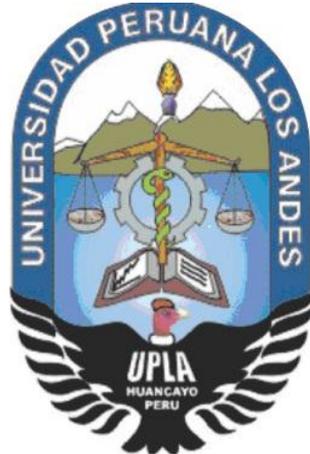


UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas



TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El Control Interno y Satisfacción de los clientes internos de la Institución Educativa Particular “Nuestra Señora de Monserrat”, Huancayo – 2019

Para Optar : El grado de Bachiller en Contabilidad y Finanzas

Autor : Cintia Karen, Zanabria Román

Asesor : Dr. Armando Juan Aauto Avila

Línea de Investigación: Ciencias Empresariales y Gestión de los recursos Institucional

HUANCAYO – PERÚ

2019

Índice

I. CONTENIDO	4
Título.....	4
Autor	4
Filiación Académica.....	4
Resumen.....	4
Abstract	5
II. INTRODUCCIÓN	6
III. METODOLOGÍA	8
Método General.....	8
Método Específico	8
Tipo de investigación	8
Nivel de investigación.....	8
Diseño de investigación	9
Población.....	9
Muestra.....	10
Técnica de recolección de datos.....	10
Instrumento de recolección de datos	10
IV. DESARROLLO	10
Planteamiento del problema general	10
Planteamiento de los problemas específicos	10
Planteamiento del objetivo general	11
Planteamiento de los objetivos específicos	11

Antecedentes del estudio.....	11
Formulación de la hipótesis de investigación.....	13
Hipótesis general.....	13
Hipótesis específicas	13
Identificación y clasificación de las variables de investigación.....	13
Presentación de la operacionalización de las variables de estudio y los ítems del cuestionario para su medición	14
Procedimiento de recolección y análisis de datos	15
Estrategia para la prueba de hipótesis	15
V. ANÁLISIS.....	16
Proceso de prueba de hipótesis general.....	16
Prueba de Hipótesis específicas	17
VI. RESULTADOS.....	20
VII. ARGUMENTACIÓN O DISCUSIÓN	23
VIII. CONCLUSIONES	26
IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	27
ANEXOS.....	29
Anexo 1: Cuestionario.....	29

I. CONTENIDO

Título: El Control Interno y Satisfacción de los clientes internos de la Institución Educativa Particular “Nuestra Señora de Monserrat”, Huancayo – 2019.

Autor: Zanabria Román, Cintia Karen

Filiación Académica: Ex alumna de la Facultad de Ciencias de la Empresa, en la Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas

Resumen

El presente trabajo de investigación que lleva como título “*El Control Interno y Satisfacción de los clientes internos de la Institución Educativa Particular “Nuestra Señora de Monserrat”, Huancayo – 2019.*”, el propósito principal se sustenta en identificar y explicar cómo se relaciona el control interno y la satisfacción de los clientes internos de la Institución Educativa materia de estudio, bajo el enfoque metodológico de la investigación científica, este estudio es de tipo aplicada debido a que se cimienta en las bases teóricas y se fundamenta en la práctica inmediata de lo teórico, el nivel en el que se ubica es el correlacional pues se sustenta en identificar la relación entre las variables de estudio, el diseño de investigación es el no experimental de tipo: descriptivo – correlacional, como instrumento para obtener los resultados requeridos se elaborará un cuestionario, el cuál a través de la escala de Likert se tabularán los datos y cuantificarán los resultados, a través de la estadística inferencial se corroborará la relación de las variables con el coeficiente de correlación de Pearson (r) propiamente.

Palabras clave: Control Interno, Satisfacción de los clientes, Correlación, Pearson

Abstract

The present research work entitled “Internal Control and Satisfaction of internal clients of the Private Educational Institution“ Nuestra Señora de Monserrat ”, Huancayo - 2019.”, the main purpose is based on identifying and explaining how the Internal control and the satisfaction of the internal clients of the Educational Institution subject matter of study, under the methodological approach of scientific research, this study is of applied type because it is based on theoretical bases and is based on the immediate practice of theoretical, the level in which it is located is the correlational because it is based on identifying the relationship between the study variables, the research design is the non-experimental type: descriptive - correlational, as an instrument to obtain the required results a questionnaire, which through the Likert scale the data will be tabulated and quantified In the results, through the inferential statistics, the relationship of the variables with the Pearson correlation coefficient will be corroborated.

Key words: Internal Control, Customer, Satisfaction, Correlation, Pearson.

II. INTRODUCCIÓN

La gestión de control interno tiene un alto grado de importancia en cualquier organización debido a que desde la parte interna de una organización se puede conocer la raíz de las distintas vicisitudes financieras y organizacionales que atraviesa cualquier organización, al tratarse de una organización que ofrece servicios educativos la relación con los clientes internos será clave para mantener buenas relaciones con los clientes; el control interno involucra los objetivos organizacionales de la Institución, a través de los componentes como el ambiente de control, la evaluación de riesgos, las actividades de control y la supervisión, se analiza cómo se lleva el control interno dentro de la Institución.

En el presente documento se presenta a la Institución Educativa Particular “Nuestra Señora de Monserrat” en Huancayo, cuya problemática fundamental yace en la desatención a sus clientes internos y esto se genera por la falta de atención, del control de las actividades internas y el no cumplimiento de los objetivos organizacionales en la Institución.

Este documento se orienta a identificar la relación que tiene el control interno sobre la satisfacción de los clientes internos, es decir que la satisfacción de los clientes se encuentre vinculada al control interno es por ello que se planteó la interrogante ¿Cómo el control interno se relaciona con la satisfacción de los clientes internos de la Institución Educativa Particular “Nuestra Señora de Monserrat”, Huancayo – 2019?

Este trabajo es importante a nivel social porque la información vertida a través del trabajo de investigación presente, servirá como herramienta importante para que otras empresas dedicadas al mismo rubro o diferentes a la misma, acojan al control interno como eje principal para la satisfacción de sus clientes internos.

Por su contenido, el presente documento se encuentra dividido en nueve partes importantes. La primera parte contempla el contenido que abarca el título, autor(es), filiación académica, resumen, abstract, y palabras clave.

La segunda parte contempla la introducción misma del presente documento, en la tercera parte se encuentra la metodología desarrollada, en la cuarta parte se ubican el desarrollo del documento, la quinta parte contempla el análisis, la parte sexta los resultados, la séptima parte contempla la argumentación o discusión, la octava parte se presentan las conclusiones y por último se presentan las referencias bibliográficas.

Cintia Karen Zanabria Román.

III. METODOLOGÍA

Método General

El método científico, es utilizado en la presente investigación por su trascendencia en la comprobación de hechos y la verificación de resultados, en la comprobación de los objetivos de la investigación.

Método Específico

Para el trabajo de investigación se considera como método general el “Analítico – sintético” el que se constituye como método de análisis procedimental del modelo teórico, es el método por el cual se sub dividen en dimensiones a las variables, se estudian cada una de ellas para luego plantear la relación que existe de una en la otra.

Tipo de investigación

De acuerdo a la intervención del investigador: La investigación es observacional, debido a que no hay intervención en los hechos puntuales. Se observa los fenómenos en su ambiente natural

De acuerdo a la planificación de la toma de datos: Prospectivo, los datos en la presente investigación son de fuente primaria

De acuerdo al número de ocasiones en que se mide la variable: Transversal, debido a que se ha recolectado los datos en un momento único

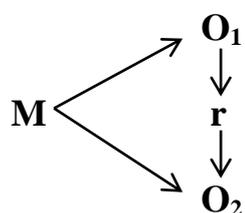
Nivel de investigación

De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2010). La presente investigación se encuentra en un nivel correlacional por lo que se evidenciará dependencia/independencia u asociación logrando de las variables, además de ver el efecto inmediato de la variable independiente en la variable dependiente.

Diseño de investigación

De naturaleza descriptivo – correlacional; para la presente investigación es un diseño no experimental porque se realizan sin la manipulación deliberada de las variables, en los que se observan los hechos en su ambiente natural. Primero se describirá las variables luego se efectuarán las posibles asociaciones o dependencias entre las mismas.

El esquema es el siguiente:



Dónde:

M = Muestra

O₁ = Control Interno

O₂ = Satisfacción de los clientes

r = Relación de las variables

Población

La población para esta investigación está conformada por 17 docentes, un director y subdirector, un administrador y secretario, en total 21 sujetos de estudio.

Tabla 1. Personal en la Institución Educativa - Población

Rango del Colaborador	Cantidad
Plana Directiva	2
Plana Docente	17
Plana Administrativa	2
Total	21

Fuente: Institución Educativa Nuestra Señora de Monserrat

Muestra

Se ha determinado la cantidad muestral, a través del método censal o intencional en el que al tratarse de clientes internos se refiere a los trabajadores en total de la plana directiva, administrativa y docentes, que en total son: 21 sujetos de estudio.

Técnica de recolección de datos

En esta investigación, se utilizó la encuesta, direccionada a los docentes, administrativos y directivos de la Institución Educativa materia de estudio.

Instrumento de recolección de datos

Como instrumento de recolección de datos, se elaboró un cuestionario, por su amplia utilidad en la Investigación científica.

IV. DESARROLLO

Planteamiento del problema general

¿Cuál es la relación entre el control interno y la satisfacción de los clientes internos de la Institución Educativa “Nuestra Señora de Monserrat”, Huancayo – 2019?

Planteamiento de los problemas específicos

- A. ¿Cómo se relaciona el ambiente de control con la satisfacción de los clientes internos de la Institución Educativa “Nuestra Señora de Monserrat” Huancayo – 2019?
- B. ¿Cómo se relacionan las actividades de control con la satisfacción de los clientes internos de la Institución Educativa “Nuestra Señora de Monserrat” Huancayo – 2019?

- C. ¿Cómo se relaciona la supervisión con la satisfacción de los clientes internos de la Institución Educativa “Nuestra Señora de Monserrat” Huancayo – 2019?

Planteamiento del objetivo general

Explicar cómo se relaciona el control interno con la satisfacción de los clientes internos de la Institución Educativa “Nuestra Señora de Monserrat” Huancayo – 2019.

Planteamiento de los objetivos específicos

- A. Determinar cómo se relaciona el ambiente de control interno con la satisfacción de los clientes internos de la Institución Educativa “Nuestra Señora de Monserrat” Huancayo – 2019.
- B. Determinar cómo se relacionan las actividades de control con la satisfacción de los clientes internos de la Institución Educativa “Nuestra Señora de Monserrat” Huancayo – 2019.
- C. Determinar cómo se relaciona la supervisión con la satisfacción de los clientes internos de la Institución Educativa “Nuestra Señora de Monserrat” Huancayo – 2019.

Antecedentes del estudio

Gavilanez, Alicia. (2012) en su estudio acerca del “Sistema de control interno como herramienta para el mejoramiento de la Gestión Administrativa INTROVE CIA LTDA. 2012” Concluye principalmente en: La falta de control y supervisión sobre las diferentes actividades o procedimientos (compra, venta, caja) que se realizan en la empresa ocasiona que la administración no cuente con una información confiable y exacta que pueda permitir a la gerencia tomar decisiones acertadas para el cumplimiento de sus objetivos y metas.

Cruz, Josué. (2016) en su trabajo de investigación “El control interno y su influencia en la calidad de servicio de la Zona Registral N° V Sede Trujillo” concluye principalmente: Al analizar el control interno en la calidad del servicio de la Sunarp el año 2016, se obtuvo los siguientes resultados: los mecanismos de control interno son buenos, pero no se perciben como tan eficientes por parte del personal, lo que se refleja en la insatisfacción de los colaboradores, de manera que estos consideran que no ayudaron en gran medida a mejorar la calidad del servicio, por lo que se consideran que la supervisión debe ser más constante, por otra parte, se demuestra que existe un buen nivel de realización del control interno, sin embargo, se presentan algunos aspectos que deben mejorarse en el tema de una mayor revisión de los indicadores clave de desempeño de los trabajadores, procedimientos de trabajo escrito, manuales de referencia y otras comunicaciones para informar al personal sobre sus deberes de modo que se reduzcan estas disconformidades.

Zarpan, D. (2013) en su trabajo de investigación titulado “Evaluación del sistema de control interno del área de abastecimiento para detectar riesgos operativos en la municipalidad distrital de Pomalca – 2012” llegó a las siguientes conclusiones en general: Se identifican cinco riesgos potenciales originados como consecuencia de las deficiencias detectadas en cada área, dentro de las cuales tenemos: adquisición de productos innecesarios, excesivos costos de bienes adquiridos, extravío, deterioro, robo sistemático de los bienes almacenados, deficiente desempeño del recurso humano.

Formulación de la hipótesis de investigación

Hipótesis general

El control interno se relaciona significativamente con la satisfacción de los clientes internos de la Institución Educativa “Nuestra Señora de Monserrat” Huancayo – 2019.

Hipótesis específicas

- A. El ambiente de control se relaciona significativamente con la satisfacción de los clientes internos de la Institución Educativa “Nuestra Señora de Monserrat” Huancayo – 2019.
- B. Las actividades de control se relacionan significativamente con la satisfacción de los clientes internos de la Institución Educativa “Nuestra Señora de Monserrat” Huancayo – 2019.
- C. La supervisión se relaciona significativamente con la satisfacción de los clientes internos de la Institución Educativa “Nuestra Señora de Monserrat” Huancayo – 2019.

Identificación y clasificación de las variables de investigación

- **Variable 1:** Control Interno
- **Variable 2:** Satisfacción del cliente interno

**Presentación de la operacionalización de las variables de estudio y los ítems
del cuestionario para su medición**

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Respuesta
CONTROL INTERNO	X1: Ambiente de control	Compromiso asumido	1. La Institución sabe atender las quejas y reclamos del personal.	1: Muy en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4: De acuerdo 5: Muy de acuerdo
		Responsabilidad de control	2. Conoce los intereses y necesidades de los alumnos.	
			3. La Institución le brinda soporte al realizar sus clases modelo.	
			4. Esta Institución se preocupa por las necesidades del alumnado.	
	X2: Actividades de control	Control de TIC's	5. Usted ha observado mejoras en el servicio ofrecido en esta Institución.	
		Políticas y procedimientos	6. Sus expectativas son satisfechas con los servicios prestados en esta Institución.	
	X3: Supervisión	Monitoreo de la implementación de políticas y procedimientos	7. Usted tiene confianza en esta Institución.	
			8. Si otra Institución ofrece los mismos servicios prefiero ofrecer mis servicios a esta Institución.	
		Errores y procedimientos	9. Esta Institución es innovadora y con visión de futuro.	
			10. Posee los conocimientos acerca de los servicios prestados. (enseñanza)	
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Y1: Calidad funcional percibida	Solución de quejas	11. Esta Institución brinda el servicio que el alumnado espera.	
		Seguridad en la compra	12. Usted sabe que no tendrá problemas o inconvenientes con los contraprestaciones brindadas por la Institución	
			13. Esta Institución presta un servicio satisfactorio en comparación con otras instituciones.	
	Y2: Calidad técnica percibida	Mejoras en el servicio ofrecido	14. Los servicios prestados por esta Institución están cerca de los ideales para una Institución particular.	
		Servicios prestados en la compra	15. Usted recomendaría esta Institución a otras personas.	
			16. La Institución es clara en las explicaciones e informaciones en cuanto a los pagos de matrículas	
	Y3: Valor percibido	Calidad de los servicios prestados	17. No ha tenido problemas e inconvenientes con los pagos otorgados por esta Institución.	
			18. El servicio que se ofrece en esta Institución se adapta a las necesidades del alumnado	
		Tarifas ofrecidas	19. Las tasas y tarifas de esta Institución son atractivas en comparación con otras instituciones	
			20. La calidad de los servicios prestados en esta Institución es buena dadas sus tasas y tarifas.	

Procedimiento de recolección y análisis de datos

Se procedió de la siguiente manera:

- a) Bajo la venia de director de la Institución Educativa “Nuestra Señora de Monserrat” se presentó la investigación, y el correspondiente cuestionario para la obtención de datos.
- b) Se formuló el problema y los objetivos de la investigación.
- c) Se buscó material teórico para apoyar las bases metodológicas de la investigación.
- d) En base a los datos obtenidos se produce a tomar las hipótesis, según sea el caso de aceptación o rechazo.
- e) Se contrasta los datos obtenidos con las bases teóricas y se elaboran las conclusiones y recomendaciones.

Estrategia para la prueba de hipótesis

Utilización del estadístico de prueba Chi - cuadrado (X^2), para ver la influencia de una variable sobre otra, observamos también la asociación o dependencia de las mismas. Tomamos en cuenta el siguiente proceso

- a. Formular la hipótesis alterna
- b. Formular la hipótesis nula
- c. Fijar el nivel de significancia (α) en 5% equivalente a 0.05, y un valor crítico de 95%.
- d. Obtenemos el valor Chi – cuadrado calculado (X^2_C) a través de la siguiente fórmula:

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

con $k - 1$ grados de libertad

Donde: $O_i =$ Frecuencias Observadas,

$E_i =$ Frecuencias Esperadas

e. Si el valor:

p (Sig. Asintótico) < 0.05 : Se rechazará la hipótesis nula

p (Sig. Asintótico) > 0.05 ; No se rechazará la hipótesis nula.

V. ANÁLISIS

Proceso de prueba de hipótesis general

Con el estadístico de prueba, sentamos a través de las tablas cruzadas los valores obtenidos (frecuencias observadas) de la encuesta así como también los valores que esperamos obtener (frecuencias esperadas) para poder llegar a nuestro objetivo .

En primer lugar establecemos la correlación de nuestras variables para identificar el grado de correlación que tienen, a través del coeficiente de correlación de Pearson, para luego obtener el valor Chi cuadrado, el siguiente cuadro muestra la correlación para la contrastación de la hipótesis general

		Correlaciones	
		Control Interno	Satisfacción del Cliente Interno
Control Interno	Correlación de Pearson	1	,804**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	20	20
Satisfacción del cliente interno	Correlación de Pearson	,804**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	20	20

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Cuadro 1. Contrastación hipótesis general

Tal como se detalla en el Cuadro 1, el coeficiente de correlación de Pearson es 0.804; por lo tanto entre las variables control interno y satisfacción de los clientes internos existe una correlación positiva alta.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	315,770 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	197,101	9	,000
Asociación lineal por lineal	104,144	1	,000
N de casos válidos	20		

a. 9 casillas (56,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,41.

Cuadro 2. Valor Chi - cuadrado para la hipótesis general

Tal como se detalla en el Cuadro 2, el valor p es equivalente ($0.000 < 0.5$) para la regla de decisión confirmaríamos que se rechaza la hipótesis nula; por tanto el control interno se relaciona significativamente con la satisfacción de los clientes internos de la Institución Educativa “Nuestra Señora de Monserrat” Huancayo – 2019.

Prueba de Hipótesis específicas

Correlación entre el Ambiente de control y Satisfacción de los clientes internos

		Ambiente de control	Satisfacción del cliente interno
Ambiente de control	Correlación de Pearson	1	,678**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	20	20
Satisfacción del cliente interno	Correlación de Pearson	,678**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	20	20

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Cuadro 3. Contrastación hipótesis específica A

Tal como se detalla en el Cuadro 3, el coeficiente de correlación de Pearson es 0.678; por lo tanto entre el ambiente de control y la satisfacción de los clientes internos existe una correlación positiva moderada.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	139,813 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	97,491	9	,000
Asociación lineal por lineal	46,299	1	,000
N de casos válidos	20		

a. 9 casillas (56,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,10.

Cuadro 4. Valor Chi - cuadrado para la hipótesis específica A

Tal como se detalla en el Cuadro 4, el valor p es equivalente ($0.000 < 0.5$) para la regla de decisión confirmaríamos que se rechaza la hipótesis nula; por tanto el ambiente de control se relaciona significativamente con la satisfacción de los clientes internos de la Institución Educativa “Nuestra Señora de Monserrat” Huancayo – 2019.

Correlación entre las actividades de control y Satisfacción de los clientes

Correlaciones

		Actividades de control	Satisfacción del cliente
Actividades de control	Correlación de Pearson	1	,651
	Sig. (bilateral)		,000
	N	20	20
Satisfacción del cliente	Correlación de Pearson	,651**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	20	20

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Cuadro 5. Contrastación hipótesis específica B

Tal como se detalla en el Cuadro 5, el coeficiente de correlación de Pearson es 0.651; por lo tanto entre las actividades de control y la satisfacción de los clientes internos existe una correlación positiva moderada.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	181,929 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	119,370	9	,000
Asociación lineal por lineal	63,655	1	,000
N de casos válidos	21		

a. 8 casillas (50,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,56.

Cuadro 6. Valor Chi - cuadrado para la hipótesis específica B

Tal como se detalla en el Cuadro 6, el valor p es equivalente ($0.000 < 0.5$) para la regla de decisión confirmaríamos que se rechaza la hipótesis nula; por tanto las actividades de control se relacionan significativamente con la satisfacción de los clientes internos de la Institución Educativa “Nuestra Señora de Monserrat” Huancayo – 2019.

Correlación entre la supervisión y Satisfacción de los clientes

Correlaciones			
		Supervisión	Satisfacción del cliente
Supervisión	Correlación de Pearson	1	,714**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	20	20
Satisfacción del cliente	Correlación de Pearson	,714**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	20	20

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Cuadro 7. Contratación hipótesis específica C

Tal como se detalla en el Cuadro 7, el coeficiente de correlación de Pearson es 0.714; por lo tanto entre la supervisión y satisfacción de los clientes internos existe una correlación positiva alta.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	201,460 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	134,274	9	,000
Asociación lineal por lineal	81,938	1	,000
N de casos válidos	20		

a. 9 casillas (56,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,62.

Cuadro 8. Valor Chi - cuadrado para la hipótesis específica C

Tal como se detalla en el Cuadro 8, el valor p es equivalente ($0.000 < 0.5$) para la regla de decisión confirmaríamos que se rechaza la hipótesis nula; por tanto la supervisión se relaciona significativamente con la satisfacción de los clientes internos de la Institución Educativa “Nuestra Señora de Monserrat” Huancayo – 2019.

VI. RESULTADOS

De la base de datos obtenidos en la encuesta tanto para las dimensiones de Control Interno y Satisfacción del Cliente interno se obtuvo las siguientes tabla resumen del conteo de puntajes asignados según sea: Muy de acuerdo (5), de acuerdo(4), ni de acuerdo ni en desacuerdo(3), en desacuerdo(2) y muy en desacuerdo(1).

Ítems	Escala de valoración				
	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
1. La Institución sabe atender las quejas y reclamos del personal.	26%	56%	14%	3%	0%
2. Conoce los intereses y necesidades de los alumnos.	28%	51%	15%	5%	1%
3. La Institución le brinda soporte al realizar sus clases modelo.	24%	64%	5%	6%	1%
4. Esta Institución se preocupa por las necesidades del alumnado.	30%	46%	15%	8%	1%
5. Usted ha observado mejoras en el servicio ofrecido en esta Institución.	35%	33%	24%	9%	0%
6. Sus expectativas son satisfechas con los servicios prestados en esta Institución.	12%	59%	21%	8%	1%
7. Usted tiene confianza en esta Institución.	22%	57%	10%	10%	1%
8. Si otra Institución ofrece los mismos servicios prefiero ofrecer mis servicios a esta Institución.	15%	58%	17%	8%	1%
9. Esta Institución es innovadora y con visión de futuro.	17%	58%	15%	8%	3%
10. El personal de esta Institución posee los conocimientos acerca de los servicios prestados.	31%	35%	17%	16%	1%
11. Esta Institución brinda el servicio que el alumnado espera.	17%	52%	19%	11%	2%
12. Usted sabe que no tendrá problemas o inconvenientes con los contraprestaciones brindadas por la Institución	14%	56%	17%	12%	1%
13. Esta Institución presta un servicio satisfactorio en comparación con otras instituciones.	23%	55%	10%	10%	1%
14. Los servicios prestados por esta Institución están cerca de los ideales para una Institución particular.	13%	56%	20%	10%	1%
15. Usted recomendaría esta Institución a otras personas.	25%	46%	24%	4%	0%
16. La Institución es clara en las explicaciones e informaciones en cuanto a los pagos de matrículas	35%	37%	21%	7%	1%
17. No ha tenido problemas e inconvenientes con los pagos otorgados por esta Institución.	31%	48%	13%	7%	1%
18. El servicio que se ofrece en esta Institución se adapta a las necesidades del alumnado	22%	65%	6%	4%	1%
19. Las tasas y tarifas de esta Institución son atractivas en comparación con otras instituciones	27%	52%	15%	5%	1%
20. La calidad de los servicios prestados en esta Institución es buena dadas sus tasas y tarifas.	26%	56%	15%	3%	0

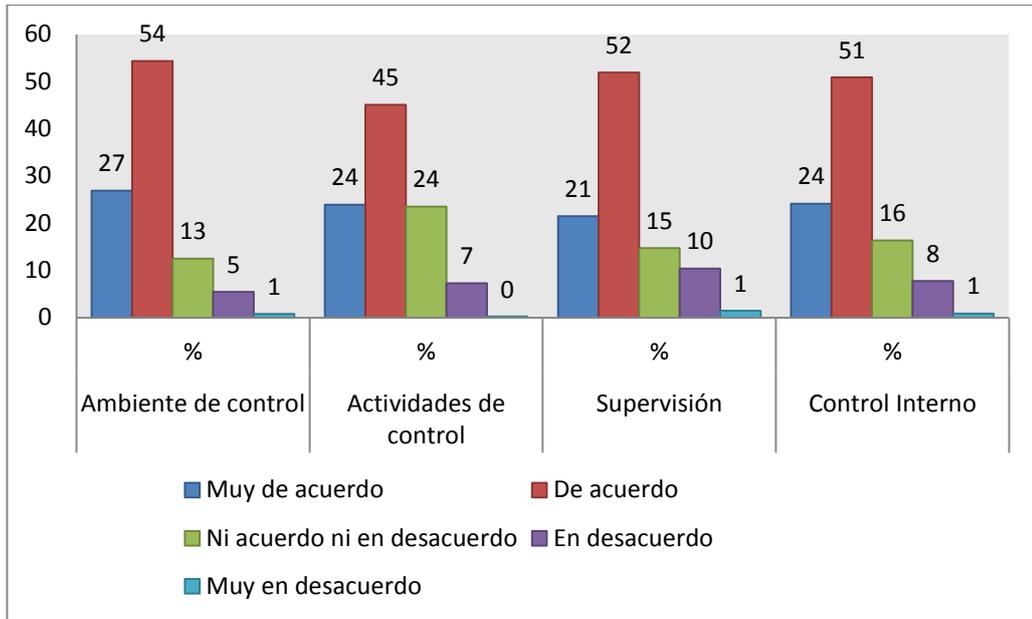


Figura 1. Resultados a nivel de la variable Control Interno

Tal como se detalla en la Figura 1, para variable Independiente control interno y sus dimensiones; se obtuvo los resultados como siguen: el 24% de los encuestados afirma estar muy de acuerdo, el 51% de acuerdo, en tanto un 16% se encuentra ni acuerdo ni en desacuerdo, por otra parte el 8% está en desacuerdo, y el 1% se encuentra muy en desacuerdo.

Para el análisis de las dimensiones, en el caso de Ambiente de control en la Figura 1, el 22% de los encuestados se muestra muy de acuerdo, el 54% de acuerdo, en tanto un 13% ni acuerdo ni en desacuerdo, de otro lado el 5% está en desacuerdo, y el 1% muy en desacuerdo.

Como se detalla en la Figura 1 para la dimensión Actividades de control, el 24% de los encuestados se encuentra muy de acuerdo, el 45% de acuerdo, un 24% ni acuerdo ni en desacuerdo de otro lado el 7% se encuentra en desacuerdo, y un 0% muy en desacuerdo.

Como se detalla en la Figura 1 para la dimensión Supervisión, el 21% de los encuestados se encuentra muy de acuerdo, el 52% de acuerdo, el 15% ni acuerdo ni en desacuerdo, por otra parte 10% se encuentra en desacuerdo, y un 1% muy en desacuerdo.

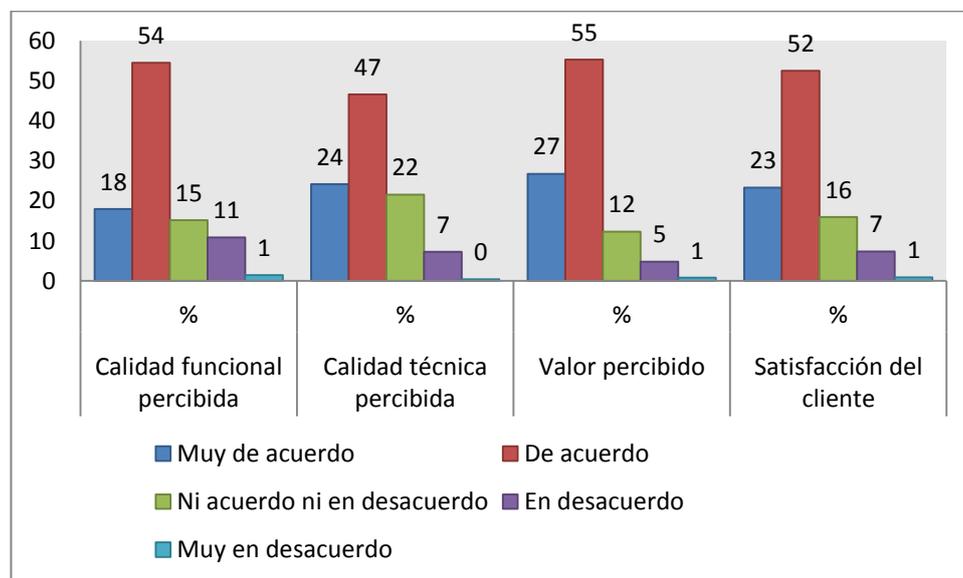


Figura 2. Resultados a nivel de la variable Satisfacción del Cliente interno

Tal como se detalla en la Figura 2, para variable dependiente satisfacción de los clientes internos y sus dimensiones; se obtuvo los resultados como siguen: el 23% de los encuestados afirma estar muy de acuerdo, el 52% de acuerdo, en tanto un 16% se encuentra ni acuerdo ni en desacuerdo, por otra parte el 7% está en desacuerdo, y el 1% se encuentra muy en desacuerdo.

Para el análisis de las dimensiones, en el caso de Calidad funcional percibida En la Figura 2, el 18% de los encuestados se muestra muy de acuerdo, el 54% de acuerdo, en tanto un 15% ni acuerdo ni en desacuerdo, de otro lado el 11% está en desacuerdo, y el 1% muy en desacuerdo.

Como se detalla en la Figura 2, para la dimensión Calidad técnica percibida, el 24% de los encuestados se encuentra muy de acuerdo, el 47% de acuerdo, un

22% ni acuerdo ni en desacuerdo de otro lado el 7% se encuentra en desacuerdo, y un 0% muy en desacuerdo.

Como se detalla en la Figura 2, para la dimensión Valor percibido, el 23% de los encuestados se encuentra muy de acuerdo, el 52% de acuerdo, el 16% ni acuerdo ni en desacuerdo, por otra parte 7% se encuentra en desacuerdo, y un 1% muy en desacuerdo.

VII. ARGUMENTACIÓN O DISCUSIÓN

El presente trabajo de investigación, ha tenido como objetivo general explicar cómo se relaciona el control interno con la satisfacción de los clientes internos en la Institución Educativa Particular “Nuestra Señora de Monserrat”, encontrando como principal resultado la relación positiva entre las variables de estudio para ello, se elaboró un cuestionario comprendido por 20 ítems con respuesta en escala Likert y se pudo contrastar las hipótesis propuestas a través del coeficiente de correlación de Pearson y el estadístico de prueba Chi cuadrado; el primero nos brindó la correlación entre ambas variables (0.804) lo que demuestra que entre ambas variables existe una correlación positiva alta; mientras tanto la segunda prueba reveló la regla de decisión a través del p-valor, el cual fue inferior al nivel de significancia ($p < 0.05$), con lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0), el resultado del objetivo general puede verse contrastado con los resultados arribados por Cruz (2016) puesto que al analizar el control interno y la calidad del servicio en una entidad pública como la Sunarp encontraron que el control interno percibido no se relaciona con la calidad de servicio, encontraron un coeficiente de correlación demasiado bajo (0.234) y p-valor (0.045) muy aproximado al nivel de significancia, los trabajadores expresaron

que la supervisión debe ser más constante, revisión de los indicadores clave de desempeño, procedimientos de trabajo escrito, manuales de organización.

Al obtener los resultados en la primera hipótesis específica, a través del coeficiente de correlación de Pearson entre la primera dimensión (ambiente de control) de la variable Independiente (control interno) con la variable dependiente (satisfacción del cliente interno), se halló un coeficiente ($r = 0.68$), con esto se demuestra que entre el ambiente de control y la satisfacción de los clientes internos tienen un grado de correlación positiva moderada; por otra parte, para ver la repercusión que tiene el ambiente de control sobre la satisfacción de los clientes internos, con el estadígrafo Chi cuadrado partiendo del valor p , que es menor al 5% o 0.05 se demuestra ello, esto se alinea a los objetivos del control interno planteado por Del Toro Ríos, J; en tanto a la capacidad del personal, a la manera en que la empresa organiza y desarrolla profesionalmente a sus empleados, a la misión, objetivos y políticas .Al describir por ejemplo el ambiente de control como el compromiso asumido por la empresa en tanto a la solución de las quejas para canalizar mejoras en la satisfacción de sus clientes internos.

La segunda hipótesis específica, también fue contrastado con el coeficiente de correlación de Pearson entre la segunda dimensión (actividades de control) de la variable independiente (control interno) con la variable dependiente (satisfacción del cliente interno), se halló un coeficiente ($r = 0.65$), con esto se demuestra que entre las actividades de control y la satisfacción de los clientes internos tienen un grado de correlación positiva moderada; de otro lado la repercusión que tienen las actividades de control sobre la satisfacción de los clientes internos, se detalla mediante el estadígrafo Chi cuadrado partiendo del p -valor ($0.000 < 0.05$), con lo que queda desestimada la no repercusión alguna, alineando estos resultados a

los objetivos del control interno según Del Toro Ríos, J; estas actividades consisten en la separación de tareas y responsabilidades, la coordinación de tareas en alguna área de la empresa para este documento las actividades dentro del área administrativa que se enfocan en las mejoras del servicio ofrecido y, el mejoramiento de los servicios prestados. Las actividades de control al interior de las áreas de la institución, se sustentan en principios según la Contraloría General de la República estos son: los controles de las tecnologías de información y comunicaciones para el apoyo a la consecución de los objetivos organizacionales.

De igual forma, la tercera hipótesis estadística fue contrastada con el coeficiente de correlación de Pearson entre la tercera dimensión (supervisión) de la variable independiente (control interno) con la variable dependiente (satisfacción del cliente interno), se halló que el coeficiente ($r = 0.71$), con esto se observa que la supervisión y, la satisfacción de los clientes tienen un grado de correlación positiva alta; la influencia entre estas se determina mediante el estadígrafo Chi cuadrado partiendo del valor p ($0.000 < 0.05$), la que desestima la no repercusión entre ambas; el monitoreo de la implementación de políticas y procedimientos tales es el caso de los tratamientos de las deficiencias detectadas para la mejora de la calidad de los servicios prestados en la institución, es muy importante puesto que depende de la revisión de fallas en el procedimiento de atención al cliente (estudiantes y padres de familia) para tener asegurada la fidelidad de los clientes comparativamente a los objetivos del control interno según Del Toro Ríos, J; la eficiencia y eficacia de las operaciones definen cuales son los ciclos de operaciones de la institución, los procedimientos que se generan son registrados en el MOF para el logro de los objetivos organizacionales de la institución.

VIII. CONCLUSIONES

1. El control interno se relaciona con la satisfacción de los clientes internos en tanto que el primero repercute en el segundo de forma directa en un 75% (porcentaje de aprobación: Muy de acuerdo y de acuerdo), por tanto es necesario mencionar que cuando querramos optimizar la atención del cliente interno, debemos de tomar en cuenta que el Control Interno sea eficiente y eficaz.
2. La relación d
3. el ambiente de control sobre la satisfacción de los clientes internos se da de manera ponderada o directa en un 81% (porcentaje de aprobación: Muy de acuerdo y de acuerdo), esto quiere decir que si se efectúa una mejora del ambiente de control repercutirá positivamente en la satisfacción de los clientes internos.
4. La relación de las actividades de control en la satisfacción de los clientes internos se da de manera ponderada o directa en un 69% (porcentaje de aprobación: Muy de acuerdo y de acuerdo) en otras palabras, si se desarrollan las actividades de control con eficiencia y eficacia en la Institución estas repercutirán positivamente en la satisfacción de los clientes internos.
5. La relación de la supervisión sobre la satisfacción de los clientes internos se da de manera ponderada o directa en un 73 % (porcentaje de aprobación que se encuentra Muy de acuerdo y de acuerdo) dicho de otra manera con el monitoreo de la implementación de políticas y procedimientos en materia de prestación de calidad de servicios en la Institución se relacionará positivamente en la satisfacción de los clientes internos.

IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Baro, J & Alemany, R. (2000). “*Estadística II*” Fundación para la Universidad de Catalunya – España.

Bravo, C. (2000) *Auditoría del Sistema Informático*. pp. 13-16. Lima: San Marcos Editores.

Contraloría General de la República. (2014). *Marco Conceptual del Control Interno*. Obtenido de MINCETUR: http://www.mincetur.gob.pe/wp-content/upload/documentos/institucional/sistema_de_control_interno/Marco_Conceptual_SCI.pdf

Cruz, J. (2016). “*El control interno y su influencia en la calidad de servicio de la zona registral N° V sede Trujillo*”. Trujillo: Universidad Privada del Norte.

Del Toro, J. et all. (2005) *Control Interno y II Programa de preparación económica para cuadros*. La Habana Cuba: Centro de Estudios Contables y Financieros y de Seguros (CECOFIS).

Gavilanez, Alicia. (2012). “*Sistema de control interno como herramienta para el mejoramiento de la Gestión Administrativa de INTROVE CIA LTDA*” Obtenido de la Universidad Central del Ecuador – Facultad de Ciencias Administrativas – Escuela de Contabilidad y Auditoría:

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1026/1/T-UCE-0003-88.pdf>

Hernández, S; Fernández, C y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación. Quinta Edición*. Edit. McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. México.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos del Marketing*. México: Pearson Educación de México, S.A.

Ramón, J. (2004) *El control Interno en las Empresas Privadas*.

Obtenido de la revista de investigación Quipukamayoc:

<http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/5476/47>

[11revistasinvestigación](#)

Reyes, S., Mayo, J., & Laredo, N. (2009) *La evaluación de la calidad de los servicios a partir de la satisfacción de los clientes: una mirada desde el entorno empresarial cubano*.

Obtenido del Observatorio de la Economía Latinoamericana:

<http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/cu/2009/bac.htm>

Richard, Olivier. (2009) *Satisfacción: Una perspectiva del comportamiento en el consumo*. Editorial, Fic Graw-Hill-Segunda Edición.

Zarpan, D. (2013). “*Evaluación del sistema de control interno del área de abastecimiento para detectar riesgos operativos en la municipalidad distrital de Pomalca*”. Obtenido de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo:

http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/261/1/TL_Zarpan_Alegria_DianaJaneth.pdf

f

ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario

A continuación, se presentan 21 preguntas interrogantes a modo de conocer “Cómo el control interno repercute en la satisfacción de los clientes internos de la I.E.P. “Nuestra Sra. de Monserrat” – Julio 2019”. Para lo cual se le sugiere leer cuidadosamente las preguntas enfocándose en marcar la respuesta que mayor crea conveniente.

Instrucciones

Marque con aspa (x), según la valoración que crea conveniente, para cada pregunta que se presenta a continuación:

Ítems	Escala de valoración				
	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
1. La Institución sabe atender las quejas y reclamos del personal.	26%	56%	14%	3%	0%
2. Conoce los intereses y necesidades de los alumnos.	28%	51%	15%	5%	1%
3. La Institución le brinda soporte al realizar sus clases modelo.	24%	64%	5%	6%	1%
4. Esta Institución se preocupa por las necesidades del alumnado.	30%	46%	15%	8%	1%
5. Usted ha observado mejoras en el servicio ofrecido en esta Institución.	35%	33%	24%	9%	0%
6. Sus expectativas son satisfechas con los servicios prestados en esta Institución.	12%	59%	21%	8%	1%
7. Usted tiene confianza en esta Institución.	22%	57%	10%	10%	1%
8. Si otra Institución ofrece los mismos servicios prefiero ofrecer mis servicios a esta Institución.	15%	58%	17%	8%	1%
9. Esta Institución es innovadora y con visión de futuro.	17%	58%	15%	8%	3%
10. El personal de esta Institución posee los conocimientos acerca de los servicios prestados.	31%	35%	17%	16%	1%
11. Esta Institución brinda el servicio que el alumnado espera.	17%	52%	19%	11%	2%
12. Usted sabe que no tendrá problemas o inconvenientes con los contraprestaciones brindadas por la Institución	14%	56%	17%	12%	1%
13. Esta Institución presta un servicio satisfactorio en comparación con otras instituciones.	23%	55%	10%	10%	1%
14. Los servicios prestados por esta Institución están cerca de los ideales para una Institución particular.	13%	56%	20%	10%	1%
15. Usted recomendaría esta Institución a otras personas.	25%	46%	24%	4%	0%
16. La Institución es clara en las explicaciones e informaciones en cuanto a los pagos de matrículas	35%	37%	21%	7%	1%

17. No ha tenido problemas e inconvenientes con los pagos otorgados por esta Institución.	31%	48%	13%	7%	1%
18. El servicio que se ofrece en esta Institución se adapta a las necesidades del alumnado	22%	65%	6%	4%	1%
19. Las tasas y tarifas de esta Institución son atractivas en comparación con otras instituciones	27%	52%	15%	5%	1%
20. La calidad de los servicios prestados en esta Institución es buena dadas sus tasas y tarifas.	26%	56%	15%	3%	0