



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

# **FACULTAD DE CIENCIAS PROFESIONALES**

## **ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CONTROL INTERNO Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE  
SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA DIRECTO MARKETING,  
MIRAFLORES, 2018**

### **TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA:**

**PALOMINO SANCHEZ, YANETH**

**ASESOR:**

**Dr. COSTILLA CASTILLO, PEDRO CONSTANTE**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**GESTIÓN DE ORGANIZACIONES**

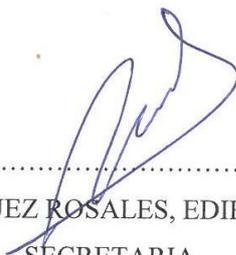
**LIMA – PERÚ**

**2018**

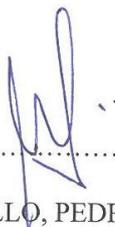
PÁGINA DEL JURADO



.....  
DR. VASQUEZ ESPINOZA, JUAN MANUEL  
PRESIDENTE



.....  
MG. DOMINGUEZ ROSALES, EDIHT GEOBANA  
SECRETARIA



.....  
DR. COSTILLA CASTILLO, PEDRO CONSTANTE  
VOCAL

## **Dedicatoria**

Esta investigación es dedicada a mis padres y a cada uno de mis hermanos por su amor, por la confianza depositada en mí, el esfuerzo, y por los valores inculcados en el camino de mi vida. A David Camaro Miranda, compañero de vida, por su amor, apoyo incondicional y por ser quien siempre me motivo a continuar y fue quien me expreso en todo momento, que el cansancio es temporal, pero la felicidad de haber logrado mi objetivo propuesto, será para siempre.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera y de mi vida, por ser mi fortaleza en momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizaje, experiencias y sobre todo felicidad.

A la Universidad Cesar Vallejo, por ser mi alma mater, y permitir el desarrollo de mi Carrera profesional.

Al Dr. Pedro Costilla, por el asesoramiento brindado durante la elaboración de mi tesis.

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, PALOMINO SANCHEZ, YANETH identificada con DNI N° 46287391, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de CIENCIAS EMPRESARIALES, Escuela de ADMINISTRACIÓN, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Asimismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son claras y confiables.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión, tanto de los documentos, como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, 28 de noviembre del 2018



YANETH PALOMINO SANCHEZ

46287391

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento antes ustedes la Tesis titulada “Control Interno y su influencia en la Calidad de Servicio al Cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Administración.

En consecuencia el proyecto tuvo como objetivo determinar la influencia que existe en las dos variables, la variable independiente es Control Interno y la variable dependiente es Calidad de servicio al cliente. Así también la investigación corresponde a un nivel de estudio explicativo causal y el diseño no experimental de corte transversal.

Se realizó la técnica de encuesta en la empresa Directo Marketing, el instrumento se basó en 20 preguntas que fueron dirigidos a los 50 colaboradores de la empresa, los resultados fueron tomados en consideración, para una debida conclusión y recomendación, de esta manera beneficiar a la empresa.

Palomino Sanchez, Yaneth

## ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
ÍNDICE	viii
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
I. INTRODUCCIÓN	14
1.1. Realidad problemática	14
1.2. Trabajos previos	17
1.2.1. Internacionales	17
1.2.2. Nacionales	19
1.2.3. Artículos Científicos	23
1.3. Teorías relacionadas al tema	26
1.3.1. Teoría Control Interno	26
1.3.2. Definiciones de Control Interno	26
1.3.2.1. Dimensiones e indicadores de Control Interno	27
1.3.3. Teoría Calidad de Servicio al cliente	29
1.3.4. Definiciones Calidad de Servicio al cliente	29
1.3.4.1. Dimensiones e indicadores de Calidad de Servicio al cliente	30
1.4. Formulación del problema	33
1.4.1. Problema General	33
1.4.2. Problemas específicos	33
1.5. Justificación del estudio	33
1.5.1. Relevancia Social	33
1.5.2. Pertinencia	33
1.5.3. Implicancia práctica	33
1.5.4. Valor teórica y utilidad metodológica	34
1.6. Hipótesis	34
1.6.1. Hipótesis General	34
1.6.2. Hipótesis Especifica	34

1.7. Objetivos	35
1.7.1. Objetivo General	35
1.7.2. Objetivos Específicos	35
II. METODOLOGÍA	36
2.1. Diseño de investigación	36
2.1.1. Método de investigación	36
2.1.2. Enfoque	36
2.1.3. Tipo de investigación	36
2.1.4. Nivel de investigación	36
2.1.5. Diseño	36
2.2. Variables y Operacionalización	37
2.2.1. Variables	37
2.2.2. Operacionalización de variables	38
2.3. Población y muestra	39
2.3.1. Población del estudio	39
2.3.2. Tamaño de la muestra	39
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	39
2.4.1. Técnica de recolección de datos	39
2.4.1.1. Encuesta	39
2.4.2. Instrumento de recolección de datos	40
2.4.2.1. Cuestionario	40
2.4.3. Validez	40
2.4.4. Confiabilidad	41
2.5. Método de análisis de datos	42
2.5.1. Descriptivo	42
2.5.2. Inferencial	42
2.6. Aspectos éticos	42
III. RESULTADOS	43
3.1. Análisis descriptivo de los resultados	43
3.2. Análisis inferencial de los resultados	64
3.2.1. Prueba de normalidad	64
3.2.2. Prueba de hipótesis	64
3.2.3. Prueba de hipótesis general	66

3.2.3.1. Prueba de hipótesis específicas	67
IV. DISCUSIÓN	70
4.1. Discusión por resultados	70
4.1.1. Objetivo General	70
4.1.2. Objetivo Especifico 1	73
4.1.3. Objetivo Especifico 2	74
4.1.4. Objetivo Especifico 3	75
V. CONCLUSIONES	76
VI. RECOMENDACIONES	77
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	78
<b>ANEXOS</b>	<b>82</b>
Matriz de Consistencia	
Cuestionario	
Validación de cuestionario	
SPSS 24	

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variables en estudio	37
Tabla 2. Matriz de operacionalización de las variables	38
Tabla 3. Validación de expertos	40
Tabla 4. Escala de medidas para evaluar el Coeficiente alfa de Cronbach	41
Tabla 5. Resumen del procesamiento de los casos	41
Tabla 6. Estadísticos de fiabilidad	41
Tabla 7. Criterios éticos de la investigación	42
Tabla 8. Frecuencias y porcentajes del indicador Estructura organizacional	43
Tabla 9. Frecuencias y porcentajes del indicador Procedimientos	44
Tabla 10. Frecuencias y porcentajes del indicador Personal	45
Tabla 11. Frecuencias y porcentajes del indicador Responsabilidades	46
Tabla 12. Frecuencias y porcentajes del indicador Responsabilidades	47
Tabla 13. Frecuencias y porcentajes del indicador Principios	48
Tabla 14. Frecuencias y porcentajes del indicador Utilización de recursos	49
Tabla 15. Frecuencias y porcentajes del indicador Área funcional	50
Tabla 16. Frecuencias y porcentajes del indicador División del trabajo	51
Tabla 17. Frecuencias y porcentajes del indicador Funciones administrativas	52
Tabla 18. Frecuencias y porcentajes del indicador Procesos	53
Tabla 19. Frecuencias y porcentajes del indicador Interpretación	54
Tabla 20. Frecuencias y porcentajes del indicador Entorno	55
Tabla 21. Frecuencias y porcentajes del indicador Supervisión	56
Tabla 22. Frecuencias y porcentajes del indicador Desarrollo profesional	57
Tabla 23. Frecuencias y porcentajes del indicador Desarrollo profesional	58
Tabla 24. Frecuencias y porcentajes del indicador Organización	59
Tabla 25. Frecuencias y porcentajes del indicador Motivación	60
Tabla 26. Frecuencias y porcentajes del indicador Desempeño laboral	61
Tabla 27. Frecuencias y porcentajes del indicador Resultados	62
Tabla 28. Prueba de Normalidad	63
Tabla 29. Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman	64
Tabla 30. Prueba de Hipótesis general	65
Tabla 31. Prueba de Hipótesis específica 1	66
Tabla 32. Prueba de hipótesis específica 2	67
Tabla 33. Prueba de hipótesis específica 3	68

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estructura Organizacional	43
Figura 2. Procedimientos	44
Figura 3. Personal	45
Figura 4. Responsabilidades	46
Figura 5. Responsabilidades	47
Figura 6. Principios	48
Figura 7. Utilización de recursos	49
Figura 8. Área funcional	50
Figura 9. División de trabajo	51
Figura 10. Funciones administrativas	52
Figura 11. Procesos	53
Figura 12. Interpretación	54
Figura 13. Entorno	55
Figura 14. Supervisión	56
Figura 15. Desarrollo profesional	57
Figura 16. Desarrollo profesional	58
Figura 17. Organización	59
Figura 18. Motivación	60
Figura 19. Desempeño laboral	61
Figura 20. Resultados	62

## RESUMEN

La presente investigación denominada “Control Interno y su influencia en la Calidad de servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018”. El objetivo general del presente estudio fue determinar la influencia del control interno en la calidad de servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018. La investigación es de tipo aplicada, el nivel de estudio es explicativo causal, de diseño no experimental de corte transversal, y el método utilizado fue hipotético deductivo. Se realizó una encuesta aplicando como instrumento un cuestionario conformado por 20 preguntas en medición numérica, de escala de Likert y validado por tres expertos, obteniendo una confiabilidad aceptable, fueron procesados en el programa estadístico SPSS 24, se utilizó el Alfa de Cronbach cuya ponderación fue alto 0,901 y en donde se encontró un coeficiente de correlación de Spearman con un valor de 0,608, lo que indico que existe una correlación positiva moderada, entre las variables Control interno y la Calidad de servicio al cliente. Se llegó a la conclusión que a mayor control interno, mejor percepción de la calidad de servicio, es decir, si se implementa un adecuado Control, se podrá mejorar la calidad del servicio brindado por la empresa Directo Marketing.

**Palabras claves:** Control interno, control, procesos, calidad de servicio.

## **ABSTRACT**

This research called "Internal Control and its influence on the quality of customer service of the company Directo Marketing, Miraflores, 2018". The general objective of this study was to determine the influence of internal control on the quality of customer service of the company Directo Marketing, Miraflores, 2018. The research is of applied type, the level of study is causal explanatory, of non-experimental cross-sectional design, and the method used was hypothetical deductive. A survey was carried out applying as a tool a questionnaire consisting of 20 questions in numerical measurement, of Likert scale and validated by three experts, obtaining an acceptable reliability, they were processed in the statistical program SPSS 24, the Cronbach's Alpha was used, whose weighting was high 0.901 and where a Spearman correlation coefficient was found with a value of 0.608, indicating that there is a moderate positive correlation between the variables Internal Control and Quality of Customer Service. It was concluded that the greater the internal control, the better the perception of the quality of service, that is, if an adequate Control is implemented, the quality of the service provided the Direct Marketing can improve company.

Keywords: Internal control, control, processes, quality of service.

## I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad Problemática:

Actualmente dentro de las organizaciones, se presentan distintos problemas en las empresas, las cuales con el tiempo, han ido afectando en la calidad de servicio que brindan a cada uno de sus clientes. Considerando que la finalidad de todas las empresas es mantenerse rentables y contar con clientes satisfechos, por el servicio adquirido. Sin embargo la gran mayoría de ellas (las empresas) no consideran importante, el estado interno de sus compañías, muchas no conocen el valor que significa contar con un sistema de Control Interno en sus áreas de gestión.

Es oportuno indicar que hoy en día, este sistema se ha convertido en un elemento indispensable para las áreas de trabajo, generando innovación en las estructuras y las prácticas relacionadas de la organización. El Control Interno tiene la intención de cuidar los bienes de la empresa, con un resultado de prevención en las pérdidas de activos por hurto, estafas e inconsistencias del mismo personal o por el propio descuido de alguna área de trabajo.

En el nivel global, el éxito empresarial, es cada día un reto sostenerse en el mercado, ya que las empresas, deben de desarrollar mejores estrategias de crecimiento, asegurando la confiabilidad de sus estados financieros y la reducción de pérdidas de activos en sus compañías.

En el Perú en su mayoría las empresas, no desarrollan su administración de forma sistemática, ni implementan nuevos cambios estratégicos para su cuidado. En la mayoría de veces todo lo que se propone o se indica, es de manera verbal, la información dada en el momento, no es archivada.

Según el diario Gestipolis: Gómez G. (2013):

El control interno comprende el plan de organización y el conjunto de métodos y medidas adoptadas dentro de una entidad para salvaguardar sus recursos, verificar la exactitud y veracidad de su información financiera y administrativa, promover la eficiencia en las operaciones, estimular la observación de las políticas prescrita y lograr el cumplimiento de las metas y objetivos programados (p.43).

A nivel local se puede observar este escenario, en diferentes empresas de investigación, un manejo inadecuado de control interno en su organización, dañando y

obteniendo como consecuencia, situaciones no previstas y generación de gran impacto financiero en el negocio, como pueden ser irregularidades, encontrándose también el poco compromiso de políticas acordadas y firmadas por dirección general, el cual llevan como consecuencia la generación de deudas. Dichas situaciones podrían ser advertidas gestionando el control interno con anticipo.

Particularmente, el problema que presenta la empresa DIRECTO PERU SAC, conocido en el mercado de investigación por su nombre comercial, “Directo Marketing”, ubicado en el distrito de Miraflores, expresa una variedad de indicadores, que permiten apreciar con objetividad el bajo nivel de procesos, en el control interno de la empresa, trabajan de modo práctico y operativo, resolviendo los inconvenientes asignando costos sin ser antes planeados, y creando secciones y/o áreas a medida que surgen las necesidades de acuerdo a lo que sucede en el tiempo o momento, si bien es cierto existe el cumplimiento de estudios solicitados, existe el inadecuado profesionalismo. Usualmente es de manera desordenada y no optan por la organización adecuada, no consideran procesos, ni miden el tiempo y las responsabilidades que estas conllevan. Por lo general, los clientes que obtuvieron insatisfacción por los resultados dados, ya no solicitan servicios.

El área Comercial es el contacto directo con el cliente, por ser el área especializada en la búsqueda y el cierre de venta, la gran mayoría de veces la dificultad, es esperar el final del proceso del proyecto, para preguntar al área de Operaciones como va el desarrollo de la solicitud, y por consiguiente empiezan a buscar solución de un problema o eventualidad sucedida con el desarrollo del informe final, generando un costo adicional y sobre todo el malestar en las áreas involucradas, y muchas veces por el cliente. Este inconveniente sucede solo por no considerar la responsabilidad del seguimiento de procesos adecuados que deberían de existir en la empresa.

Por tal razón, se busca contar con un plan de acción, ideal para el desarrollo de los estudios solicitados, objetivos y metas propuestas. Se requiere comprender el interés del control interno que debe que existir en las áreas de la empresa, por la misma razón que existe ingresos y salidas de dinero y que estos a su vez, están con poca o nada de sustentación, generando atrasos en pagos de los costos fijos de la empresa. Asimismo, se busca implementar este sistema y descubrir las ineficiencias que se presenta en la empresa, que por tal motivo, ello puede estar afectando la realización de las metas y objetivos de la organización.

Teniendo en cuenta los problemas señalados, considero pertinente desarrollar un tema de investigación que permita conocer la importancia del Control Interno y su Influencia en la Calidad de Servicio al Cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

Para dar respuesta al enunciado del problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Determinar la influencia del Control Interno en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

El trabajo desarrollado comprende de 7 capítulos:

En el primer capítulo, se ha considerado la realidad problemática de la investigación, la cual nos permitirá conocer la situación real en la que se encuentra la empresa Directo Marketing, se presentan los antecedentes de la investigación tanto nacionales como internacionales, la fundamentación científica, donde se muestra el desarrollo teórico de la variable, la formulación del problema, justificación del estudio, la hipótesis, y objetivos a alcanzar.

En el segundo capítulo, se presenta el marco metodológico, donde se muestra la metodología, el tipo de estudio, el enfoque, el nivel y el diseño de la investigación, siguiente a ello se presenta la matriz de operacionalización de la variable, la población y muestra, la técnica e instrumento de recolección de datos y los métodos de análisis de datos.

En el tercer capítulo, se presenta el análisis e interpretación de los resultados, plasmado en la descripción de la contrastación de hipótesis, tablas de frecuencias y pruebas de normalidad, obtenidos de la encuesta realizada a los colaboradores de la empresa Directo Marketing.

En el cuarto capítulo, se presenta la discusión, donde se evidencia el contraste de los resultados obtenidos por el cuestionario de Control Interno y la influencia en la calidad de servicio al cliente de la empresa Directo Marketing.

En el quinto capítulo, se presentan las conclusiones a las que se arribó en la presente investigación de Control Interno y la influencia en la calidad de servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

El sexto capítulo, se presentan las recomendaciones que hacen énfasis en las pautas en la importancia del Control interno en la organización considerándose así, una excelente calidad de servicio al cliente de la empresa.

En el capítulo séptimo, se presentan las referencias bibliográficas y anexos.

## **1.2. Trabajos Previos:**

Este proyecto de investigación se realiza con un análisis de fuente de documentación en fuentes bibliográficas y trabajos de investigación (tesis) referentes al objeto de estudio.

A continuación se citan las metodologías, los objetivos y conclusiones a los cuales se llegó con relación a otros trabajos investigados, que influye de manera directa e indirectamente en el desarrollo de esta investigación:

### **1.2.1. Internacionales**

Espinoza (2014). En su tesis titulada: “*Manual de procesos y Control –Interno del área Comercial de las agencias de la empresa Eléctrica Regional Norte (ENELNORTE) Imbabura*”, desarrollada en la Universidad Regional Autónoma de los Andes, Facultad de Dirección de Empresas, Carrera de Administración de empresas y negocios, Ecuador, para obtener el título de Ingeniero en empresas y administración de negocios. En el trabajo investigado tuvo como objetivo principal: Implementar un manual de procesos y control interno, con el propósito de mejorar los niveles de calidad en los procesos, productos y servicios, del área comercial de las agencias de la Empresa Eléctrica Regional Norte, EMELNORTE IMBABURA. La metodología empleada para este estudio Se utilizará la modalidad cuali-cuantitativa en el desarrollo de la investigación. La investigación de campo es la estadística descriptiva, de tipo orden descriptivo y bibliográfico, los métodos empleados son el Científico, analítico sintético, inductivo-deductivo, y el método histórico lógico. Para el desarrollo del problema de investigación se utilizarán las siguientes técnicas: Observación, entrevista y encuesta. Se llegó a la conclusión la identificación en la falta de políticas, procedimientos, manuales, e instructivos de control que no están implementados en la organización en cada uno de los procesos y actividades que se desarrollan. Se propone implementar un procedimiento de control que evalúe el desarrollo y la identificación de los factores de riesgos y acciones de control en el proceso contable de la empresa SAJOMA S.A.S.

Ramos (2015), En su tesis titulada: “*Diseño del Sistema de Control Interno en la empresa AB OPTICAL de la ciudad de Loja*”, desarrollada en la Universidad Nacional de Loja área Jurídica, Social y Administrativa, Carrera de Contabilidad y Auditoría, Ecuador, para obtener el título profesional de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría Contador Público Auditor. El presente trabajo tiene como objetivo “Diseñar un Sistema de Control Interno en la empresa AB OPTICAL de la ciudad de Loja”, el cual se

convierte en una herramienta indispensable para la empresa, donde su contenido comprende procedimientos de control como medida que coadyuve a precautelar posibles debilidades e irregularidades en el manejo de estos, por tanto; la contribución en el desarrollo es importante, ya que al tener un sistema adecuado y concebido técnicamente, su propietaria podrá salvaguardar los recursos humanos materiales y financieros como la toma de decisiones y el correcto manejo de sus fondos. El presente proyecto propuesto será desarrollado en función a la utilización de la siguiente metodología: Científico, inductivo, deductivo y método analítico sintético, se utilizaron técnicas como la entrevista, y la observación. Se llegó como conclusión que el estudio realizado se muestran cuadros que justifica el Diseño del Sistema de Control Interno, en el cual se analizó las unidades administrativas y operativas para proponer organigramas estructural, posesional y funcional, y en base a estos se diseñó un manual de funciones y diagramas de flujos para dar un mejor tratamiento a los recursos humanos, materiales y financieros para lograr el mejoramiento continuo proponiendo políticas para cada procedimiento.

Cambier (2015), En su tesis titulada: “*Evaluación del Cumplimiento del Control Interno de un departamento de Registro de una entidad de estudios superiores basado en técnicas de auditoría interna*”, desarrollada en la Universidad de Sevilla, Facultad de Ciencias de la Educación, España, para obtener el título doctoral de Doctor en Pedagogía. En el trabajo investigado se pretende realizar y diseñar un sistema de control interno para el cumplimiento de estándares internacionales y objetivos, asegurando el funcionamiento de cada uno de ellas. El Objetivo General es: Evaluar el nivel de cumplimiento del control interno del departamento de registro de una institución de estudios superiores. Se utilizó, el instrumento de recolección de datos (cuestionario), la técnica de carácter informal que consistió en preguntas no programadas, Además, se utilizó el programa estadístico IBM SPSS para la obtención de datos de frecuencia y descriptivos. Se llegó como conclusión que utilizar la Auditoría Interna que el departamento de Registro de la universidad cumple de manera satisfactoria con la normativa vigente salvo por los siguientes hallazgo que se presentan en la sección de resultados. Las universidades encuestadas carecen de una gestión de riesgos, para poder determinar los controles necesarios para el desenvolvimiento académico, administrativo y financiero.

Arceda (2015). En su tesis titulada: *“Efectividad de los Procedimientos de Control Interno que se aplican en las áreas de Administración y Contabilidad en la Empresa Agrícola Jacinto López S.A.”*, desarrollada en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua, Facultad Regional Multidisciplinaria Matagalpa, Departamento de Ciencias Económicas y Administrativas, Nicaragua, para obtener el grado de Master en Contabilidad con Énfasis en Auditoría. En el trabajo investigado tuvo como objetivo evaluar la efectividad de los Procedimientos de Control Interno que se aplican en las áreas de administración y contabilidad en la Empresa Agrícola "Jacinto López" S.A. del municipio de Jinotega durante el año 2014”. En cuanto a las técnicas aplicadas al trabajo investigativo fueron: entrevistas, verificación documental, observación, cuestionarios de Control Internos. La metodología que aplico fue los métodos Teóricos, empíricos y método Científico. Después del desarrollo de esta investigación se concluyó que los controles administrativos y contables que se manejan en la empresa, presentan dificultades en las áreas investigadas relacionadas con el Control Interno, situación que a futuro provocaría incidencia en el incumplimiento de leyes, normativas, reglamentos en las que está sujeta la entidad.

Cubillos (2017). En su tesis titulada: *“Propuesta de procedimientos de Control Interno Contable para la empresa Sajoma S.A.S.”*, desarrollada en la Pontificia Universidad Javeriana Cali, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Colombia, para obtener el título de Contador Público. En el trabajo investigado tuvo como objetivo principal: Proponer los procedimientos de control interno contable para la empresa SAJOMA S.A.S. La metodología empleada para este estudio fue la investigación descriptiva, método deductivo. Para el desarrollo del problema de investigación se utilizarán las siguientes técnicas de investigación: una entrevista personal. Se llegó a la conclusión la identificación en la falta de políticas, procedimientos, manuales, e instructivos de control que no están implementados en la organización en cada uno de los procesos y actividades que se desarrollan.

### **1.2.2. Nacionales**

Layme (2015). En su tesis titulada: *“Evaluación de los Componentes del Sistema de Control Interno y sus Efectos en la Gestión de la Subgerencia de Personal y Bienestar Social de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto, 2014”*, desarrollada en la Universidad José Carlos Mariátegui, Facultad de Ciencias Jurídicas Empresariales y Pedagógicas, Escuela Profesional de Contabilidad, Moquegua, para obtener el Título

Profesional de Contador Público. En el trabajo investigado se pretende Evaluar los componentes del Sistema de Control en la Municipalidad, con ello mejorar el procedimiento para cumplir con las metas de la institución. Se concluye que el resultado del análisis inferencial logra establecer el nivel de evaluación de las normas de control interno, y está asociado a los niveles de cumplimiento de los componentes del sistema de control interno en la gestión de las actividades, e implementación de las normas de control interno que regulan la gestión entre normas y procedimientos de control interno, logrando identificar y proponer las normas y procedimientos necesarios para la implementación del Sistema de Control Interno que optimicen sus actividades y funciones.

Sosa (2015). En su tesis titulada: *“El Control Interno y su influencia en la gestión contable de la empresa Golden Amazon Group S.A.C.”*, desarrollada en la Universidad Autónoma del Perú, Facultad de Ciencias de Gestión, Escuela Profesional de Contabilidad, para obtener el título de Contador Público. El objetivo de esta investigación es Determinar la influencia del control interno en la gestión contable de la empresa Golden Amazon Group S.A.C. La metodología empleada fue de tipo Aplicada, diseño de investigación Descriptivo – correlacional, No experimental – transversal. Los resultados se observa que la variable de control interno expresa una correlación del 0.865, lo cual indica que existe una relación positiva de estudio, sobre una muestra de 13 individuos, en tanto que los resultados relacionados con la variable de gestión contable, donde podría manifestar efectivamente que el control interno índice en la gestión contable de la empresa Golden Amazon Group S.A.C.

Quispe (2017). En la tesis *“El control interno y su incidencia en la calidad de servicio de la unidad de almacén de la universidad nacional Amazónica de Madre de Dios, año 2017”*. Tesis para obtener el título profesional de Contador Público. Tuvo como objetivo Determinar de qué manera el control interno incide en la calidad de servicio de la Unidad de Almacén de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, año 2017. La metodología que aplico, fue Tipo de Investigación: Correlacional –No Experimental de corte transversal, donde por intermedio de una encuesta el cual estuvo elaborada por 30 preguntas y dirigida a una población de 60 encuestados, su análisis de datos fue con una estadística inferencial, con programa SPSS versión 22. Se logró obtener los siguientes resultados, el valor de R de Pearson es de 0,880 implicando un

coeficiente de determinación de  $R^2$  0,774, lo cual indica que con una significación menor al 5,0%, ( $\alpha=0,002$ ) el control interno incide en la calidad de servicio en un 77,4%, siendo así que, Como el P-valor es igual a 0,000, resulta inferior al nivel de significancia (0.05), se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna  $H_1$ : El control interno si incide significativamente en la calidad de servicio de la Unidad de Almacén de la UNAMAD, año 2017. Por lo que se concluyó: El control interno incide de manera significativa en la calidad de servicio de la Unidad de Almacén de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios durante el presente año; esto se debe a que el personal responsable de esta unidad y las áreas usuarias no realizan de forma efectiva el control interno, asimismo no realizan la supervisión y control de la documentación y los planes para las adquisiciones y contrataciones, que sirven como instrumento para el desarrollo de sus actividades, esta responsabilidad no solo recae en la Unidad de Almacén, sino que también es responsabilidad de cada usuario hacer seguimiento y monitoreo del procedimiento de atención o compra de su pedido, esta situación ocasiona una calidad de servicio inadecuada, lográndose evidenciar en la presente investigación.

Quiroz (2017). En su tesis titulada “*El control interno y su influencia en la eficiencia de los procesos contables del estudio Contable Tributario Vidal, del distrito de Lurín, en el año 2015*”. Tesis para obtener el título profesional de Contador Público. Su objetivo de la investigación fue: determinar la influencia del control interno en la eficiencia de los procesos contables del Estudio contable tributario Vidal, del Distrito de Lurín, en el año 2015. La metodología que aplico, Se utilizó el diseño no experimental transversal correlacional – causal y el tipo de investigación fue descriptivo -correlacional. La población estuvo conformada por 10 trabajadores y la muestra es el total de la población, a dicha muestra se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, que tuvo como contenido 18 preguntas validado por juicio de expertos y se utilizó el alfa de Cronbach para hallar la confiabilidad estadística. Entre los principales resultados se ha determinado que efectivamente el control interno influye en la eficiencia de los procesos contables en el estudio contable tributario Vidal, además se concluye que, el control interno influye significativamente en los procesos contables del Estudio contable tributario Vidal del Distrito de Lurín, además tiene una correlación perfecta con un valor de 0.92, el cual ha sido probado mediante la Prueba No Paramétrica usando el software SPSS versión 22 ya que existe una relación significativa

avalada estadísticamente por el coeficiente de correlación de Rho de Spearman con un valor de 0.92 y un grado de significancia de 0,00.

Rojas (2017). En la tesis “*Control interno y calidad de servicio en el departamento de Rentas y tributación de la Municipalidad Provincial de Quispicanchis, 2017*”. Tesis para obtener el grado académico de Magister en Contabilidad, mención en Auditoría. Tuvo como objetivo analizar la relación que existe entre el cumplimiento del control interno y la calidad de servicio en el Departamento de Rentas y Tributación en la Municipalidad Provincial de Quispicanchi, 2017. La metodología, fue con un enfoque de investigación utilizada es cuantitativo, con alcance correlacional, con respecto al diseño es no experimental transversal. La técnica empleada es la documental y encuesta. Se aplicó los instrumentos a una muestra representativa de autoridades del Departamento de Rentas y Tributación, y una muestra de 90 usuarios. El nivel de cumplimiento del control interno en el Departamento de Rentas y Tributación de la Municipalidad Provincial de Quispicanchi es de 43,4%, es decir el nivel de confiabilidad del control interno es medio y la calidad de servicio en el Departamento de Rentas y Tributación de la Municipalidad Provincial de Quispicanchi desde la percepción de los usuarios es regular en un 53,3%. De la prueba de chi-cuadrado y de tau b de Kendall al 95% de confianza se concluye que existe relación entre el control interno en el Departamento de Rentas y Tributación y la calidad de servicio en la Municipalidad Provincial de Quispicanchi. ( $\text{sig} < 0,05$ ); es decir el cumplimiento de los procedimientos, normas y políticas de la institución repercuten en la calidad de servicio de los usuarios en un 55%. Las dimensiones de control interno también influyen significativamente en la calidad de servicio.

Cruz (2017). En la tesis “*El Control interno y su influencia en la calidad del servicio de la zona registral N° V Sede Trujillo, 2016*”. Tesis para obtener el título profesional de Contador Público. Tuvo como objetivo Determinar la influencia del Control Interno en la Calidad del Servicio de la Zona Registral N° V Sede Trujillo. 2016. La metodología, fue de El tipo de estudio es no experimental, de corte transversal, y busca establecer la relación de variables medidas en una muestra, y los métodos de investigación aplicados fue el deductivo e inductivo. Se trabajó con un margen de confianza del 95% en una población muestral que asciende a 154 trabajadores; a los que se les aplicó un cuestionario para medir desde un punto de vista interno la percepción acerca del control

interno y cómo este influye en la calidad del servicio que brindan en la institución, considerando factores actitudinales. Estadísticamente la hipótesis se validó con el valor de Chi cuadrado (6.58) que cae en la región de rechazo de la hipótesis nula ( $H_0$ ), por lo tanto, se acepta la  $H_1$ , y se concluye que El Control interno SI influye positivamente en la Calidad del Servicio de la Zona Registral N° V Sede Trujillo. 2016. Se demuestra que existe un buen nivel realización del control interno.

Orozco (2018). En la tesis “*Control interno y calidad de servicio en la subgerencia de Administración de área logística de la Municipalidad Metropolitana de Lima, año 2016*”. Tesis para obtener el grado académico de Maestro en Gestión Pública. Tuvo como objetivo Determinar la relación que existe entre control interno y calidad de servicio en la Subgerencia de Administración del área Logística de la Municipalidad Metropolitana de Lima, año 2016. La metodología que aplico, El tipo de investigación fue básica, el diseño no experimental, transversal y correlacional. La muestra estuvo compuesta por 70 servidores públicos de la Subgerencia de Administración del área Logística de la Municipalidad Metropolitana, quienes fueron seleccionados en forma no probabilística. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento para recolectar los datos fue el cuestionario. Con el fin de determinar la validez de los instrumentos se usó el juicio de expertos y la confiabilidad fue calculada utilizando el Coeficiente Alfa de Cronbach siendo el resultado 0.885, en el cuestionario de valoración del control interno y 0.776, Los datos fueron recolectados en forma grupal, contando con el consentimiento informado respectivo. El análisis descriptivo es presentado en tablas de frecuencias y porcentajes; y la comprobación de hipótesis, se realizó mediante la prueba Rho de Spearman. Se observa que se halló una correlación moderada a un nivel estadístico significativo ( $p < .05$ ), entre las variables control interno y calidad de servicio ( $r = 0.571$ ). En razón a estos resultados se decide rechazar la hipótesis nula, es decir, Existe una relación significativa entre control interno y calidad de servicio en la Subgerencia Administración del área Logística de la Municipalidad Metropolitana de Lima, año 2016. Estos resultados indican que a mayor control interno mejor percepción de la calidad de servicios.

### 1.2.3. Artículos Científicos:

#### Internacionales

Revista Científica Redalyc, Vol. 4 (Nº8) Año 2011, Universidad Carabobo, Venezuela. En la investigación de este artículo titulado: *“Modelos contemporáneos de control interno. Fundamentos teóricos”*. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/2190/219022148007.pdf>. El presente artículo tiene como objetivo general: Analizar el significado del control interno y caracterizarlo de acuerdo a los modelos contemporáneos de control Interno, detallando sus fundamentos teóricos. La metodología empleada para la elaboración del presente texto, está basada en la revisión bibliográfica y en el análisis sistemático y reflexivo de fuentes secundarias representadas por textos escritos, consultas a través de internet.

Revista Científica de FAREM-Estelí, (Nº 7) Año 2013, Nicaragua. En la investigación de este artículo titulado: *“Evaluación del control interno y su incidencia en la cuentas por cobrar de Foro Mirafior”*. Recuperado de: <https://www.lamjol.info/index.php/FAREM/article/view/2630>. En el presente artículo se pretende evaluar el sistema de control interno y averiguar cuáles son las incidencias en los procesos de las cuentas por cobrar de la Asociación de Pobladores y Productores de Mirafior, su objetivo principal es contribuir a un buen desarrollo de las operaciones de cuentas por cobrar en la organización proponiendo medidas (recomendaciones) que mejoren los procedimientos y controles aplicados actualmente. Se llegó a la siguiente conclusión a lo revisado que No existe un Manual de Crédito, la organización solo cuenta con un documento donde se plasman las políticas y procedimientos establecidos para acceder a los créditos, pero existía desconocimiento por parte de la administración y por lo tanto no existe una adecuada aplicación de normas y procedimientos en las cuentas por cobrar.

## Nacionales

Revista Ciencia y Tecnología, Universidad Nacional de Trujillo, Vol.9, Num.2, 2013. En la investigación titulada: “*Propuesta de sistema de control interno para la eficiente gestión presupuestaria en la Universidad Nacional de Trujillo – Perú*”. Recuperado de: <http://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/275>. El presente artículo tiene como objetivo elaborar un adecuado sistema de control interno para orientar con eficiencia y eficacia las diferentes operaciones de la gestión presupuestaria en la UNT. Esta investigación se puede concluir indicando que La propuesta de un sistema de control interno, permite plantear soluciones adecuadas para controlar y orientar con eficiencia y eficacia las diferentes operaciones de gestión presupuestaria de la Universidad Nacional de Trujillo en beneficio de la comunidad universitaria.

Revista Científica Avances, Vol. 15, (No.1,) Año 2013, Cuba. En la investigación titulada: “*El Control Interno en la Educación Superior con enfoque en el Proceso Docente Educativo*”. Recuperado de: <http://www.ciget.pinar.cu/ojs/index.php/publicaciones/article/view/84/208>. El objetivo de este artículo es ofrecer los aspectos que demuestran la situación del Sistema de Control Interno con enfoque en el Proceso Docente Educativo en las Instituciones de Educación Superior a partir de las deficiencias detectadas en el diagnóstico realizado basándose en la Resolución 60/2011. Como conclusión se llegó a la confirmación que en las Instituciones de Educación Superior, existen determinadas deficiencias en el funcionamiento del Sistema de Control Interno con enfoque en el Proceso Docente Educativo.

Revista Científica Espacios, Vol. 37 (Nº 12) Año 2016. En el artículo titulado: “*Control de gestión y control interno: binomio indisoluble en la dirección*”. Recuperado de: <http://www.revistaespacios.com/a16v37n12/16371225.html>. El objetivo de este artículo es demostrar la necesidad latente de las empresas de perfeccionar su control interno y de gestión, así como la contribución a las conceptualizaciones, tendencias y puntos comunes de estos, a través de técnicas multi variantes. Como conclusión se llega a mencionar que El Control Interno es un Control de Gestión, resaltando su legalidad y normativa, pues también va desde lo estratégico, hasta lo económico y lo operativo.

### **1.3. Teorías relacionadas al tema**

#### **1.3.1. Teoría de Control Interno**

Ludwig Von Bertalanffy (1995), definió que:

Existen patrones, principios y normas adaptables a sistemas diversificados o a sus subclases, sin importar su particular género, la naturaleza de sus elementos componentes y las relaciones o fuerzas que imperen en ellos (p.32).

#### **1.3.2. Definiciones de Control Interno:**

Para Coopers y Lybrand (1997) mencionan que,

El control interno es un proceso y que debía ser definido como tal a fin de evidenciar su relación con el proceso de gestión y su naturaleza dinámica (p.155).

Para Horngren y Foster (2003) lo definen,

“El control interno es un conjunto de controles y prácticas contables y administrativas que protegen a una empresa y se tomen decisiones aprobadas y adecuadas” (p.1039).

Para Estupiñan (2011) define como,

Control interno es un proceso, ejecutado por la junta directiva o consejo de administración de una entidad, por su grupo directivo (gerencial) y por el resto del personal, diseñado específicamente para proporcionarles seguridad razonable de conseguir en la empresa las tres siguientes categorías de objetivos: Efectividad y eficiencia de las operaciones; Suficiencia y confiabilidad de la información financiera; Cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables (p.53).

Según Rodríguez, J. (2013) Definió que,

El Control Interno es un elemento del control, se basa en procedimientos y procesos adoptados por una organización de manera coordinada a fin de proteger sus recursos contra pérdida, fraude o ineficiencia; promover la exactitud y confiabilidad de informes contables y administrativos; apoyar y medir la eficacia y eficiencia de esta, y medir la eficiencia de operación en todas las áreas funcionales de la organización (p.49).

## **Componentes Del Control Interno**

Romero, citado por la revista Gestiopolis (2012) define,

Los componentes del control Interno, como: El control interno consta de cinco componentes interrelacionados, que se derivan de la forma como la administración maneja el ente, y están integrados a los procesos administrativos, los cuales se clasifican como: Ambiente de Control, Evaluación de Riesgos, Información y Comunicación, Supervisión y Seguimiento.

### **1.3.2.1. Dimensiones e indicadores de Control Interno**

#### **Elemento del Control**

Para Rodríguez, J. (2013) Definió que,

Son elementos considerados como principales en la organización del sistema de control interno y su implementación en todas las funciones y operaciones de la organización son: La estructura organizacional, los procedimientos, y el personal de la organización (p.55).

#### **Indicadores:**

##### **- Estructura organizacional**

Para Stephen, R. (2005) menciona que,

La estructura organizacional es el reparto formal de los empleos dentro de una organización. Cuando los gerentes desarrollan o cambian la estructura, participan en el diseño organizacional, proceso que involucra decisiones sobre seis elementos clave: especialización del trabajo, departamentalización y formalización (p.234).

##### **- Procedimientos**

Según Mancillas, E. (2007) definió que:

Los procedimientos son una cadena de operaciones (métodos) para lograr un fin más amplio, su definición es especialmente importante para lograr los objetivos de los niveles operativos, además suelen traspasar las líneas departamentales. Los métodos son la forma específica de realizar una tarea u operación, constituyen el tipo de plan más elemental y generalmente están ligados a las actividades de un individuo (p.77).

##### **- Personal**

Rodríguez, J. (2013) Definió como:

“El subsistema personal está compuesto por individuos y grupos en interacción. Dicho subsistema está formado por la conducta individual y la motivación, las relaciones de status y de rol, dinámica de grupos y sistemas de influencia” (p.67).

## **Protección de recursos**

Según Rodríguez, J. (2013) menciono que,

“La protección de los recursos de una organización requiere la eficaz implementación de conceptos administrativos: responsabilidad hacia el superior, principio de excepción y la utilización de recursos” (p.131).

### **Indicadores:**

#### **- Responsabilidad hacia el superior**

Rodríguez, J. (2013) Definió que es,

El requerimiento de que cada subordinado es que informe acerca de su desempeño, para que se le juzgue con base en su informe. En la administración, este aspecto implica la separación de las actividades de: uso, aprobación, adquisición, mantenimiento de registros y evaluación de resultados (p. 130).

#### **- Principio de excepción**

Rodríguez, J. (2013) Definió que,

Este principio afirma que todas las decisiones deben adaptarse en el nivel más bajo de la organización en donde existen hechos y competencia suficientes para adoptarse, y que solo las cuestiones de excepción o muy importantes deben remitirse al nivel más alto de la cadena de mando (p.130).

#### **- Utilización de recursos**

Rodríguez, J. (2013) Definió que,

La utilización de recursos requiere que el sistema suministre a la dirección superior informes periódicos que ayuden a minimizar las dificultades de evaluación. Estos informes deben aportarle diferentes tipos de datos acerca de la productividad, en relación con las distintas unidades de responsabilidad dentro de la organización (p.131).

## **Áreas Funcionales de la organización**

Según Bernal, C. y Sierra H. (2013) definieron que,

“Las áreas funcionales básicas o de división del trabajo en las organizaciones interpretan el conocimiento, las técnicas y las herramientas de los diferentes campos de agrupación de las funciones administrativas, de estudio y desempeño de la actividad administrativa” (p.16).

### **Indicadores:**

#### **- Área funcional**

Rodríguez, J. (2009) Definió que,

El área funcional del personal lidera el interés al reconocimiento de los inconvenientes administrativos desde el punto de vista del personal, subraya la efectividad de los empleados en sus trabajos como clave para el éxito administrativo” (p.91).

- **División del trabajo**

Rodríguez, J. (2009) menciono que,

Consiste en la separación de funciones en forma ordenada. La creación de una organización efectiva requiere establecer una asignación de responsabilidades. Si existe una clara delegación y el personal sabe cuáles son sus actividades, su rendimiento será el más adecuado (p.68).

- **Funciones administrativas**

Stephen, D. (2012) cita a Henri Fayol, quien escribe en el siglo XX,

Todos los administradores ejercen cinco funciones administrativas: planean, organizan, mandan, coordinan y controlan. En la actualidad, las condensamos en cuatro: planear, organizar, dirigir, y controlar (p.5).

### **1.3.3. Calidad de servicio al cliente:**

#### **1.3.1. Teoría de calidad de servicio**

Karl Albrecht y Jan Carlzon (1998), mencionaron que:

Desarrollaron siete puntos para medir la calidad en el servicio: Capacidad de respuesta, atención, accesibilidad para evitar la incertidumbre, comunicación fluida, entendible y a tiempo, amabilidad en la atención y el trato, credibilidad, comprensión de las necesidades y expectativas del usuario (p. 45).

#### **1.3.2. Definiciones de Calidad de Servicio**

Según Zeithamal, Berry y Parasuraman (1993),

“Identificaron 10 criterios que utilizan los consumidores para evaluar la calidad de un servicio. En una investigación posterior se conjuntaron en cinco dimensiones generales, y estas son: Tangibles, Confiabilidad, Respuesta, Certidumbre y Empatía” (p.26).

Para Brady M. y Cronin J. (2001) mencionan que,

Los clientes forman sus apreciaciones de la calidad del servicio sobre la base de la valoración de desempeño de múltiples niveles, y al final combinan esas evaluaciones para llegar a una percepción global de la calidad del servicio (p.35).

Según Salvador C. (2008) menciona que,

La calidad de servicio, se establece como supuesto básico que inicialmente el cliente compara el servicio esperado con el recibido. Dentro de esta categoría, los factores determinantes del servicio esperado, o sea, de las expectativas, son la comunicación boca-oído, las necesidades personales, la experiencia pasada y las comunicaciones externas ofrecidas por el proveedor (p.45).

Para Lovelock y Wirtz (2013) lo definen como,

“La calidad en el servicio es evidente: una mala calidad coloca a una empresa en desventaja competitiva, que muy probablemente aleje a los clientes insatisfechos” (p.416).

Según Larrea P. (2014) Definió que,

“La calidad de servicio, es la percepción que tiene un cliente acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas relacionados con el conjunto de elementos secundarios, cuantitativos y cualitativos, de un producto o servicio principal” (p.98).

### **1.3.2.1. Dimensiones e indicadores de Calidad de servicio al cliente**

#### **Percepción**

Stephen, R. (2004) menciono que:

“La percepción es el proceso por el que los individuos organizan e interpretan las impresiones sensoriales con el fin de darle un sentido al entorno” (p.124).

#### **Indicadores:**

##### **- Procesos**

Córdoba, A. (2009) menciono que,

“Un proceso es un conjunto de tareas elementales que, a partir de determinados insumos (inputs), se realizan en secuencia dado que son necesarias para obtener un resultado final deseado (output)” (p.267).

##### **- Interpretación**

Cardinali, D. (2007) definió que,

“Son los elementos constituidos de la sensación. Por lo regular el individuo interpreta estas sensaciones confrontándolas con lo que ha experimentado y aprendido: de esta forma, la sensación se transforma en percepción” (p.98).

- **Entorno**

Según García, J. (2008) menciono que,

“Se entiende por entorno al conjunto de condiciones ambientales o fuerzas sociales, culturales, de costumbre, legales, políticas, tecnológicas, económicas, etcétera, que modifican una empresa u organización o influyen en ellas” (p.19).

**Desempeño**

Refirió Alles, M. (2006) que,

El análisis del desempeño o de la gestión de una persona es un instrumento para dirigir y supervisar personal. Entre sus principales objetivos podemos señalar el desarrollo personal y profesional de colaboradores, la mejora permanente de resultados de la organización y el aprovechamiento adecuado de los recursos humanos (p.27).

**Indicadores:**

- **Supervisión**

Puig, C. (2015) menciono que,

La supervisión se lleva a cabo con personas y a través del rol o la tarea de los profesionales, generalmente, en el marco de las instituciones o de las organizaciones. Estos dos sistemas, el institucional y el de los actores implicados, son constitutivos de la supervisión en la medida en que operan y condicionan su desarrollo, tanto en lo que respecta a su contenido como a su práctica (p.44).

- **Desarrollo profesional**

Urcola, J. (2010) menciono que,

El desarrollo profesional de los trabajadores en las organizaciones no debe ser algo puntual o circunstancial, sino que debe ser una actividad debidamente planificada, organizada y ejecutada conforme a unos objetivos concretos y centrados en la mejora profesional de las personas de la empresa u organización, tanto para dar respuesta a los problemas que se puedan presentar, como a las iniciativas a desarrollar en el seno de la empresa y a las demandas y necesidades de los propios trabajadores (p.207).

- **Organización**

Al respecto Vargas, M. y Aldana, L. (2011) Mencionaron que,

“Es un conjunto de personas que trabajan unidas, es una estructura más o menos determinada con unos recursos, para lograr un fin común” (p.140).

### **Expectativa**

Según Víctor Vroon, citado por Bernal C. y Sierra, H. (2013), sostuvo que,

La teoría de las expectativas es la motivación de las personas en su desempeño laboral (esfuerzo) depende de la percepción de lo que puede lograr por lo que se propone (recompensa), es decir, las personas tienden a actuar de determinada forma sobre la base de las expectativas de que sus actos producirán un resultado específico, y siempre y cuando consideren que tal resultado es atractivo (p.241).

### **Indicadores:**

#### **- Motivación**

Bernal C. y Sierra, H. (2013) lo definieron como:

Una acertada motivación implica un cambio positivo en el comportamiento de las personas para llevar a cabo sus actividades, además de un clima organizacional favorable por parte de las organizaciones para realizar el trabajo y lograr satisfacción tanto del propio trabajador por su tarea bien ejecutada como del cliente o usuario del bien o servicio producido u ofrecido (p.237).

#### **- Desempeño laboral**

Según Chiavenato, I. (2000) Definió que,

“El desempeño, cómo las acciones o comportamientos observados en los empleados que son relevantes el logro de los objetivos de la organización. En efecto, afirma que un buen desempeño laboral es la fortaleza más relevante con la que cuenta una organización” (p.216).

#### **- Resultados**

Caso A. (2008) definió que:

El resultado es una cifra que corresponde a un determinado nivel de actuación, bien globalmente, según el trabajo desempeñado, o bien fijándose en algunos aspectos concretos del mismo. Este resultado tiene que ser medido y evaluado, teniendo en cuenta que medir es determinar cuántas veces cabe la unidad elegida en una magnitud considerada y evaluar es concretar en un valor el nivel de consecución de un objetivo (p.16).

#### **1.4. Formulación Del Problema:**

##### **1.4.1. Problema General**

¿Cómo influye el Control Interno en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018?

##### **1.4.2. Problema específico**

¿Cómo influye el Elemento del Control en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018?

¿Cómo influye la Protección de recursos en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018?

¿Cómo influye las áreas funcionales de la organización en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018?

#### **1.5. Justificación Del Estudio**

##### **1.5.1. Relevancia Social**

La presente investigación servirá y beneficiará a la empresa, por la implementación de un nuevo sistema de Control, que a su vez generará mayor desempeño profesional de los trabajadores y el adecuado servicio que manejarán frente al cliente. Por tal razón, permitirá conservar, y hacer clientes más fieles y satisfechos, ello permitirá mejorar la rentabilidad de la empresa.

##### **1.5.2. Pertinencia**

La importancia de esta indagación está vinculada al desarrollo de la empresa, el Control interno, desarrollará un sistema eficiente el cual producirá mayor reducción de costos, y la calidad del servicio que llevará a la generación de clientes satisfechos, por último cual dará la seguridad financiera en la empresa.

##### **1.5.3. Implicancia práctica**

Reconociendo que esta investigación tiene como estrategia, lograr resolver distintos inconvenientes, como inconsistencias, orden en cada área, y contar con una comunicación personalizada con los diversos tipos de cliente. Se pretende gestionar de manera efectiva, logrando rápidamente las oportunidades de venta y crecimiento del negocio, así también mejorar la rentabilidad en la empresa.

#### **1.5.4. Valor Teórico y utilidad metodológica**

La presente investigación, se desarrollara mediante teorías y conceptos de las variables: Control Interno y Calidad de Servicio. Se identificara la problemática de la empresa y se determinara la influencia de ambas variables. La empresa con este sistema tendrá soporte dentro de las áreas con finalidad que cada operación, sea de manera ordenada, logrando cumplimiento con los objetivos de la empresa.

### **1.6. Hipótesis**

#### **1.6.1. Hipótesis General**

**H<sub>g</sub>:** El Control Interno influye significativamente en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

**H<sub>1</sub>:** El Control Interno si influye significativamente en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

**H<sub>0</sub>:** El control interno no influye significativamente en la calidad de servicio al cliente que brindan los colaboradores de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

#### **1.6.2. Hipótesis específicas**

**H<sub>1</sub>:** El elemento del Control si influye significativamente en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

**H<sub>0</sub>:** El elemento del Control no influye significativamente en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

**H<sub>1</sub>:** La protección de recursos si influye significativamente en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

**H<sub>0</sub>:** La protección de recursos no influye significativamente en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

**H<sub>1</sub>:** Las áreas funcionales de la organización si influyen significativamente en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

**H<sub>0</sub>:** Las áreas funcionales de la organización no influyen significativamente en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

## **1.7. Objetivos**

### **1.7.1 Objetivo general**

Determinar la influencia del Control Interno en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

### **1.7.2 Objetivos específicos**

Determinar la influencia del elemento del Control en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

Determinar la influencia de la protección de recursos en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

Determinar la influencia de las áreas funcionales en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

## **II. METODOLOGÍA**

### **2.1. Método de investigación**

#### **2.1.1. Método de investigación : Hipotético Deductivo**

Bernal (2010) menciona que,

“El método hipotético–deductivo consiste en un procedimiento que parte de unas aseveraciones en calidad de hipótesis y busca refutar o falsear tales hipótesis, deduciendo de ellas conclusiones que deben confrontarse con los hechos” (p. 60).

#### **2.1.2. Enfoque:** Este proyecto es cuantitativo

Para Hernández (2010) menciona que,

“Se utiliza la recopilación de datos para probar una hipótesis, teniendo como fuente la medición numérica y el análisis estadístico” (p.20).

#### **2.1.3. Tipo de Investigación:** Aplicada

Puesto que se utiliza los conocimientos que se adquieren y su finalidad es buscar, investigar y aplicar los conocimientos con el fin de solucionar la problemática encontrada en la presente investigación.

Para Murillo (2008),

“La investigación aplicada es mayormente conocida como practica o empírica, se basa en la aplicación de los conocimientos que se tomen, de la misma forma se busca implementar y sistematizar la práctica basada en investigación” (p.56).

#### **2.1.4. Nivel de investigación:** El nivel de estudio corresponde al explicativo Causal

Según Bernal (2010), menciona:

“En la investigación explicativa se analizan causas y efectos de la relación entre variables” (p.114).

#### **2.1.5. Diseño de la investigación:** No Experimental- de corte transversal

Debido a que el estudio realizado no tendrá una manipulación deliberada de las variables.

Carrasco (2005) menciona que,

Un diseño no experimental, son aquellos cuyas variables independientes carecen de manipulación intencional, y no poseen grupos de control, ni mucho menos experimental. Asimismo es considerada transversal, porque se usaran los instrumentos de medición en un determinado y único tiempo (p.71).

## **2.2. Variables, Operacionalizacion**

### **2.2.1. Variables**

En la presente investigación se encuentran dos variables, a desarrollar, la variable independiente, y la variable dependiente, las cuales son:

**Tabla 1. Variables en estudio**

<b>VARIABLE</b>	
<b>Variable Independiente</b>	Control Interno
<b>Variable Dependiente</b>	Calidad de Servicio al Cliente

Fuente: Elaboración propia

## 2.2.2. Matriz de operacionalización

**Tabla 2.** Operacionalización de Variables

PROBLEMAS	DEFINICION TEORICA	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES (Nº, %)	ITEMS	NIVELES	ESCALA DE MEDICION
<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b>  <b>CONTROL INTERNO</b>	Según Rodríguez, J. (2013) “El Control Interno es un elemento del control, se basa en procedimientos y normas adoptados por una organización de manera coordinada a fin de proteger sus recursos contra pérdida, fraude o ineficiencia; promover la exactitud y confiabilidad de informes contables y administrativos; apoyar y medir la eficacia y eficiencia de esta, y medir la eficiencia de operación en todas las áreas funcionales de la organización” (p.49).	La variable Control Interno se medirá con las dimensiones:  <ul style="list-style-type: none"> <li>• ELEMENTOS DE CONTROL</li> <li>• PROTECCION DE RECURSOS</li> <li>• AREAS FUNCIONALES DE LA ORGANIZACIÓN</li> </ul>	Elementos De Control	Estructura Organizacional	1	TD= Totalmente en Desacuerdo  ED= En Desacuerdo  I= Indiferente	Ordinal
				Procedimientos	2		
				Personal	3,4		
			Protección De Recursos	Responsabilidad Hacia El Superior	5		
				Principio De Excepción	6		
				Utilización De Recursos	7		
			Áreas Funcionales De La Organización	Área Funcional	8		
				División Del Trabajo	9		
				Funciones Administrativas	10		
			<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>  <b>CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE</b>	Según Larrea P. (2014) Define, La calidad de servicio, es la percepción que tiene un cliente acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas relacionados con el conjunto de elementos secundarios, cuantitativos y cualitativos, de un producto o servicio principal (p.215).	La variable Calidad de Servicio al Cliente se medirá con las dimensiones:  <ul style="list-style-type: none"> <li>• PERCEPCIÓN</li> <li>• DESEMPEÑO</li> <li>• EXPECTATIVA</li> </ul>		
Interpretación	12						
Entorno	13						
Desempeño	Supervisión	14					
	Desarrollo Profesional	15,16					
	Organización	17					
Expectativas	Motivación	18					
	Desempeño Laboral	19					
	Resultados	20					

Fuente: Elaboración propia

## **2.3. Población y muestra**

### **2.3.1. Población del estudio:**

Para Carrasco (2005) menciona que la población es,

“Conjunto de todos los elementos que forman parte del espacio territorial al que pertenece el problema de investigación y poseen características” (p. 236).

El total de la población del estudio está constituido por 50 trabajadores de la empresa Directo Marketing.

### **2.3.2. Tamaño de la muestra:**

Para Carrasco (2005), define la muestra como:

“Fragmento representativo de la población que debe poseer las mismas propiedades y características de ella. Para ser objetiva requiere ser seleccionada con técnicas adecuadas” (p. 237).

El tamaño de la población se desarrollara en una muestra censal, porque será en función de la cantidad de 50 personas que laboran de forma dependiente, se cree necesario practicar un cuestionario a todos los colaboradores que laboran dentro de la empresa.

## **2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.**

### **2.4.1. Técnica de recolección de datos**

#### **2.4.1.1. Encuesta**

Fardinas (2005), define,

“La técnica consiste simplemente en plantear las preguntas tan rápidamente como el entrevistado sea capaz de comprender y de responder” (p.115).

Bernal (2010) define que,

“La encuesta se desarrolla en un cuestionario mediante una lista de preguntas que se seleccionan con el propósito de obtener información de las personas acerca de la investigación realizada o el tema que elegimos a investigar” (p.67).

Para la Recolección de datos, se estableció mediante la técnica de la encuesta que ayudo a recabar toda la información que condujo al objetivo trazado, con la participación de los encuestados.

## 2.4.2. Instrumento de recolección de datos

### 2.4.2.1. Cuestionario

Payne (2005) sostiene que

El cuestionario es una lista de preguntas que requieren un sí o un no o respuestas similares, que podemos tener una calificación numérica para lograr los datos sobre que pueden convertirse en puntuaciones numéricas. Su propósito es obtener información sobre un tema especial (p. 327).

En la presente investigación se utilizó el instrumento de un cuestionario cerrado (solo para marcar), lo cual contaba con un total de 20 preguntas, para luego ser encuestado a los 50 colaboradores, con el objetivo de obtener información clara acerca de la problemática que ocurre en la empresa Directo Marketing.

### 2.4.3. Validez

Ñaupas, Mejía, Novoa y Villagómez (2013) nos indican acerca de la validez como, “La exactitud con que el instrumento mide lo que se propone medir, es decir la eficacia de un instrumento para representar, describir o pronosticar el atributo que le interesa al examinador” (p.180).

El instrumento que se utilizara para la investigación fue validado por el método de juicio de expertos, quienes se encargaron de revisar minuciosamente el contenido del instrumento.

**Tabla 3. Validación de expertos**

Nº	Experto	Calificación Instrumento	Especialidad
1	Dr. Costilla Castillo, Pedro	Aplicable	Administración
2	Dr. Alva Arce, Rosel Cesar	Aplicable	Administración
3	Dr. Martínez Zavala, María Dolores	Aplicable	Administración

Fuente: Elaboración propia

#### 2.4.4. Confiabilidad

Para Hernández (2014) menciona que,

“La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo objeto produce resultados iguales”.

La confiabilidad del instrumento que mide la influencia del control interno y la calidad de servicio, se consiguió aplicando el programa estadístico SPSS 24, con el método de Alfa de Cronbach, , mediante una prueba piloto, considerando a los 50 colaboradores de la empresa Directo Marketing, con un total de 20 preguntas.

**Tabla 4. Escala de medidas para evaluar el Coeficiente alfa de Cronbach**

RANGO	MAGNITUD
0,81 a 1,00	Muy alta
0,61 a 0,80	Alta
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy baja

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista (2014)

**Tabla 5. Resumen de procesamiento de casos**

		N	%
Casos	Válido	50	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	50	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Elaboración en base a los resultados del SPSS 24

**Tabla 6. Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,901	20

Fuente: Elaboración en base a los resultados del SPSS 24

El estadístico de fiabilidad indica que la prueba es confiable porque salió mayor a 0.901 es decir el grado de fiabilidad del instrumento y de los ítems es alto.

## 2.5. Métodos de análisis de datos

### 2.5.1. Descriptivo

Según Hernández y Baptista (2014) mencionan que,

“El método de estadística descriptiva se relaciona al uso de tablas de frecuencias, porcentajes acumulados, porcentajes, medidas de tendencia central, de variabilidad, entre otros”.

Este método permite conocer la sustentación de cada investigación en varias formas como presentaciones estadísticas, graficas, y textos. Para obtener una mayor credibilidad se ejecuta el estudio psicométricos de los instrumentos: fiabilidad y validez interna y externa.

### 2.5.2. Inferencial

Ñaupas, Mejía, Novoa y Villagómez (2013) mencionan que,

“La Estadística Inferencial busca inferir, generalizar las cualidades observadas en una muestra a toda una población, mediante modelos matemáticos estadísticos. Sirve para estimar parámetros y probar hipótesis con base en la distribución muestral” (p.261).

Al realizar el análisis de las variables de las clases ordinales, para contrastar la prueba hipótesis se empleara la correlación de Spearman.

## 2.6. Aspectos éticos

En este documento se describe el estudio, sus objetivos, su carácter confidencial, así como los riesgos y beneficios para el personal que participe.

**Tabla 7. Criterios éticos de la investigación**

<b>CRITERIOS</b>	<b>Características éticas del criterio</b>
<b>Consentimiento informado</b>	Se explicó a cada colaborador que su participación era voluntaria y podía desistir de ello en cualquier momento del estudio.
<b>Confidencialidad</b>	Así mismo se recalcó que su identidad sería protegida y que no se revelaría bajo ninguna circunstancia.
<b>Seguridad</b>	Para preservar la confidencialidad de la información proporcionada para los colaboradores de Directo Marketing, la entrevista y el llenado de la encuesta se realizaron en un lugar privado y cómodo, evitando en todo momento el contacto con el resto de compañeros de trabajo de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

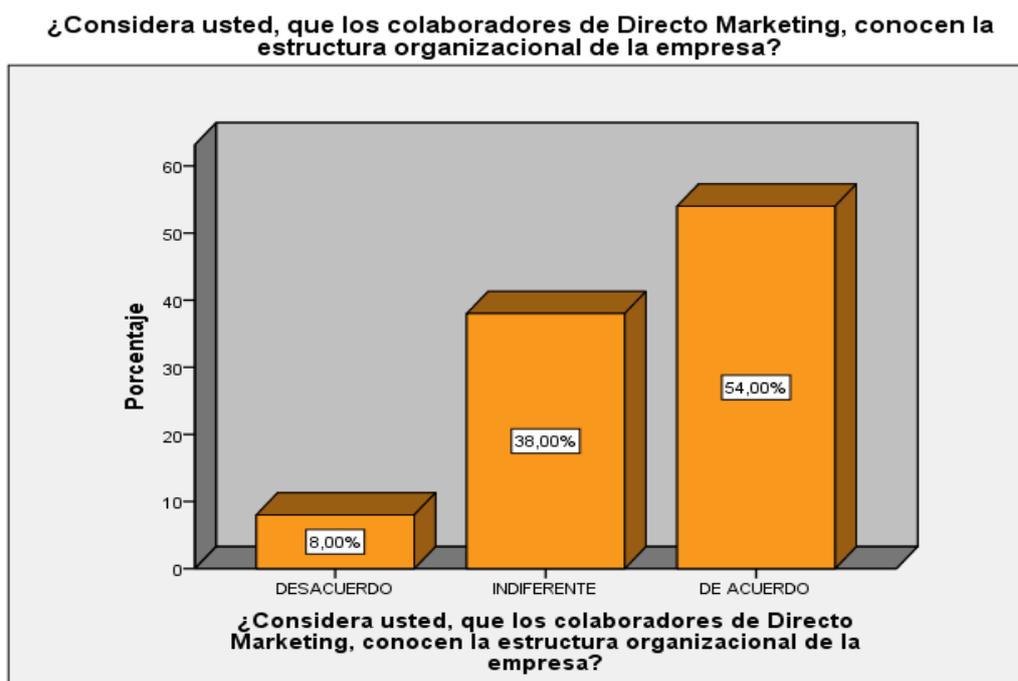
### III. RESULTADOS

#### 3.1. Análisis descriptivos de los Resultados

**Tabla 8. Frecuencias y porcentajes del indicador Estructura Organizacional**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Total</b>	DESACUERDO	4	8,0	8,0	8,0
	O				
	INDIFERENTE	19	38,0	38,0	46,0
	E				
	DE ACUERDO	27	54,0	54,0	100,0
		50	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta realizada a los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018*



*Figura 1. Estructura Organizacional*

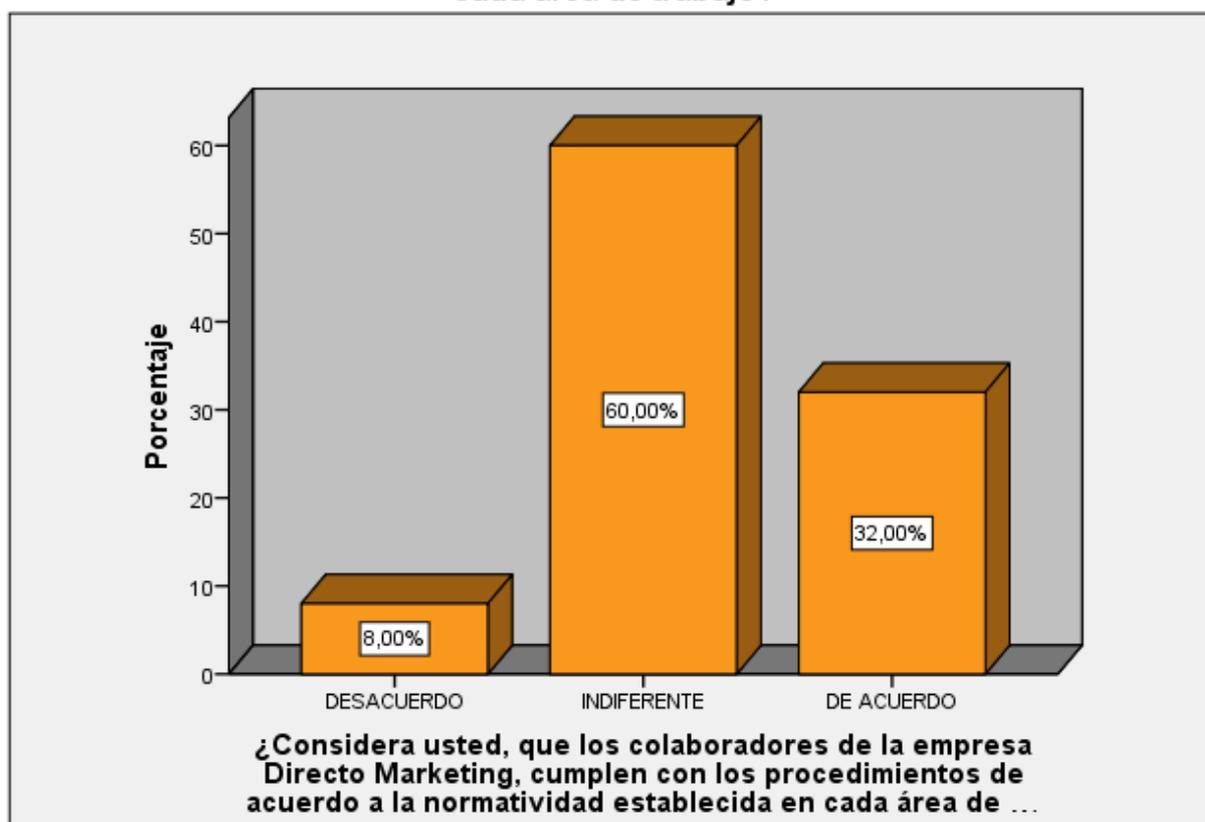
**Interpretación:** La tabla 8, figura 1, se observó los resultados de la evaluación en el indicador Estructura Organizacional desde la percepción de los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018. El 54%, que representa a 27 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar DE ACUERDO, el 38 %, que representa a 19 colaboradores de la empresa el cual opinaron ser INDIFERENTE, el 8%, que representa a 4 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar en DESACUERDO referente a la dimensión sobre ELEMENTOS DEL CONTROL.

**Tabla 9. Frecuencias y porcentajes del indicador Procedimientos**

¿Considera usted, que los colaboradores de la empresa Directo Marketing, cumplen con los procedimientos de acuerdo a la normatividad establecida en cada área de trabajo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DESACUERDO	4	8,0	8,0	8,0
	INDIFERENTE	30	60,0	60,0	68,0
	DE ACUERDO	16	32,0	32,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta realizada a los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018*

¿Considera usted, que los colaboradores de la empresa Directo Marketing, cumplen con los procedimientos de acuerdo a la normatividad establecida en cada área de trabajo?



*Figura 2. Procedimientos*

**Interpretación:** La tabla 9, figura 2, se observó los resultados de la evaluación en el indicador Procedimientos desde la percepción de los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018. El 60%, que representa a 30 colaboradores de la empresa el cual opinaron ser INDIFERENTES, el 32 %, que representa a 16 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar DE ACUERDO, el 8%, que representa a 4 colaboradores de la empresa el

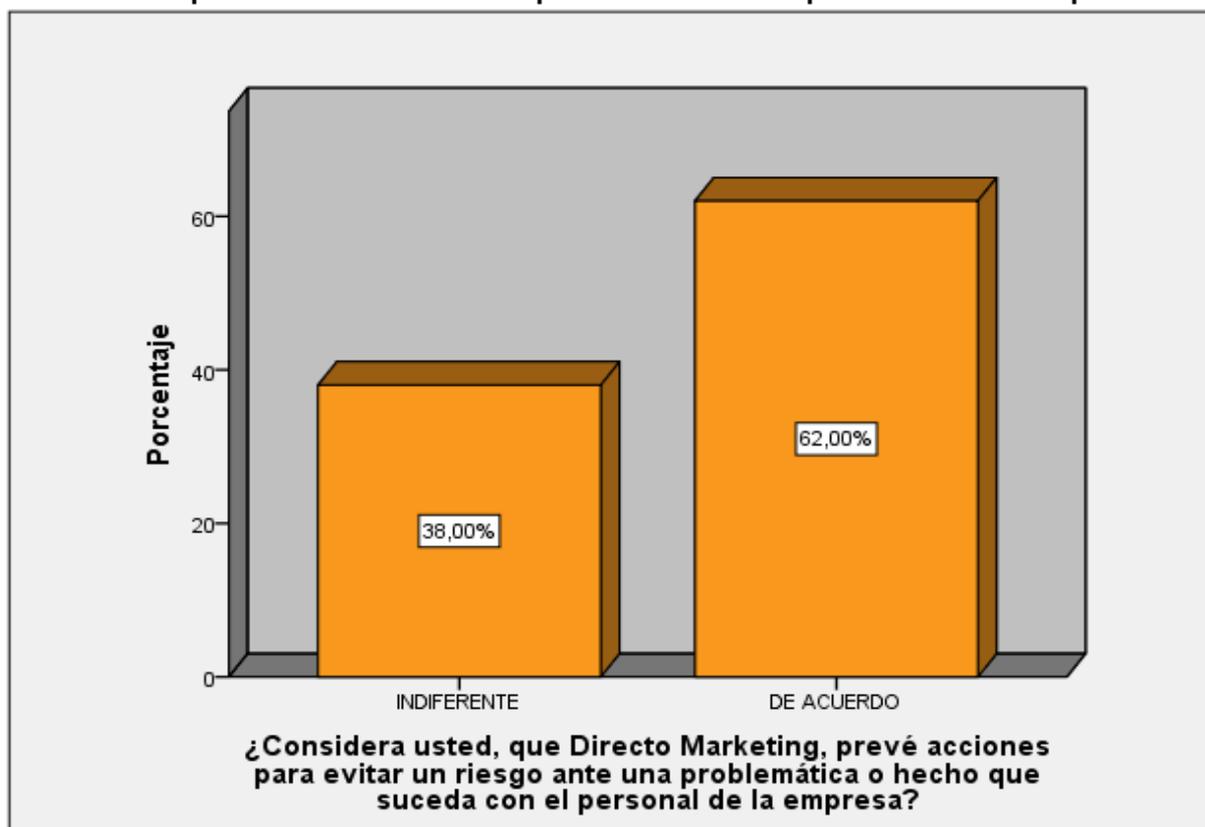
cual opinaron estar en DESACUERDO referente a la dimensión sobre ELEMENTOS DEL CONTROL.

**Tabla 10. Frecuencias y porcentajes del indicador Personal**

¿Considera usted, que Directo Marketing, prevé acciones para evitar un riesgo ante una problemática o hecho que suceda con el personal de la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	INDIFERENTE	19	38,0	38,0	38,0
	DE ACUERDO	31	62,0	62,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta realizada a los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018*

¿Considera usted, que Directo Marketing, prevé acciones para evitar un riesgo ante una problemática o hecho que suceda con el personal de la empresa?



*Figura 3. Personal*

**Interpretación:** La tabla 10, figura 3, se observó los resultados de la evaluación en el indicador Personal desde la percepción de los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018. El 62%, que representa a 31 colaboradores de la empresa el

cual opinaron estar DE ACUERDO, el 38 %, que representa a 19 colaboradores de la empresa el cual opinaron ser INDIFERENTE referente a la dimensión sobre ELEMENTOS DEL CONTROL.

**Tabla 11. Frecuencias y porcentajes del indicador Responsabilidades**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	INDIFERENTE	18	36,0	36,0	36,0
	DE ACUERDO	32	64,0	64,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta realizada a los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018*

**¿Considera usted, que el personal del area Comercial de la empresa Directo Marketing, informa y orienta a sus demas compañeros, para el desarrollo del servicio solicitado por el cliente?**

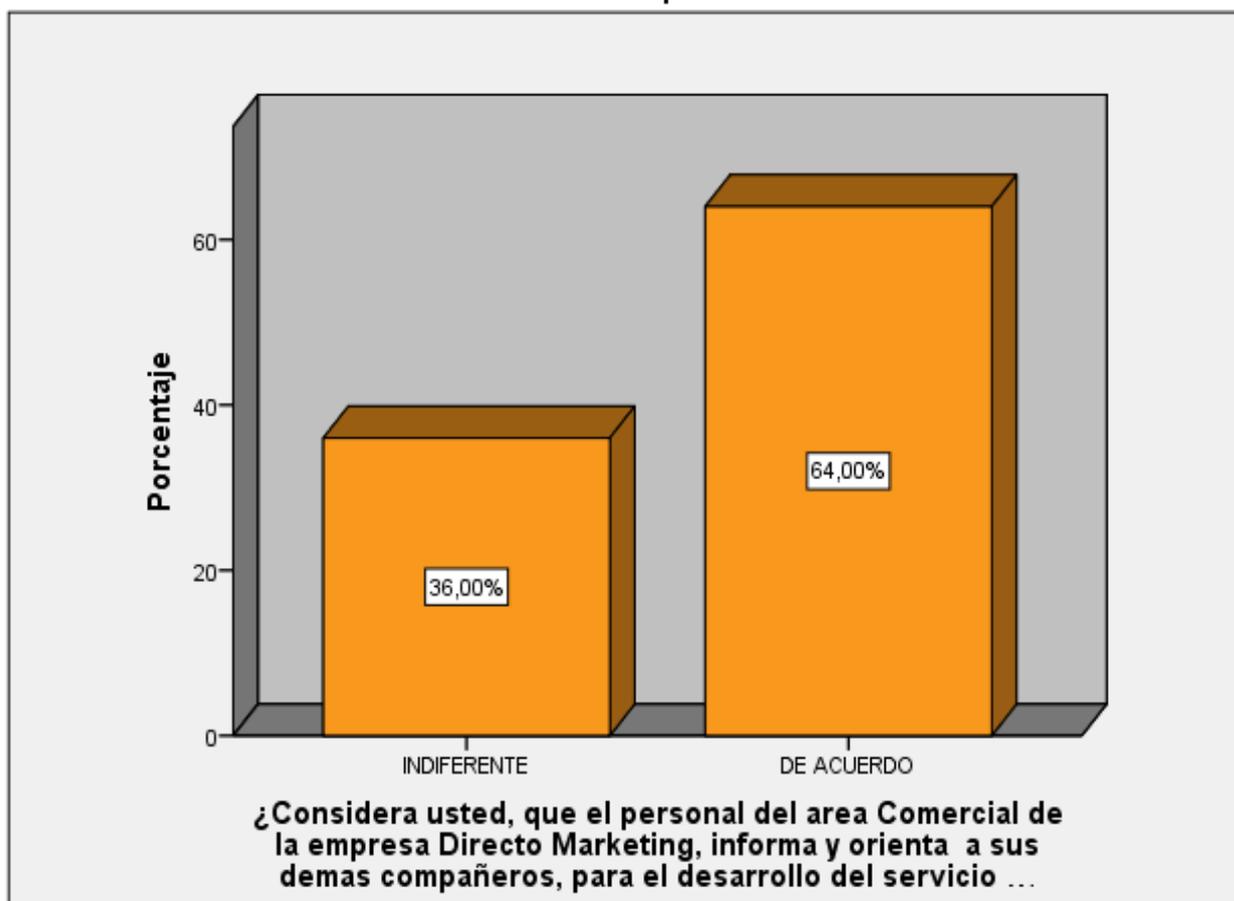


Figura 4. Personal

**Interpretación:** La tabla 11, figura 4, se observó los resultados de la evaluación en el indicador Personal desde la percepción de los colaboradores de la empresa Directo Marketing

Miraflores, 2018. El 64%, que representa a 32 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar DE ACUERDO, el 36 %, que representa a 18 colaboradores de la empresa el cual opinaron ser INDIFERENTE referente a la dimensión sobre ELEMENTOS DE CONTROL.

**Tabla 12. Frecuencias y porcentajes del indicador Responsabilidades**

<b>¿Considera usted, que los jefes de área de la empresa Directo Marketing asumen responsabilidades, supervisando y controlando las reglas establecidas con el personal a cargo?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	DESACUERDO	4	8,0	8,0	8,0
	INDIFERENTE	29	58,0	58,0	66,0
	DE ACUERDO	17	34,0	34,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta realizada a los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018*

**¿Considera usted, que los jefes de área de la empresa Directo Marketing asumen responsabilidades, supervisando y controlando las reglas establecidas con el personal a cargo?**

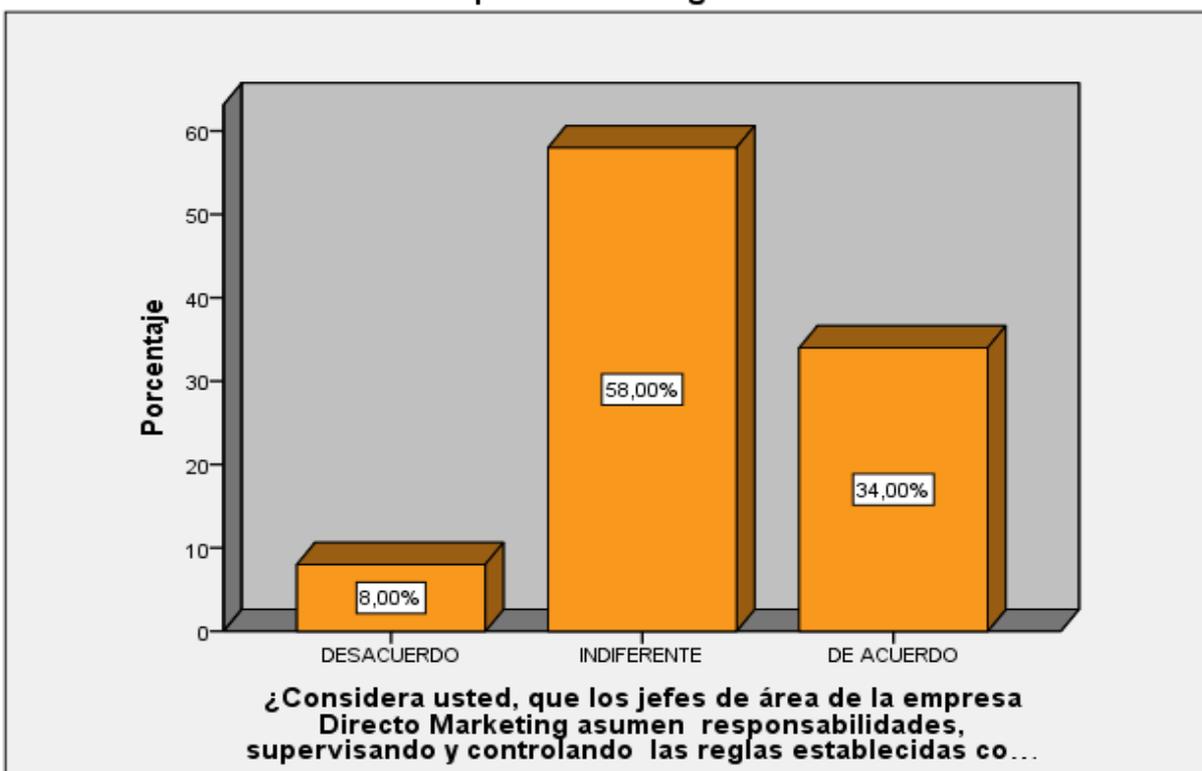


Figura 5. Responsabilidades

**Interpretación:** La tabla 12, figura 5, se observó los resultados de la evaluación en el indicador Responsabilidades desde la percepción de los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018. El 58%, que representa a 29 colaboradores de la empresa el cual opinaron ser INDIFERENTE, el 34 %, que representa a 17 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar DE ACUERDO, el 8%, que

representa a 4 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar en DESACUERDO, referente a la dimensión PROTECCIÓN DE RECURSOS.

**Tabla 13. Frecuencias y porcentajes del indicador Principios**

**¿Considera usted que los colaboradores de la empresa Directo Marketing, están comprometidos con el cumplimiento óptimo de los principios, metas y objetivos que han sido previamente establecidos?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	INDIFERENTE	27	54,0	54,0	54,0
	DE ACUERDO	23	46,0	46,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta realizada a los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018*

**¿Considera usted que los colaboradores de la empresa Directo Marketing, están comprometidos con el cumplimiento óptimo de los principios, metas y objetivos que han sido previamente establecidos?**

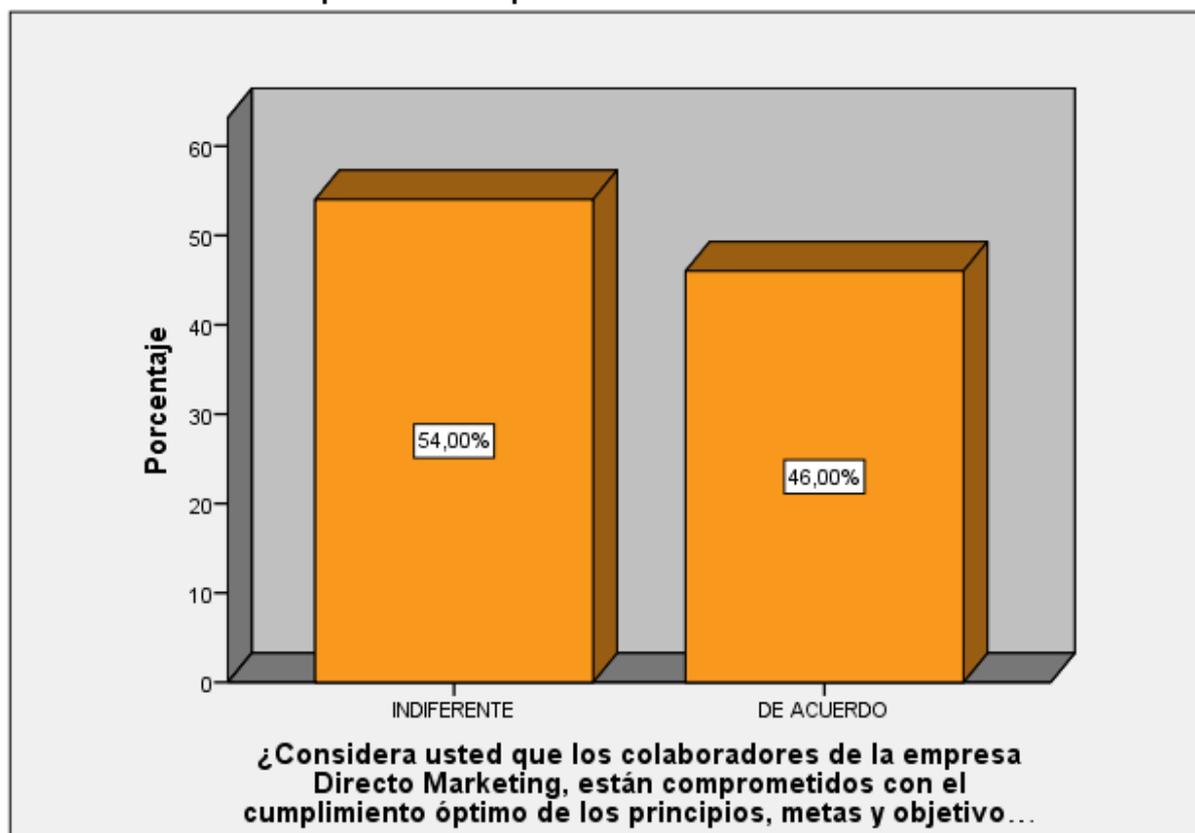


Figura 6: Principios

**Interpretación:** La tabla 13, figura 6, se observó los resultados de la evaluación en el indicador Principios desde la percepción de los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018. El 54%, que representa a 27 colaboradores de la empresa el cual opinaron ser INDIFERENTE, el 46 %, que representa a 23 colaboradores de la

empresa el cual opinaron estar DE ACUERDO, referente a la dimensión PROTECCIÓN DE RECURSOS.

**Tabla 14. Frecuencias y porcentajes del indicador Utilización de Recursos**

¿Considera usted, que los encargados de la empresa Directo Marketing proporcionan orientación en la utilización de recursos, para el cumplimiento de las tareas asignadas por cada área?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	INDIFERENTE	18	36,0	36,0	36,0
	DE ACUERDO	32	64,0	64,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta realizada a los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018*

**¿Considera usted, que los encargados de la empresa Directo Marketing proporcionan orientación en la utilización de recursos, para el cumplimiento de las tareas asignadas por cada área?**

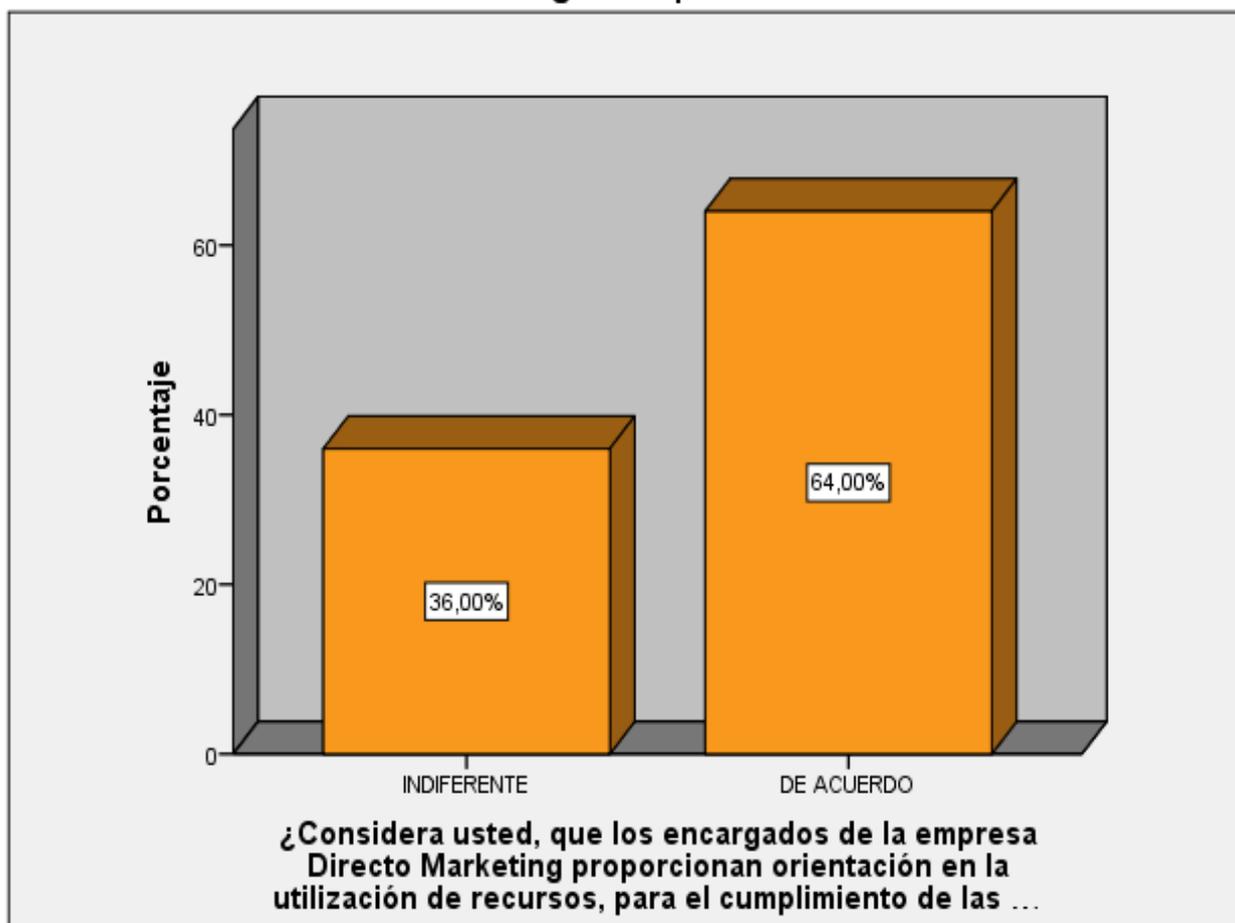


Figura 7: Utilización de Recursos

**Interpretación:** La tabla 14, figura 7, se observó los resultados de la evaluación en el indicador Utilización de recursos desde la percepción de los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018. El 64%, que representa a 32 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar DE ACUERDO, el 36 %, que

representa a 18 colaboradores de la empresa el cual opinaron ser INDIFERENTES, referente a la dimensión PROTECCIÓN DE RECURSOS.

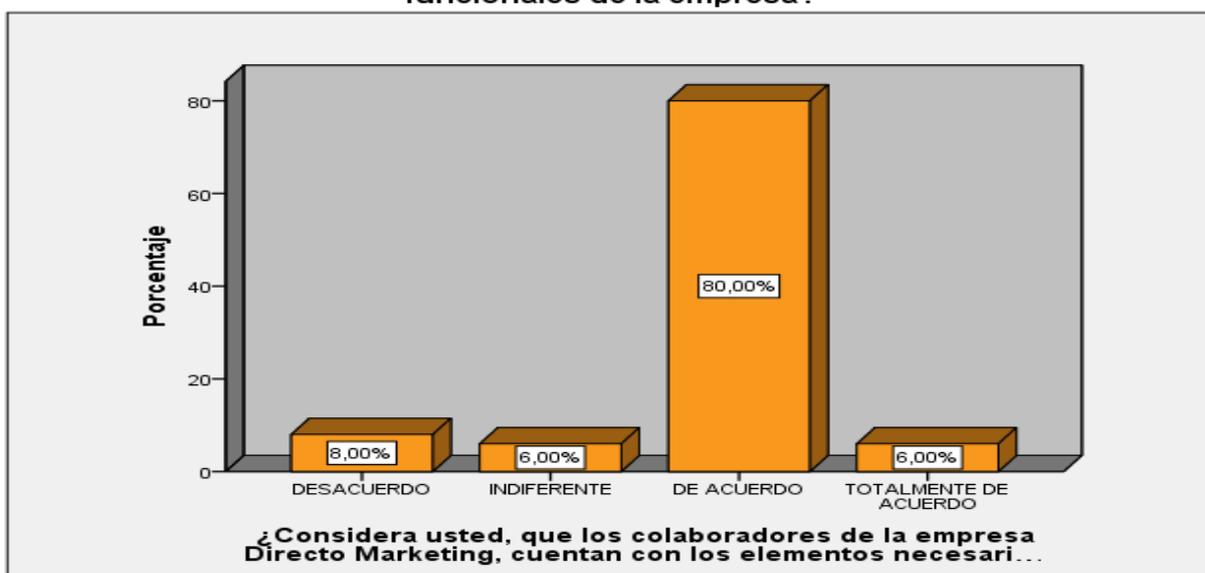
**Tabla 15. Frecuencias y porcentajes del indicador Área Funcional**

**¿Considera usted, que los colaboradores de la empresa Directo Marketing, cuentan con los elementos necesarios para estar informados de todas las áreas funcionales de la empresa?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	DESACUERDO	4	8,0	8,0	8,0
	INDIFERENTE	3	6,0	6,0	14,0
	DE ACUERDO	40	80,0	80,0	94,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta realizada a los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018*

**¿Considera usted, que los colaboradores de la empresa Directo Marketing, cuentan con los elementos necesarios para estar informados de todas las áreas funcionales de la empresa?**



*Figura 8: Área funcional*

**Interpretación:** La tabla 15, figura 8, se observó los resultados de la evaluación en el indicador Área Funcional desde la percepción de los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018. El 80%, que representa a 40 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar DE ACUERDO, el 8 %, que representa a 4 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar en DESACUERDO, el 6%, que

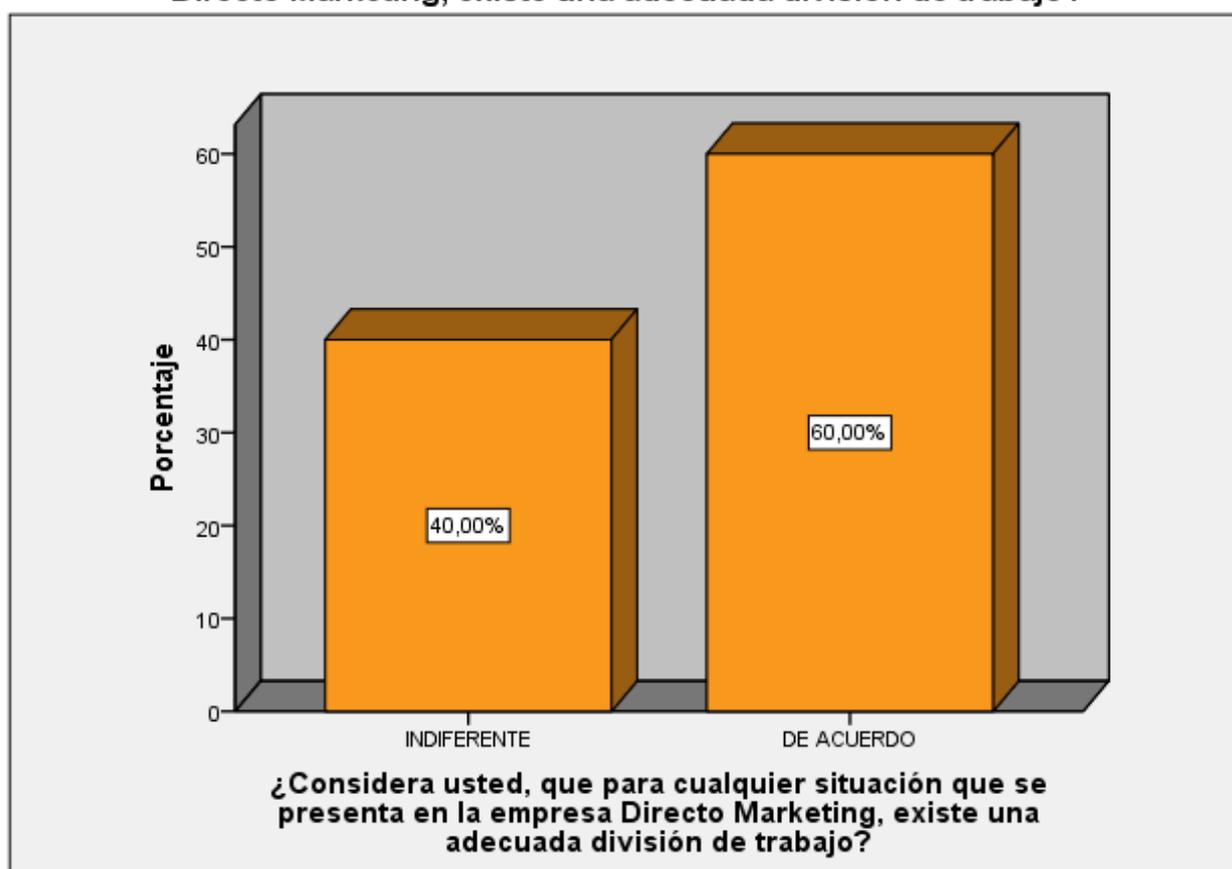
representa a 3 colaboradores de la empresa el cual opinaron ser INDIFERENTES, y el 6%, que representa a 3 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar TOTALMENTE DE ACUERDO, referente a la dimensión AREAS FUNCIONES DE LA ORGANIZACIÓN.

**Tabla 16. Frecuencias y porcentajes del indicador División del Trabajo**

¿Considera usted, que para cualquier situación que se presenta en la empresa Directo Marketing, existe una adecuada división de trabajo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	INDIFERENTE	20	40,0	40,0	40,0
	DE ACUERDO	30	60,0	60,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta realizada a los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018*

**¿Considera usted, que para cualquier situación que se presenta en la empresa Directo Marketing, existe una adecuada división de trabajo?**



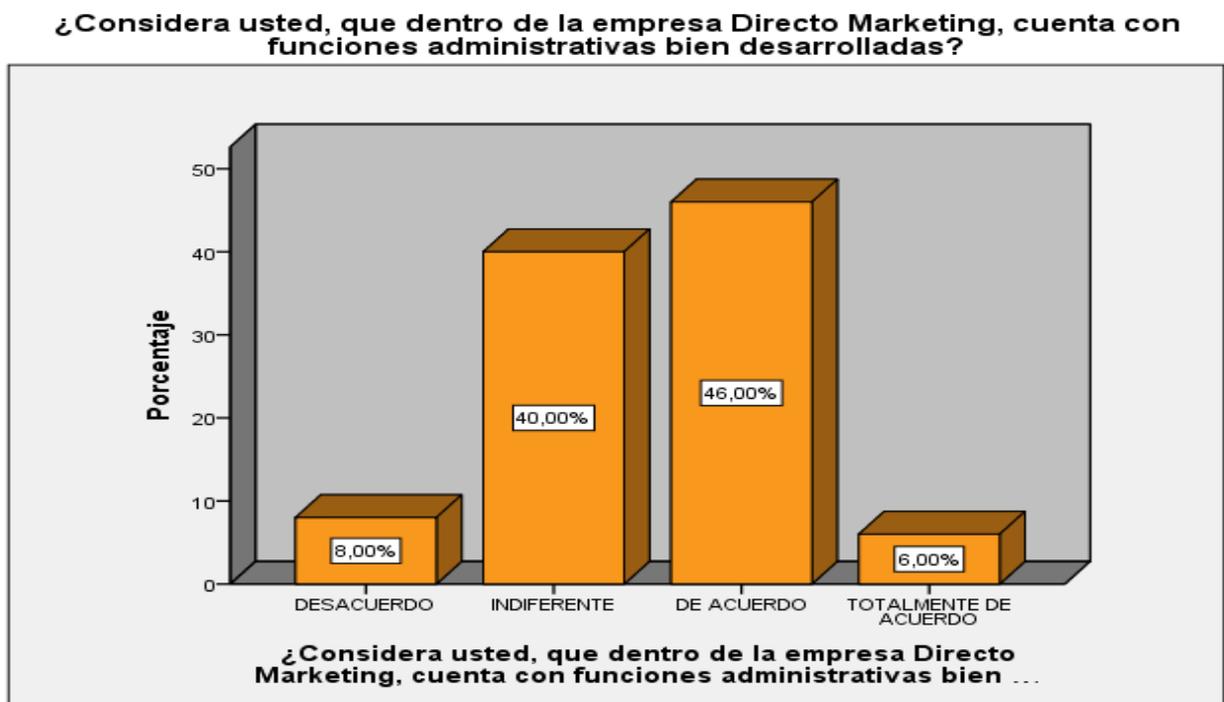
*Figura 9: División de trabajo*

**Interpretación:** La tabla 16, figura 9, se observó los resultados de la evaluación en el indicador División de trabajo desde la percepción de los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018. El 60%, que representa a 30 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar DE ACUERDO, el 40 %, que representa a 20 colaboradores de la empresa el cual opinaron ser INDIFERENTES, referente a la dimensión AREAS FUNCIONES DE LA ORGANIZACIÓN.

**Tabla 17. Frecuencias y porcentajes del indicador Funciones Administrativas**

¿Considera usted, que dentro de la empresa Directo Marketing, cuenta con funciones administrativas bien desarrolladas?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DESACUERDO	4	8,0	8,0	8,0
	INDIFERENTE	20	40,0	40,0	48,0
	DE ACUERDO	23	46,0	46,0	94,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta realizada a los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018*



*Figura 10: Funciones Administrativas*

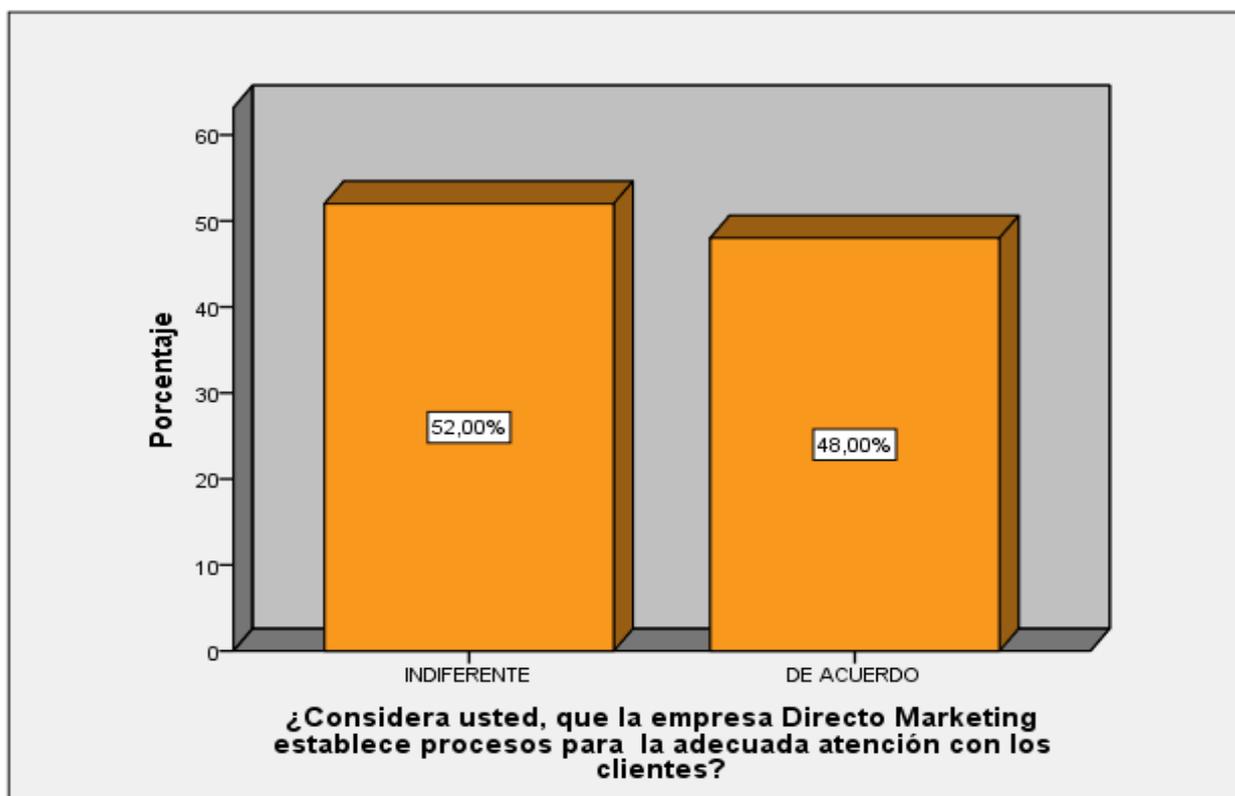
**Interpretación:** La tabla 17, figura 10, se observó los resultados de la evaluación en el indicador Funciones Administrativas desde la percepción de los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018. El 46%, que representa a 23 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar DE ACUERDO, el 40 %, que representa a 20 colaboradores de la empresa el cual opinaron ser INDIFERENTES, el 8%, que representa 4 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar en DESACUERDO, el 6%, que representa a 3 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar TOTALMENTE DE ACUERDO, referente a la dimensión AREAS FUNCIONES DE LA ORGANIZACIÓN.

**Tabla 18. Frecuencias y porcentajes del indicador Procesos**

<b>¿Considera usted, que la empresa Directo Marketing establece procesos para la adecuada atención con los clientes?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	INDIFERENTE	26	52,0	52,0	52,0
	DE ACUERDO	24	48,0	48,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta realizada a los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018*

**¿Considera usted, que la empresa Directo Marketing establece procesos para la adecuada atención con los clientes?**



*Figura 11: Procesos*

**Interpretación:** La tabla 18, figura 11, se observó los resultados de la evaluación en el indicador Procesos desde la percepción de los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018. El 52%, que representa a 26 colaboradores de la empresa el cual opinaron ser INDIFERENTES, el 48 %, que representa a 24 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar DE ACUERDO, referente a la dimensión PERCEPCION.

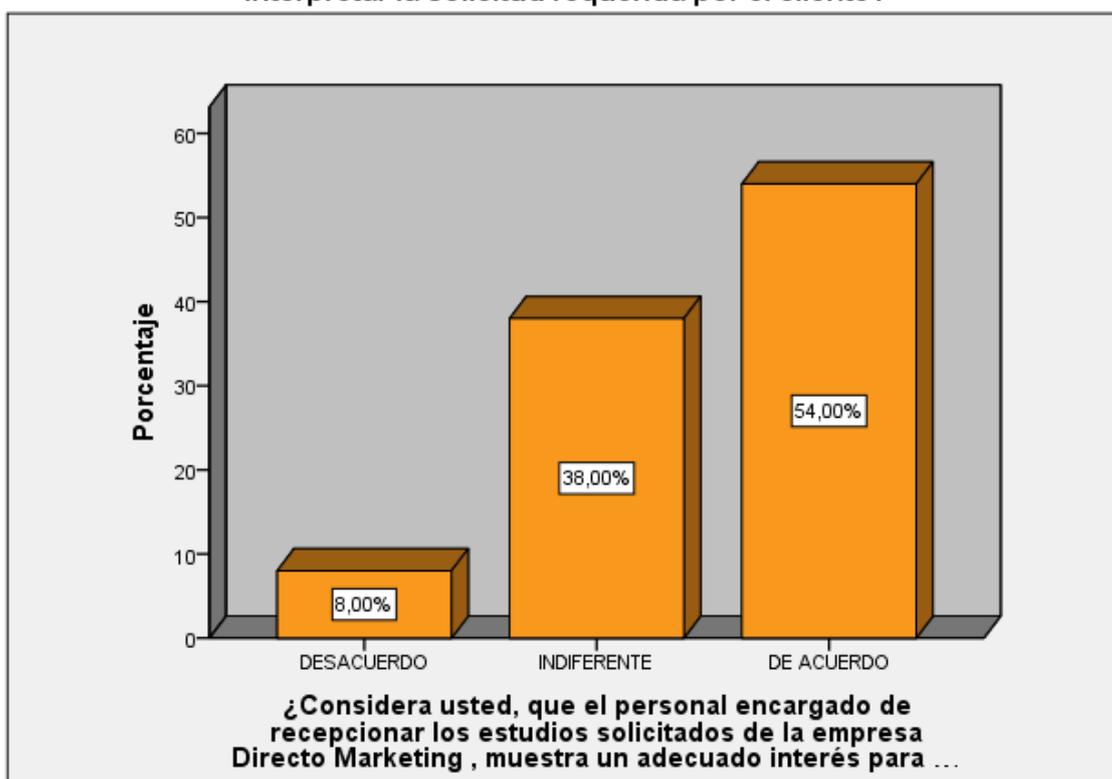
**Tabla 19. Frecuencias y porcentajes del indicador Interpretación**

**¿Considera usted, que el personal encargado de recepcionar los estudios solicitados de la empresa Directo Marketing , muestra un adecuado interés para interpretar la solicitud requerida por el cliente?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	DESACUERDO	4	8,0	8,0	8,0
	INDIFERENTE	19	38,0	38,0	46,0
	DE ACUERDO	27	54,0	54,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta realizada a los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018*

**¿Considera usted, que el personal encargado de recepcionar los estudios solicitados de la empresa Directo Marketing , muestra un adecuado interés para interpretar la solicitud requerida por el cliente?**



*Figura 12: Interpretación*

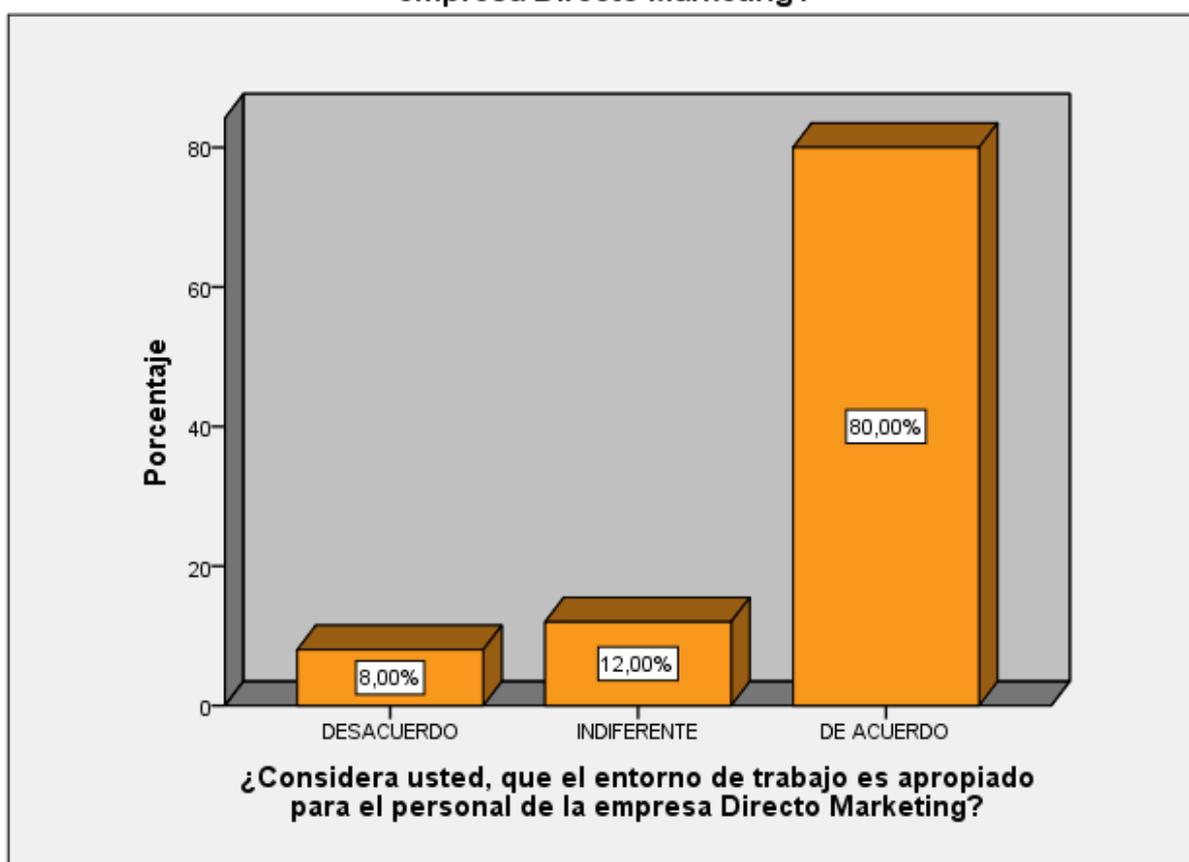
**Interpretación:** La tabla 19, figura 12, se observó los resultados de la evaluación en el indicador Interpretación desde la percepción de los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018. El 54%, que representa a 27 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar DE ACUERDO, el 38 %, que representa a 19 colaboradores de la empresa el cual opinaron ser INDIFERENTES, el 8 %, que representa a 4 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar en DESACUERDO, referente a la dimensión PERCEPCION.

**Tabla 20. Frecuencias y porcentajes del indicador Entorno**

<b>¿Considera usted, que el entorno de trabajo es apropiado para el personal de la empresa Directo Marketing?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	DESACUERDO	4	8,0	8,0	8,0
	INDIFERENTE	6	12,0	12,0	20,0
	DE ACUERDO	40	80,0	80,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta realizada a los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018*

**¿Considera usted, que el entorno de trabajo es apropiado para el personal de la empresa Directo Marketing?**



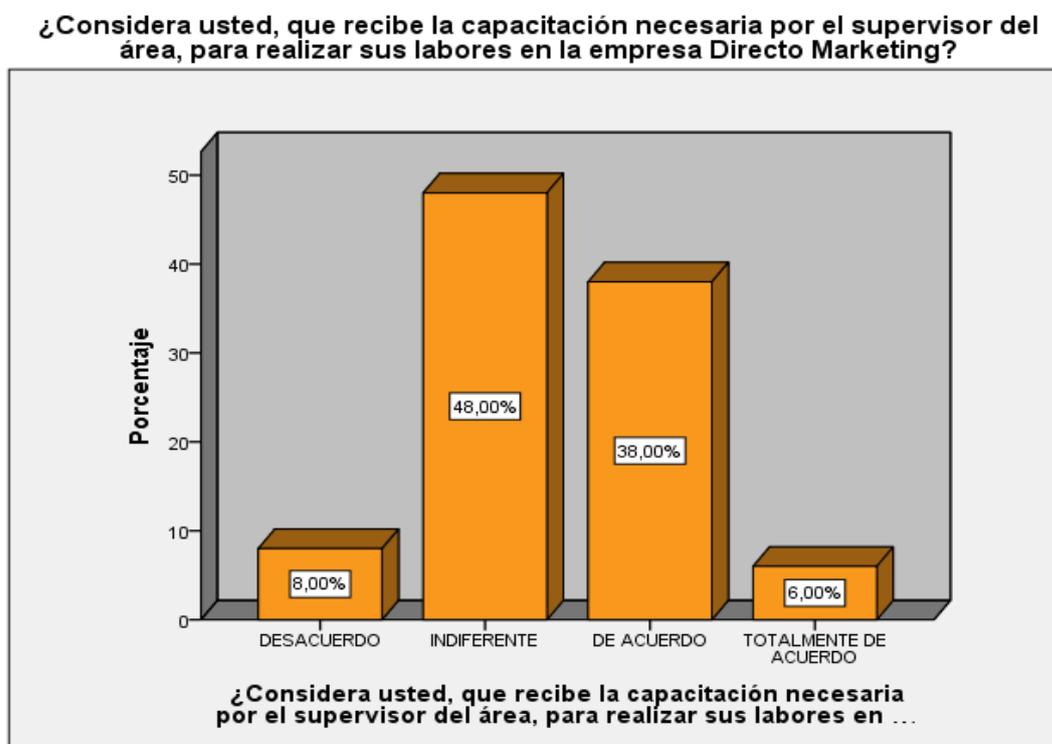
*Figura 13: Entorno*

**Interpretación:** La tabla 20, figura 13, se observó los resultados de la evaluación en el indicador Entorno desde la percepción de los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018. El 80%, que representa a 40 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar DE ACUERDO, el 12 %, que representa a 6 colaboradores de la empresa el cual opinaron ser INDIFERENTES, el 8 %, que representa a 4 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar en DESACUERDO, referente a la dimensión PERCEPCION.

**Tabla 21. Frecuencias y porcentajes del indicador Supervisión**

¿Considera usted, que recibe la capacitación necesaria por el supervisor del área, para realizar sus labores en la empresa Directo Marketing?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DESACUERDO	4	8,0	8,0	8,0
	INDIFERENTE	24	48,0	48,0	56,0
	DE ACUERDO	19	38,0	38,0	94,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta realizada a los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018*



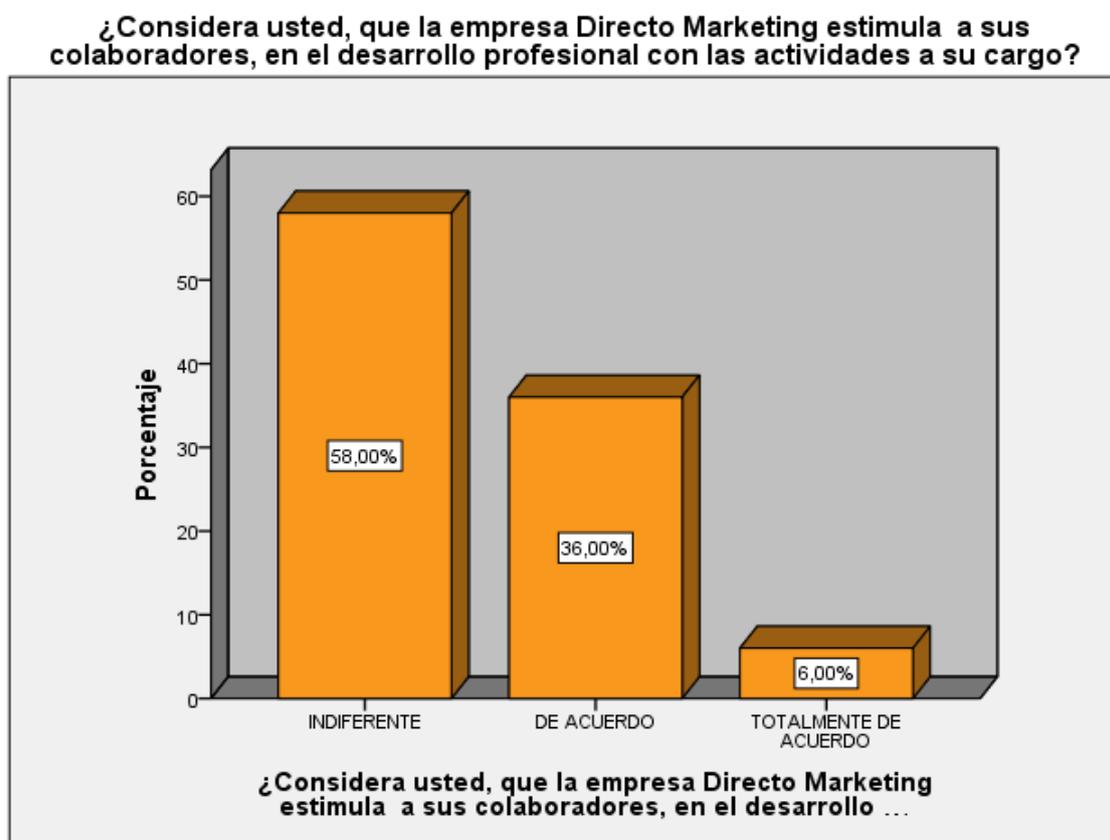
*Figura 14. Supervisión*

**Interpretación:** La tabla 21, figura 14, se observó los resultados de la evaluación en el indicador Supervisión desde la percepción de los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018. El 48%, que representa a 24 colaboradores de la empresa el cual opinaron ser INDIFERENTES, el 38 %, que representa a 19 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar de ACUERDO, el 8 %, que representa a 4 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar en DESACUERDO, el 6 %, que representa a 3 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar en TOTALMENTE DE ACUERDO, referente a la dimensión DESEMPEÑO.

**Tabla 22. Frecuencias y porcentajes del indicador Desarrollo profesional**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	INDIFERENTE	29	58,0	58,0	58,0
	DE ACUERDO	18	36,0	36,0	94,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	3	6,0	6,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuesta realizada a los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018*



*Figura 15. Desarrollo profesional*

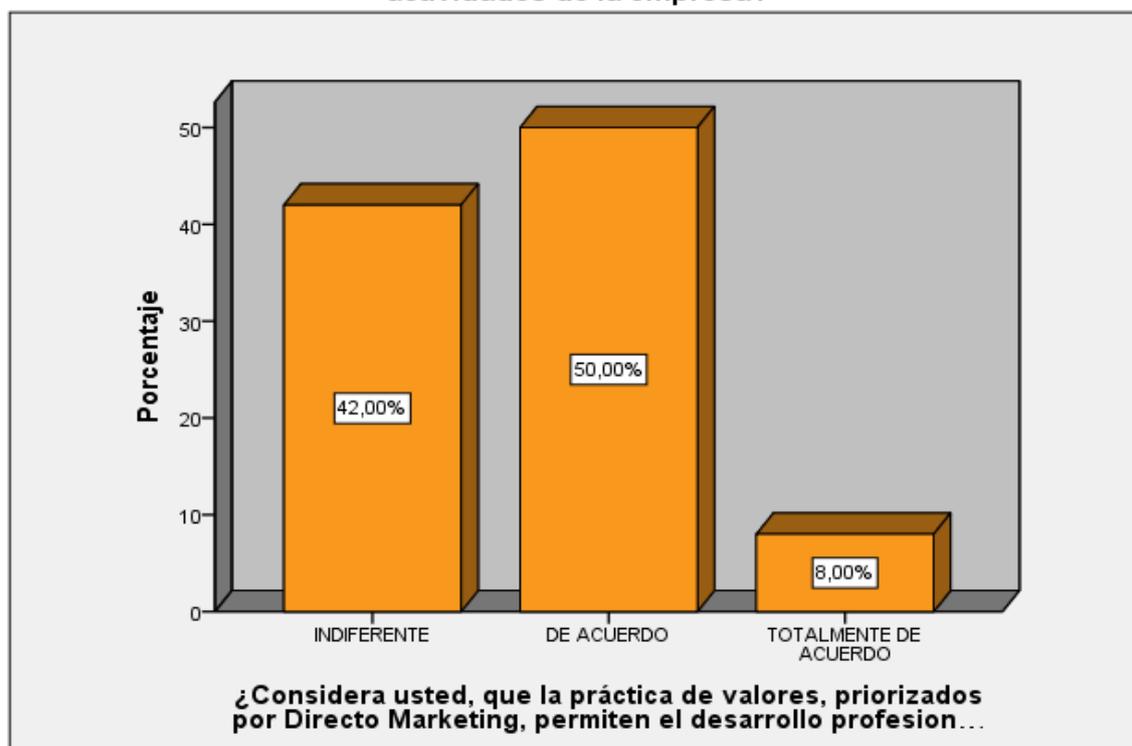
**Interpretación:** La tabla 22, figura 15, se observó los resultados de la evaluación en el indicador Desarrollo profesional desde la percepción de los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018. El 58%, que representa a 29 colaboradores de la empresa el cual opinaron ser INDIFERENTES, el 36 %, que representa a 18 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar de ACUERDO, el 6 %, que representa a 3 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar TOTALMENTE DE ACUERDO, referente a la dimensión DESEMPEÑO.

**Tabla 23. Frecuencias y porcentajes del indicador Desarrollo profesional**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	INDIFERENTE	21	42,0	42,0	42,0
	DE ACUERDO	25	50,0	50,0	92,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta realizada a los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018*

**¿Considera usted, que la práctica de valores, priorizados por Directo Marketing, permiten el desarrollo profesional en los colaboradores que participan en las actividades de la empresa?**



*Figura 16. Desarrollo profesional*

**Interpretación:** La tabla 23, figura 16, se observó los resultados de la evaluación en el indicador Desarrollo profesional desde la percepción de los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018. El 50%, que representa a 25 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar DE ACUERDO, el 42 %, que representa a 21 colaboradores de la empresa el cual opinaron ser INDIFERENTES, el 8 %, que representa a 4 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar TOTALMENTE DE ACUERDO, referente a la dimensión DESEMPEÑO.

**Tabla 24. Frecuencias y porcentajes del indicador Organización**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	DESACUERDO	4	8,0	8,0	8,0
	INDIFERENTE	14	28,0	28,0	36,0
	DE ACUERDO	23	46,0	46,0	82,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta realizada a los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018*



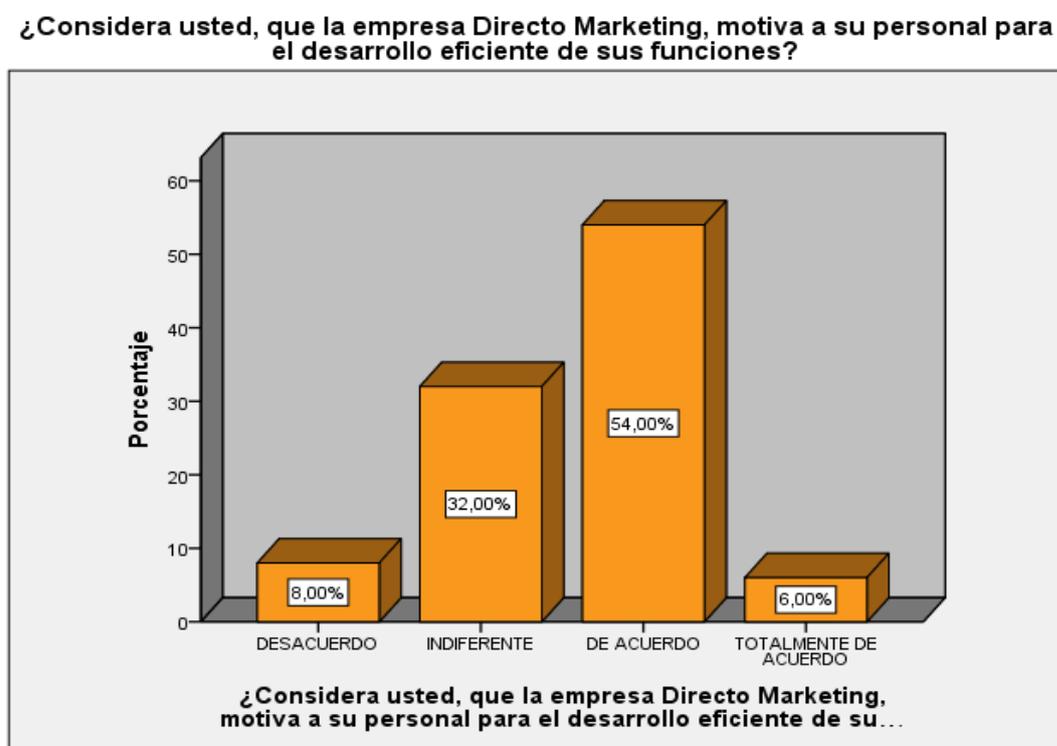
*Figura 17. Organización*

**Interpretación:** La tabla 24, figura 17, se observó los resultados de la evaluación en el indicador Organización desde la percepción de los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018. El 46%, que representa a 23 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar DE ACUERDO, el 28 %, que representa a 14 colaboradores de la empresa el cual opinaron ser INDIFERENTES, el 18 %, que representa a 9 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar TOTALMENTE DE ACUERDO, el 8 %, que representa a 4 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar en DESACUERDO, referente a la dimensión DESEMPEÑO.

**Tabla 25. Frecuencias y porcentajes del indicador Motivación**

¿Considera usted, que la empresa Directo Marketing, motiva a su personal para el desarrollo eficiente de sus funciones?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	DESACUERDO	4	8,0	8,0	8,0
	INDIFERENTE	16	32,0	32,0	40,0
	DE ACUERDO	27	54,0	54,0	94,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta realizada a los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018*



*Figura 18. Motivación*

**Interpretación:** La tabla 25, figura 18, se observó los resultados de la evaluación en el indicador Motivación desde la percepción de los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018. El 54%, que representa a 27 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar DE ACUERDO, el 32 %, que representa a 16 colaboradores de la empresa el cual opinaron ser INDIFERENTES, el 8 %, que representa a 4 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar en DESACUERDO, el 6 %, que representa a 3 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar en TOTALMENTE DE ACUERDO, referente a la dimensión EXPECTATIVA.

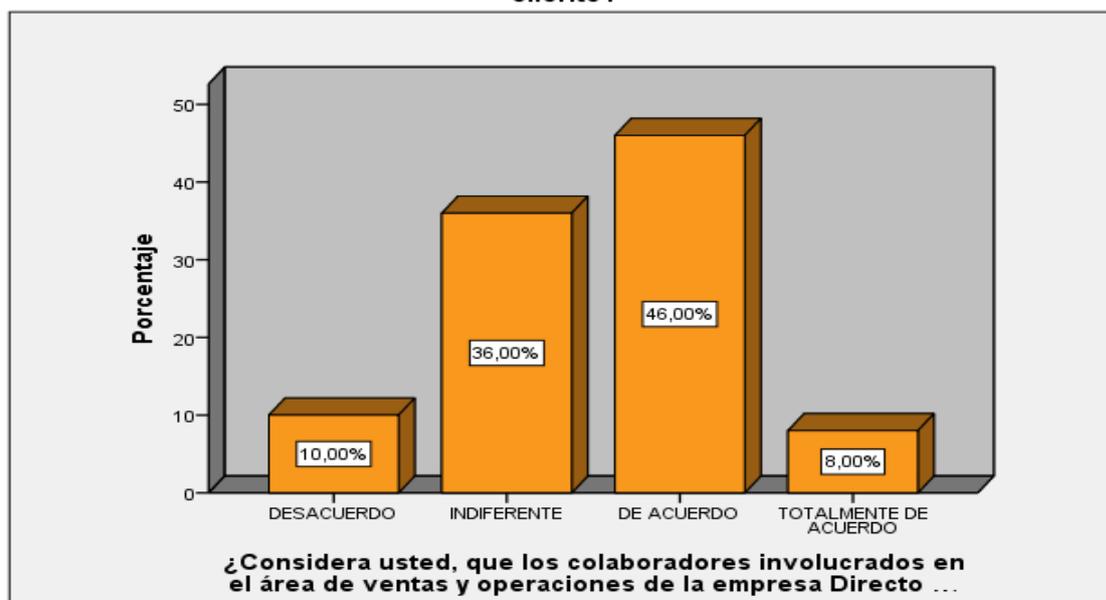
**Tabla 26. Frecuencias y porcentajes del indicador Desempeño laboral**

**¿Considera usted, que los colaboradores involucrados en el área de ventas y operaciones de la empresa Directo Marketing, tienen la capacidad de desempeñarse correctamente en sus labores, frente al servicio solicitado por el cliente?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	DESACUERDO	5	10,0	10,0	10,0
	INDIFERENTE	18	36,0	36,0	46,0
	DE ACUERDO	23	46,0	46,0	92,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

*Fuente: Encuesta realizada a los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018*

**¿Considera usted, que los colaboradores involucrados en el área de ventas y operaciones de la empresa Directo Marketing, tienen la capacidad de desempeñarse correctamente en sus labores, frente al servicio solicitado por el cliente?**



*Figura 19. Desempeño laboral*

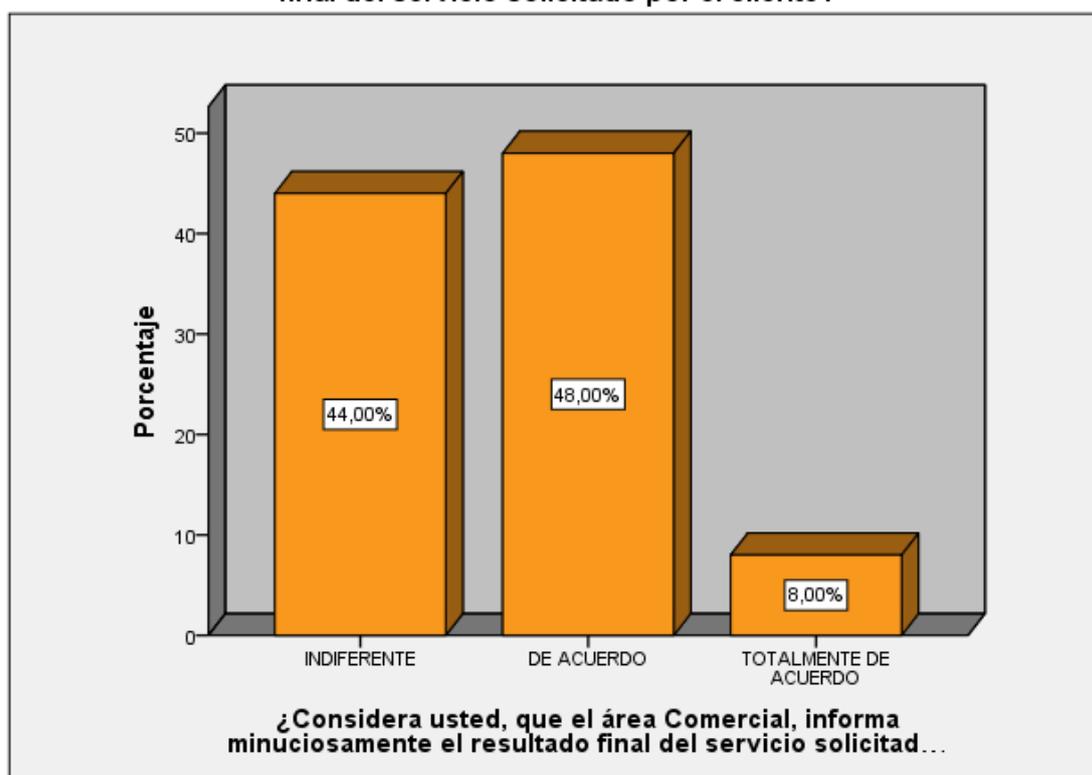
**Interpretación:** La tabla 26, figura 19, se observó los resultados de la evaluación en el indicador Desempeño laboral desde la percepción de los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018. El 54%, que representa a 27 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar DE ACUERDO, el 32 %, que representa a 16 colaboradores de la empresa el cual opinaron ser INDIFERENTES, el 8 %, que representa a 4 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar en DESACUERDO, el 6 %, que representa a 3 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar en TOTALMENTE DE ACUERDO, referente a la dimensión EXPECTATIVA.

**Tabla 27. Frecuencias y porcentajes del indicador Resultados**

¿Considera usted, que el área Comercial, informa minuciosamente el resultado final del servicio solicitado por el cliente?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	INDIFERENTE	22	44,0	44,0	44,0
	DE ACUERDO	24	48,0	48,0	92,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	4	8,0	8,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Encuesta realizada a los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018*

**¿Considera usted, que el área Comercial, informa minuciosamente el resultado final del servicio solicitado por el cliente?**



*Figura 20. Resultados*

**Interpretación:** La tabla 27, figura 20, se observó los resultados de la evaluación en el indicador Resultados desde la percepción de los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018. El 48%, que representa a 24 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar DE ACUERDO, el 44 %, que representa a 22 colaboradores de la empresa el cual opinaron ser INDIFERENTES, el 8 %, que representa a 4 colaboradores de la empresa el cual opinaron estar TOTALMENTE DE ACUERDO, referente a la dimensión EXPECTATIVA.

### 3.2. Análisis Inferencial de Resultados

#### 3.2.1. Prueba de normalidad

H<sub>0</sub>: El conjunto de datos es una distribución normal

H<sub>1</sub>: El conjunto de datos no es una distribución normal

#### Regla de decisión:

- a) Sig < 0.05 entonces se rechaza H<sub>0</sub>.
- b) Sig > 0.05 entonces se acepta H<sub>1</sub>.

Tabla 28. Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
Control Interno	,389	50	,000	,672	50	,000
Calidad de Servicio al Cliente	,238	50	,000	,874	50	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaborado en base a los resultados del SPSS 24.

**Interpretación:** La tabla 28, se puede observar que la muestra de estudio es 50 colaboradores, por lo que se asume la prueba de Shapiro- Wilk, así mismo se comparó la significancia pre establecida de T=0,05, de acuerdo al 95% de nivel de confianza, con la significación determinada en la tabla de prueba de normalidad es de 0,000 según la columna Sig., donde se observa que la significancia es menor a 0.05 por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna como verdadera, es decir la muestra no tiene distribución normal. Por tal razón el presente estudio es no paramétrica, por lo que se toma como método de análisis de contrastación de hipótesis el contraste de análisis de Rho de Spearman, para comprobar las hipótesis.

#### 3.2.2. Prueba de hipótesis

En esta parte del estudio se realizara la prueba de hipótesis:

Analizar la influencia entre variables: Control interno con la calidad de servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

**Tabla 29. Interpretación del coeficiente de Correlación de Spearman**

<b>COEFICIENTE</b>	<b>CORRELACION</b>
<b>-1.00</b>	Correlación negativa grande y perfecta
<b>-0.90 a -0.99</b>	Correlación negativa muy alta
<b>-0.70 a -0.89</b>	Correlación negativa alta
<b>-0.40 a -0.69</b>	Correlación negativa moderada
<b>-0.20 a -0.39</b>	Correlación negativa baja
<b>-0.01 a -0.19</b>	Correlación negativa muy baja
<b>0.00</b>	Correlación nula
<b>+0.01 a 0.19</b>	Correlación positiva muy baja
<b>+0.20 a 0.39</b>	Correlación positiva baja
<b>+0.40 a 0.69</b>	Correlación positiva moderada
<b>+0.70 a 0.89</b>	Correlación positiva alta
<b>+0.90 a 0.99</b>	Correlación positiva muy alta
<b>+1.00</b>	Correlación positiva grande y perfecta

*Fuente: Martínez, Tuyas, Pérez y Casanovas (2009)*

### 3.2.3. Hipótesis General

**H<sub>G</sub>:** El Control Interno influye significativamente en la Calidad de Servicio al cliente que brindan los colaboradores de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

**H<sub>1</sub>:** El Control Interno si influye significativamente en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

**H<sub>0</sub>:** El control interno no influye significativamente en la calidad de servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

**Significancia:** Sig. : 0.05; (95%; Z= 1.96)

#### Regla de decisión:

- a) Sig < 0.05 entonces se rechaza H<sub>0</sub> y se acepta H<sub>1</sub>
- b) Sig > 0.05 entonces se acepta H<sub>1</sub>.

**Tabla 30. Prueba de Hipótesis General**

Correlaciones				
			Control Interno	Calidad de Servicio al Cliente
Rho de Spearman	Control Interno	Coefficiente de correlación	1,000	,608**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Calidad de Servicio al Cliente	Coefficiente de correlación	,608**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

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

**Fuente:** Resultado de la encuesta realizada a los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018

#### Interpretación:

La Tabla 30, de la prueba de correlación Spearman nos indica que las dos variables tienen una correlación de 0,608 es decir, que es una correlación positiva moderada (según explica, tabla 29). Por otro lado, las variables en estudio tienen un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05 ( $0,000 < 0.05$ ; 95%; Z= 1,96), entonces se rechaza la hipótesis nula (H<sub>0</sub>) y se acepta la hipótesis alterna (H<sub>1</sub>) como verdadera, indicando que: El Control Interno si influye significativamente en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

### 3.2.3.1. Prueba de hipótesis específicas:

#### Hipótesis específica 1

El elemento del Control influye significativamente en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

**H1:** El elemento del Control si influye significativamente en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

**H0:** El elemento del Control no influye significativamente en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

**Significancia:** Sig. : 0.05; (95%; Z= 1.96)

#### Regla de decisión:

- a) Sig < 0.05 entonces se rechaza H0 y se acepta H1
- b) Sig > 0.05 entonces se acepta H1.

**Tabla 31. Prueba de Hipótesis Especifica 1**

Correlaciones				
		Elementos de control		Calidad de Servicio al Cliente
Rho de Spearman	Elementos de control	Coefficiente de correlación	1,000	,328*
		Sig. (bilateral)	.	,020
		N	50	50
	Calidad de Servicio al Cliente	Coefficiente de correlación	,328*	1,000
		Sig. (bilateral)	,020	.
		N	50	50

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

**Fuente:** Resultado de la encuesta realizada a los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018

**Interpretación:** La Tabla 31, de la prueba de correlación Spearman nos indica que las dos variables tienen una correlación de 0,328 es decir, que es una correlación positiva baja (según explica, tabla 29). Por otro lado, las variables en estudio tienen un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05 ( $0,020 < 0.05$ ; 95%; Z= 1,96), entonces se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ) como verdadera, indicando que: El elemento del Control si influye significativamente en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

## Hipótesis específica 2

La protección de recursos influye significativamente en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018

**H<sub>1</sub>:** La protección de recursos si influye significativamente en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018

**H<sub>0</sub>:** La protección de recursos no influye significativamente en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018

**Significancia:** Sig. : 0.05; (95%; Z= 1.96)

### Regla de decisión:

- a) Sig < 0.05 entonces se rechaza H<sub>0</sub> y se acepta H<sub>1</sub>
- b) Sig > 0.05 entonces se acepta H<sub>1</sub>.

**Tabla 32. Prueba de Hipótesis Específica 2**

Correlaciones				
		Protección de recurso		Calidad de Servicio al Cliente
Rho de Spearman	Protección de recurso	Coefficiente de correlación	1,000	,491**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Calidad de Servicio al Cliente	Coefficiente de correlación	,491**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

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

**Fuente:** Resultado de la encuesta realizada a los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018

### Interpretación:

La Tabla 32, de la prueba de correlación Spearman nos indica que las dos variables tienen una correlación de 0,491 es decir, que es una correlación positiva moderada (según explica, tabla 29). Por otro lado, las variables en estudio tienen un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05 ( $0,000 < 0.05$ ; 95%; Z= 1,96), entonces se rechaza la hipótesis nula (H<sub>0</sub>) y se acepta la hipótesis alterna (H<sub>1</sub>) como verdadera, indicando que: La protección de recursos influye significativamente en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018

### Hipótesis específica 3

Las áreas funcionales de la organización influyen significativamente en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

**H1:** Las áreas funcionales de la organización si influyen significativamente en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

**H0:** Las áreas funcionales de la organización no influyen significativamente en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

**Significancia:** Sig. : 0.05; (95%; Z= 1.96)

#### Regla de decisión:

- a) Sig < 0.05 entonces se rechaza H0 y se acepta H1
- b) Sig > 0.05 entonces se acepta H1.

**Tabla 33. Prueba de Hipótesis Específica 3**

			Correlaciones	
			Áreas funcionales de la organización	Calidad de Servicio al Cliente
Rho de Spearman	Áreas funcionales de la organización	Coefficiente de correlación	1,000	,624**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
Calidad de Servicio al Cliente		Coefficiente de correlación	,624**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

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

**Fuente:** Resultado de la encuesta realizada a los colaboradores de la empresa Directo Marketing Miraflores, 2018

#### Interpretación:

La Tabla 33, de la prueba de correlación Spearman nos indica que las dos variables tienen una correlación de 0,624 es decir, que es una correlación positiva moderada (según explica, tabla 29). Por otro lado, las variables en estudio tienen un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05 ( $0,000 < 0.05$ ; 95%; Z= 1,96), entonces se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1) como verdadera, indicando que: Las áreas funcionales de la organización si influyen significativamente en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

## **IV. DISCUSIÓN**

### **4.1. Discusión por Resultados**

#### **4.1.1. Objetivo General**

La investigación de tesis tuvo como objetivo general determinar la influencia del control interno en la calidad de servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018. De acuerdo a los resultados obtenidos, se ha podido percibir que el Control Interno si influye significativamente en la Calidad de servicio al cliente. Por tal razón, mediante la prueba de Rho de Spearman, se demostró un nivel de significancia (bilateral) de 0,000 menor a 0,05 por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; Además se posee un nivel de relación de 0,608, del cual nos señala una correlación positiva moderada.

Según estos resultados del estudio realizado, tienen coherencia que nos permite considerar que la teoría de Rodríguez, J. (2013) definió: el Control interno es un elemento del control, el cual se basa en procedimientos y procesos adoptados por una organización de manera coordinada a fin de proteger sus recursos contra pérdida, fraude o ineficiencia; promover la exactitud y confiabilidad de informes contables y administrativos; apoyar y medir la eficacia y eficiencia de esta, y medir la eficiencia de operación en todas las áreas funcionales de la organización. Por ello es indispensable tener un área de control interno, conocer el manual de funciones de la empresa y cumplir las metas de los objetivos planteados, con la finalidad de generar innovación en las estructuras y las prácticas relacionadas de la organización.

Asimismo el resultado de estudio, tiene similitud y coincidencia con el trabajo de investigación de: Quispe y Yáñez (2017). En la tesis titulada “*El control interno y su incidencia en la calidad de servicio de la unidad de almacén de la universidad nacional Amazónica de Madre de Dios, año 2017*”. Tesis para obtener el título profesional de Contador Público. Tuvo como objetivo determinar de qué manera el control interno incide en la calidad de servicio de la Unidad de Almacén de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, año 2017. La metodología que aplico, fue Tipo de Investigación: Correlacional –No Experimental de corte transversal, donde por intermedio de una encuesta el cual estuvo elaborada por 30 preguntas y dirigida a una población de 60 encuestados, su análisis de datos fue con una estadística inferencial, con programa SPSS versión 22. Se logró obtener los siguientes resultados, el valor de R de Pearson es de 0,880 implicando un coeficiente de determinación de  $R^2$  0,774, lo cual

indica que con una significación menor al 5,0%, ( $\alpha=0,002$ ) el control interno incide en la calidad de servicio en un 77,4%, siendo así que , Como el P-valor es igual a 0,000, resulta inferior al nivel de significancia (0.05), se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna  $H_i$ : El control interno si incide significativamente en la calidad de servicio de la Unidad de Almacén de la UNAMAD, año 2017. Por lo que se concluyó: El control interno incide de manera significativa en la calidad de servicio de la Unidad de Almacén de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios durante el presente año; esto se debe a que el personal responsable de esta unidad y las áreas usuarias no realizan de forma efectiva el control interno, asimismo no realizan la supervisión y control de la documentación y los planes para las adquisiciones y contrataciones, que sirven como instrumento para el desarrollo de sus actividades, esta responsabilidad no solo recae en la Unidad de Almacén, sino que también es responsabilidad de cada usuario hacer seguimiento y monitoreo del procedimiento de atención o compra de su pedido, esta situación ocasiona una calidad de servicio inadecuada, lográndose evidenciar en la presente investigación.

Por otro lado, tiene similitud y coincidencia con el trabajo de investigación de: Quiroz (2017). En su tesis titulada “*El control interno y su influencia en la eficiencia de los procesos contables del estudio Contable Tributario Vidal, del distrito de Lurín, en el año 2015*”. Tesis para obtener el título profesional de Contador Público. Su objetivo de la investigación fue: determinar la influencia del control interno en la eficiencia de los procesos contables del Estudio contable tributario Vidal, del Distrito de Lurín, en el año 2015. La metodología que aplico, Se utilizó el diseño no experimental transversal correlacional – causal y el tipo de investigación fue descriptivo -correlacional. La población estuvo conformada por 10 trabajadores y la muestra es el total de la población, a dicha muestra se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, que tuvo como contenido 18 preguntas validado por juicio de expertos y se utilizó el alfa de Cronbach para hallar la confiabilidad estadística. Entre los principales resultados se ha determinado que efectivamente el control interno influye en la eficiencia de los procesos contables en el estudio contable tributario. Se concluye que, el control interno influye significativamente en los procesos contables del Estudio contable tributario Vidal del Distrito de Lurín, además tiene una correlación perfecta con un valor de 0.92, el cual ha sido probado mediante la Prueba No Paramétrica usando el software SPSS versión 22 ya que existe una relación significativa avalada

estadísticamente por el coeficiente de correlación de Rho de Spearman con un valor de 0.92 y un grado de significancia de 0,00.

De igual forma, tiene similitud y coincidencia con el trabajo de investigación de: Layme (2015). En su tesis titulada “*Evaluación de los componentes del sistema de control interno y sus efectos en la gestión de la subgerencia de personal y bienestar social de la municipalidad provincial Mariscal Nieto, 2014*”. Tesis para la obtención del título profesional de Contador Público. Su objetivo general de la investigación fue: Evaluar los componentes del sistema de control interno, en la gestión de las actividades de la Subgerencia de Personal y Bienestar Social de la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto, mediante pruebas de cumplimiento de normas, revisión de documentos de gestión, aplicación de encuestas y entrevistas. La metodología empleada fue: selección de instrumentos encuesta de percepción y construcción del cuestionario de verificación de normas; validación de los instrumentos descritos, ejecución y desarrollo del estudio, aplicando los instrumentos a la población de estudio a fin de obtener la percepción de los sujetos; y, análisis de datos. Las variables cualitativas de la presente investigación, que corresponde a la observación, el análisis de contenido. Se realizó la prueba del Chi-cuadrado calculado, se evaluó con una V de Cramer = 0.434 que cae en el rango (0.41-0.60), por lo que corresponde establecer una moderada estimación. La conclusión obtenida fue, que el nivel de evaluación de las normas de control interno, están asociados a los niveles de cumplimiento de los componentes del sistema de control interno en la gestión de las actividades de la SPBS de la MPMN, en consecuencia el cumplimiento total de las normas no son eficaces y por ende sus actividades no son efectivas.

Asimismo esta investigación, tiene similitud y coincidencia con el trabajo de investigación de: Sosa (2015). En su tesis titulada “*El control interno y su influencia en la gestión contable de la empresa Golden Amazon Group S.A.C.*”. Tesis para la obtención del título de Contador Público. Su objetivo general de la investigación fue: determinar la influencia del control interno en la gestión contable de la empresa Golden Amazon Group S.A.C. El objetivo general de esta investigación fue: determinar la influencia del control interno en la gestión contable de la empresa Golden Amazon Group S.A.C. La metodología empleada fue: de tipo Aplicada, nivel descriptivo – correlacional, de diseño no experimental, aplicando los instrumentos a la población de estudio 13 trabajadores, el análisis de fiabilidad, como resultado tiene un valor  $\alpha$  de

.974, lo que indica que este instrumento tiene un alto grado de confiabilidad, la Correlación Entre Las Variables Es Positiva Con Valor Pearson Igual a 0.422, sig. 0.150. El valor de T calculado (8,746) es menor que el valor T crítico (-2.18) por lo tanto Si se aplicara el Control Interno entonces, influirá en la Gestión contable para un mejor desarrollo financiero de la empresa Golden Amazon Group S.A.C.

#### **4.1.1. Objetivo Específico 1**

El primer objetivo específico fue determinar la influencia del elemento del Control en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018. Después de haber logrado obtener los resultados, a base de la información recabada por las encuestas a los colaboradores de la empresa, se determinó que: El elemento del Control si influye significativamente en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018, por lo cual mediante la prueba de correlación Spearman logra demostrar que tienen una correlación de 0,328 es decir, que es una correlación positiva baja, donde se demostró un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05 ( $0,020 < 0.05$ ; 95%;  $Z = 1,96$ ).

Según estos resultados del estudio realizado, tienen coherencia que nos permite considerar que la teoría de Rodríguez, J. (2013) definió que: el elemento de control, son elementos considerados como principales en la estructura del sistema de control interno y su aplicación en todas las funciones y operaciones de la organización son: La estructura organizacional, los procedimientos, y el personal de la organización.

Asimismo el resultado de estudio, tiene similitud y coincidencia con el trabajo de investigación de: Orozco (2018). En la tesis “*Control interno y calidad de servicio en la subgerencia de Administración de área logística de la Municipalidad Metropolitana de Lima, año 2016*”. Tesis para obtener el grado académico de Maestro en Gestión Pública. Tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre control interno y calidad de servicio en la Subgerencia de Administración del área Logística de la Municipalidad Metropolitana de Lima, año 2016. La metodología que aplico fue de tipo de investigación básica, el diseño no experimental, transversal y correlacional. La muestra estuvo compuesta por 70 servidores públicos. Con el fin de determinar la validez de los instrumentos se usó el juicio de expertos y la confiabilidad fue calculada utilizando el Coeficiente Alfa de Cronbach siendo el resultado 0.885, en el cuestionario de valoración del control interno y 0.776. De análisis descriptivo, y la comprobación de hipótesis, se

realizó mediante la prueba Rho de Spearman. Se observa que se halló una correlación moderada a un nivel estadístico significativo ( $p < .05$ ), entre las variables control interno y calidad de servicio ( $r = 0.571$ ). En razón a estos resultados, Existe una relación significativa entre control interno y calidad de servicio en la Subgerencia Administración. Estos resultados indican que a mayor control interno mejor percepción de la calidad de servicios.

#### **4.1.2. Objetivo Específico 2**

El segundo objetivo específico fue: determinar la influencia de la protección de recursos en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018. Después de haber logrado obtener los resultados, a base de la información recabada por las encuestas a los colaboradores de la empresa, se determinó que: la protección de recursos si influye significativamente en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018, por lo cual mediante la prueba de correlación Spearman logra demostrar que tienen una correlación de 0,491 es decir, que es una correlación positiva moderada, donde se demostró un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05 ( $0,000 < 0.05$ ; 95%;  $Z = 1,96$ ).

Según estos resultados del estudio realizado, tienen coherencia que nos permite considerar que la teoría de Rodríguez, J. (2013) definió que, la protección de los recursos de una organización requiere la eficaz aplicación de conceptos administrativos: responsabilidad hacia el superior, principio de excepción y la utilización de recursos.

Asimismo el resultado de estudio, tiene similitud y coincidencia con el trabajo de investigación de: Rojas (2017). En la tesis "*Control interno y calidad de servicio en el departamento de Rentas y tributación de la Municipalidad Provincial de Quispicanchis, 2017*". Tesis para obtener el grado académico de Magister en Contabilidad, mención en Auditoría. Tuvo como objetivo analizar la relación que existe entre el cumplimiento del control interno y la calidad de servicio en el Departamento de Rentas y Tributación en la Municipalidad Provincial de Quispicanchi, 2017. La metodología, fue con un enfoque de investigación utilizada es cuantitativo, con alcance correlacional, el diseño es no experimental transversal. Se aplicó los instrumentos una muestra de 90 usuarios. El nivel de cumplimiento del control interno es de 43,4%, es decir el nivel de confiabilidad del control interno es medio y la calidad de servicio en el Departamento, desde la percepción de los usuarios es regular en un 53,3%. De la prueba de chi-cuadrado y de

tau b de Kendall al 95% de confianza. Se concluye que existe relación entre el control interno en el Departamento de Rentas y Tributación y la calidad de servicio, ( $\text{sig} < 0,05$ ); es decir el cumplimiento de los procedimientos, normas y políticas de la institución repercuten en la calidad de servicio de los usuarios en un 55%. Las dimensiones de control interno también influyen significativamente en la calidad de servicio.

#### **4.1.3. Objetivo Específico 3**

El tercer objetivo específico fue: determinar la influencia de las áreas funcionales en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018. Después de haber logrado obtener los resultados, a base de la información recabada por las encuestas a los colaboradores de la empresa, se determinó que: Las áreas funcionales de la organización si influyen significativamente en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018, por lo cual mediante la prueba de correlación Spearman, logra demostrar que tienen una correlación de 0,624 es decir, que es una correlación positiva moderada. Por otro lado, las variables en estudio tienen un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05 ( $0,000 < 0.05$ ; 95%;  $Z= 1,96$ ).

Según estos resultados del estudio realizado, tienen coherencia que nos permite considerar que la teoría de Bernal, C. y Sierra H. (2013) definieron que, las áreas funcionales básicas o de división del trabajo en las organizaciones comprenden el conocimiento, las técnicas y las herramientas de los diferentes campos de agrupación de las funciones administrativas, de estudio y desempeño de la actividad administrativa.

Asimismo el resultado de estudio, tiene similitud y coincidencia con el trabajo de investigación de: Cruz (2017). En la tesis "*El Control interno y su influencia en la calidad del servicio de la zona registral N° V Sede Trujillo, 2016*". Tesis para obtener el título profesional de Contador Público. Tuvo como objetivo determinar la influencia del Control Interno en la Calidad del Servicio de la Zona Registral N° V Sede Trujillo. 2016. La metodología, fue tipo de estudio es no experimental, de corte transversal, y busca establecer la relación de variables medidas en una muestra, y los métodos de investigación aplicados fue el deductivo e inductivo. Se trabajó con un margen de confianza del 95% en una población muestral que asciende a 154 trabajadores. Estadísticamente la hipótesis se validó con el valor de Chi cuadrado (6.58) que cae en la región de rechazo de la hipótesis nula ( $H_0$ ), por lo tanto, se acepta la  $H_1$ , y se concluye que El Control interno SI influye positivamente en la Calidad del Servicio de la Zona Registral N° V. Se demuestra que existe un buen nivel realización del control interno.

## V. CONCLUSIONES

Por consiguiente, según los resultados obtenidos de la investigación podemos concluir en lo siguiente:

### **Primera:**

Se determinó que influye significativamente con una relación de 0,608, del cual nos señala una correlación positiva moderada entre las variables control interno y la calidad de servicio. Así mismo se concluyó que a mayor control interno mejor percepción de la calidad de servicio gestionando un adecuado control se podrá mejorar la atención.

### **Segunda:**

Se determinó que influye significativamente con una relación de 0,328, del cual nos señala una correlación positiva baja entre la dimensión Elemento de control y la variable dependiente Calidad de servicio. Así mismo podemos decir que es importante tener en cuenta conocer los elementos del control, de tal forma habrá una mejor comunicación y desarrollo de funciones de los colaboradores.

### **Tercera:**

Se determinó que influye significativamente con una relación de 0,491, del cual nos señala una correlación positiva moderada entre la dimensión Protección de recursos y la variable dependiente Calidad de servicio. Así mismo se concluyó que es importante considerar que el personal es un recurso importante en la empresa, y deberá estar motivado para desarrollar sus actividades; es decir, si se desea mejorar la Calidad del Servicio brindado por la empresa Directo Marketing.

### **Cuarta:**

Se determinó que influye significativamente con una relación de 0,624, del cual nos señala una correlación positiva moderada entre la dimensión Áreas funcionales de la organización y la variable dependiente Calidad de servicio. Así mismo se concluye que es importante desarrollar una mejor gestión y evaluar el desempeño de cada colaborador, para así lograr tener una mejor percepción de la calidad de servicio frente al cliente, y presentar los resultados obtenidos en cada estudio realizado en su debido momento.

## **VI. RECOMENDACIONES**

En base a los resultados obtenidos en la investigación se plantearon las siguientes recomendaciones con el único propósito de que la empresa Directo Marketing, pueda emplearlo.

### **Primera:**

Se recomienda al gerente general ejecutar un adecuado control interno para mejorar la calidad de servicio al cliente, con ello mantenerlos fidelizados.

### **Segunda:**

Los colaboradores de la empresa Directo Marketing deben participar en las capacitaciones a fin de contar con mayor seguridad en la elaboración de estudios, y la claridad acerca de los procesos y las personas a cargo para el desarrollo del estudio.

### **Tercera:**

Se recomienda a la gerencia general, considerar la protección de recursos de la empresa, para evitar costos innecesarios, mantener al personal con estabilidad laboral, será necesario consolidar una mejor comunicación, basada en la confianza, y la credibilidad por los compromisos efectuados.

### **Cuarta:**

Se recomienda, a la gerencia general, que apliquen procesos en cada área funcional de la organización, que se comunique a cada encargado, llevar un seguimiento continuo, supervisando al personal a cargo, que permitan desarrollar un mayor control y mantener capacitados a sus colaboradores, para que mejoren los niveles de percepción de la calidad de servicio, sobre todo en el área comercial, quienes son los que representan y venden el servicio al cliente.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Albrecht K. y Carlzon J. (1998) *Teoría Calidad de Servicio*. México: Editorial Propacif

Alles, M. (2006). *Capacitación y Desarrollo Personal*. (4ª. Ed.) México: LIMUSA

Arceda, C. (2015) *Efectividad de los Procedimientos de Control Interno que se aplican en las áreas de administración y contabilidad en la Empresa Agrícola "Jacinto López" S.A. del municipio de Jinotega durante el año 2014* (Tesis para optar al grado de Máster en Contabilidad con Énfasis en Auditoría) Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua

Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. (3ª. Ed.). Colombia

Bernal, C. y Sierra H. (2013) *Proceso Administrativo para las organizaciones XXI*. (2da). Colombia: Edición Pearson.

Bertalanffy V., L. (1995). *Teoría General de los Sistemas*. México: Fondo de Cultura Económica

Brady, M. y Cronin J. (2001). *Calidad*. España: THOMSON PARANINFO

Cambier, M. (2015) *Evaluación del cumplimiento del control interno de un departamento de registro de una entidad de estudios superiores basado en técnicas de auditoría interna* (Tesis para la Obtención del Grado de Doctor en Pedagogía) Universidad de Sevilla, España.

Cardineli, J. (2011). *Técnicas de información y atención al cliente/consumidor*. (1ª. Ed.) Málaga: INNOVA

Carrasco D. (2005). *Metodología De La Investigación*. España

Chiavenato, I. (2000). *(Teoría General De La Administración (6º Ed.)* México: Printed by Programas Educativos S.A. de C.V.

Coopers y Lybrand. (1997) *.Los Nuevos Conceptos Del Control Interno*. España

Córdoba L. (2009). *El reto de la gestión empresarial*. Madrid: Ediciones Coridora

- Cubillos (2017). *Propuesta de procedimientos de control interno contable para la empresa Sajona S.A.S.* (Tesis por el título profesional de Contador Público) Pontificia Universidad Javeriana Cali, Colombia
- Cruz, R. (2017). *El Control Interno y su influencia en la Calidad Del Servicio de la zona Registral N° V Sede Trujillo. 2016* (Tesis para optar el título profesional de Contador Público) Universidad Privada del Norte.
- Espinoza, Y. (2014) *Manual De Procesos Y Control Interno Del Área Comercial De Las Agencias De La Empresa Eléctrica Regional Norte (Emelnorte) Imbabura* (Tesis de grado previo a la obtención del título de ingeniero en empresas y administración de negocios) Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ecuador.
- Estupiñan G. (2011). *Control Interno y Fraudes Con Base Los Ciclos Transaccionales.* Colombia: Ecoe Ediciones.
- Fardinas, F (2005).*Metodología Y Técnicas De Investigación.* Argentina
- García, J. (2008).*Técnicas de información y atención al cliente/consumidor.* (1ª. Ed.) Málaga: INNOVA
- Guerra B. (2015). *El control interno y su incidencia en la gestión de las Mypes ubicadas en el mercado central de Piura* (Tesis para la obtención del título de contadora pública) Universidad Nacional de Piura.
- Hernández, S. (2013). *Metodología de la Investigación.* Recuperado de: <https://www.esup.edu.pe/descargas/dep>
- Hernández, Fernández y Baptista, L. (2014). *Metodología de la Investigación.* (5ta. Ed) México: Mc Graw Hill
- Horngren C. y Foster G. (2003). *Contabilidad de Costos.* (6° Ed). México: Propacif
- Larrea, P. (2014) *Calidad De Servicio Del Marketing A La Estrategia.* España: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Layme, M. (2015) *Evaluación De Los Componentes Del Sistema De Control Interno Y Sus Efectos En La Gestión De La Subgerencia De Personal Y Bienestar Social De La Municipalidad Provincial Mariscal Nieto, 2014.* (Tesis Para Optar El Título Profesional De Contador Público) Universidad José Carlos Mariátegui.

Lovelock C. y Wirtz J. (2013) *Marketing de Servicios*. (6° Ed.). México. Naucalpan de Juárez.

Mancillas P. (2007). *La Auditoría Administrativa: Un Enfoque Científico* (2da). México: Edición Trillas

Martínez, Tuyas, Pérez y Casanovas (2009). *Metodología De La Investigación*. España: Editorial Interamericana

Murillo W. (2008). *Investigación Científica*. México

Navarro, G. (2015) *Evaluación de la calidad de atención a través de la medición del nivel de satisfacción del usuario externo en las Unidades de Diálisis del Sub-Nefrología de la UPCH*. Universidad Peruana Cayetano Heredia.

Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., y Villagómez, A. (2014) *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. (4.a ed.). Colombia: Ediciones de la U.

Orozco, C. (2018) *Control interno y calidad de servicio en la Subgerencia de Administración del Área Logística de la Municipalidad Metropolitana de Lima, año 2016* (Tesis para el grado de Maestro en Gestión Pública) Universidad Cesar Vallejo.

Payne, R. (2005). *Técnicas de Comunicación*. (4ta ed.). Barcelona: Ediciones Novoa

Puig, C. (2015). *Estabilidad laboral*. (2ª. Ed.) España: Ideas Propias

Ramos, C. (2015) *Diseño del sistema de control interno en la empresa óptica de la ciudad de Loja* (Tesis para optar el título Profesional de Contador Público) Universidad de Loja, Ecuador.

Rodríguez V. (2013). *Control Interno*. México: Editorial: Trillas

Rojas, T. (2017). *Control interno y calidad de servicio en el departamento de Rentas y tributación de la Municipalidad Provincial de Quispicanchis, 2017*. (Tesis para obtener el grado académico de Magister en Contabilidad)

Romero Javier. (2012, Agosto 31). *Control interno y sus 5 componentes según COSO*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/control-interno-5-componentes-segun-coso/>

- Salvador C. (2008). *De la Calidad de Servicio a la Fidelidad del Cliente*. España: ESIC
- Sosa, P. (2015) *El control interno y su influencia en la gestión contable de la empresa Golden Amazon Group S.A.C.* (Tesis para optar el título Profesional de Contador Público) Universidad Autónoma del Perú.
- Stephen R. (2012) *Administración de Recursos Humanos*. México: Ediciones Limusa
- Quiroz, G. (2017) *el control interno y su influencia en la eficiencia de los procesos contables del estudio contable tributario Vidal, del distrito de Lurín, en el año 2015.* (Tesis para obtener el Título de Contador Público) Universidad Autónoma del Perú.
- Quispe, M. (2017) *El control Interno y su incidencia en la Calidad de Servicio de la unidad de Almacén de la Universidad Nacional Amazónica De Madre De Dios, Año 2017.* (Tesis para obtener el Título de Contador Público) Universidad Amazónica de Madre de Dios.
- Urcola, J. (2010). *Capacitación y Desarrollo Personal*. (4ª. Ed.) México: LIMUSA
- Vargas Q. y Aldana V. (2011) *Calidad y Servicio*. Bogotá: Ediciones Ecoe
- Zeithamal, V., Berry L. y Parasuraman A. (1993). *Fundamentos de Marketing*. México: Mc Graw Hill.

## ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

### TITULO: “CONTROL INTERNO Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA DIRECTO MARKETING, MIRAFLORES, 2018.”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE	TIPO DE INVESTIGACION	POBLACION	TECNICAS	METODOS DE ANALISIS DE DATOS
<p><b>PROBLEMA GENERAL</b></p> <p>-¿Cómo influye el Control Interno en la Calidad de Servicio al cliente que brinda la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018?</p> <p><b>PROBLEMA ESPECIFICO</b></p> <p>-¿Cómo influye el Elemento del Control en la Calidad de Servicio al cliente que brinda la empresa Directo Marketing?</p> <p>-¿Cómo influye la protección de recursos en la Calidad de Servicio al cliente que brinda la empresa Directo Marketing?</p> <p>-¿Cómo influye las áreas funcionales de la organización en la Calidad de Servicio al cliente que brinda la empresa Directo Marketing?</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL:</b></p> <p>-Determinar la Influencia del Control Interno en la Calidad De Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b></p> <p>- Determinar la influencia del Elemento del Control en la Calidad de Servicio al Cliente de la empresa Directo Marketing.</p> <p>-Determinar la influencia de la protección de recursos en la Calidad de Servicio al Cliente de la empresa Directo Marketing.</p> <p>-Determinar la influencia de las áreas funcionales de la organización en la Calidad de Servicio al Cliente de la empresa Directo Marketing.</p>	<p><b>HIPÓTESIS GENERAL</b></p> <p>-El Control Interno influye significativamente en la Calidad de Servicio al cliente que brinda la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.</p> <p><b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b></p> <p>-El Elemento del Control influye significativamente en la Calidad de Servicio al Cliente de la empresa Directo Marketing.</p> <p>-La protección de recursos influye significativamente en la Calidad de Servicio al Cliente de la empresa Directo Marketing.</p> <p>-Las áreas funcionales de la organización influyen significativamente en la Calidad de Servicio al Cliente de la empresa Directo Marketing.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE:</p> <p>CONTROL INTERNO</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE:</p> <p>CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE</p>	<p>APLICADA</p> <p>DISEÑO:</p> <p>La investigación es de diseño no experimental y de corte transversal.</p>	<p>POBLACION</p> <p>La población estará conformada por todos los colaboradores de la empresa Directo Marketing.</p> <p>MUESTRA</p> <p>La muestra se realizara por 50 empleados de la empresa Directo Marketing</p>	<p>TECNICA</p> <p>Encuesta con escala tipo Likert</p> <p>INSTRUMENTO</p> <p>El cuestionario realizado se estableció en un Rango de 20 preguntas</p>	<p>El SPSS. El alpha de Crombach Obteniendo como resultado 0.901 de Confiabilidad</p>

## ANEXO 2: CUESTIONARIO

### “CONTROL INTERNO Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA DIRECTO MARKETING, MIRAFLORES, 2018.”

**OBJETIVO:** Determinar la influencia del Control Interno en la Calidad de Servicio al cliente de la empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018.

**INSTRUCCIONES:** Marque con una X la alternativa que usted considera válida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

TOTAL DESACUERDO	DESACUERDO	INDIFERENTE	ACUERDO	TOTAL ACUERDO
TD	D	I	A	TA

ITEM	PREGUNTA	VALORACION				
		TD	D	I	A	TA
1	¿Considera usted, que los colaboradores de Directo Marketing, conocen la estructura organizacional de la empresa?					
2	¿Considera usted, que los colaboradores de la empresa Directo Marketing, cumplen con los procedimientos de acuerdo a la normatividad establecida en cada área de trabajo?					
3	¿Considera usted, que Directo Marketing, prevé acciones para evitar un riesgo ante una problemática o hecho que suceda con el personal de la empresa?					
4	¿Considera usted, que el personal del área Comercial de la empresa Directo Marketing, informa y orienta a sus demás compañeros, para el desarrollo del servicio solicitado por el cliente?					
5	¿Considera usted, que los jefes de área de la empresa Directo Marketing asumen responsabilidades, supervisando y controlando las reglas establecidas con el personal a cargo?					
6	¿Considera usted que los colaboradores de la empresa Directo Marketing, están comprometidos con el cumplimiento óptimo de los principios, metas y objetivos que han sido previamente establecidos?					
7	¿Considera usted, que los encargados de la empresa Directo Marketing proporcionan orientación en la utilización de recursos, para el cumplimiento de las tareas asignadas por cada área?					
8	¿Considera usted, que los colaboradores de la empresa Directo Marketing, cuentan con los elementos necesarios para estar informados de todas las áreas funcionales de la empresa?					
9	¿Considera usted, que para cualquier situación que se presenta en la empresa Directo Marketing, existe una adecuada división de trabajo?					
10	¿Considera usted, que dentro de la empresa Directo Marketing, cuenta con funciones administrativas bien desarrolladas?					
11	¿Considera usted, que la empresa Directo Marketing establece procesos para la adecuada atención con los clientes?					
12	¿Considera usted, que el personal encargado de recepcionar los estudios solicitados de la empresa Directo Marketing, muestra un adecuado interés para interpretar la solicitud requerida por el cliente?					
13	¿Considera usted, que el entorno de trabajo es apropiado para el personal de la empresa Directo Marketing?					
14	¿Considera usted, que recibe la capacitación necesaria por el supervisor del área, para realizar sus labores en la empresa Directo Marketing?					
15	¿Considera usted, que la empresa Directo Marketing estimula a sus colaboradores, en el desarrollo profesional con las actividades a su cargo?					
16	¿Considera usted, que la práctica de valores, priorizados por Directo Marketing, permiten el desarrollo profesional en los colaboradores que participan en las actividades de la empresa?					
17	¿Considera usted, que la empresa Directo Marketing, tiene una política de bienestar para el desarrollo de la organización?					
18	¿Considera usted, que la empresa Directo Marketing, motiva a su personal para el desarrollo eficiente de sus funciones?					
19	¿Considera usted, que los colaboradores involucrados en el área de ventas y operaciones de la empresa Directo Marketing, tienen la capacidad de desempeñarse correctamente en sus labores, frente al servicio solicitado por el cliente?					
20	¿Considera usted, que el área Comercial, informa minuciosamente el resultado final del servicio solicitado por el cliente?					

Gracias por su colaboración

### ANEXO 3: VALIDACION DE CUESTIONARIO

Lima, 11 de Octubre del 2018

Estimado Dr.: *Pedro Cortés Casrico*,

Aprovecho la oportunidad para saludarle y manifestarle que, teniendo en cuenta su reconocido prestigio en la docencia e investigación, he considerado pertinente solicitarle su colaboración en la validación del instrumento de obtención de datos que utilizaré en la investigación denominada: "Control Interno Y Su Influencia En La Calidad De Servicio Al Cliente De La Empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018". Para cumplir con lo solicitado, le adjunto a la presente la siguiente documentación:

- a) Problemas e hipótesis de investigación.
- b) Instrumento de obtención de datos
- c) Matriz de validación de los instrumentos de obtención de datos

La solicitud consiste en evaluar cada uno de los ítems del instrumento de medición e indicar si es adecuado o no. En este segundo caso, le agradecería nos sugiera como debe mejorarse.

Agradeciéndole de manera anticipada por su colaboración, me despido de usted,

Atentamente,

  
YANETH PALOMINO SANCHEZ  
DNI: 46287391

---

Lima, 11 de Octubre del 2018

Estimado Dr.: *MARTINEZ ZUVALA, MARZIA DOLORES*

Aprovecho la oportunidad para saludarle y manifestarle que, teniendo en cuenta su reconocido prestigio en la docencia e investigación, he considerado pertinente solicitarle su colaboración en la validación del instrumento de obtención de datos que utilizaré en la investigación denominada: "Control Interno Y Su Influencia En La Calidad De Servicio Al Cliente De La Empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018". Para cumplir con lo solicitado, le adjunto a la presente la siguiente documentación:

- a) Problemas e hipótesis de investigación.
- b) Instrumento de obtención de datos
- c) Matriz de validación de los instrumentos de obtención de datos

La solicitud consiste en evaluar cada uno de los ítems del instrumento de medición e indicar si es adecuado o no. En este segundo caso, le agradecería nos sugiera como debe mejorarse.

Agradeciéndole de manera anticipada por su colaboración, me despido de usted,

Atentamente,



---

YANETH PALOMINO SANCHEZ  
DNI: 46287391

Lima, 11 de Octubre del 2018

Estimado Dr.: *ALVA ARCE, ROSA CÉSAR*

Aprovecho la oportunidad para saludarle y manifestarle que, teniendo en cuenta su reconocido prestigio en la docencia e investigación, he considerado pertinente solicitarle su colaboración en la validación del instrumento de obtención de datos que utilizaré en la investigación denominada: "Control Interno Y Su Influencia En La Calidad De Servicio Al Cliente De La Empresa Directo Marketing, Miraflores, 2018". Para cumplir con lo solicitado, le adjunto a la presente la siguiente documentación:

- a) Problemas e hipótesis de investigación.
- b) Instrumento de obtención de datos
- c) Matriz de validación de los instrumentos de obtención de datos

La solicitud consiste en evaluar cada uno de los ítems del instrumento de medición e indicar si es adecuado o no. En este segundo caso, le agradecería nos sugiera como debe mejorarse.

Agradeciéndole de manera anticipada por su colaboración, me despido de usted,

Atentamente,



YANETH PALOMINO SANCHEZ  
DNI: 46287391

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS**

Título de la investigación: "CONTROL INTERNO Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA DIRECTO MARKETING, MIRAFLORES, 2018".									
Apellidos y nombres del investigador: PALOMINO SANCHEZ, YANETH									
Apellidos y nombres del experto: <i>DR. COSME CASANO PEDRO</i>									
ASPECTO POR EVALUAR									
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES /SUGERENCIAS		
CONTROL INTERNO	ELEMENTOS DE CONTROL	Estructura Organizacional	¿Considera usted, que los colaboradores de Directo Marketing, conocen la estructura organizacional de la empresa?	/	/				
		Procedimientos	¿Considera usted, que los colaboradores de la empresa Directo Marketing, cumplen con los procedimientos de acuerdo a la normatividad establecida en cada área de trabajo?	/	/				
		Personal	¿Considera usted, que Directo Marketing, prevé acciones para evitar un riesgo ante una problemática o hecho que suceda con el personal de la empresa? ¿Considera usted, que el personal del área Comercial de la empresa Directo Marketing, informa y orienta a sus demás compañeros, para el desarrollo del servicio solicitado por el cliente?	/	/				
	PROTECCION DE RECURSOS	Responsabilidades	¿Considera usted, que los jefes de área de la empresa Directo Marketing asumen responsabilidades, supervisando y controlando las reglas establecidas con el personal a cargo?	/	/				
		Principios	¿Considera usted que los colaboradores de la empresa Directo Marketing, están comprometidos con el cumplimiento óptimo de los principios, metas y objetivos que han sido previamente establecidos?	/	/	TD =			
		Utilización De Recursos	¿Considera usted, que los encargados de la empresa Directo Marketing proporcionan orientación en la utilización de recursos, para el cumplimiento de las tareas asignadas por cada área?	/	/	Totalmente Desacuerdo			
	AREAS FUNCIONALES DE LA ORGANIZACION	Area Funcional	¿Considera usted, que los colaboradores de la empresa Directo Marketing, cuentan con los elementos necesarios para estar informados de todas las áreas funcionales de la empresa?	/	/	ED =			
		División Del Trabajo	¿Considera usted, que para cualquier situación que se presenta en la empresa Directo Marketing, existe una adecuada división de trabajo?	/	/	Desacuerdo			
		Funciones Administrativas	¿Considera usted, que dentro de la empresa Directo Marketing, cuenta con funciones administrativas bien desarrolladas?	/	/	I =			
CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE	PERCEPCION	Procesos	¿Considera usted, que la empresa Directo Marketing establece procesos para la adecuada atención con los clientes?	/	/	DA =			
		Interpretación	¿Considera usted, que el personal encargado de recepcionar los estudios solicitados de la empresa Directo Marketing, muestra un adecuado interés para interpretar la solicitud requerida por el cliente?	/	/	De Acuerdo			
		Entorno	¿Considera usted, que el entorno de trabajo es apropiado para el personal de la empresa Directo Marketing?	/	/	TA =			
	DESEMPEÑO	Supervision	¿Considera usted, que recibe la capacitación necesaria por el supervisor del área, para realizar sus labores en la empresa Directo Marketing?	/	/	Totalmente de Acuerdo			
		Desarrollo profesional	¿Considera usted, que la empresa Directo Marketing estimula a sus colaboradores, en el desarrollo profesional con las actividades a su cargo? ¿Considera usted, que la práctica de valores, priorizados por Directo Marketing, permiten el desarrollo profesional en los colaboradores que participan en las actividades de la empresa?	/	/				
		Organización	¿Considera usted, que la empresa Directo Marketing, tiene una política de bienestar para el desarrollo de la organización?	/	/				
	EXPECTATIVAS	Motivación	¿Considera usted, que la empresa Directo Marketing, motiva a su personal para el desarrollo eficiente de sus funciones?	/	/				
		Desempeño Laboral	¿Considera usted, que los colaboradores involucrados en el área de ventas y operaciones de la empresa Directo Marketing, tienen la capacidad de desempeñarse correctamente en sus labores, frente al servicio solicitado por el cliente?	/	/				
		Resultados	¿Considera usted, que el área Comercial, informa minuciosamente el resultado final del servicio solicitado por el cliente?	/	/				
Firma del experto: <i>[Firma]</i>			Fecha: <i>02/11/18</i>						

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS**

Título de la investigación: "CONTROL INTERNO Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA DIRECTO MARKETING, MIRAFLORES, 2018".								
Apellidos y nombres del investigador: PALOMINO SANCHEZ, YANETH								
Apellidos y nombres del experto: <i>Dra. Martínez Zavala María Dobres</i>								
ASPECTO POR EVALUAR: <i>Docente en Administración</i>								
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO			
					SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS	
CONTROL INTERNO	ELEMENTOS DE CONTROL	Estructura Organizacional	¿Considera usted, que los colaboradores de Directo Marketing, conocen la estructura organizacional de la empresa?	TD = Totalmente Desacuerdo ED = Desacuerdo I = Indiferente DA = De Acuerdo TA = Totalmente de Acuerdo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Procedimientos	¿Considera usted, que los colaboradores de la empresa Directo Marketing, cumplen con los procedimientos de acuerdo a la normatividad establecida en cada área de trabajo?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Personal	¿Considera usted, que Directo Marketing, prevé acciones para evitar un riesgo ante una problemática o hecho que suceda con el personal de la empresa? ¿Considera usted, que el personal del área Comercial de la empresa Directo Marketing, informa y orienta a sus demás compañeros, para el desarrollo del servicio solicitado por el cliente?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	PROTECCION DE RECURSOS	Responsabilidades	¿Considera usted, que los jefes de área de la empresa Directo Marketing asumen responsabilidades, supervisando y controlando las reglas establecidas con el personal a cargo?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Principios	¿Considera usted que los colaboradores de la empresa Directo Marketing, están comprometidos con el cumplimiento óptimo de los principios, metas y objetivos que han sido previamente establecidos?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	AREAS FUNCIONALES DE LA ORGANIZACION	Utilización De Recursos	¿Considera usted, que los encargados de la empresa Directo Marketing proporcionan orientación en la utilización de recursos, para el cumplimiento de las tareas asignadas por cada área?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Area Funcional	¿Considera usted, que los colaboradores de la empresa Directo Marketing, cuentan con los elementos necesarios para estar informados de todas las áreas funcionales de la empresa?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		División Del Trabajo	¿Considera usted, que para cualquier situación que se presenta en la empresa Directo Marketing, existe una adecuada división de trabajo?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Funciones Administrativas	¿Considera usted, que dentro de la empresa Directo Marketing, cuenta con funciones administrativas bien desarrolladas?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		Procesos	¿Considera usted, que la empresa Directo Marketing establece procesos para la adecuada atención con los clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE	PERCEPCION	Interpretación	¿Considera usted, que el personal encargado de recepcionar los estudios solicitados de la empresa Directo Marketing, muestra un adecuado interés para interpretar la solicitud requerida por el cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Entorno	¿Considera usted, que el entorno de trabajo es apropiado para el personal de la empresa Directo Marketing?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	DESEMPEÑO	Supervision	¿Considera usted, que recibe la capacitación necesaria por el supervisor del área, para realizar sus labores en la empresa Directo Marketing?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Desarrollo profesional	¿Considera usted, que la empresa Directo Marketing estimula a sus colaboradores, en el desarrollo profesional con las actividades a su cargo? ¿Considera usted, que la práctica de valores, priorizados por Directo Marketing, permiten el desarrollo profesional en los colaboradores que participan en las actividades de la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Organización	¿Considera usted, que la empresa Directo Marketing, tiene una política de bienestar para el desarrollo de la organización?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	EXPECTATIVAS	Motivación	¿Considera usted, que la empresa Directo Marketing, motiva a su personal para el desarrollo eficiente de sus funciones?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Desempeño Laboral	¿Considera usted, que los colaboradores involucrados en el área de ventas y operaciones de la empresa Directo Marketing, tienen la capacidad de desempeñarse correctamente en sus labores, frente al servicio solicitado por el cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
		Resultados	¿Considera usted, que el área Comercial, informa minuciosamente el resultado final del servicio solicitado por el cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
	Firma del experto: <i>[Firma]</i>			Fecha: <i>21/11/2018</i>				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS**

Título de la investigación: "CONTROL INTERNO Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA DIRECTO MARKETING, MIRAFLORES, 2018".								
Apellidos y nombres del investigador: PALOMINO SANCHEZ, YANETH								
Apellidos y nombres del experto: <i>Dr. ALVA ARCE, ROSLI CASAR</i>								
ASPECTO POR EVALUAR								
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OPINIÓN DEL EXPERTO	
							OBSERVACIONES /SUGERENCIAS	
CONTROL INTERNO	ELEMENTOS DE CONTROL	Estructura Organizacional	¿Considera usted, que los colaboradores de Directo Marketing, conocen la estructura organizacional de la empresa?		/			
		Procedimientos	¿Considera usted, que los colaboradores de la empresa Directo Marketing, cumplen con los procedimientos de acuerdo a la normalidad establecida en cada área de trabajo?		/			
		Personal	¿Considera usted, que Directo Marketing, prevé acciones para evitar un riesgo ante una problemática o hecho que suceda con el personal de la empresa?		/			
	¿Considera usted, que el personal del área Comercial de la empresa Directo Marketing, informa y orienta a sus demás compañeros, para el desarrollo del servicio solicitado por el cliente?			/				
	PROTECCION DE RECURSOS	Responsabilidades	¿Considera usted, que los jefes de área de la empresa Directo Marketing asumen responsabilidades, supervisando y controlando las reglas establecidas con el personal a cargo?		/			
		Principios	¿Considera usted que los colaboradores de la empresa Directo Marketing, están comprometidos con el cumplimiento óptimo de los principios, metas y objetivos que han sido previamente establecidos?	TD =	/			
	AREAS FUNCIONALES DE LA ORGANIZACION	Utilización De Recursos	¿Considera usted, que los encargados de la empresa Directo Marketing proporcionan orientación en la utilización de recursos, para el cumplimiento de las tareas asignadas por cada área?	Totalmente Desacuerdo	/			
		Area Funcional	¿Considera usted, que los colaboradores de la empresa Directo Marketing, cuentan con los elementos necesarios para estar informados de todas las áreas funcionales de la empresa?	ED = Desacuerdo	/			
		División Del Trabajo	¿Considera usted, que para cualquier situación que se presenta en la empresa Directo Marketing, existe una adecuada división de trabajo?	I = Indiferente	/			
	CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE	PERCEPCION	Funciones Administrativas	¿Considera usted, que dentro de la empresa Directo Marketing, cuenta con funciones administrativas bien desarrolladas?		/		
Procesos			¿Considera usted, que la empresa Directo Marketing establece procesos para la adecuada atención con los clientes?	DA = De Acuerdo	/			
Interpretación			¿Considera usted, que el personal encargado de recepcionar los estudios solicitados de la empresa Directo Marketing, muestra un adecuado interés para interpretar la solicitud requerida por el cliente?	TA =	/			
DESEMPEÑO		Entorno	¿Considera usted, que el entorno de trabajo es apropiado para el personal de la empresa Directo Marketing?	Totalmente de Acuerdo	/			
		Supervisión	¿Considera usted, que recibe la capacitación necesaria por el supervisor del área, para realizar sus labores en la empresa Directo Marketing?		/			
		Desarrollo profesional	¿Considera usted, que la empresa Directo Marketing estimula a sus colaboradores, en el desarrollo profesional con las actividades a su cargo?		/			
		¿Considera usted, que la práctica de valores, priorizados por Directo Marketing, permiten el desarrollo profesional en los colaboradores que participan en las actividades de la empresa?		/				
EXPECTATIVAS		Organización	¿Considera usted, que la empresa Directo Marketing, tiene una política de bienestar para el desarrollo de la organización?		/			
		Motivación	¿Considera usted, que la empresa Directo Marketing, motiva a su personal para el desarrollo eficiente de sus funciones?		/			
		Desempeño Laboral	¿Considera usted, que los colaboradores involucrados en el área de ventas y operaciones de la empresa Directo Marketing, tienen la capacidad de desempeñarse correctamente en sus labores, frente al servicio solicitado por el cliente?		/			
	Resultados	¿Considera usted, que el área Comercial, informa minuciosamente el resultado final del servicio solicitado por el cliente?		/				
Firma del experto:			Fecha	21/11/2018				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

## ANEXO 4: SPSS 24

CUESTIONARIO CONTROL INTERNO.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	P1	Numérico	8	0	¿Considera usted, que los colaboradores de Directo Marketing, cono...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
2	P2	Numérico	8	0	¿Considera usted, que los colaboradores de la empresa Directo Mark...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
3	P3	Numérico	8	0	¿Considera usted, que Directo Marketing, prevé acciones para evitar ...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
4	P4	Numérico	8	0	¿Considera usted, que el personal del area Comercial de la empresa ...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
5	P5	Numérico	8	0	¿Considera usted, que los jefes de área de la empresa Directo Marke...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
6	P6	Numérico	8	0	¿Considera usted que los colaboradores de la empresa Directo Mark...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
7	P7	Numérico	8	0	¿Considera usted, que los encargados de la empresa Directo Marketi...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
8	P8	Numérico	8	0	¿Considera usted, que los colaboradores de la empresa Directo Mark...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
9	P9	Numérico	8	0	¿Considera usted, que para cualquier situación que se presenta en la...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
10	P10	Numérico	8	0	¿Considera usted, que dentro de la empresa Directo Marketing, cuen...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
11	P11	Numérico	8	0	¿Considera usted, que la empresa Directo Marketing establece proce...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
12	P12	Numérico	8	0	¿Considera usted, que el personal encargado de recepcionar los estu...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
13	P13	Numérico	8	0	¿Considera usted, que el entorno de trabajo es apropiado para el per...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
14	P14	Numérico	8	0	¿Considera usted, que recibe la capacitación necesaria por el supervi...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
15	P15	Numérico	8	0	¿Considera usted, que la empresa Directo Marketing estimula a sus ...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
16	P16	Numérico	8	0	¿Considera usted, que la práctica de valores, priorizados por Directo ...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
17	P17	Numérico	8	0	¿Considera usted, que la empresa Directo Márketing, tiene una políti...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
18	P18	Numérico	8	0	¿Considera usted, que la empresa Directo Marketing, motiva a su per...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
19	P19	Numérico	8	0	¿Considera usted, que los colaboradores involucrados en el área de v...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
20	P20	Numérico	8	0	¿Considera usted, que el área Comercial, informa minuciosamente el...	{1, TOTALM...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
21	ELEMENTO...	Numérico	8	0	Elementos de control	{1, TOTALM...	Ninguno	19	Centrado	Ordinal	Entrada
22	PROTECCI...	Numérico	8	0	Proteccion de recurso	{1, TOTALM...	Ninguno	24	Centrado	Ordinal	Entrada
23	AREAS_FU...	Numérico	8	0	Areas funcionales de la organizacion	{1, TOTALM...	Ninguno	34	Centrado	Ordinal	Entrada
24	PERCEPCI...	Numérico	8	0	Percepcion	{1, TOTALM...	Ninguno	12	Centrado	Ordinal	Entrada
25	EXPECTAT...	Numérico	8	0	Expectativas	{1, TOTALM...	Ninguno	44	Centrado	Ordinal	Entrada

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

\*CUESTIONARIO CONTROL INTERNO.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 28 de 28 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	ELEMENTOS_CC	
1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	14
2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	15
3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	16
4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	15
5	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	14
6	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	14
7	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	14
8	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	14
9	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	3	4	4	4	4	13
10	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	10
11	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	14
12	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	14
13	4	3	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	15
14	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	5	3	3	3	15
15	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	5	3	3	3	4	14
16	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	14
17	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	15
18	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	16
19	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	15
20	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	2	3	3	14
21	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	14
22	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	14

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

\*Resultado1-CONTROL DEL INTERNO.spv [Documento2] - IBM SPSS Statistics Visor

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

Registro  
 Explorar  
 Título  
 Notas  
 Conjunto de da  
 Resumen de p  
 Descriptivos  
 Control Interno  
 Título  
 Gráfico de  
 Diagrama  
 Calidad de Ser  
 Título  
 Gráfico de  
 Diagrama  
 Registro  
 Explorar  
 Título  
 Notas  
 Resumen de p  
 Descriptivos  
 Pruebas de noi  
 Control Interno  
 Título  
 Gráfico de  
 Gráfico Q-Q  
 Gráfico Q-Q  
 Diagrama  
 Calidad de Ser  
 Título  
 Gráfico de  
 Gráfico Q-Q  
 Gráfico Q-Q  
 Diagrama  
 Registro

### Fiabilidad

[ConjuntoDatos1] C:\Users\YANETH\Desktop\Tesis\BD YANETH\\_YANETH ULTIMO\UCV\2018\CICLO X\IMPRIMIR\CUESTIONARIO CONTROL INTERNO.sav

#### Escala: ALL VARIABLES

#### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	50	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	50	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,901	20

#### Frecuencias

#### Estadísticos

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

- Registro
- Explorar
  - Título
  - Notas
  - Conjunto de datos
  - Resumen de p...
  - Descriptivos
  - Control Interno
    - Título
    - Gráfico de...
    - Diagrama
  - Calidad de Ser...
    - Título
    - Gráfico de...
    - Diagrama
- Registro
- Explorar
  - Título
  - Notas
  - Resumen de p...
  - Descriptivos
  - Pruebas de no...
  - Control Interno
    - Título
    - Gráfico de...
    - Gráfico Q-Q
    - Gráfico Q-Q
    - Diagrama
  - Calidad de Ser...
    - Título
    - Gráfico de...
    - Gráfico Q-Q
    - Gráfico Q-Q
    - Diagrama
- Registro

			Control Interno	Calidad de Servicio al Cliente
Rho de Spearman	Control Interno	Coefficiente de correlación	1,000	,608**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Calidad de Servicio al Cliente	Coefficiente de correlación	,608**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

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

**Correlaciones no paramétricas**

**Correlaciones**

			Elementos de control	Calidad de Servicio al Cliente
Rho de Spearman	Elementos de control	Coefficiente de correlación	1,000	,328*
		Sig. (bilateral)	.	,020
		N	50	50
	Calidad de Servicio al Cliente	Coefficiente de correlación	,328*	1,000
		Sig. (bilateral)	,020	.
		N	50	50

\* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

\*Resultado1-CONTROL DEL INTERNO.spv [Documento2] - IBM SPSS Statistics Visor

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

Registro Explorar Título Notas Conjunto de da Resumen de p Descriptivos Control Interno Título Gráfico de Diagrama Calidad de Ser Título Gráfico de Diagrama Registro Explorar Título Notas Resumen de p Descriptivos Pruebas de noi Control Interno Título Gráfico de Gráfico Q-Q Diagrama Calidad de Ser Título Gráfico de Gráfico Q-Q Diagrama Registro

			Proteccion de recurso	Calidad de Servicio al Cliente
Rho de Spearman	Proteccion de recurso	Coefficiente de correlación	1,000	,491**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Calidad de Servicio al Cliente	Coefficiente de correlación	,491**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

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

### Correlaciones no paramétricas

#### Correlaciones

			Areas funcionales de la organizacion	Calidad de Servicio al Cliente
Rho de Spearman	Areas funcionales de la organizacion	Coefficiente de correlación	1,000	,624**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Calidad de Servicio al Cliente	Coefficiente de correlación	,624**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

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

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

\*Resultado1-CONTROL DEL INTERNO.spv [Documento2] - IBM SPSS Statistics Visor

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

Registro Estadístico Error estándar

Control Interno	Media		35,26	,479
95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior		34,30	
	Límite superior		36,22	
Media recortada al 5%			35,57	
Mediana			35,00	
Varianza			11,462	
Desviación estándar			3,386	
Mínimo			25	
Máximo			40	
Rango			15	
Rango intercuartil			2	
Asimetría			-2,081	,337
Curtosis			4,973	,662
Calidad de Servicio al Cliente	Media		39,26	,676
95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior		37,90	
	Límite superior		40,62	
Media recortada al 5%			39,46	
Mediana			39,00	
Varianza			22,849	
Desviación estándar			4,780	
Mínimo			27	
Máximo			48	
Rango			21	
Rango intercuartil			5	
Asimetría			-,900	,337
Curtosis			1,760	,662

IBM SPSS Statistics Processor está listo    Unicode:ON

	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS</b>	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
---	--	---

Yo, **COSTILLA CASTILLO, PEDRO CONSTANTE**, docente de la Facultad Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo - Lima Norte, revisor de la tesis titulada:

**“CONTROL INTERNO Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA DIRECTO MARKETING, MIRAFLORES, 2018”** de la estudiante **PALOMINO SANCHEZ, YANETH**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **23 %** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

La suscrita analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.



Los Olivos, 28 de noviembre del 2018

.....  
Dr. COSTILLA CASTILLO, PEDRO CONSTANTE

DNI: 09925834

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------



FACULTAD DE CIENCIAS PROFESIONALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

"CONTROL INTERNO Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA DIRECTO MARKETING, MIRAFLORES, 2018"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACION

AUTORA:

PALOMINO SANCHEZ, YANETH

ASESOR:

DR. COSTILLA CASTILLO, PEDRO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:  
GESTION DE ORGANIZACIONES

LIMA - PERÚ

2018



Todas las fuentes

Coincidencia 1 de 81

- repositorio.unh.edu.pe 4 %  
Fuente de Internet: 4 URL
- docplayer.es 4 %  
Fuente de Internet: 31 URL
- repositorio.continental... 4 %  
Fuente de Internet: 4 URL
- repositorio.ujcm.edu.pe 4 %  
Fuente de Internet: 15 URL
- repositorio.uancv.edu.pe 3 %  
Fuente de Internet: 5 URL
- repositorio.uta.edu.ec 3 %  
Fuente de Internet: 8 URL
- www.slideshare.net 3 %  
Fuente de Internet: 20 URL
- Entregado a Universida... 3 %  
Trabajos del estudiante: 13 trabajos
- es.scribd.com 3 %  
Fuente de Internet: 16 URL
- documents.mx 2 %

Excluir fuentes





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS PROFESIONALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CONTROL INTERNO Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE  
SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA DIRECTO MARKETING,  
MIRAFLORES, 2018**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**



**AUTORA:**

**PALOMINO SANCHEZ, YANETH**

**ASESOR:**

**Dr. COSTILLA CASTILLO, PEDRO CONSTANTE**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**GESTIÓN DE ORGANIZACIONES**

**LIMA – PERÚ**

**2018**



## ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Código : F06-PP-PR-02.02  
Versión : 09  
Fecha : 23-03-2018  
Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (ña) **PALOMINO SANCHEZ, YANETH** cuyo título es: **"CONTROL INTERNO Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA DIRECTO MARKETING, MIRAFLORES, 2018"**.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 18 (número) Dieciocho (letras).

Los Olivos, 28 de noviembre del 2018

Dr. Vasquez Espinoza, Juan Manuel

**PRESIDENTE**

Mg. Domínguez Rosales, Edih Geobana

**SECRETARIO**

Dr. Costilla Castillo, Pedro Constante

**VOCAL**

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN – SEDE LIMA NORTE, A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA LA:

SRTA. PALOMINO SANCHEZ, YANETH

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN TÍTULADO:

“CONTROL INTERNO Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA DIRECTO MARKETING, MIRAFLORES, 2018”

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO Y/O TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

---

SUSTENTADO EN FECHA : 28/11/2018

NOTA O MENCIÓN : 18



DR. TANTALEAN TAPIA, IVAN ORLANDO

Coordinador de Investigación de la EP de Administración