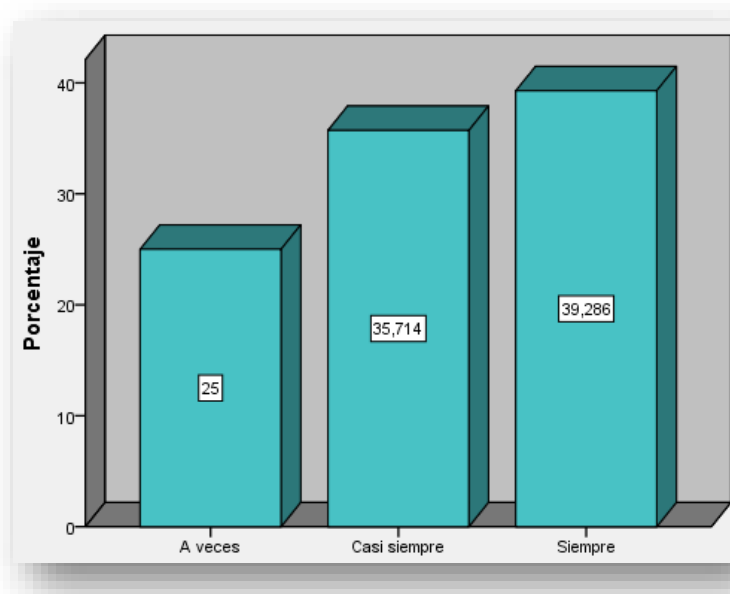
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 14 y Grafica 14 del 100% de los encuestados, el 60.71% afirma que siempre se toma acciones efectivas a los problemas de vencimiento o deterioro de los productos para la venta, asimismo el 39.29% casi siempre.

Tabla 15: ¿Sus riesgos identificados en su negocio son eliminados al 100%?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	7	25,0	25,0	25,0
	Casi siempre	10	35,7	35,7	60,7
	Siempre	11	39,3	39,3	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 15: ¿Sus riesgos identificados en su negocio son eliminados al 100%?



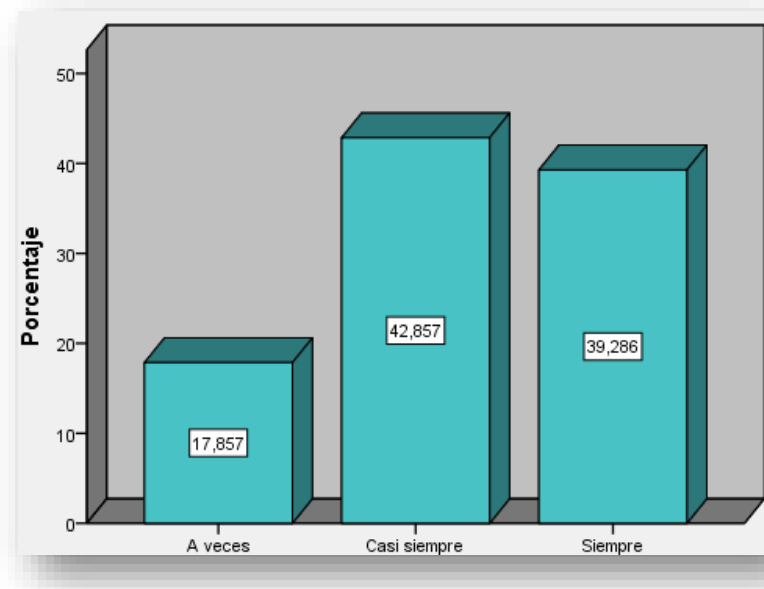
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 15 y Grafica 15 del 100% de los encuestados, el 39.29% afirma que siempre sus riesgos identificados en su negocio son eliminados al 100%, asimismo el 35.71% casi siempre; Por otro lado, el 25% a veces.

Tabla 16: ¿En el negocio se le da solución a los riesgos internos y externos identificados que amenazan los objetivo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	5	17,9	17,9	17,9
	Casi siempre	12	42,9	42,9	60,7
	Siempre	11	39,3	39,3	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 16: ¿En el negocio se le da solución a los riesgos internos y externos identificados que amenazan los objetivo?



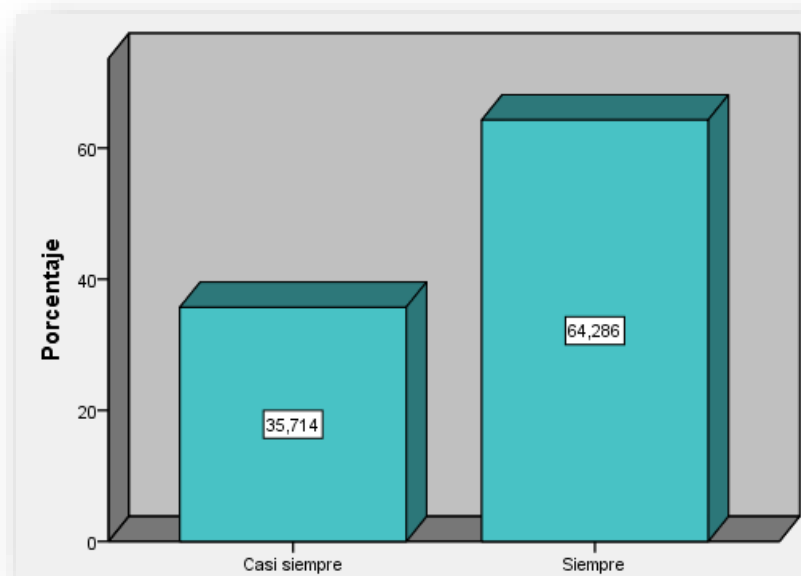
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 16 y Grafica 16 del 100% de los encuestados, el 42.86% afirma que casi siempre en el negocio se le da solución a los riesgos internos y externos identificados que amenazan los objetivo, asimismo el 39.29% siempre; Por otro lado, el 17.86% a veces.

Tabla 17: ¿La mejor manera que usted ejecuta es aplicar el criterio que a mayor riesgo más rentabilidad y menor liquidez?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi siempre	10	35,7	35,7	35,7
	Siempre	18	64,3	64,3	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023

Gráfico 17: ¿La mejor manera que usted ejecuta es aplicar el criterio que a mayor riesgo más rentabilidad y menor liquidez?



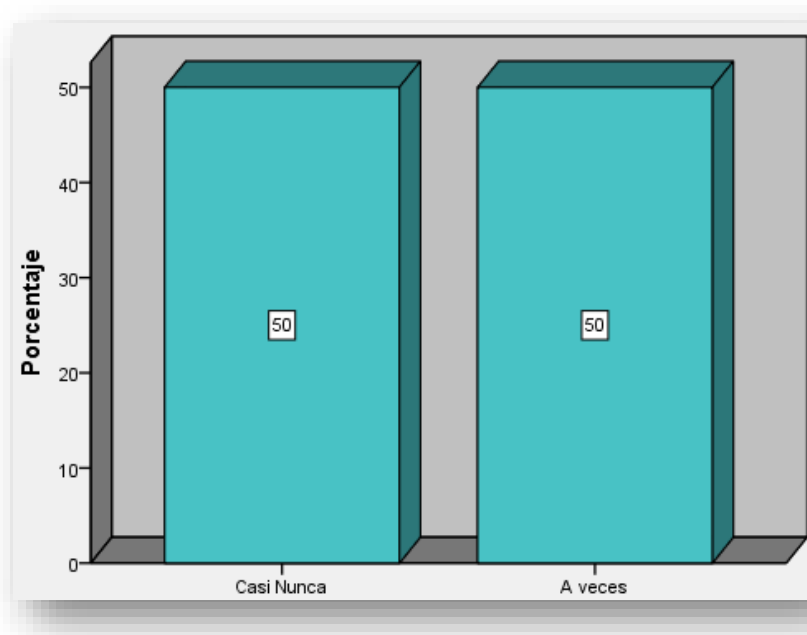
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 17 y Grafica 17 del 100% de los encuestados, el 64.29% afirma que siempre la mejor manera que usted ejecuta es aplicar el criterio que a mayor riesgo más rentabilidad y menor liquidez, asimismo el 35.71% casi siempre.

Tabla 18: ¿La mejor manera que usted ejecuta es aplicar el criterio que a menor riesgo mayor liquidez y menor rentabilidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi Nunca	14	50,0	50,0	50,0
	A veces	14	50,0	50,0	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 18: ¿La mejor manera que usted ejecuta es aplicar el criterio que a menor riesgo mayor liquidez y menor rentabilidad?



Interpretación: De acuerdo a la Tabla 18 y Grafica 18 del 100% de los encuestados, el 50% afirma que casi nunca la mejor manera que usted ejecuta es aplicar el criterio que a menor riesgo mayor liquidez y menor rentabilidad, asimismo el 50% a veces.

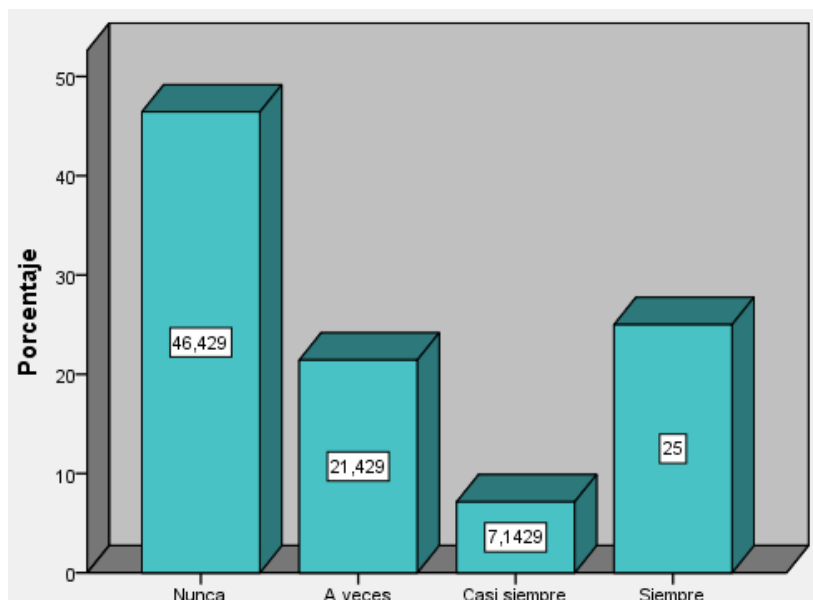
4.1.1.4 Actividades de control

Tabla 19: ¿Existen procedimientos de autorización y aprobación dentro de las áreas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	13	46,4	46,4	46,4
	A veces	6	21,4	21,4	67,9
	Casi siempre	2	7,1	7,1	75,0
	Siempre	7	25,0	25,0	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 19: ¿Existen procedimientos de autorización y aprobación dentro de las áreas?



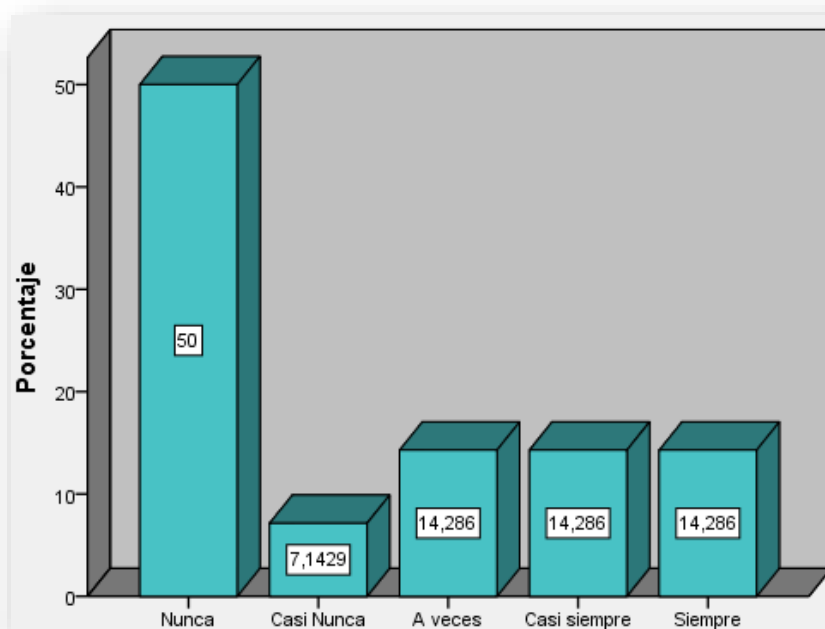
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 19 y Grafica 19 del 100% de los encuestados, el 46.43% afirma que nunca existen procedimientos de autorización y aprobación dentro de las áreas, asimismo el 25% siempre; Por otro lado, el 21.43% a veces y el 7.14 casi siempre.

Tabla 20: ¿Existe segregación de funciones y responsabilidades en su negocio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	14	50,0	50,0	50,0
	Casi Nunca	2	7,1	7,1	57,1
	A veces	4	14,3	14,3	71,4
	Casi siempre	4	14,3	14,3	85,7
	Siempre	4	14,3	14,3	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 20: ¿Existe segregación de funciones y responsabilidades en su negocio?



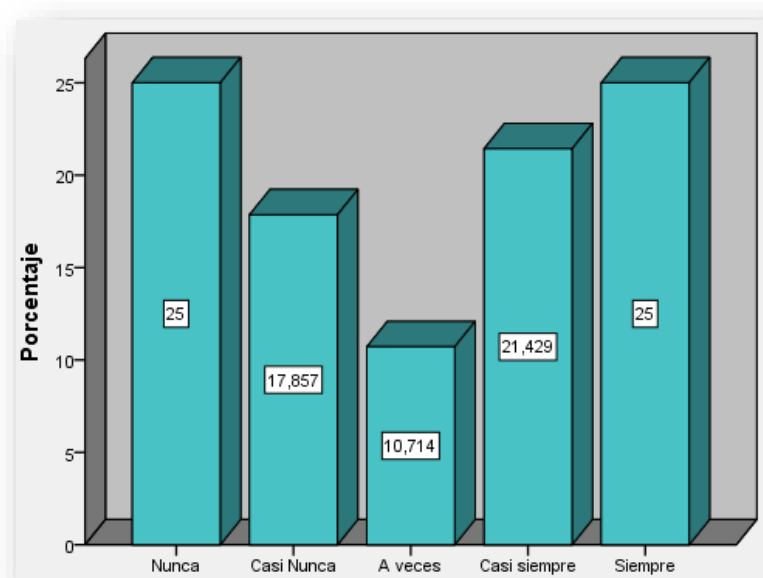
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 20 y Grafica 20 del 100% de los encuestados, el 50% afirma que nunca existe segregación de funciones y responsabilidades en su negocio, asimismo el 14.29% a veces; Por otro lado, el 14.29% casi siempre, el 14.29 siempre y el 7,14 casi nunca.

Tabla 21: ¿Se realizan arqueo de caja, verificaciones y conciliaciones de las cuentas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	7	25,0	25,0	25,0
	Casi Nunca	5	17,9	17,9	42,9
	A veces	3	10,7	10,7	53,6
	Casi siempre	6	21,4	21,4	75,0
	Siempre	7	25,0	25,0	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 21: ¿Se realizan arqueo de caja, verificaciones y conciliaciones de las cuentas?



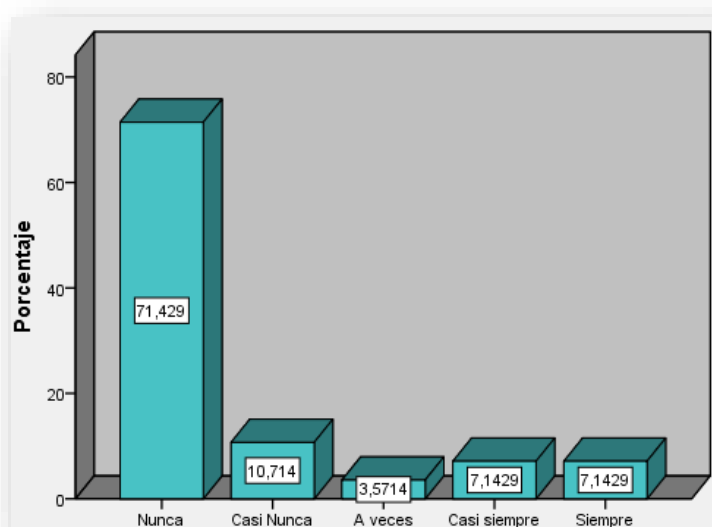
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 21 y Grafica 21 del 100% de los encuestados, el 25% afirma que nunca se realizan arqueo de caja, verificaciones y conciliaciones de las cuentas, asimismo el 25% siempre; Por otro lado, el 21.43% casi siempre, el 17.86 casi nunca y el 10.71 a veces.

Tabla 22: ¿Existe un procedimiento acerca del cumplimiento de la política que usted viene trabajando?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	20	71,4	71,4	71,4
	Casi Nunca	3	10,7	10,7	82,1
	A veces	1	3,6	3,6	85,7
	Casi siempre	2	7,1	7,1	92,9
	Siempre	2	7,1	7,1	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 22: ¿Existe un procedimiento acerca del cumplimiento de la política que usted viene trabajando?



Interpretación: De acuerdo a la Tabla 22 y Grafica 22 del 100% de los encuestados, el 71.43% afirma que nunca existe un procedimiento acerca del cumplimiento de la política que usted viene trabajando, asimismo el 10.71% casi nunca; Por otro lado, el 7.14% casi siempre, el 7.14 siempre y el 3.57 a veces.

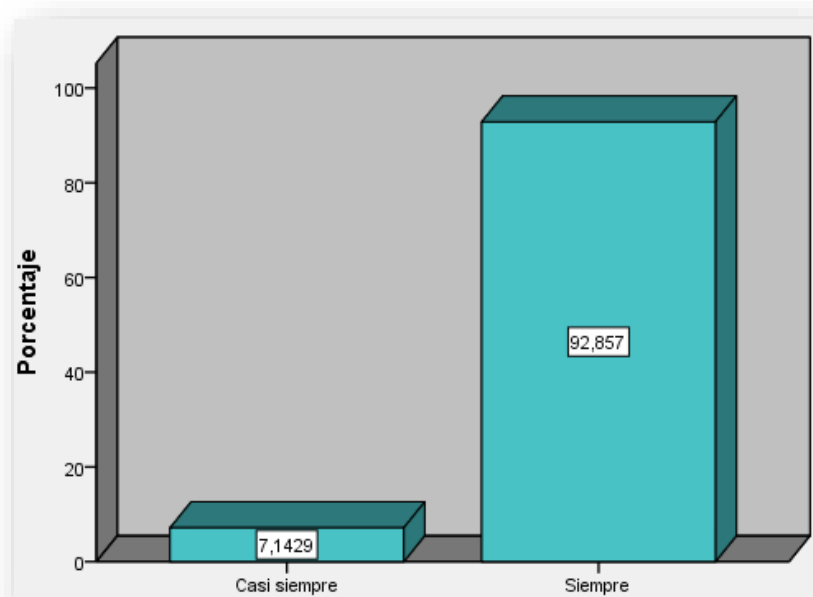
4.1.1.5 Información y comunicación

Tabla 23: ¿El personal administrativo y contable conoce la misión, visión y los objetivos propuestos de su negocio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi siempre	2	7,1	7,1	7,1
	Siempre	26	92,9	92,9	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 23: ¿El personal administrativo y contable conoce la misión, visión y los objetivos propuestos de su negocio?



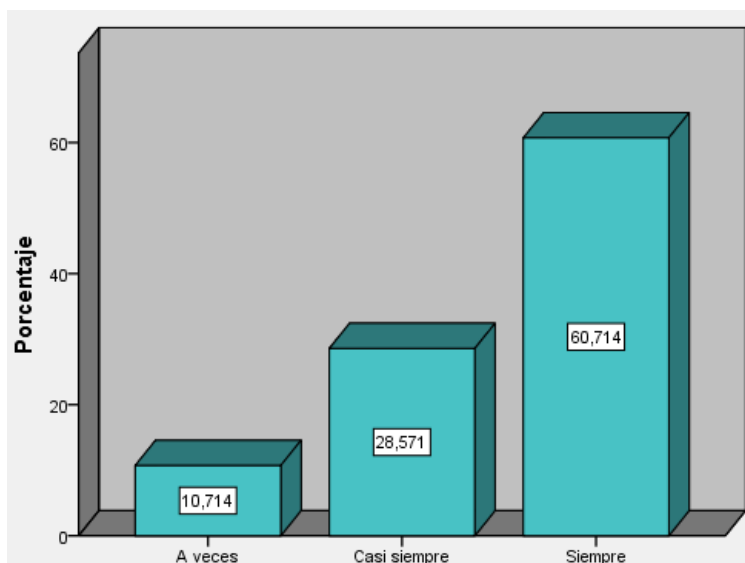
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 23 y Grafica 23 del 100% de los encuestados, el 92.86% afirma que siempre el personal administrativo y contable conoce la misión, visión y los objetivos propuestos de su negocio, asimismo el 7.14% casi siempre.

Tabla 24: ¿Los sistemas de información ayudan en la toma de decisiones?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	3	10,7	10,7	10,7
	Casi siempre	8	28,6	28,6	39,3
	Siempre	17	60,7	60,7	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 24: ¿Los sistemas de información ayudan en la toma de decisiones?



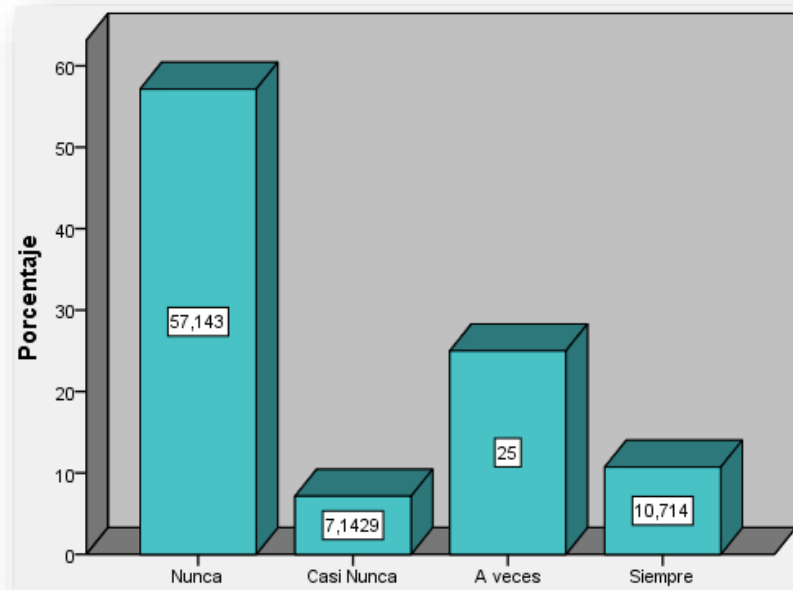
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 24 y Grafica 24 del 100% de los encuestados, el 60.71% afirma que siempre los sistemas de información ayudan en la toma de decisiones, asimismo el 28.57% casi siempre; Por otro lado, el 10.71% a veces.

Tabla 25: ¿Su negocio maneja un sistema para el control de sus activos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	16	57,1	57,1	57,1
	Casi Nunca	2	7,1	7,1	64,3
	A veces	7	25,0	25,0	89,3
	Siempre	3	10,7	10,7	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 25: ¿Su negocio maneja un sistema para el control de sus activos?



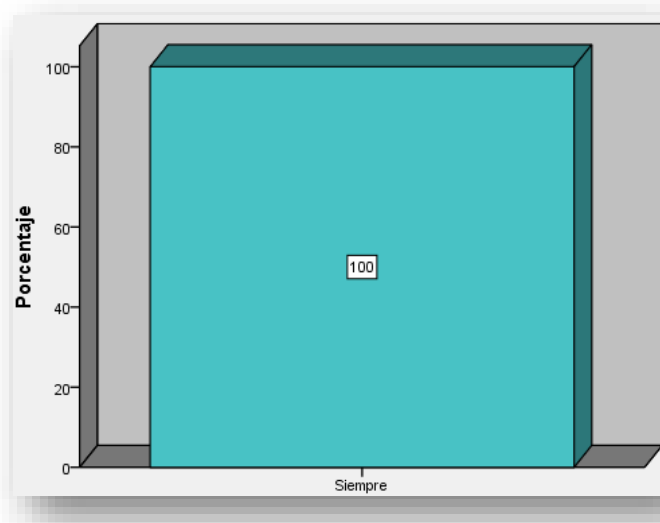
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 25 y Grafica 25 del 100% de los encuestados, el 57.14% afirma que nunca su negocio maneja un sistema para el control de sus activos, asimismo el 25% a veces; Por otro lado, el 10.71% siempre y el 7.14 casi nunca.

Tabla 26: ¿La comunicación con sus trabajadores es rápida y oportuna?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	28	100,0	100,0	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 26: ¿La comunicación con sus trabajadores es rápida y oportuna?



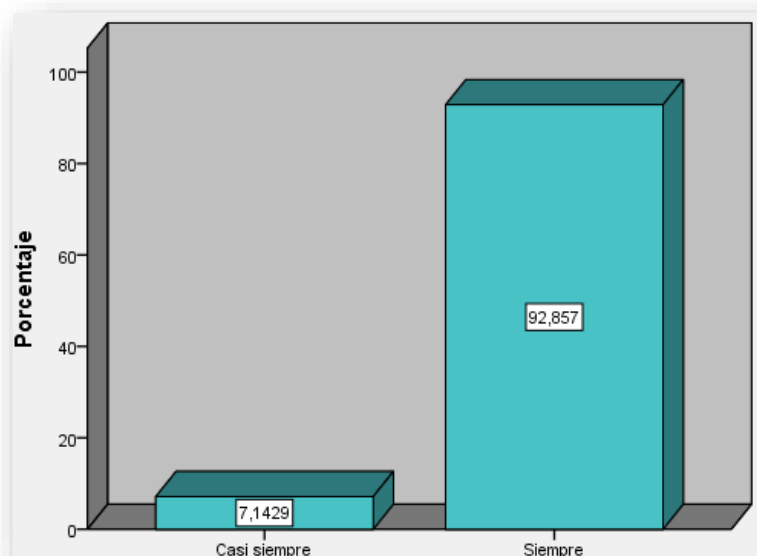
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 26 y Grafica 26 del 100% de los encuestados, el 100% afirman que siempre la comunicación con sus trabajadores es rápida y oportuna.

Tabla 27: ¿Existe una comunicación eficaz con clientes y proveedores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi siempre	2	7,1	7,1	7,1
	Siempre	26	92,9	92,9	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 27: ¿Existe una comunicación eficaz con clientes y proveedores?



Interpretación: De acuerdo a la Tabla 27 y Grafica 27 del 100% de los encuestados, el 92.86% afirma que siempre existe una comunicación eficaz con clientes y proveedores, asimismo el 7.14% casi siempre.

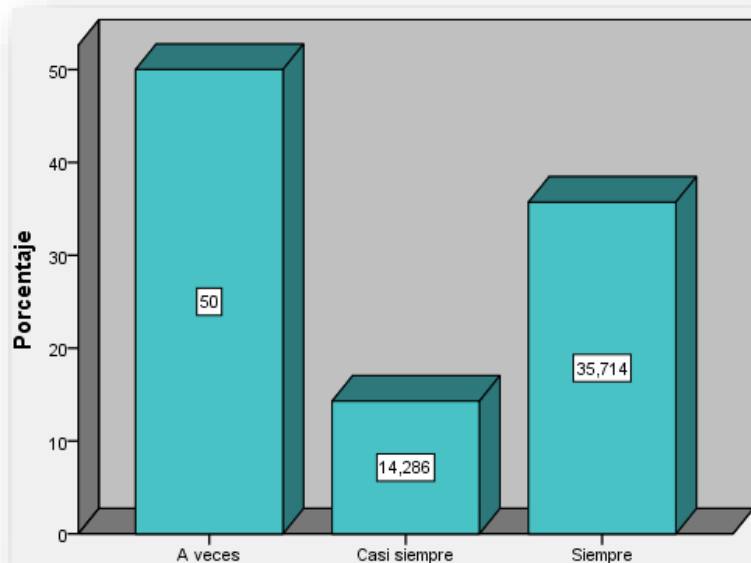
4.1.1.6 Monitoreo

Tabla 28: ¿Realiza un monitoreo continuo a sus colaboradores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	14	50,0	50,0	50,0
	Casi siempre	4	14,3	14,3	64,3
	Siempre	10	35,7	35,7	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 28: ¿Realiza un monitoreo continuo a sus colaboradores?



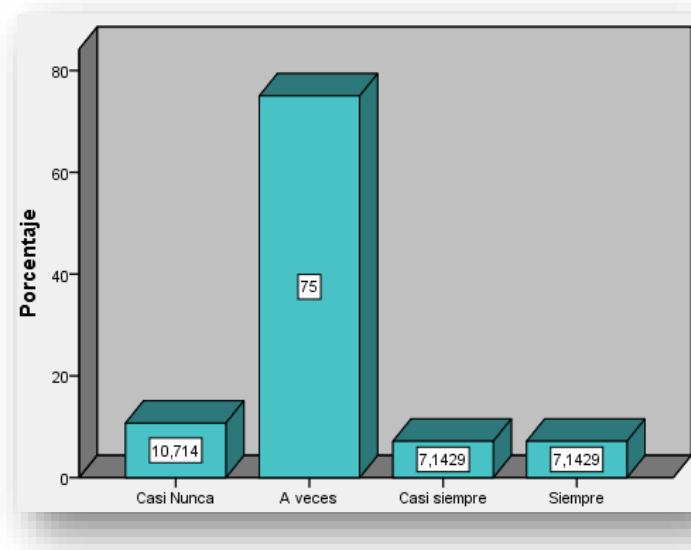
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 28 y Grafica 28 del 100% de los encuestados, el 50% afirma que a veces realiza un monitoreo continuo a sus colaboradores, asimismo el 35.71% siempre; Por otro lado, el 14.29% casi siempre.

Tabla 29: ¿Se considera la comunicación de terceros para corroborar la información generada internamente? Por ejemplo, reclamos de proveedores y clientes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi Nunca	3	10,7	10,7	10,7
	A veces	21	75,0	75,0	85,7
	Casi siempre	2	7,1	7,1	92,9
	Siempre	2	7,1	7,1	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 29: ¿Se considera la comunicación de terceros para corroborar la información generada internamente? Por ejemplo, reclamos de proveedores y clientes.



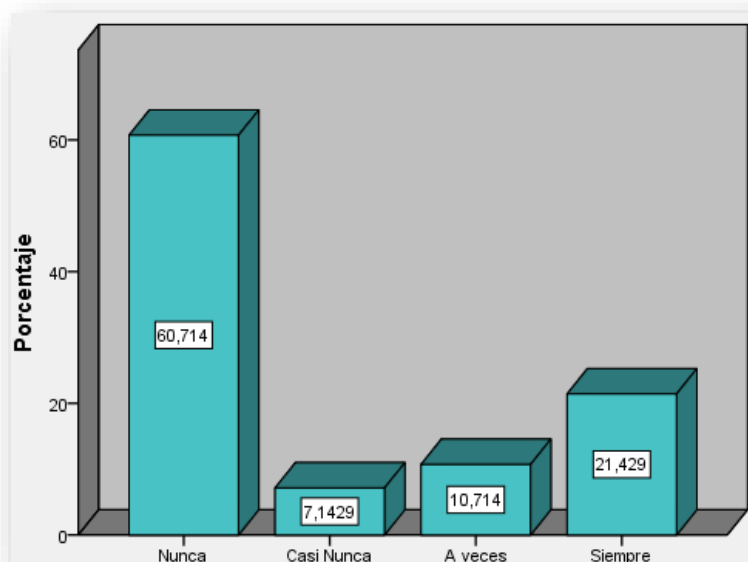
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 29 y Grafica 29 del 100% de los encuestados, el 75% afirma que a veces se considera la comunicación de terceros para corroborar la información generada internamente, Por ejemplo, reclamos de proveedores y clientes, asimismo el 10% casi nunca; Por otro lado, el 7.14% casi siempre y el 7.14 siempre.

Tabla 30: ¿Se realiza evaluaciones de rendimiento al personal?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	17	60,7	60,7	60,7
	Casi Nunca	2	7,1	7,1	67,9
	A veces	3	10,7	10,7	78,6
	Siempre	6	21,4	21,4	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 30: ¿Se realiza evaluaciones de rendimiento al personal?



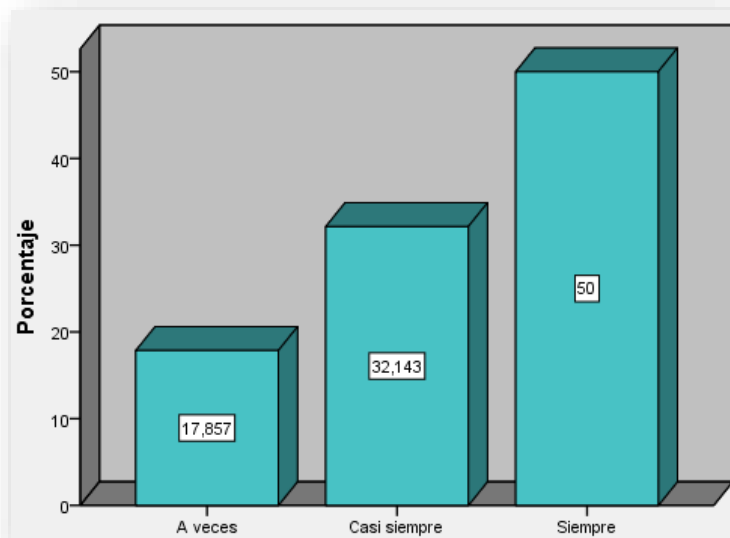
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 30 y Grafica 30 del 100% de los encuestados, el 60.71% afirma que nunca se realiza evaluaciones de rendimiento al personal, asimismo el 21.43% siempre; Por otro lado, el 10.71% a veces y el 7.14 casi nunca.

Tabla 31: ¿Si le comunican oportunamente los hallazgos encontrados para remediarlos o mejorarlos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	5	17,9	17,9	17,9
	Casi siempre	9	32,1	32,1	50,0
	Siempre	14	50,0	50,0	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 31: ¿Si le comunican oportunamente los hallazgos encontrados para remediarlos o mejorarlos?



Interpretación: De acuerdo a la Tabla 31 y Grafica 31 del 100% de los encuestados, el 50% afirma que siempre si le comunican oportunamente los hallazgos encontrados para remediarlos o mejorarlos, asimismo el 32.14% casi siempre; Por otro lado, el 17.86% a veces.

4.1.2 Según la variable Dependiente: Toma de Decisiones

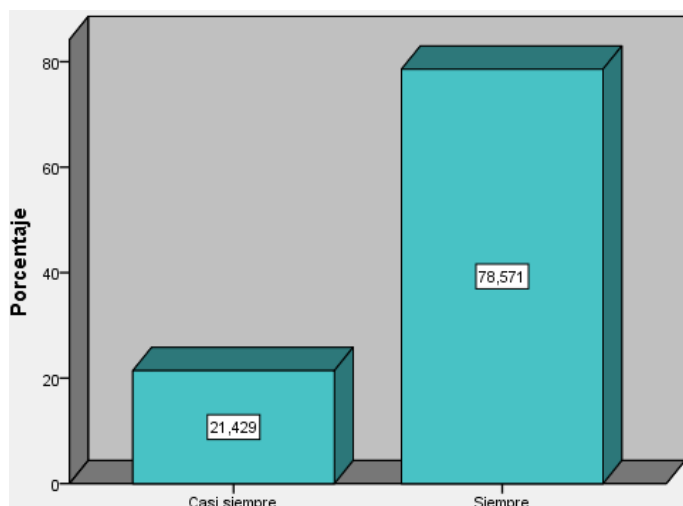
4.1.2.1 Calidad de la Decisión

Tabla 32: ¿Sus decisiones son tomadas en el momento adecuado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi siempre	6	21,4	21,4	21,4
	Siempre	22	78,6	78,6	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 32: ¿Sus decisiones son tomadas en el momento adecuado?



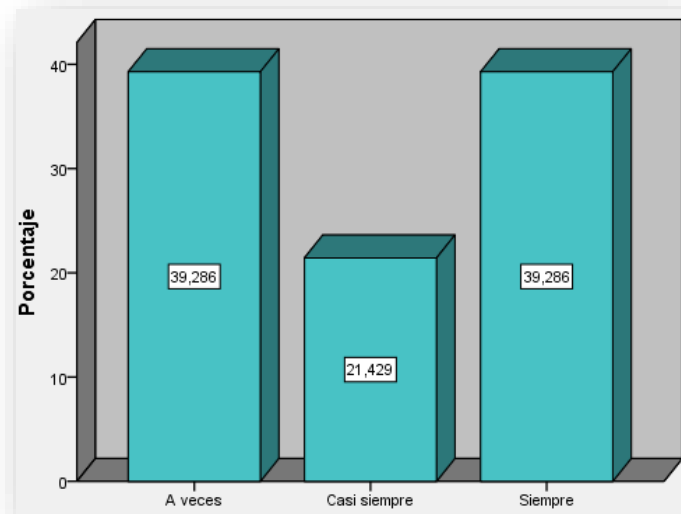
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 32 y Grafica 32 del 100% de los encuestados, el 78.57% afirma que siempre sus decisiones son tomadas en el momento adecuado; asimismo el 21.43% casi siempre.

Tabla 33: ¿Sus decisiones en la empresa han generado buenos resultados?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	11	39,3	39,3	39,3
	Casi siempre	6	21,4	21,4	60,7
	Siempre	11	39,3	39,3	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 33: ¿Sus decisiones en la empresa han generado buenos resultados?



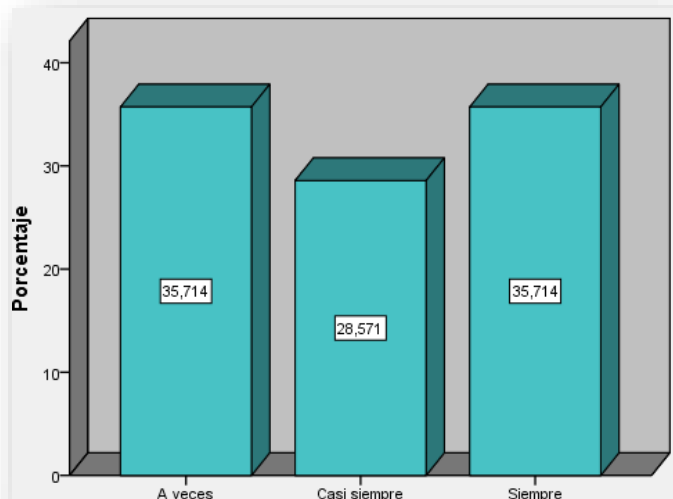
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 33 y Grafica 33 del 100% de los encuestados, el 39.29% afirma que a veces sus decisiones en la empresa han generado buenos resultados, asimismo el 39.29% siempre; Por otro lado, el 21,43% casi siempre.

Tabla 34: ¿Tiene usted accesibilidad de la información antes de tomar una decisión?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	10	35,7	35,7	35,7
	Casi siempre	8	28,6	28,6	64,3
	Siempre	10	35,7	35,7	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 34: ¿Tiene usted accesibilidad de la información antes de tomar una decisión?



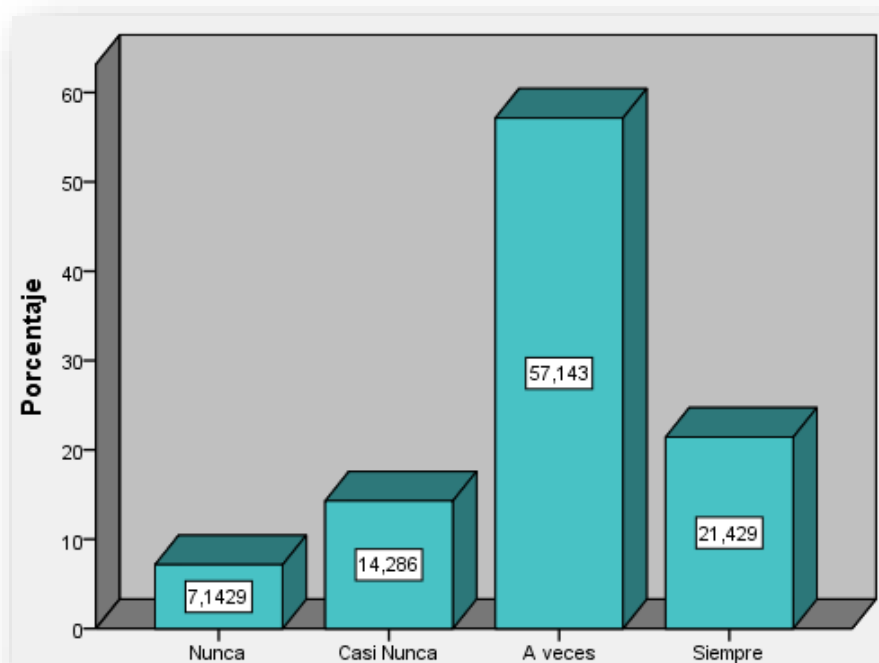
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 34 y Grafica 34 del 100% de los encuestados, el 35.71% afirma que a veces tiene usted accesibilidad de la información antes de tomar una decisión, asimismo el 35,71% siempre; Por otro lado, el 28,57% casi siempre.

Tabla 35: ¿Sabe elegir entre muchas alternativas de forma reflexiva una decisión?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	2	7,1	7,1	7,1
	Casi Nunca	4	14,3	14,3	21,4
	A veces	16	57,1	57,1	78,6
	Siempre	6	21,4	21,4	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 35: ¿Sabe elegir entre muchas alternativas de forma reflexiva una decisión?



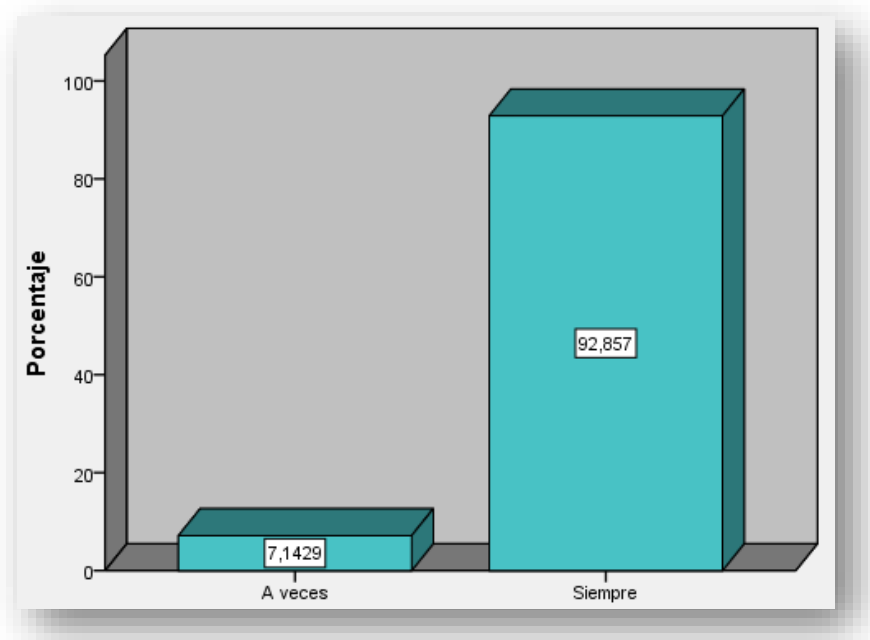
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 35 y Grafica 35 del 100% de los encuestados, el 57.14% afirma que a veces sabe elegir entre muchas alternativas de forma reflexiva una decisión, asimismo el 21.43% siempre; Por otro lado, el 14.29% casi nunca y el 7.14 nunca.

Tabla 36: ¿Asume de forma responsable las consecuencias de sus decisiones?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	2	7,1	7,1	7,1
	Siempre	26	92,9	92,9	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 36: ¿Asume de forma responsable las consecuencias de sus decisiones?



Interpretación: De acuerdo a la Tabla 36 y Grafica 36 del 100% de los encuestados, el 92.86% afirma que siempre, asume de forma responsable las consecuencias de sus decisiones, asimismo el 7.14% a veces.

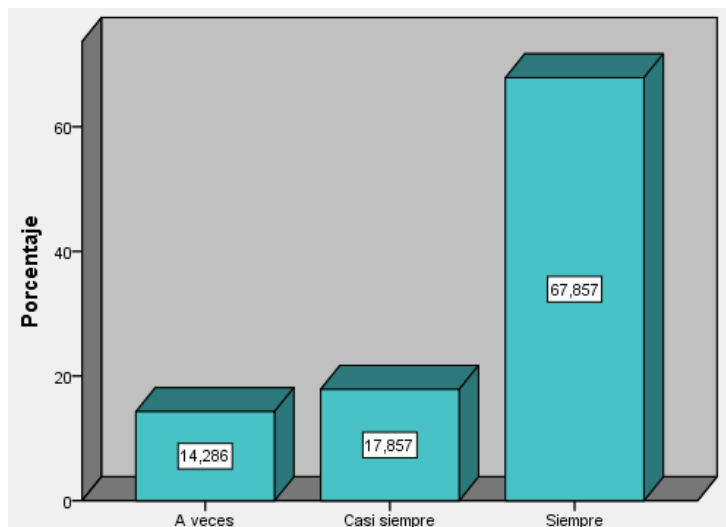
4.1.2.2 Aspectos motivacionales

Tabla 37: ¿Evita las emociones para tomar una decisión?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	4	14,3	14,3	14,3
	Casi siempre	5	17,9	17,9	32,1
	Siempre	19	67,9	67,9	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 37: ¿Evita las emociones para tomar una decisión?



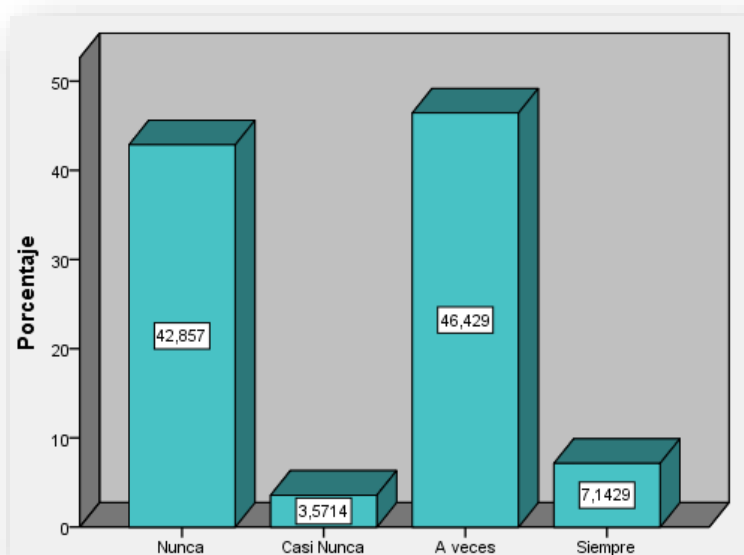
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 37 y Grafica 37 del 100% de los encuestados, el 67.86% afirma que siempre evita las emociones para tomar una decisión, asimismo el 17,86% casi siempre; Por otro lado, el 14.29% a veces.

Tabla 38: ¿Sus decisiones le generan problemas para la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	12	42,9	42,9	42,9
	Casi Nunca	1	3,6	3,6	46,4
	A veces	13	46,4	46,4	92,9
	Siempre	2	7,1	7,1	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 38: ¿Sus decisiones le generan problemas para la empresa?



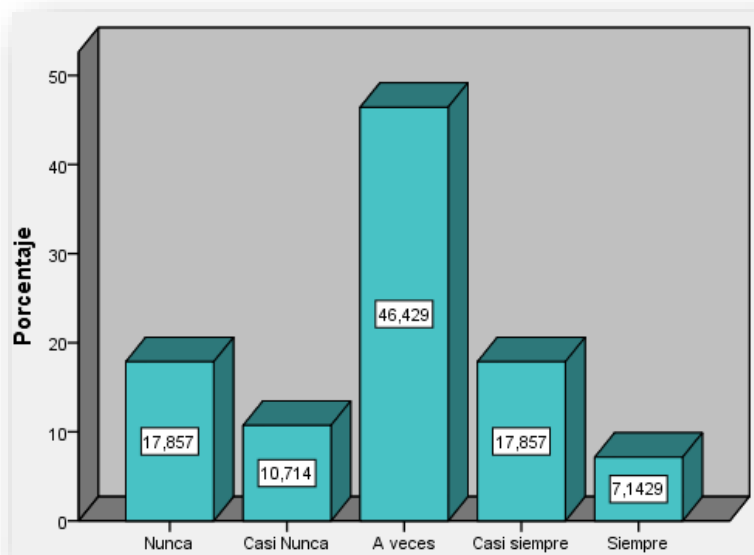
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 38 y Grafica 38 del 100% de los encuestados, el 46.43% afirma que a veces sus decisiones le generan problemas para la empresa, asimismo el 42.86% nunca; Por otro lado, el 7.14% siempre y el 3.57 casi nunca.

Tabla 39: ¿Parte de sus decisiones son dirigidas a la proyección social intrínsecamente, ya que sus clientes son esenciales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	5	17,9	17,9	17,9
	Casi Nunca	3	10,7	10,7	28,6
	A veces	13	46,4	46,4	75,0
	Casi siempre	5	17,9	17,9	92,9
	Siempre	2	7,1	7,1	100,0
Total		28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 39: ¿Parte de sus decisiones son dirigidas a la proyección social intrínsecamente, ya que sus clientes son esenciales?



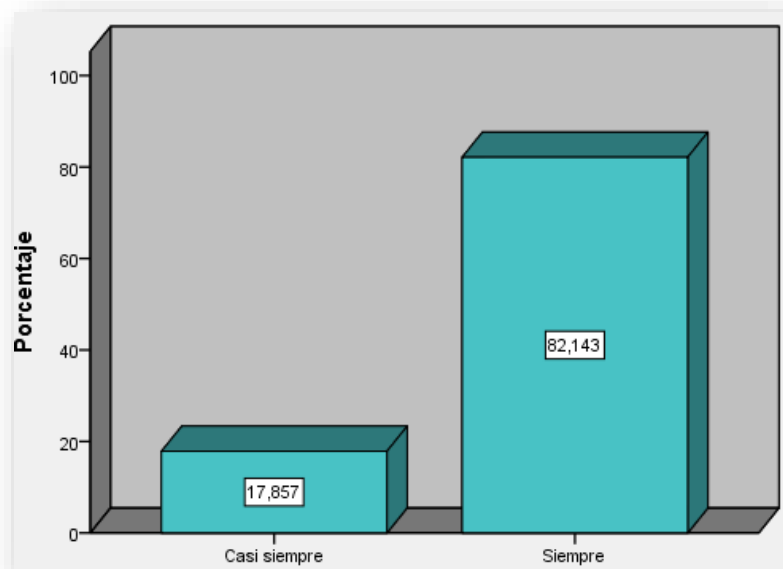
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 39 y Grafica 39 del 100% de los encuestados, el 46.43% afirma que a veces parte de sus decisiones son dirigidas a la proyección social intrínsecamente, ya que sus clientes son esenciales, asimismo el 17.86% nunca; Por otro lado, el 17.86% casi siempre, el 10.71 casi nunca y el 7.14 siempre.

Tabla 40: ¿Acepta el fracaso como parte del proceso para lograr el objetivo principal del negocio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi siempre	5	17,9	17,9	17,9
	Siempre	23	82,1	82,1	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 40: ¿Acepta el fracaso como parte del proceso para lograr el objetivo principal del negocio?



Interpretación: De acuerdo a la Tabla 40 y Grafica 40 del 100% de los encuestados, el 82.14% afirma que siempre acepta el fracaso como parte del proceso para lograr el objetivo principal del negocio, asimismo el 17.86% casi siempre.

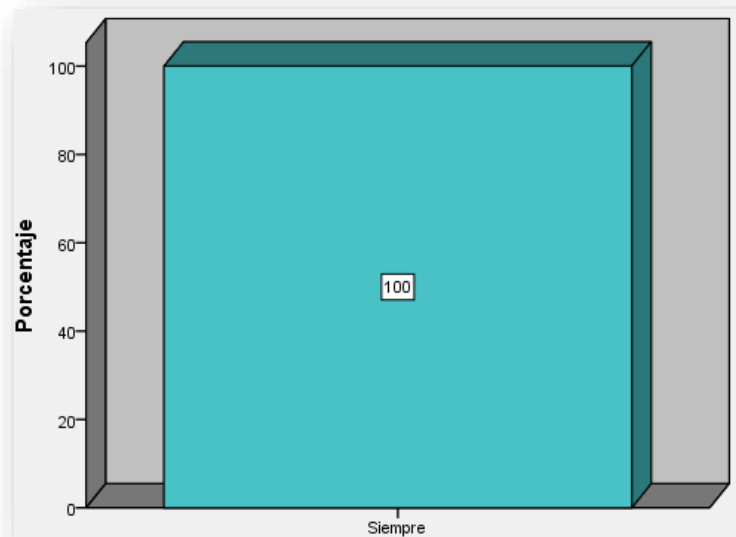
4.1.2.3 Modelo de decisión

Tabla 41: ¿Su inclinación para la toma de decisiones es la inteligencia racional?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	28	100,0	100,0	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 41: ¿Su inclinación para la toma de decisiones es la inteligencia racional?



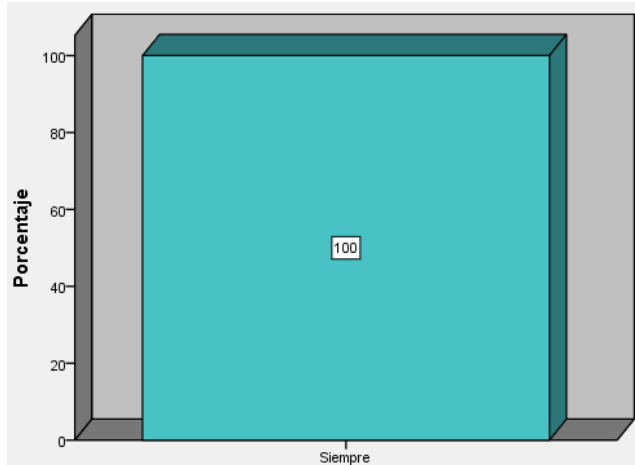
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 41 y Grafica 41 del 100% de los encuestados, el 100% afirma que siempre su inclinación para la toma de decisiones es la inteligencia racional.

Tabla 42: ¿Su inclinación para la toma de decisiones es la inteligencia emocional?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	28	100,0	100,0	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 42: ¿Su inclinación para la toma de decisiones es la inteligencia emocional?



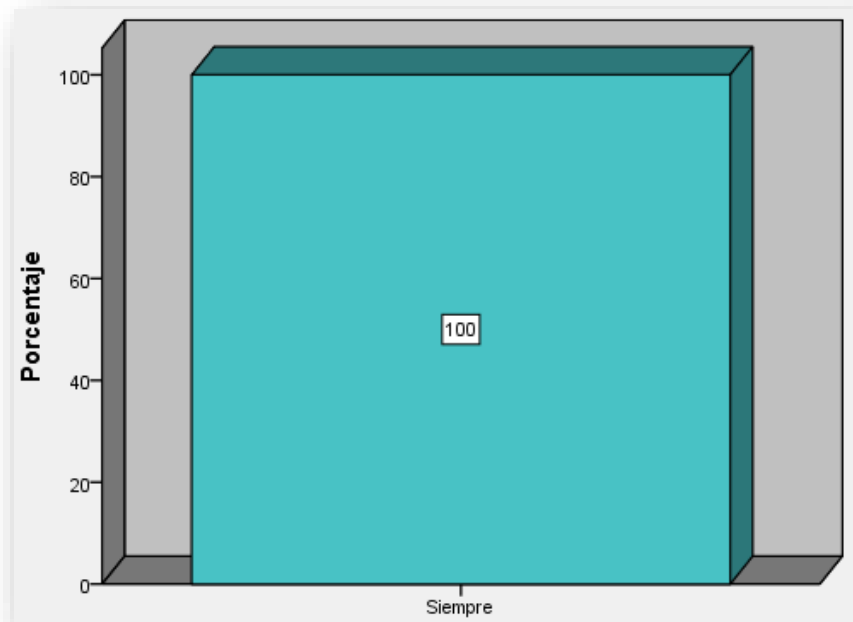
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 42 y Grafica 42 del 100% de los encuestados, el 100% afirma que siempre su inclinación para la toma de decisiones es la inteligencia emocional.

Tabla 43: ¿Su inclinación para la toma de decisiones es la inteligencia espiritual?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	28	100,0	100,0	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 43: ¿Su inclinación para la toma de decisiones es la inteligencia espiritual?



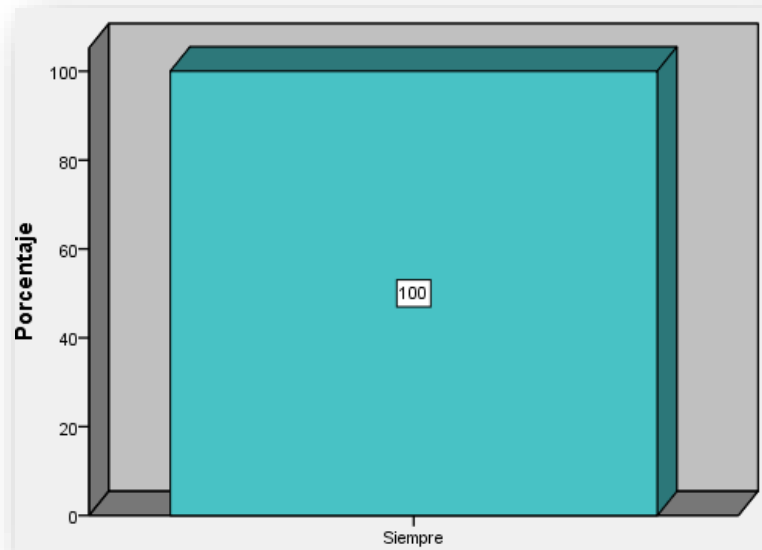
Interpretación: De acuerdo a la Tabla 43 y Grafica 43 del 100% de los encuestados, el 100% afirma que siempre su inclinación para la toma de decisiones es la inteligencia espiritual.

Tabla 44: ¿Cree que para tomar la mejor decisión es pensar en el presente, mirar al pasado y proyectarse al futuro?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	28	100,0	100,0	100,0

Fuente: Cuestionario aplicado a los comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Gráfico 44: ¿Cree que para tomar la mejor decisión es pensar en el presente, mirar al pasado y proyectarse al futuro?



Interpretación: De acuerdo a la Tabla 44 y Grafica 44 del 100% de los encuestados, el 100% afirma que siempre cree que para tomar la mejor decisión es pensar en el presente, mirar al pasado y proyectarse al futuro.

Estadística descriptiva:

	N	Mínimo	Máximo	Suma	Media	Desv. típ.	Asimetría	
	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Error típico
¿Los trabajadores cumplen con las políticas, procedimientos y objetivos propuestos para su negocio?	28	2	5	104	3,71	,854	,227	,441
¿Usted como dueño y/o gerente comunica claramente a sus trabajadores acerca de la misión, valores y principios que se deben de cumplir?	28	4	5	136	4,86	,356	-2,159	,441
¿El negocio de abarrotes muestra interés por la integridad y los valores éticos de su personal?	28	4	5	137	4,89	,315	-2,686	,441
¿El personal del puesto de abarrotes practica los valores éticos al momento de desarrollar sus actividades dentro del negocio?	28	2	5	135	4,82	,612	-4,080	,441

¿El negocio cuenta con una estructura orgánica, con responsabilidades claramente definidas para todos los colaboradores que la integra?	28	1	5	32	1,14	,756	5,292	,441
¿Cuenta el negocio con un programa de capacitación que mejora la competencia del personal?	28	1	3	33	1,18	,548	3,030	,441
¿Está claramente definida la asignación de responsabilidades?	28	1	5	112	4,00	1,633	-1,319	,441
¿En el negocio se identifica a tiempo riesgos internos y externos que amenazan los objetivos?	28	4	5	138	4,93	,262	-3,520	,441
¿En el negocio se evalúa periódicamente el desempeño del personal al realizar sus actividades?	28	1	5	78	2,79	1,548	,063	,441
¿Se evalúa los riesgos identificados durante todo el proceso de la actividad?	28	1	5	109	3,89	,994	-1,721	,441

¿El negocio cuenta con un sistema que registre los ingresos y egresos?	28	1	5	61	2,18	1,765	,883	,441
¿Se realiza un proceso de seguimiento a las acciones tomadas para reducir riesgo?	28	1	5	111	3,96	1,170	-1,420	,441
¿Se motiva al personal con un bono para que de alguna manera reduzca el riesgo de fraude?	28	1	5	55	1,96	1,427	1,138	,441
¿Se toma acciones efectivas a los problemas de vencimiento o deterioro de los productos para la venta?	28	4	5	129	4,61	,497	-,464	,441
¿Sus riesgos identificados en su negocio son eliminados al 100%?	28	3	5	116	4,14	,803	-,273	,441
¿En el negocio se le da solución a los riesgos internos y externos identificados que amenazan los objetivos?	28	3	5	118	4,21	,738	-,370	,441
¿La mejor manera que usted ejecuta es aplicar el	28	4	5	130	4,64	,488	-,631	,441

<p>criterio que a mayor riesgo más rentabilidad y menor liquidez?</p> <p>¿La mejor manera que usted ejecuta es aplicar el criterio que a menor riesgo mayor liquidez y menor rentabilidad?</p>	28	2	3	70	2,50	,509	,000	,441
<p>¿Existen procedimientos de autorización y aprobación dentro de las áreas?</p>	28	1	5	74	2,64	1,704	,317	,441
<p>¿Existe segregación de funciones y responsabilidades en su negocio?</p>	28	1	5	66	2,36	1,569	,595	,441
<p>¿Se realizan arquezos de caja, verificaciones y conciliaciones de las cuentas?</p>	28	1	5	85	3,04	1,575	-,063	,441
<p>¿Existe un procedimiento acerca del cumplimiento de la política que usted viene trabajando?</p>	28	1	5	47	1,68	1,278	1,805	,441
<p>¿El personal administrativo y contable conoce la misión,</p>	28	4	5	138	4,93	,262	-3,520	,441

visión y los objetivos propuestos de su negocio?									
¿Los sistemas de información ayudan en la toma de decisiones?	28	3	5	126	4,50	,694	-1,074	,441	
¿Su negocio maneja un sistema para el control de sus activos?	28	1	5	56	2,00	1,361	1,140	,441	
¿La comunicación con sus trabajadores es rápida y oportuna?	28	5	5	140	5,00	,000	.	.	
¿Existe una comunicación eficaz con clientes y proveedores?	28	4	5	138	4,93	,262	-3,520	,441	
¿Realiza un monitoreo continuo a sus colaboradores?	28	3	5	108	3,86	,932	,302	,441	
¿Se considera la comunicación de terceros para corroborar la información generada internamente? Por ejemplo, reclamos de proveedores y clientes.	28	2	5	87	3,11	,685	1,350	,441	
¿Se realiza evaluaciones de rendimiento al personal?	28	1	5	60	2,14	1,649	1,036	,441	

¿Si le comunican oportunamente los hallazgos encontrados para remediarlos o mejorarlos?	28	3	5	121	4,32	,772	-,646	,441
¿Sus decisiones son tomadas en el momento adecuado?	28	4	5	134	4,79	,418	-1,473	,441
¿Sus decisiones en la empresa han generado buenos resultados?	28	3	5	112	4,00	,903	,000	,441
¿Tiene usted accesibilidad de la información antes de tomar una decisión?	28	3	5	112	4,00	,861	,000	,441
¿Sabe elegir entre muchas alternativas de forma reflexiva una decisión?	28	1	5	88	3,14	1,145	,338	,441
¿Asume de forma responsable las consecuencias de sus decisiones?	28	3	5	136	4,86	,525	-3,520	,441
¿Evita las emociones para tomar una decisión?	28	3	5	127	4,54	,744	-1,291	,441
¿Sus decisiones le generan problemas para la empresa?	28	1	5	63	2,25	1,236	,499	,441

¿Parte de sus decisiones son dirigidas a la proyección social intrínsecamente, ya que sus clientes son esenciales?	28	1	5	80	2,86	1,145	-,179	,441
¿Acepta el fracaso como parte del proceso para lograr el objetivo principal del negocio?	28	4	5	135	4,82	,390	-1,775	,441
¿Su inclinación para la toma de decisiones es la inteligencia racional?	28	5	5	140	5,00	,000	.	.
¿Su inclinación para la toma de decisiones es la inteligencia emocional?	28	5	5	140	5,00	,000	.	.
¿Su inclinación para la toma de decisiones es la inteligencia espiritual?	28	5	5	140	5,00	,000	.	.
¿Cree que para tomar la mejor decisión es pensar en el presente, mirar al pasado y proyectarse al futuro?	28	5	5	140	5,00	,000	.	.
N válido (según lista)	28							

4.1.3 Análisis de confiabilidad

4.1.2.1 Pruebas de normalidad

Para este trabajo se realizó el coeficiente conocido como Alfa de Cronbach para determinar el grado de confiabilidad de los resultados obtenidos. La muestra a trabajar es de 28 comerciantes de abarrotes que influyen en la toma de decisiones en el Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023

Tabla 45: Pruebas de normalidad

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,878	44

Interpretación:

El coeficiente Alfa de Cronbach fue 0,878. En consiguiente, se puede asegurar que la variable independiente Control Interno sobre la variable dependiente toma de decisiones, presenta una **confiabilidad muy Alta**, debido a que se encuentra en el rango **0,81 a 1,00**.

4.2 DISCUSIÓN

4.2.1 Según el objetivo general:

Determinar el Control Interno como medio de influencia en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

Tabla 46: Tabla de contingencia Control Interno * Toma de Decisiones

			Toma de Decisiones		Total
			Casi Siempre	Siempre	
Control Interno	A Veces	Recuento	14	0	14
		% del total	50,0%	0,0%	50,0%
	Casi Siempre	Recuento	10	4	14
		% del total	35,7%	14,3%	50,0%
Total	Recuento		24	4	28
	% del total		85,7%	14,3%	100,0%

En la tabla según los encuestados se puede determinar que en el Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023, el 85.70% casi siempre el Control Interno como medio influye en la Toma de Decisiones. De esta manera para un panorama más profundo se expresa a continuación, en los siguientes objetivos específicos:

4.2.1.1 Según el objetivo específicos:

O.E.1 Determinar el ambiente de control como medio de influencia en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

De los encuestados, en su mayoría el 42.86% afirma que a veces los trabajadores cumplen con las políticas, procedimientos y objetivos propuestos para el negocio. Asimismo, el 85.71% afirma que siempre el dueño y/o gerente comunica claramente a sus trabajadores acerca de la misión, valores y principios que se deben de cumplir. Ante ello el 89.29% afirma que siempre el negocio de abarrotes muestra interés por la integridad y los valores éticos de su personal. Por ende, el 89.29% afirma que siempre el personal del puesto de abarrotes practica los valores éticos al momento de desarrollar

sus actividades dentro del negocio. De esta manera el 96.43% afirma que nunca el negocio cuenta con una estructura orgánica, con responsabilidades claramente definidas para todos los colaboradores que la integra. Tal es así que el 89.27% afirma que nunca cuenta el negocio con un programa de capacitación que mejora la competencia del personal. Por último, el 64.29% afirma que siempre está claramente definida la asignación de responsabilidades.

Por otro lado, respecto a la toma de decisiones, el 78.57% afirma que siempre, sus decisiones son tomadas en el momento adecuado. Ante ello el 39.29% afirma que a veces sus decisiones en la empresa han generado buenos resultados, asimismo el 39.29% siempre.

Tabla 47: Tabla de contingencia Ambiente de control * Toma de Decisiones

			<u>Toma de Decisiones</u>		<u>Total</u>
			Casi Siempre	Siempre	
Ambiente de control	A Veces	Recuento	11	1	12
		% del total	39,3%	3,6%	42,9%
	Casi Siempre	Recuento	13	3	16
		% del total	46,4%	10,7%	57,1%
Total	Recuento		24	4	28
	% del total		85,7%	14,3%	100,0%

En resumen, el 85.7% afirmó que casi siempre el ambiente de control influye en la toma de decisiones, sin embargo, el 14.3% que siempre.

O.E.2 Establecer la evaluación del riesgo como medio de influencia en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

De los encuestados el 92.86% afirma que siempre en el negocio se identifica a tiempo riesgos internos y externos que amenazan los objetivo, por otro lado, nunca en el negocio se evalúa periódicamente el desempeño del personal al realizar sus actividades; Tal es así que casi siempre se evalúa los riesgos identificados durante todo el proceso de la

actividad; Asimismo, nunca el negocio cuenta con un sistema que registre los ingresos y egresos; Por ello casi siempre se realiza un proceso de seguimiento a las acciones tomadas para reducir riesgo; Por ende, afirman que nunca se motiva al personal con un bono para que de alguna manera reducir el riesgo de fraude.

Por otro lado, afirman que a veces tienen accesibilidad de la información antes de tomar una decisión; Por ende, eligen entre muchas alternativas de forma reflexiva una decisión.

Tabla 48: Tabla de contingencia Evaluación del Riesgo * Toma de Decisiones

			Toma de Decisiones		Total
			Casi Siempre	Siempre	
Evaluación del Riesgo	Casi Nunca	Recuento	1	0	1
		% del total	3,6%	0,0%	3,6%
	A Veces	Recuento	14	2	16
		% del total	50,0%	7,1%	57,1%
	Casi Siempre	Recuento	7	2	9
		% del total	25,0%	7,1%	32,1%
	Siempre	Recuento	2	0	2
		% del total	7,1%	0,0%	7,1%
Total	Recuento		24	4	28
	% del total		85,7%	14,3%	100,0%

En resumen, los encuestados, el 85.7% afirma que casi siempre la evaluación del riesgo incide en la toma de decisiones; Por ello el 14.3% siempre.

O.E.3 Determinar la respuesta al riesgo como medio de influencia en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

De los encuestados, el 60.71% afirma que siempre se toma acciones efectivas a los problemas de vencimiento o deterioro de los productos para la venta; asimismo siempre los riesgos identificados en su negocio son eliminados al 100%; Tal es así que casi

siempre en el negocio se le da solución a los riesgos internos y externos identificados que amenazan los objetivo; Por ende, siempre la mejor manera que usted ejecuta es aplicar el criterio que a mayor riesgo más rentabilidad y menor liquidez; Ante ello casi nunca la mejor manera que usted ejecuta es aplicar el criterio que a menor riesgo mayor liquidez y menor rentabilidad.

Por otro lado, el 92.86% afirma que siempre, asume de forma responsable las consecuencias de sus decisiones; Por ende, siempre evita las emociones para tomar una decisión.

Tabla 49: Tabla de contingencia Respuesta al riesgo * Toma de Decisiones

			Toma de Decisiones		Total
			Casi Siempre	Siempre	
Respuesta al riesgo	A Veces	Recuento	4	0	4
		% del total	14,3%	0,0%	14,3%
	Casi Siempre	Recuento	18	4	22
		% del total	64,3%	14,3%	78,6%
	Siempre	Recuento	2	0	2
		% del total	7,1%	0,0%	7,1%
Total	Recuento	24	4	28	
	% del total	85,7%	14,3%	100,0%	

En resumen, el 85.7 % resalta que casi siempre la respuesta al riesgo influye en la toma de decisiones; Sin embargo, el 14.3% siempre.

O.E.4 Identificar las actividades de control como medio de influencia en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

Se deduce que el 46.43% afirma que nunca existen procedimientos de autorización y aprobación dentro de las áreas; Tal es así que nunca existe segregación de funciones y responsabilidades en su negocio; Por tanto, nunca se realizan arqueos de caja, verificaciones y conciliaciones de las cuentas; Por ende, existe un procedimiento acerca del cumplimiento de la política que usted viene trabajando.

Por otro lado, a veces las decisiones le generan problemas para la empresa; Asimismo a veces parte de sus decisiones son dirigidas a la proyección social intrínsecamente.

Tabla 50: Tabla de contingencia Actividades de Control * Toma de Decisiones

			Toma de Decisiones		Total
			Casi Siempre	Siempre	
Actividades de Control	Nunca	Recuento	6	0	6
		% del total	21,4%	0,0%	21,4%
	Casi Nunca	Recuento	4	2	6
		% del total	14,3%	7,1%	21,4%
	A Veces	Recuento	12	1	13
		% del total	42,9%	3,6%	46,4%
	Casi Siempre	Recuento	2	1	3
		% del total	7,1%	3,6%	10,7%
Total	Recuento	24	4	28	
	% del total	85,7%	14,3%	100,0%	

En resumen, el 85.7 % resalta que casi siempre las actividades de control influyen en la toma de decisiones; Sin embargo, el 14.3% siempre.

O.E.5 Evaluar la información y comunicación como medio de influencia en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

Se evaluó que el 92.86% afirma que siempre el personal administrativo y contable conoce la misión, visión y los objetivos propuestos de su negocio; Por ello siempre los sistemas de información ayudan en la toma de decisiones; Por ello nunca su negocio maneja un sistema para el control de sus activos; Asimismo siempre la comunicación con sus trabajadores es rápida y oportuna. Ante ello siempre existe una comunicación eficaz con clientes y proveedores.

Por otro lado, mencionan siempre su inclinación para la toma de decisiones es la inteligencia racional; Asimismo siempre su inclinación para la toma de decisiones es la inteligencia emocional.

Tabla 51: Tabla de contingencia Información y comunicación * Toma de Decisiones

			Toma de Decisiones		Total
			Casi Siempre	Siempre	
Información y comunicación	A Veces	Recuento	1	0	1
		% del total	3,6%	0,0%	3,6%
	Casi Siempre	Recuento	19	2	21
		% del total	67,9%	7,1%	75,0%
	Siempre	Recuento	4	2	6
		% del total	14,3%	7,1%	21,4%
Total		Recuento	24	4	28
		% del total	85,7%	14,3%	100,0%

En resumen, el 85.7 % resalta que casi siempre la información y comunicación influyen en la toma de decisiones; Sin embargo, el 14.3% siempre.

O.E.6 Identificar el monitoreo como medio de influencia en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

Se identificó que a veces se realiza un monitoreo continuo a sus colaboradores; Asimismo a veces se considera la comunicación de terceros para corroborar la información generada internamente, por ejemplo, reclamos de proveedores y clientes; Por ello nunca se realiza evaluaciones de rendimiento al personal; Tal es así que siempre si le comunican oportunamente los hallazgos encontrados para remediarlos o mejorarlos.

Por otro lado, siempre su inclinación para la toma de decisiones es la inteligencia espiritual; Por ello siempre cree que para tomar la mejor decisión es pensar en el presente, mirar al pasado y proyectarse al futuro.

Tabla 52: Tabla de contingencia Monitoreo * Toma de Decisiones

			Toma de Decisiones		Total
			Casi Siempre	Siempre	
Monitoreo	Casi Nunca	Recuento	1	0	1
		% del total	3,6%	0,0%	3,6%
	A Veces	Recuento	15	1	16
		% del total	53,6%	3,6%	57,1%
	Casi Siempre	Recuento	5	0	5
		% del total	17,9%	0,0%	17,9%
	Siempre	Recuento	3	3	6
		% del total	10,7%	10,7%	21,4%
Total		Recuento	24	4	28
		% del total	85,7%	14,3%	100,0%

En resumen, el 85.7 % resalta que casi siempre el monitoreo influye en la toma de decisiones; Sin embargo, el 14.3% siempre.

4.3 Contrastación de la Hipótesis

4.3.1 Hipótesis General:

Hipótesis Alternativa: El control interno influye positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre Tumbes 2023.

Hipótesis Nula: El control interno no influye positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

Tabla 53: Pruebas de chicuadrado

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7,451 ^a	3	,061
Razón de verosimilitudes	10,124	3	,018
Asociación lineal por lineal	3,210	1	,073
N de casos válidos	28		

a. 6 casillas (75,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,39.
Ver anexo 08-Evidencia SPSS- Para Hipótesis.

Tabla 54: Medidas simétricas

Medidas simétricas			
		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coficiente de contingencia	,458	,061
N de casos válidos		28	

Interpretación:

Como el nivel de significancia es mayor a 0,05 (0.061 >0,05) aceptamos la hipótesis alternativa, rechazando la hipótesis nula; luego podemos concluir a un nivel de significancia de 0.05; El control interno influye positivamente como medio en la Toma de

decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

4.3.1.1 Hipótesis Específicas:

H.E. Alternativa 1. El ambiente de control influye positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

H.E. Nula 01. El ambiente de control no influye positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

Tabla 55: Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. Asintótica (bilateral)	Sig. Exacta (bilateral)	Sig. Exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,608 ^a	1	,436		
Corrección por continuidad ^b	,055	1	,815		
Razón de verosimilitudes	,640	1	,424		
Estadístico exacto de Fisher				,613	,417
Asociación lineal por lineal	,586	1	,444		
N de casos válidos	28				

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,71.

b. Calculado sólo para una tabla de 2x2.

Interpretación: Como el nivel de significancia es mayor a 0,05 ($0.436 > 0,05$) aceptamos la hipótesis alternativa, rechazando la hipótesis nula; luego podemos concluir a un nivel de significancia de 0.05; El ambiente de control influye positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

H.E.2 Alternativa: La evaluación del riesgo influye positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

H.E.2 Nula: La evaluación del riesgo no influye positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

Tabla 56: Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. Asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,005 ^a	3	,800
Razón de verosimilitudes	1,375	3	,711
Asociación lineal por lineal	,050	1	,823
N de casos válidos	28		

a. 6 casillas (75,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,14.

Interpretación: Como el nivel de significancia es mayor a 0,05 ($0.800 > 0,05$) aceptamos la hipótesis alternativa, rechazando la hipótesis nula; luego podemos concluir a un nivel de significancia de 0.05; La evaluación del riesgo influye positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

H.E.3 Alternativa: La respuesta al riesgo influencia positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

H.E.3 Nula: La respuesta al riesgo no influencia positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

Tabla 57: Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. Asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,273 ^a	2	,529
Razón de verosimilitudes	2,104	2	,349
Asociación lineal por lineal	,110	1	,740
N de casos válidos	28		

a. 5 casillas (83,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,29.

Interpretación: Como el nivel de significancia es mayor a 0,05 ($0.529 > 0,05$) aceptamos la hipótesis alternativa, rechazando la hipótesis nula; luego podemos concluir a un nivel de significancia de 0.05; La respuesta al riesgo influencia positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

H.E.4 Alternativa: Las actividades de control influyen positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

H.E.4 Alternativa: Las actividades de control no influyen positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

Tabla 58: Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,128 ^a	3	,248
Razón de verosimilitudes	4,458	3	,216
Asociación lineal por lineal	,412	1	,521
N de casos válidos	28		

a. 5 casillas (62,5%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,43.

Interpretación: Como el nivel de significancia es mayor a 0,05 ($0.248 > 0,05$) aceptamos la hipótesis alternativa, rechazando la hipótesis nula; luego podemos concluir a un nivel de significancia de 0.05; Las actividades de control influyen positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

H.E.5 Alternativa: La información y comunicación influye positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

H.E.5 Nula: La información y comunicación no influye positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

Tabla 59: Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,333 ^a	2	,311
Razón de verosimilitudes	2,120	2	,347
Asociación lineal por lineal	2,132	1	,144
N de casos válidos	28		

a. 4 casillas (66,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,14.

Interpretación: Como el nivel de significancia es mayor a 0,05 ($0.311 > 0,05$) aceptamos la hipótesis alternativa, rechazando la hipótesis nula; luego podemos concluir a un nivel de significancia de 0.05; La información y comunicación influye positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

H.E.6 Alternativa: El monitoreo influye positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

H.E.6 Nula: El monitoreo no influye positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

Tabla 60: Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8,094 ^a	3	,061
Razón de verosimilitudes	7,167	3	,067
Asociación lineal por lineal	5,209	1	,022
N de casos válidos	28		

a. 6 casillas (75,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,14.

Interpretación: Como el nivel de significancia es mayor a 0,05 ($0.061 > 0,05$) aceptamos la hipótesis alternativa, rechazando la hipótesis nula; luego podemos concluir a un nivel de significancia de 0.05; El monitoreo influye positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

V. CONCLUSIONES

- Se determinó que a veces los trabajadores cumplen con las políticas, procedimientos y objetivos propuestos para el negocio: Asimismo, siempre el dueño y/o gerente comunica claramente a sus trabajadores acerca de la misión, valores y principios que se deben de cumplir; Por ende, siempre el negocio de abarrotes muestra interés por la integridad y los valores éticos de su personal; De esta manera siempre el personal del puesto de abarrotes practica los valores éticos al momento de desarrollar sus actividades dentro del negocio. Por otro lado, en su mayoría destacaron que el negocio cuente con una estructura orgánica con responsabilidades claramente definidas para todos los colaboradores que la integra; Así como también nunca cuenta el negocio con un programa de capacitación que mejora la competencia del personal; Sin embargo, mencionaron que siempre está claramente definida la asignación de responsabilidades. Por otro lado, respecto a la toma de decisiones, resaltan que siempre son tomadas en el momento adecuado; de tal manera a veces sus decisiones en la empresa han generado buenos resultados. En resumen, el 85.7% de los encuestados afirmó que casi siempre el ambiente de control influye en la toma de decisiones.
- Se estableció que siempre en el negocio se identifica a tiempo riesgos internos y externos que amenazan los objetivo; Sin embargo nunca en el negocio se evalúa periódicamente el desempeño del personal al realizar sus actividades; Casi siempre se evalúa los riesgos identificados durante todo el proceso de la actividad; Por otro lado nunca en el negocio se cuenta con un sistema que registre los ingresos y egresos; Casi siempre se realiza un proceso de seguimiento a las acciones tomadas para reducir riesgos; Por ende, afirman que nunca se motiva al personal con un bono para que de alguna manera reducir el riesgo de fraude. Por otro lado, resaltan que a veces tienen accesibilidad de la información antes de tomar una decisión; Por ende, la manera más práctica para elegir entre muchas alternativas la solución de problemas es de forma reflexiva. De esta manera casi

siempre la evaluación del riesgo incide en la toma de decisiones.

- Se determinó que en su mayoría los comerciantes de abarrotes toman acciones efectivas sobre los problemas de vencimiento o deterioro de los productos para la venta; Siempre los riesgos identificados en su negocio son eliminados al 100%; casi siempre en el negocio se le da solución a los riesgos internos y externos identificados que amenazan los objetivo; siempre la mejor manera es aplicar el criterio que a mayor riesgo más rentabilidad y menor liquidez; Ante ello casi siempre la mejor manera que usted ejecuta es aplicar el criterio que a menor riesgo mayor liquidez y menor rentabilidad. Siempre, asumen de forma responsable las consecuencias de sus decisiones; Siempre evitan las emociones para tomar una decisión. Ante ello casi siempre la respuesta al riesgo influye la toma de decisiones.

- Se identificó que nunca existen procedimientos de autorización y aprobación en cada actividad de control; nunca existe segregación de funciones y responsabilidades en el negocio; nunca se realizan arqueos de caja, verificaciones y conciliaciones de las cuentas; Por ende, existe un procedimiento ya establecido sobre el cumplimiento de la política que cada comerciante aplica en su negocio. Por otro lado, resaltan que a veces cada decisión tomada le genera problemas para la empresa; Tal es así que a veces parte de las decisiones son dirigidas a la proyección social intrínsecamente. En resumen, casi siempre las actividades de control influyen en la toma de decisiones.

- Se evaluó que el personal administrativo y contable siempre conoce la misión, visión y los objetivos propuestos del negocio; siempre los sistemas de información ayudan en la toma de decisiones; Por otro lado, nunca el negocio maneja un sistema para el control de sus activos; Por consiguiente, siempre la comunicación con sus trabajadores es rápida y oportuna; siempre existe una comunicación eficaz

con clientes y proveedores. Tal es así que su inclinación para la toma de decisiones siempre es la inteligencia racional; A pesar de ello decaen con la inclinación de la inteligencia emocional para la toma de decisiones. Por último, casi siempre la información y comunicación influyen en la toma de decisiones.

- Se identificó que a veces se realiza un monitoreo continuo a sus colaboradores; Asimismo, a veces se considera la comunicación de terceros para corroborar la información generada internamente, por ejemplo, reclamos de proveedores y clientes; nunca se realiza evaluaciones de rendimiento al personal; Por otro lado, siempre se comunican oportunamente los hallazgos encontrados para remediarlos o mejorarlos. Ante ello siempre su inclinación para la toma de decisiones es la inteligencia espiritual es decir con perspectivas de la ética, valores y sus principios; Por lo tanto, siempre creen que para tomar la mejor decisión es pensar en el presente, mirar al pasado y proyectarse al futuro. Finalmente se determinó que casi siempre el monitoreo influye en la toma de decisiones en los negocios de los comerciantes.
- Como el nivel de significancia es mayor a 0,05 ($0.061 > 0,05$) aceptamos la hipótesis alternativa, rechazando la hipótesis nula; luego podemos concluir a un nivel de significancia de 0.05; El control interno influye positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

VI. RECOMENDACIONES

- Se sugiere para un mejor ambiente de control en el negocio, los comerciantes dueños de abarrotes deben gestionar con el administrador general del Mercado 8 de Setiembre-Tumbes e invertir sobre programas de capacitación a todo el personal que los incentive y adquieran nuevas competencias, pues ello les permitirá entender acerca de las políticas, procedimientos y objetivos propuestos para el negocio; Además conocer la estructura orgánica, con responsabilidades claramente definidas para todos los colaboradores que la integra.
- Respecto a la evaluación del riesgo de los negocios de los comerciantes de abarrotes, se sugiere para evitar que el trabajador siga dando quizá resultados no esperados en sus ventas, se evalúe periódicamente el desempeño del personal al realizar sus actividades; los riesgos identificados durante todo el proceso de la actividad; se implemente un sistema que registre los ingresos y egresos; incentivar al colaborador, con la finalidad de que recurra al fraude.
- De acuerdo a la respuesta a los riesgos en sus negocios deben de seguir tomando acciones efectivas sobre posibles problemas de vencimiento o deterioro de los productos para la venta; Cada decisión deben analizar, no dejarse llevar por emociones que aparentemente en el corto plazo son favorables, pero en el largo plazo les puede traer consecuencias en pérdidas para sus negocios.
- Respecto a las actividades de control, se debe implementar procedimientos de autorización y aprobación en cada actividad de control; se debe segregar funciones y responsabilidades en el negocio; implementar arqueos de caja, verificaciones y conciliaciones de las cuentas; Asimismo analizar cada decisión antes de ejecutarla.

- Respecto a la información y comunicación el comerciante dueño del negocio debe de coordinar administrativo y contable externo que también los asesoren en dichos temas para una mejor toma de decisiones; Implementar un sistema para el control de sus activos; y finalmente no bajar la guardia la comunicación con sus trabajadores rápida y oportunamente.

- Respecto al monitoreo, debe ser continuo a sus colaboradores; se sugiere tener en cuenta reclamos de proveedores y clientes; No bajar la guardia en realizar los seguimientos oportunamente de los hallazgos encontrados, con la finalidad de remediarlos o mejorarlos; Finalmente para todas decisiones también se sugiere conocimientos actualizados, hacer uso de la experiencia y del sentido común si las decisiones no requieren de pensar mucho.

- El administrador general del mercado debe coordinar con todos los comerciantes y/o los dueños de abarrotes proponer implantar una inducción más profunda con temas que abarquen la importancia de los componentes del control interno con la finalidad de que se siga influyendo positivamente como medio fundamental en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.

VII. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES PARA LA ELABORACION DEL PROYECTO DE TESIS	Noviembre					Diciembre				Enero				Febrero					
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	
Información General	X																		
Contenido	X																		
Introducción		X	X																
Plan de investigación.			X																
Planteamiento del problema				X	X														
Situación problemática.					X	X	X												
Formulación del problema.								X											
Justificación.									X	X									
Marco de referencia del problema.										X	X								
Antecedentes.											X	X							
Bases teórico – científicas.												X	X						
Hipótesis, variables y objetivos.									X										
Formulación de la hipótesis.									X										
Operacionalización de variables.	X	X	X																
Objetivos generales y específicos									X										
Metodología.													X	X					
Lugar de ejecución.	X	X																	
Tipo y diseño de investigación.													X	X					
Población y muestra.													X	X					
Diseño metodológico: Métodos, técnicas e instrumentos de recolección y procesamiento de datos.													X	X					
Referencias bibliográficas.																	X		
Actividades y previsión de recursos.																	X	X	
Cronograma de actividades.																	X	X	
Presupuesto analítico.																	X	X	
Financiamiento.																		X	
Presentación, aprobación y ejecución del proyecto.																		X	X

Elaboración propia.

VIII. PRESUPUESTO

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
Bienes de Consumo		S/	S/
<u>Materiales de Escritorio</u>			
Papel Sábana Bond.	10 unidades	0.50	5.00
Cinta Scotch Grande	01 unidad	6.00	6.00
Papel Cuadriculado.	10 cuadernillos	2.00	20.00
Cartucho de Tinta negra.	05 unidades	12.00	60.00
Bolígrafo Castell	08 unidades	2.00	16.00
Lápices carbón	08 unidades	2.00	16.00
Resaltadores	03 unidades	3.50	10.50
Papel Bond A-4	01 millar	35.00	35.00
Cartucho de Tinta en color.	02 unidades	22.00	44.00
Cuaderno Espiral cuadriculado	01 unidad	5.00	5.00
Archivador	02 unidad	6.00	12.00
CD-ROM-Regrabable	04 unidades	6.00	24.00
Correctores.	02 unidades	2.50	5.00
Diskette	01 caja	12.00	12.00
		Sub total	270.00
<u>Otros Servicios de Terceros.</u>			
Fotocopias	850 unidades	0.10	85.00
Espiralado	05 unidades	5.00	25.00
Digitación de Informe Final			100.00
Alimentación			80.00
Impresión color	550 unidades	0.30	165.00
Anillados	06 unidades	3.00	18.00
Empastados	08 unidades	35.00	280.00
Movilidad local			50.00
		Sub total	803.00
<u>Tarifas de Servicios.</u>			
<u>Básicos</u>			
Internet: 20 horas x mes	60 horas	4.00	240.00
Teléfono	4 meses		180.00
		Sub total	420.00
<u>Viáticos y Asignaciones</u>			
<u>Supervisión de Encuestas:</u>			
Movilidad local para 2 supervisores de encuestas s/, 25 x 2	30 días	50.00	1,500.00
Refrigeración para 2 personas: s/, 12 x 2	30 días	24.00	720.00
		Sub total	2220.00
		TOTAL	S/.
			3713.00

Elaboración propia.

Financiamiento:

Autofinanciado por la propia ejecutora

IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguado, J. (2023). Aversión al riesgo al tomar decisiones económicas, efecto certeza y estimación de probabilidades. *Repositorio Scielo*, 12. Obtenido de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182023000100055&lang=es
- Álvarez Lòpez, J. D. (2020). *Análisis comparativo de las tiendas de conveniencia*. Bogotá: Repositorio Universidad Santo Tomas. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/22546/2020jes%C3%BAs%C3%A1lvarez.pdf?sequence=10&isAllowed=y>
- Alvarez Magaña, K. (2021). *Importancia del control interno en el área de ingreso de una empresa comercial*. Madrid: Repositorio Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/129/1292439002/html/>
- Alveiro, C. (2019). Evaluación del desempeño como herramienta del Capital Humano. *Redalyc*, 22. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357935472005.pdf>
- Andrade Lara, M. G. (2021). *Control interno y su impacto en la toma de decisiones de la empresa Industrias Fhavel S.A.C., Carabayllo 2021*. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/85737>
- Armijos, F., & Bermúdez, A. (2019). Gestión de administración de los Recursos Humanos. *Scielo*, 19. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000400163
- Arteaga Durazno, C. M., & Cadena Rodríguez, J. M. (2019). *La incidencia del control interno frente a la rentabilidad de las pymes del sector de comercio del cantón Quito - 2017*. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/20344>
- Auat, L. A. (2019). *La racionalidad política. Principios y Mediaciones*. Colombia: Repositorio Scielo. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1666-485X2003000100003

- Banco Central de Reserva. (2022). *Sector comercio crecio*. Lima: Camara de Comercio de Lima. Obtenido de [https://lacamara.pe/sector-comercio-crecio-75-en-febrero-de-2022/#:~:text=El%20sector%20comercio%20en%20el,Central%20de%20Reserva%20\(BCR\).](https://lacamara.pe/sector-comercio-crecio-75-en-febrero-de-2022/#:~:text=El%20sector%20comercio%20en%20el,Central%20de%20Reserva%20(BCR).)
- Bonilla, M. (2019). *Segregación de Funciones*. Obtenido de <https://www.auditool.org/blog/control-interno/segregacion-de-funciones-aspectos-clave-a-considerar>
- Bosque , R. (2016). *El Control Interno y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Centro Motor S.A. Cordova- Argentina*: Repositorio Universidad de la Defensa Nacional. Obtenido de <https://rdu.iua.edu.ar/handle/123456789/503>
- Castillo Jimenez, L. A., & Hidalgo Zambrano, P. E. (2019). *Control interno para mejorar la rentabilidad y liquidez de Equiservices S.A., 2019*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/46258>
- Cenpromype. (2020). *Estructura organizacional*. San Salvador: Centro Regional de la Promoción de la MIPYME. Obtenido de <https://ceccsica.info/sites/default/files/inline-files/5.2.3%20Herramienta%20Estructura%20Organizacional.pdf>
- CGR. (2020). *Sistema de control interno*. Lima: Portal Contraloría General de la República. Obtenido de https://doc.contraloria.gob.pe/PACK_anticorrupcion/documentos/3_CONTROL_INTERNO_2016.pdf
- Cortès, A. (2019). *El control interno como proceso administrativo para las pymes*. Panamá: Repositorio Universidad de Panamá. Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/journal/221/221970018/html/>
- Decisión. (2023). *Significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/decision/>
- Fayol, H. (2022). *Control*. Obtenido de <https://www.bps.gub.uy/bps/file/8458/1/control.pdf#:~:text=control%20es%20el%20proceso%20que,de%20las%20operaciones%20de%20control.&text=necesario>

- %20para%20que%20el%20jerarca%20no%20pierda%20su%20capacidad%20de
%20direcci%C3%B3n.
- Garza, R., & Salinas, E. (2019). Toma de decisiones en las empresas. *Redalyc*, 9.
Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360433562007.pdf>
- Guenaga, L., & Barbier, A. (2021). La accesibilidad y las tecnologías en la información y la comunicación. *Repositorio Universidad de Malaga*, 15. Obtenido de <https://revistas.uma.es/index.php/trans/article/view/3104/2867>
- Guerrero Chanduvi, D. (2019). *Implementacion de respuesta al riesgo*. Lima: Repositorio Universidad de Piura. Obtenido de <https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3603/5a806159ff0a0745fe4eb5f18ef8eb09c472c53c1138581373d692c101a65af6.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=La%20planificaci%C3%B3n%20de%20la%20respuesta,sobre%20los%20objetivos%20del%20proyecto.>
- Guerrero, M. (2021). *El ambiente de control como mecanismo fundamental en algunas organizaciones*. Cordova- Argentina: Dialnet. Obtenido de <file:///C:/Users/admin/Downloads/Dialnet-EIAmbienteDeControlComoMecanismoFundamentalEnAlgun-5710359.pdf>
- Gutierrez Dias, A. (2021). *Toma de decisiones*. Obtenido de <https://cursos.aiu.edu/toma%20de%20decisiones/pdf/tema%201.pdf>
- Hernán, C., & Murillo, G. (2019). Propuesta de estructura organizacional para organizaciones intensivas de conocimiento: una caracterización desde los centros de excelencia. *Redalyc*, 11. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/1942/194260979003/html/>
- Hernandez et. al. (2015). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGraw-Hill.
- Imán Reyes, M. (2023). *El control interno y su influencia en la subgerencia de tesorería de la Municipalidad Distrital de Aguas Verdes 2017-2018*. Obtenido de <https://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/63907>
- INCP. (2021). *Segregación de funciones*. Bogota: Instituto Nacional de Contadores Públicos de Colombia. Obtenido de <https://incp.org.co/segregacion-de-funciones->

- un-factor-importante-para-el-control-dentro-de-las-empresas/
Infante Carrasco, E. J. (2020). *Influencia del Control Interno en la Gestión Administrativa de las Empresas Langostíneras de la Región Tumbes, año 2019*. Tumbes: Repositorio Universidad Nacional de Tumbes. Obtenido de <https://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/1527>
- Jaime, H. (2022). *Estructura organizacional*. Mexico: Pandapé. Obtenido de <https://www.pandape.io/blog/estructura-organizacional/>
- Lima, J., & Colmenárez, M. (2020). GESTIÓN DE CALIDAD Y TOMA DE DECISIONES EN PYME´s DEL SECTOR DE MEDIOS IMPRESOS REGIONALES DEL ESTADO LARA, VENEZUELA. *Redalyc*, 28. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/880/88037910003.pdf>
- MAPRO. (2019). *Disposicion, seguimiento y evaluacion de las medidas correctivas*. Obtenido de http://sinpad.indeci.gob.pe/IntranetOracle/Documentos/OCI_006_05_Disposicion_Seguimiento_Eval_Medidas_Correctivas.pdf
- Martínez, A. (2023). *Definición de Riesgo*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/riesgo/>
- Mendoza Zamora, W. (2018). *El control interno y su influencia en la gestion administrativa del sector público*. Obtenido de URL:<http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index> Publicado el 28 de octubre de 2018
- Menéndez, C. (2018). *Sistema de control interno*. Tarapoto: Repositorio Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/31651/Men%c3%a9ndez_DCCG.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Municipalidad Provincial de Tumbes. (2023). *Visita inopinada al mercado modelo de tumbes*. Tumbes: Prensa Municipalidad Provincial de Tumbes. Obtenido de <http://www.munitumbes.gob.pe/muni2019/comercializacion-3/>
- Navia, M., & Stefanu, Y. (2019). Elementos de influencia en la toma de decisiones entre

- directores comerciales en empresas familiares. Estudio comparado de empresas de Cataluña (España) y Barranquilla. *Repositorio Redalyc*, 13. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/2816/281666568005/>
- Palacios, A., & Nuñez, M. (2020). Administración del riesgo estratégico en grandes empresas. *Repositorio Universidad de la Rioja*, 31. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7518409.pdf>
- Ponce, A., & Muños, S. (2019). *El control interno y sus herramientas de aplicación entre COSO y COCO*. La Habana: Scielo. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612018000100018
- Ponse, V., & Pérez, J. (2022). El control interno y sus herramientas de aplicación entre COSO y COCO. *Sicelo*, 11. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612018000100018
- Porras Ambrosio, E. E., Espinoza Isidro, E. R., & Camarena Rivera, J. E. (2018). *La implementación del control interno en la Gestión financiera de las micro empresas de abarrotos en el Distrito de Pillco Marca-Huánuco periodo 2017*. Obtenido de <https://repositorio.unheval.edu.pe/handle/20.500.13080/3928>
- Prado Ramírez, A. A. (2022). *El control interno y su influencia en la gestión administrativa del sector privado de salud en la región de Tumbes, 2021*. Tumbes: Repositorio Universidad Nacional de Tumbes. Obtenido de <http://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/2677>
- Ramirez Mendoza, F. S. (2021). *Propuestas de mejora de los factores relevantes del control interno de las micro y pequeñas empresas nacionales: caso empresa hostel El Delfín E.I.R.L. - Tumbes, 2021*. Obtenido de <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/26877>
- Requejo, A., & Sanchez, O. (2019). *Sistema de Toma de decisiones en las Pymes*. Chiclayo: Repositorio Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Obtenido de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1780/1/TL_RequejoPaivaAnnie_SanchezPisfilOmar.pdf

- Rodriguez Mendoza, A. L. (2020). *El control interno y su influencia en la rentabilidad de la empresa Alsur Perú S.A.C 2019*. Obtenido de https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/9234/4/IV_FCE_310_TE_Rodriguez_Mendoza_2021.pdf
- Rodriguez, Maria; Castaño, Carlos. (2020). *La Auditoria Etica*, 22. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v16n27/v16n27a02.pdf>
- Salcedo Rincon, D. M. (2021). *Control Interno desde la perspectiva de las entidades del estado colombiano y de america latina*. Bogota: Repositorio Universidad Santo Tomas - Colombia. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/38744/2021dianasalcedo.pdf?sequence=1>
- Salinas, J. (2013). *Toma de decisiones*. Lima: Repositorio ESAN. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/requisitos-decisiones-calidad-contexto-organizacional#:~:text=Cuando%20se%20trata%20de%20tomar,participaci%C3%B3n%20correcta%20desde%20el%20inicio.>
- Salinas, Y. (2020). *Control interno y la optimización de la gestión del riesgo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Alli Trpuk Ltda, 2018*. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/7526>
- Solano, A. (2022). Toma de decisiones gerenciales. *Dialnet*, 8. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4835719.pdf>
- UNILA. (2022). *Administracion estrategica*. Roma: Repositorio Universidad Latina. Obtenido de <https://www.unila.edu.mx/administracion-estrategica/#:~:text=La%20administraci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica%20se%20trata,lograr%20mayor%20eficiencia%20y%20calidad.>
- Urdanegue, R. (2016). El control interno en las empresas. *Repositorio UPC*, 2. Obtenido de <https://revistas.upc.edu.pe/index.php/rgm/article/download/911/881/>
- Valderrama, B. (2019). LA RUEDA DE MOTIVOS: HACIA UNA TABLA PERIÓDICA DE LA MOTIVACIÓN HUMANA. *Repositorio Redalyc*, 7. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/778/77854690007/>

- Velasquez Esquivel, G. (2018). *El sistema de control interno y la gestión comercial en las empresas ferreteras*. Obtenido de <https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/3916/TCO%2001051V35.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Villegas, D. (2022). *Control interno y gestión financiera en colaboradores de una Empresa Comercial de Jesús María, Lima 2022*. Lima: Repositorio Alicia Concytec. Obtenido de https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UDEP_939dda4f64a73c11073f10822fb24cb5
- Vivanco, M. (2019). LOS MANUALES DE PROCEDIMIENTOS COMO HERRAMIENTAS DE CONTROL INTERNO DE UNA ORGANIZACIÓN. *Repositorio Scielo*, 10. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000300038
- Yeferson, H. (2021). *Control interno empresarial, sus elementos, objetivos e importancia*. Cali- Colombia: Repositorio Universidad del Valle. Obtenido de <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/server/api/core/bitstreams/d5a646c4-1185-44ed-a9bf-00d8644eff3e/content>
- Yopan, J., & Santos, J. (2020). Cultura organizacional. *Redalyc*, 20. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5886/588663787016/588663787016.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Tema: “Control interno como medio de influencia en la Toma de decisiones de Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023”.				
Autora: Br. Elizabeth Sarango Muñoz				
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLE	METODOLOGIA
¿El Control Interno como medio influye en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023?	Determinar el Control Interno como medio de influencia en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.	El control interno influye positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.	Variable Independiente: Control interno	Tipo de Investigación: - Descriptiva. Diseño de la investigación: Cuantitativo: - corte transversal no experimental. - Cualitativo: Teoría establecida y estudios de casos.
PROBLEMA ESPECÍFICO	OBJETIVO ESPECÍFICO	HIPOTESIS ESPECÍFICO		
P.E.1 ¿El ambiente de control como medio influye en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023?	O.E.1 Determinar el ambiente de control como medio de influencia en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.	H.E.1. El ambiente de control influye positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.	Variable dependiente: Toma de decisiones.	
P.E.2 ¿La evaluación del riesgo como medio influye en la Toma de decisiones de los	O.E.2 Establecer la evaluación del riesgo como medio de influencia en la Toma de decisiones de los	H.E.2 La evaluación del riesgo influye positivamente como medio en la Toma de		

<p>Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023?</p> <p>P.E.3 ¿La respuesta al riesgo como medio influye en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023?</p> <p>P.E.4 ¿Las actividades de control como medio influyen en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023?</p> <p>P.E.5 ¿La información y comunicación como medio influyen en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023?</p>	<p>Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.</p> <p>O.E.3 Determinar la respuesta al riesgo como medio de influencia en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.</p> <p>O.E.4 Identificar las actividades de control como medio de influencia en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.</p> <p>O.E.5 Evaluar la información y comunicación como medio de influencia en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.</p>	<p>decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.</p> <p>H.E.3 La respuesta al riesgo influencia positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.</p> <p>H.E.4 Las actividades de control influyen positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.</p> <p>H.E.5 La información y comunicación influye positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.</p>	<p>Población y muestra:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 28 comerciantes del mercado de abarrotes 8 de setiembre- Tumbes. <p>Técnica de recolección:</p> <p>Para realizar la investigación se utilizó para la recolección de datos la información proporcionada no financiera por el mercado de abarrotes 8 de setiembre y para el analizar los datos se manejó el programa SPSS.</p> <p>Instrumento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cuestionario.
---	---	--	---

<p>P.E.6 ¿El monitoreo como medio influye en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023?</p>	<p>O.E.6 Identificar el monitoreo como medio de influencia en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.</p>	<p>H.E.6 El monitoreo influye positivamente como medio en la Toma de decisiones de los Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023.</p>		
---	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 2: Cuestionario

OBJETIVO:

El siguiente cuestionario tiene por objetivo determinar la influencia del Control Interno como medio en la toma de decisiones de los comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes 2023. Enfocado en el control interno y sus indicadores como ambiente de control, evaluación del riesgo, Respuesta al riesgo, actividades de control, información y comunicación, finalmente el monitoreo, así mismo en la toma de decisiones y sus indicadores como la calidad de la decisión, aspectos motivacionales y modelo de decisión.

Su colaboración consiste en responder a las preguntas con la mayor sinceridad posible, no tiene que identificarse y la información que aporte solo se utilizará como soporte a la investigación. Esta encuesta tiene una escala del 1 al 5 en el que: Nunca (1), casi nunca (2), a veces (3), casi siempre (4) y siempre (5)

N°	DIMENSIONES / INDICADORES	ESCALA				
		N	CN	AV	CS	S
		1	2	3	4	5
Variable independiente: Control Interno						
Dimensión 01: Ambiente de Control						
01	¿Los trabajadores cumplen con las políticas, procedimientos y objetivos propuestos para su negocio?					
02	¿Usted como dueño y/o gerente comunica claramente a sus trabajadores acerca de la misión, valores y principios que se deben de cumplir?					
03	¿El negocio de abarrotes muestra interés por la integridad y los valores					

	éticos de su personal?					
04	¿El personal del puesto de abarrotes practica los valores éticos al momento de desarrollar sus actividades dentro del negocio?					
05	¿El negocio cuenta con una estructura orgánica, con responsabilidad claramente definidas para todos los colaboradores que la integra?					
06	¿Cuenta el negocio con un programa de capacitación que mejora la competencia del personal?					
07	¿Está claramente definida la asignación de responsabilidades?					
Dimensión 02: Evaluación del riesgo						
08	¿En el negocio se identifica a tiempo riesgos internos y externos que amenazan los objetivo?					
09	¿En el negocio se evalúa periódicamente el desempeño del personal al realizar sus actividades?					
10	¿Se evalúa los riesgos identificados durante todo el proceso de la actividad?					
11	¿El negocio cuenta con un sistema que registre los ingresos y egresos?					
12	¿Se realiza un proceso de seguimiento a las acciones tomadas para reducir riesgo?					
13	¿Se motiva al personal con un bono para que de alguna manera reducir el riesgo de fraude?					
Dimensión 03: Respuesta al Riesgo						
14	¿Se toma acciones efectivas a los problemas de vencimiento o deterioro de los productos para la venta?					
15	¿Sus riesgos identificados en su negocio son eliminados al 100%?					
16	¿En el negocio se le da solución a los riesgos internos y externos identificados que amenazan los					

	objetivo?					
17	¿La mejor manera que usted ejecuta es aplicar el criterio que a mayor riesgo más rentabilidad y menor liquidez?					
18	¿La mejor manera que usted ejecuta es aplicar el criterio que a menor riesgo mayor liquidez y menor rentabilidad?					
Dimensión 04: Actividades de control						
19	¿Existen procedimientos de autorización y aprobación dentro de las áreas?					
20	¿Existe segregación de funciones y responsabilidades en su negocio?					
21	¿Se realizan arqueos de caja, verificaciones y conciliaciones de las cuentas?					
22	¿Existe un procedimiento acerca del cumplimiento de la política que usted viene trabajando?					
Dimensión 05: Información y comunicación						
23	¿El personal administrativo y contable conoce la misión, visión y los objetivos propuestos de su negocio?					
24	¿Los sistemas de información ayudan en la toma de decisiones?					
25	¿Su negocio maneja un sistema para el control de sus activos?					
26	¿La comunicación con sus trabajadores es rápida y oportuna?					
27	¿Existe una comunicación eficaz con clientes y proveedores?					
Dimensión 06: Monitoreo						
28	¿Realiza un monitoreo continuo a sus colaboradores?					
29	¿Se considera la comunicación de terceros para corroborar la información generada internamente? Por ejemplo, reclamos de proveedores y clientes.					
30	¿Se realiza evaluaciones de					

	rendimiento al personal?					
31	¿Si le comunican oportunamente los hallazgos encontrados para remediarlos o mejorarlos?					

N°	DIMENSIONES / INDICADORES	ESCALA				
		N	CN	AV	CS	S
		1	2	3	4	5
Variable dependiente: Toma de decisiones						
Dimensión 01: Calidad de decisión						
32	¿Sus decisiones son tomadas en el momento adecuado?					
33	¿Sus decisiones en la empresa han generado buenos resultados?					
34	¿Tiene usted accesibilidad de la información antes de tomar una decisión?					
35	¿Sabe elegir entre muchas alternativas de forma reflexiva una decisión?					
36	¿Asume de forma responsable las consecuencias de sus decisiones?					
Dimensión 02: Aspectos motivacionales						
37	¿Evita las emociones para tomar una decisión?					
38	¿Sus decisiones le generan problemas para la empresa?					
39	¿Parte de sus decisiones son dirigidas a la proyección social intrínsecamente, ya que sus clientes son esenciales?					
40	¿Acepta el fracaso como parte del proceso para lograr el objetivo principal del negocio?					

Dimensión 03: Modelo de decisión					
41	¿Su inclinación para la toma de decisiones es la inteligencia racional?				
42	¿Su inclinación para la toma de decisiones es la inteligencia emocional?				
43	¿Su inclinación para la toma de decisiones es la inteligencia espiritual?				
44	¿Cree que para tomar la mejor decisión es pensar en el presente, mirar al pasado y proyectarse al futuro?				

Anexo 3: AUTORIZACIÓN PARA ENCUESTA

"AÑO DE LA UNIDAD, LA PAZ Y EL DESARROLLO" **13 FEB. 2023**

Municipalidad Provincial de Tumbes
Mercado A.A.M. "8 de Setiembre"
FECHA DE INGRESO
Folio: 01
Registro N°:
Firma:

**SOLICITA: PERMISO PARA
REALIZAR TRABAJO DE
INVESTIGACIÓN.**

SEÑOR ADMINISTRADOR DEL MERCADO DE ANDRES ARAUJO MORÁN- "8 DE SETIEMBRE"

Yo, **Elizabeth Sarango Muñoz**, identificada con DNI N° 45231571 y con domicilio en Jr. Carretera Antigua 103 – Caserío Garbanzal – Tumbes, ante usted con el debido respeto me presento y expongo:

Que, habiendo culminado mis estudios en la carrera profesional de Contabilidad, en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Tumbes, y próxima a sacar mi título profesional, solicito a usted me permita **REALIZAR MI TRABAJO DE INVESTIGACIÓN** en el mercado "8 de setiembre" y me permita tener acceso al mismo con fines de obtener información que permita el desarrollo de mi investigación, la cual contribuirá positivamente en los diferentes negocios del mercado que usted dirige.

Le agradezco desde ya su atención a esta solicitud.

Tumbes, 13 de febrero del 2023



ELIZABETH SARANGO MUÑOZ
DNI N° 45231571

Anexo 4: CERTIFICACIÓN

El Dr. JOHN PIERO DIOS VALLADOLID, identificado con DN N°00227337 , con Código ORCID N° 0000-0003-4624-9154, docente nombrado de la Universidad Nacional de Tumbes;

CERTIFICO:

Que el proyecto de tesis titulado: **Control interno como medio de influencia en la Toma de decisiones de Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023**"; presentado por la alumna **Elizabeth Sarango Muñoz**, de la Escuela de Contabilidad de la UNTumbes, será asesorado por mi persona, por tanto, queda autorizado para su presentación e inscripción con fines de revisión, aprobación y ejecución.

Tumbes, 15 de febrero del 2023.



Dr. JOHN PIERO DIOS VALLADOLID
Código ORCID: 0000-0003-4624-9154
DNI: 00227337
Asesor del Proyecto de Tesis

Anexo 5: Ubicación y fotos del mercado



Mercado 08 de Setiembre

Ubicado en el distrito de Tumbes



Anexo 6: Evidencias de Trabajo de campo





Anexo 7: Certificación de asesoría por asesor- Turnitin

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Control interno como medio de influencia en la Toma de decisiones de
Comerciantes de abarrotes Mercado 8 de Setiembre-Tumbes, 2023.

Tesis aprobada en forma y estilo por:

Dr. Chiquinta Alcalde, Juan Antonio (presidente)

Dr. Sánchez Ancajima, Raúl (secretario)

Dr. Dios Valladolid, John Piero (vocal)

Tumbes, Perú
2023

Resumen de coincidencias
20 %

Nº	fuente	Porcentaje
1	repositorio untumbes.e...	4 %
2	repositorio unh.edu.pe	2 %
3	repositorio uladach.ed...	2 %
4	Entregado a Universida...	1 %
5	Entregado a Universida...	1 %
6	hdl.handle.net	1 %
7	repositorio unfgc.edu.pe	<1 %
8	es.scribd.com	<1 %
9	www.creativcommon...	<1 %
10	www.gestipolis.com	<1 %
11	dspace.unach.edu.ec	<1 %
12	revistas.pucp.edu.pe	<1 %

acerca de esta página

Esta es su bandeja de entrada de ejercicios. Para ver un trabajo, seleccione el título del trabajo. Para ver un informe de Originalidad, seleccione el icono del Informe de Originalidad del trabajo en la columna de originalidad. Un icono fantasma indica que aún no se ha generado el informe de Originalidad.

Autor	Título del trabajo	Nº del trabajo	Cargado	Vistos	Similitud	Marcos de alerta	Opciones
Elizabeth Sarango Muñoz	Control interno como medio de influencia en la Toma de decisiones de ...	2286048673	Mar 20th 2024, 11:56 AM		20%		

Certificado por:

Dr. JOHN PIERO DIOS VALLADOLID
ASESOR

Código ORCID: 0000-0003-4624-9154
DNI: 00227337

Anexo 8: SPSS Procesamiento de datos

Para resultados y análisis:

Elizabeth Sarango - Resultados.sav [Conjunto_de_datos2] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	P1	Númérico	8	0	¿Los trabajador...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Ordinal	Entrada
2	P2	Númérico	8	0	¿Usted como d...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Ordinal	Entrada
3	P3	Númérico	8	0	¿El negocio de ...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Ordinal	Entrada
4	P4	Númérico	8	0	¿El personal de ...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Ordinal	Entrada
5	P5	Númérico	8	0	¿El negocio cu...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Ordinal	Entrada
6	P6	Númérico	8	0	¿Cuenta el neg...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Ordinal	Entrada
7	P7	Númérico	8	0	¿Está clareme...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Ordinal	Entrada
8	P8	Númérico	8	0	¿En el negocio ...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Ordinal	Entrada
9	P9	Númérico	8	0	¿En el negocio ...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Ordinal	Entrada
10	P10	Númérico	8	0	¿Se evalúa los ...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Ordinal	Entrada
11	P11	Númérico	8	0	¿El negocio cu...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Ordinal	Entrada
12	P12	Númérico	8	0	¿Se realiza un ...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Ordinal	Entrada
13	P13	Númérico	8	0	¿Se motiva al p...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Ordinal	Entrada
14	P14	Númérico	8	0	¿Se toma acci...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Ordinal	Entrada
15	P15	Númérico	8	0	¿Sus riesgos id...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Ordinal	Entrada
16	P16	Númérico	8	0	¿En el negocio ...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Ordinal	Entrada
17	P17	Númérico	8	0	¿La mejor man...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Ordinal	Entrada
18	P18	Númérico	8	0	¿La mejor man...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Ordinal	Entrada
19	P19	Númérico	8	0	¿Existen proce...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Ordinal	Entrada
20	P20	Númérico	8	0	¿Existe segreg...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Ordinal	Entrada
21	P21	Númérico	8	0	¿Se realizan ar...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Ordinal	Entrada
22	P22	Númérico	8	0	¿Existe un pro...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Ordinal	Entrada
23	P23	Númérico	8	0	¿El personal ad...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Ordinal	Entrada
24	P24	Númérico	8	0	¿Los sistemas ...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Ordinal	Entrada

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

26°C Mayorm. nublado 01:19 2/03/2024

Elizabeth Sarango - Resultados.sav [Conjunto_de_datos2] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 44 de 44 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	i
1	4	5	5	5	1	1	5	5	1	4	4	4	1	5	4	
2	4	5	5	5	1	1	5	5	3	4	1	2	3	4	4	
3	3	5	5	5	1	1	1	5	3	4	1	4	1	4	3	
4	5	5	5	5	1	1	5	5	4	4	1	5	5	5	3	
5	4	5	5	5	1	1	5	5	1	5	5	5	1	5	4	
6	5	5	5	5	1	3	4	5	5	5	5	5	1	5	5	
7	3	5	5	5	1	1	5	5	4	4	1	4	1	5	4	
8	3	5	5	5	1	1	1	5	1	1	1	1	1	4	3	
9	3	5	5	5	1	1	5	5	1	4	1	4	1	4	5	
10	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	3	5	5	
11	3	4	4	4	1	1	5	5	3	4	1	5	1	4	5	
12	4	5	5	5	1	1	4	5	1	3	1	4	3	5	4	
13	4	4	5	5	5	1	5	4	4	4	4	3	4	5	5	
14	2	5	5	2	1	2	5	4	5	4	1	4	5	5	5	
15	3	4	5	5	1	1	1	5	2	3	1	4	1	5	5	
16	4	5	5	5	1	1	5	5	1	4	4	4	1	5	4	
17	4	5	5	5	1	1	5	5	3	4	1	2	3	4	4	
18	3	5	5	5	1	1	5	3	4	4	1	4	1	4	3	
19	5	5	5	5	1	1	5	5	4	4	1	5	5	5	3	
20	4	5	5	5	1	1	5	5	1	5	5	5	1	5	4	
21	5	5	5	5	1	3	4	5	5	5	5	5	1	5	5	
22	3	5	5	5	1	1	5	5	4	4	1	4	1	5	4	
23	3	5	5	5	1	1	1	5	1	1	1	1	1	4	3	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

26°C Mayorm. nublado 01:21 2/03/2024

Datos para Hipótesis:

*hipotesis elizabeth sarango.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Vindependie...	Numérico	8	0	Control Interno	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Nominal	Entrada
2	VDependiente	Numérico	8	0	Toma de Decisi...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Nominal	Entrada
3	D1	Numérico	8	0	Ambiente de co...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Nominal	Entrada
4	D2	Numérico	8	0	Evaluación del ...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Nominal	Entrada
5	D3	Numérico	8	0	Respuesta al ri...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Nominal	Entrada
6	D4	Numérico	8	0	Actividades de ...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Nominal	Entrada
7	D5	Numérico	8	0	Información y c...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Nominal	Entrada
8	D6	Numérico	8	0	Monitoreo	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Nominal	Entrada
9	D7	Numérico	8	0	Calidad de deci...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Nominal	Entrada
10	D8	Numérico	8	0	Aspectos motiv...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Nominal	Entrada
11	D9	Numérico	8	0	Modelo de deci...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Centrado	Nominal	Entrada
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

26°C Mayorm. nublado

01:10 2/03/2024

*hipotesis elizabeth sarango.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

1 : Vindeependiente 4 Visible: 11 de 11 variables

	Vindeependiente	VDependiente	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9	var	var	var	var	var
1	4	5	4	4	4	2	1	1	1	4	4					
2	3	4	3	1	4	3	1	3	4	3	5					
3	3	2	3	3	3	1	1	3	4	3	4					
4	4	4	3	4	4	2	1	5	5	1	5					
5	4	2	3	3	4	3	4	3	4	1	5					
6	4	2	4	4	4	3	5	3	5	1	5					
7	3	1	3	3	4	2	3	4	3	4	5					
8	3	1	4	4	3	2	4	3	3	3	5					
9	3	1	4	3	4	1	4	3	4	1	1					
10	4	4	4	1	4	3	5	5	5	1	1					
11	4	4	3	1	4	3	4	4	4	1	1					
12	3	1	2	1	2	1	2	2	4	1	1					
13	4	4	4	4	5	2	4	4	5	1	1					
14	3	4	1	2	2	2	2	2	2	4	5					
15	3	4	3	3	4	2	1	2	5	3	5					
16	4	5	4	3	4	2	1	5	4	5	5					
17	3	4	4	3	4	3	1	3	4	3	5					
18	3	4	3	3	3	1	1	3	4	4	5					
19	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5					
20	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5					
21	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	5					
22	3	4	4	3	4	2	4	4	3	4	5					

Vista de datos Vista de variables

meet.google.com está compartiendo tu pantalla. Dejar de compartir Ocultar

IBM SPSS Statistics Processor está listo

26°C Mayorm. nublado

01:08 2/03/2024

IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Edición Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Resultado

- Log
- Tablas de contingencia
- Título
- Notas
- Conjunto de datos activo
- Pruebas de chi-cuadrado
- Medidas simétricas

```

CROSSTABS
  /TABLES=VIndependiente BY VDependiente
  /FORMAT=AVALUE TABLES
  /STATISTICS=CHISQ CC
  /CELLS=COUNT TOTAL
  /COUNT ROUND CELL.

```

Tablas de contingencia

→ [Conjunto_de_datos1] C:\Users\FIORELLA POLO\Documents\hipotesis elizabeth sarango.sav

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7,451 ^a	3	,061
Razón de verosimilitudes	10,124	3	,018
Asociación lineal por lineal	3,210	1	,073
N de casos válidos	28		

a. 6 casillas (75,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,39.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Coefficiente de contingencia	,458	,061
N de casos válidos		28	

IBM SPSS Statistics: Procesamiento está listo | H: 1:30 W: 600 nt

26°C Mayormente nublado | Buscar | ESP LAA | 01:30 | 2/03/2024