



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**“CARACTERIZACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO
EN EL PROCESO DE ATENCIÓN EN PLATAFORMA DE
LAS CAJAS MUNICIPALES DE AHORRO Y CRÉDITO
EN EL DISTRITO DE TUMBES, 2018”**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

AUTOR

SALVATIERRA PRECIADO, JHON FRANKLIN

ORCID: 0000-0001-7378-7527

ASESOR

ESCURRA ZA VALETA, GHENKIS AMILCAR

ORCID: 0000-0002-9894-2180

**TUMBES-PERÚ
2019**

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Salvatierra Preciado, Jhon Franklin

ORCID: 0000-0001-7378-7527

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante Pregrado
Tumbes, Perú.

ASESOR

Ezcurra Zavaleta, Ghenkis Amilcar

ORCID: 0000-0002-9894-2180

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables Financieras y Administrativas, Escuela Profesionales de
Administración, Tumbes, Perú.

JURADO

Guerrero García, Galvani

ORCID: 0000-0003-1038-1866

Aguilar Chuquizuta, Darwin Ebert

ORCID: 0000-0001-6721-620X

Villareyes Guerra, Domingo Miguel

ORCID: 0001-0001-6769-1959

JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESOR

MGTR. LIC. ADM. GALVANI GUERRERO GARCÍA

PRESIDENTE

MGTR. LIC. ADM. DARWIN EBERT AGUILAR CHUQUIZUTA

MIEMBRO

MGTR. LIC. EDU. DOMINGO MIGUEL VILLAREYES GUERRA

MIEMBRO

MGTR. LIC. ADM. GHENKIS AMILCAR EZCURRA ZAVALETA

ASESOR

AGRADECIMIENTO

A la universidad Uladech filial Tumbes, por acogerme y formarme de conocimientos para mi desempeño profesional en mi carrera de Administración.

A mi asesor Adm. Mgtr. Ezcurra Zavaleta, por su dedicación, paciencia y compartir sus conocimientos y experiencias en el ámbito académico y empresarial.

DEDICATORIA

A Dios padre todo poderoso, por ser supremo por darme la sabiduría y fuerzas necesarias que me permiten cada día de mi vida seguir luchando para alcanzar mis sueños.

A mi familia padres y sobrinos, por su comprensión y apoyo incondicional
Para dar este gran paso, y ser el motor y motivo que me impulsa a seguir siempre
adelante.

RESUMEN

Esta investigación denominada: “*Caracterización de la calidad de servicio en el proceso de atención en plataforma de las cajas municipales de ahorro y crédito en el distrito de tumbes, 2018*”, tuvo por objetivo general: “*Determinar la caracterización de la calidad de servicio en el proceso de atención en plataforma de las cajas municipales de ahorro y crédito en el distrito de Tumbes, 2018*”

Se formuló la interrogante: ¿Cuáles son las características de la calidad de servicio en el proceso de atención en plataforma de las cajas municipales de ahorro y crédito en el distrito de tumbes, 2018?, utilizando la metodología tipo: descriptiva; nivel: cuantitativo, diseño: no experimental y corte transversal. La población se consideró a 150 clientes, a quienes se les aplicó a sus clientes un cuestionario de 22 preguntas utilizando la técnica de la encuesta.

Se concluyó que las entidades financieras deben capacitar a los empleados en atención al cliente, para brindar una atención personalizada y cordial a los clientes, destacar a los trabajadores con reconocimientos por el buen trato que se les brinde a los clientes en la atención, aplicar encuestas dentro de la Entidad financiera para medir la calidad en el servicio y poder identificar áreas de mejora, mejorar el sistema de llamados de cola para que el cliente no perciba que se demoran mucho en la atención.

Palabras claves: Calidad de servicio y Mypes.

ABSTRACT

This research called: “Characterization of the quality of service in the platform attention process of the municipal savings and credit funds in the Tumbes district, 2018”, had as a general objective: “Determine the characterization of the quality of service in the process of attention in platform of the municipal savings and credit funds in the district of Tumbes, 2018”

The question was asked: What are the characteristics of the quality of service in the platform attention process of the municipal savings and credit funds in the Tumbes district, 2018?, using the type: descriptive methodology; level: quantitative, design: non-experimental and cross section. The population was considered 150 clients, to whom a questionnaire of 22 questions was applied to their clients using the survey technique.

It was concluded that financial institutions should train employees in customer service, to provide personalized and cordial attention to customers, highlight workers with acknowledgments for the good treatment given to customers in the service, apply surveys Within the Financial Entity to measure the quality of the service and to identify areas for improvement, improve the system of calls of queue so that the client does not perceive that they take a long time in the attention.

Keywords: Quality Management, Competitiveness and Mypes.

INDICE DEL CONTENIDO

TITULO DE LA TESIS	i
EQUIPO DE TRABAJO.....	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO y ASESOR.....	iii
HOJA DE AGRADECIMIENTO Y/O DEDICATORIA.....	iv
RESUMEN Y ABSTRACT	vi
CONTENIDO	viii
INDICE DE CUADROS GRAFICOS Y TABLAS.....	ix
I. INTRODUCCION	1
II. REVISION DE LA LITERATURA	2
III. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	25
IV. METODOLOGIA	26
4.1 DISEÑO DE INVESTIGACION.....	26
4.2 POBLACION Y MUESTRA	26
4.3 DEFINICION Y OPERACIONALIZACION DE VARIABLES.....	28
4.4 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE ROCOLECCION DE DATOS.....	30
4.5 PLAN DE ANALISIS.....	30
4.6 MATRIZ DE CONSISTENCIA	31
4.7 PRINCIPIOS ETICOS	33
V. RESULTADOS.....	34
5.1 RESULTADOS.....	34
5.2 ANALISIS DE RESULTADOS	39
VI. CONCLUSIONES	41
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	41
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	42
ANEXOS.....	45
ANEXOS 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDAD.....	45
ANEXOS 02: PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO.....	46
ANEXOS 03: ENCUESTA.....	47
ANEXOS 04: VALIDACION.....	49
ANEXOS 05: PANEL FOTOGRAFICO.....	58

INDICE DE GRAFICOS Y TABLAS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Población	26
Tabla N° 2 Definición y operacionalización de variables.....	28
Tabla N° 3 Matriz de consistencia	31
Tabla N° 4 Cuadro dimensión: Elementos tangibles.....	34
Tabla N° 5 Cuadro dimensión: fiabilidad.....	35
Tabla N° 6 Cuadro dimensión: Capacidad de respuesta	36
Tabla N° 7 Cuadro dimensión: Seguridad.....	37
Tabla N° 8 Cuadro dimensión: Empatía	38

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico N° 1 Elementos Tangibles.....	34
Gráfico N° 2 Fiabilidad.....	35
Gráfico N° 3 Capacidad de respuesta.....	36
Gráfico N° 4 Seguridad.....	37
Gráfico N° 5 Empatía.....	38

I. INTRODUCCION

Esta investigación tiene como variable *la calidad de servicio en el proceso de atención en plataforma de las cajas municipales de ahorro y crédito en el distrito de tumbes, 2018*, puesto que es un distrito presenta una gran concentración de población y concentración del comercio por ser capital de la región Tumbes.

Por eso, en este proyecto de investigación se planteó como objetivo general Determinar la caracterización de la calidad de servicio en el proceso de atención en plataforma de las cajas municipales de ahorro y crédito en el distrito de tumbes, 2018

Además de ello se tiene como objetivos específicos: 1. Identificar los elementos tangibles de la calidad de servicio en el proceso de atención en plataforma de las cajas municipales de ahorro y crédito en el distrito de tumbes, 2018 2. Conocer la fiabilidad en el proceso de atención en plataforma de las cajas municipales de ahorro y crédito en el distrito de tumbes, 2018 3. Conocer la capacidad de respuesta en el proceso de atención en plataforma de las cajas municipales de ahorro y crédito en el distrito de tumbes, 2018 4. Identificar la seguridad en plataforma de las cajas municipales de ahorro y crédito en el distrito de tumbes, 2018 5. Conocer el nivel de empatía en plataforma de las cajas municipales de ahorro y crédito en el distrito de tumbes, 2018

La investigación fue tipo descriptivo, nivel cuantitativo, con diseño no experimental de corte transversal. Teniendo como instrumento el cuestionario; para llevarla a cabo se escogió en forma dirigida una muestra de 150 clientes de las 6 mypes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 Preguntas, utilizando la técnica de la encuesta.

II. REVISION DE LA LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION

Haciendo uso de diferentes tipos de información se ha investigado temas que tengan referencia al proyecto de investigación, teniendo en cuenta las variables:

2.1.1. ANTECEDENTE INTERNACIONAL

(Teran, 2018) estudió Análisis en la calidad del servicio al cliente del Banco Internacional en la ciudad de Guayaquil. En el desarrollo de este estudio se da a conocer a los lectores sobre el nivel de satisfacción a los clientes del Banco Internacional de la ciudad de Guayaquil, y como esto impacta a su índice de medición y las propuestas de mejora para el mismo, por lo que para una mejor comprensión se ha dividido la investigación en 3 capítulos que se detallan a continuación En el capítulo 1 se presenta el marco teórico, se resumirá investigaciones realizadas por otros autores, se tomará referencia de tesis, monografías que permitan establecer conceptos de calidad, cliente y servicio. Para definir su importancia, función y el impacto de los mismos en el crecimiento de una compañía. En el capítulo 2 se presenta la metodología de la investigación, se desarrollan los métodos y técnicas de investigación del objeto o caso de estudio que permitan determinar la situación actual de la empresa. En esta presentación se trabaja con la investigación cuantitativa mediante la elaboración de encuestas a los clientes de la ciudad de Guayaquil del Banco Internacional, mismo que permitirá cuantificar el nivel de satisfacción de los mismos. En el capítulo 3 se presenta el análisis de los resultados obtenidos, enfocados en el sector de servicio, atención que se brinda, agilidad, tiempo de espera, amabilidad del gestor que atendió Siendo estas las variables de medición del índice de satisfacción en el servicio. Se recomiendan varias alternativas de mejora en el servicio las cuales permitan ajustarse a las exigencias del

mercado y a las necesidades del cliente.

(Pérez & Estupiñan, 2016) estudiaron la Propuesta de mejora de los procesos del servicio al cliente del hospital Luis Vernaza de la junta de beneficencia de Guayaquil. El objetivo general de este trabajo es analizar los procesos en la gestión operativa para establecer el grado de satisfacción de los pacientes y usuarios y poder contribuir con una iniciativa de mejoramiento. Se inició mencionando los conceptos relevantes que integran los campos de estudio de este proyecto que son la base teórica del estudio del problema. Como segundo tema se realizó un diagnóstico de la Institución objeto de investigación para determinar su situación actual y luego se efectuó la identificación del problema con una encuesta a los usuarios del Hospital que nos permitió verificar la situación de los procesos. En el último capítulo se presentó la propuesta de solución que consiste en una estrategia de incrementar actividades en el proceso de cirugía, otra de establecer un Concejo consultivo de la calidad y una tercera de diseño de indicadores de gestión del proceso de cirugía.

(Viteri, 2015) estudió Evaluación de desempeño del personal administrativo y de servicio; y su incidencia en la atención al usuario en el gobierno autónomo descentralizado Municipal del Cantón Ventanas, Provincia de los Ríos. La presente investigación tuvo como objetivo central, el diseño de estrategias para mejorar el desempeño laboral en el personal administrativo y de servicio para una atención de calidad al usuario del GAD Municipal del Cantón Ventanas. Para la recolección de los datos, se empleó un cuestionario de 10 preguntas, las cuales fueron aplicadas a todo el personal de la institución, las mismas que se tabularon en el formato de EXCEL, seguido del análisis pertinente demostraron que existe una inapropiada evaluación de desempeño, una deficiente atención al usuario, inexistencia de estrategias para mejorar el desempeño del personal administrativo y de servicio del GAD Municipal, y falta de

pertenencia y compromiso hacia la institución, por tal motivo se recomendó la aplicación periódica de evaluación del desempeño laboral, la erradicación de los factores de la deficiente atención al usuario, el empleo de estrategias de calidad, con la finalidad de fortalecer la integración del personal y mejorar el cumplimiento de sus funciones de trabajo, entre otras.

2.1.2. ANTECEDENTE NACIONAL

(**Tume, 2018**) en su tesis titulada “*Caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las MyPES del sector servicios del Rubro Hoteles de Sechura (Piura), 2018*”, teniendo como objetivo principal fue: la Caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las MyPES de servicios, rubro Hoteles de Sechura (Piura), 2018”, después de la aplicación del análisis de los resultados se llegó a concluir que: el 74 % de los factores básicos de la gestión de calidad son de aplicación de procesos por escrito, los recursos humanos con valores y de confianza al 69%; el 79% en relación de las necesidades, satisface sus necesidades de hospedaje por la mejora del servicio, cumplimiento del personal en sus tareas y la característica de amabilidad 62%. En cuanto a la variable competitividad en estos negocios siempre se tiene en cuenta la innovación en la parte tecnológica, bajos costos, personal altamente calificado. Así mismo, se busca un mayor acercamiento lo ambiental y la dinámica.

(**Rodríguez, 2016**) nos indica en su tesis titulada “*Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES en los servicios de venta de electrodomésticos en el distrito de JUANJUI, año 2016*”, la cual tuvo como objetivo “determinar las características de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES en los servicios de venta de electrodomésticos en el Distrito de Juanjui, año 2016.” Se concluye que estas MYPES, si cuentan con representantes preparados para la administración de las mismas siendo creadas con fines de lucro. Así mismo, precisamos que cuentan con un

plan estratégico porque manejan el término de la competitividad y a sus principales competidores, ellos han mejorado la infraestructura de sus instalaciones físicas. Tienen conciencia que la gestión de calidad contribuye con el mejoramiento del rendimiento del negocio.

(**Saavedra, 2016**), nos indica en su investigación titulada: “*caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad de las MYPES del sector Comercio de abarrotes en el Distrito de Juanjui, periodo 2015 – 2016*”, plantea como principal objetivo: “analizar los efectos de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector comercio de abarrotes de la ciudad de Juanjui. Concluyendo en que existe un crecimiento de las MYPES de este rubro, pero las mismas no están debidamente formalizadas en su totalidad, en su mayoría no se emplea la gestión de calidad producto”.

2.1.3. ANTECEDENTE REGIONAL

(**Namuche, 2018**), en su tesis titulada “*Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad en las MYPES en el sector servicio. Rubro hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017*”, la cual tuvo como objetivo general “Determinar las principales características de la Gestión de Calidad y Competitividad en las MYPES DEL Sector Servicios, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017.” En Conclusión, identifiqué la mayoría de los usuarios de estas MYPES demuestra haber teniendo una buena experiencia, pero que es difícil contactarse con la persona idónea, lo cual hace que el servicio brindado sea lento y el lenguaje utilizado poco claro, lo cual deja ver que el servicio no es de muy buena calidad.

(**Huamán, 2017**), en su tesis titulada “Caracterización de la Gestión de calidad y competitividad en las MYPEs sector servicios rubro Restaurant en la Urbanización José Lishner Tudela, Tumbes 2017”, esta investigación tuvo como objetivo determinar la Determinar la caracterización de la gestión de calidad y Competitividad en las MyPes sector servicio rubro restaurant en la Urbanización José Lishner Tudela, Tumbes 2017, en conclusión de acuerdo a los resultados obtenidos que la publicidad en los medios publicitarios son malos porque no están actualizados y el ambiente de las Mypes de restaurante son malos debido a la inseguridad y la contaminación de nuestra ciudad, por lo tanto debería mejorarse bastante esos punto para ofrecer un buen servicio.

(**Merino, 2016**), en su tesis titulada “*Caracterización competitividad y gestión de calidad en las MYPE Rubro banano. Tumbes, 2016*” tiene como objetivo “Determinar las principales características de la competitividad y gestión de calidad en las MYPES rubro Banano Orgánico”, en conclusión: teniendo en cuenta las dos variables tienen un efecto positivo en la comercialización del producto en la Región, cuya muestra es de 40 personas, correspondientes a una población de 81 personas; la técnica aplicada fue una encuesta, cuyo instrumento fue un cuestionario con preguntas cerradas. En conclusión: es muy importante tener considerar siempre los factores de la competitividad que ayuden a lograr una buena gestión de calidad.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO

DEFINICIÓN:

Por su parte **Kaoru Ishikawa, (1988)**, nos da a entender que “LA CALIDAD” se debe mostrar y realizarse en el área de ventas y no solo a nivel de producto. Así mismo, este debe aplicarse en todo ámbito ya sea administrativo, organizacional y hasta en los aspectos personales”.

Feigenbaum (1971 – 1994). En su hipótesis, define ““EL TQC” como un sistema eficaz que ayuda en la integración del desarrollo de la calidad, y el esfuerzo de mejoramiento que muestran las diferentes áreas de la organización, de modo que de paso al marketing, producción, ingeniería y servicio, hasta que el coste de los mismo sea el mínimo, y se pueda lograr satisfacer a los consumidores”.

Analizando los puntos de vista de los autores citados, podemos concluir con que existen diferentes perspectivas, aunque hay que señalar que hay mucha coincidencia al vincular la nomenclatura de CALIDAD con “cubrir las expectativas de los consumidores cumpliendo con los requisitos que este proceso conlleve” por lo tanto para esta investigación se plantea qué el termino CALIDAD, es el cumplimiento de los requisitos, con el propósito de complacer las necesidades de los clientes.

Tipos de Calidad

Gracias a la evolución de los mercados, se han podido determinar diferentes tipos de CALIDAD. Con la revolución industrial, y la introducción de la gestión científica de Taylor de la producción es que nace el concepto de conformidad con los estándares.

Si bien es cierto el termino CALIDAD tiene un solo propósito que es la de satisfacer completamente a los clientes. Sin embargo, existen también diferentes tipos de calidad.

a) **Calidad como conformación de estándares:** Antiguamente este era el significado utilizado dentro de la calidad industrial. Esto quiere decir básicamente a la estimación de un producto o servicio, como se detalla en el manual correspondiente para el estándar prescrito. Se desarrolla en función de determinar si un producto es apto según los estándares es primordialmente una cuestión de supervisión.

b) **Calidad como aptitud de uso:** Determina los medios para garantizar la satisfacción de las necesidades del mercado. Esta aptitud para uso se logra mediante supervisiones.

c) **Calidad como ajuste a costes:** este tipo de calidad representa los bajos costes y una elevada calidad. Es necesario reducir las variables de la transformación de los productos para conseguirla, logrando que todos los productos o servicios que se brinden estén sujetos a los lineamientos de la supervisión y no tengan que desecharse. Bajo este termino de calidad como ajuste de coste, se busca que la calidad sea máxima. Esto quiere decir que la retroalimentación y rectificación debe darse desde el inicio del proceso productivo. Por lo que se debe modificar completamente el sistema de producción.

d) **Calidad como aptitud para necesidades latentes:** esto quiere decir que para que el servicio o producto sea de calidad el productor debe adelantarse satisfaciendo las necesidades de los clientes antes de que ellos lo pongan en manifiesto.

Gestión de calidad

El termino gestión de calidad proviene de la Industria manufactura, y puede ser aplicado en cualquier sector, así como los Servicios y Gubernamentales. Esto refiere a que gestión de calidad es una un sistema operacional de trabajo, que debe regirse a los lineamientos técnicos y gerenciales, que le permitan adoptar la fuerza de trabajo, los equipos y la información práctica y coordinada, que permitan se pueda llegar a satisfacer al consumidor con un producto de calidad a menor precio

En estos últimos años la gestión de calidad ahonda en producir teniendo en cuenta la competitividad en el mercado, haciendo uso de la mercadotecnia, que cubran satisfactoriamente las necesidades de los consumidores, por lo que ha sido necesario introducir la planificación estratégica que se centralice en cumplir totalmente las metas de la organización.

Del mismo modo podemos decir que es una de los cimientos que hoy conocemos como Lean Manufacturing, primeramente ayudo con su enfoque para instaurar una cultura empresarial colectiva de compromiso con la eficacia.

Este sistema se basado en la gestión de un proceso fértil. El sistema que administra y mejora la calidad del producto y/o servicio de una organización se llama ISO 9001 2008. La abreviatura ISO provienen de la palabra en ingles Internacional Organization for Standardization y se básica mente se

trata de seguir algunos pasos como, por ejemplo:

- ✓ En principio que todos los que conforman la organización conozcan la norma ISO 9001.
- ✓ Llevar a cabo un riguroso diagnóstico de comparación para que ayude a identificar en qué estado se encuentra la organización, para hacer un cuadro comparativo y finalmente planificar un cronograma de desarrollo.
- ✓ Desarrollar todas las técnicas y registros que sustenten el plan.
- ✓ Preparar a todos los que conforman la organización y familiarizarlos para que puedan trabajar bajo la Norma. Del mismo modo, capacitar al comité de calidad que lidera el proyecto de implementación.
- ✓ Comprobar la puesta en marcha del sistema mediante auditorías internas, las mismas que las cuales es muy posible que originen acciones de mejora. Así mismo, se deben capacitar a auditores potenciales.
- ✓ Requerir una auditoría externa a compañía que esté debidamente acreditada para extender el certificado de reconocimiento mundial de cumplimiento de la norma ISO 9001.

Para Ruiz Canela, (2004), indica que la “GESTION DE CALIDAD”, revela una gran oportunidad para la empresa, ya que muestra un gran impacto en la empresa, generando un gran interés en el mercado y en la satisfacción de las necesidades de sus clientes, desarrollando actividades y que a la primera vez no se produzcan errores.

También nos indica que “LA CALIDAD” se ve reflejado en rentabilidad de la empresa, ya que este cumple un rol muy importante en el trato y excelencia permanente en todas las actividades de la empresa para el

cumplimiento de las demandas del mercado. Es muy importante que las empresas tengan un adecuado sistema que determine, documente y mantenga vigentes todas aquellas actividades necesarias en todas sus operaciones. Ya que les ofrece a las organizaciones un funcionamiento más integro, que se adapten y puedan competir frente a grandes consorcios, haciendo que sus clientes sientan confianza de consumir sus productos o servicios.

Así mismo **Ruiz Canela, (2004)** determina que lo que se debe gestionar es una organización con calidad, la cual dará paso a que el sistema llegue a un máximo logro en todos los niveles de la organización, haciendo que la dirección general asuma el compromiso, ya que ese compromiso juntos con el desarrollo e integración de las personas, se vea reflejado en una organización competitiva.

Importancia

La gestión de calidad ha calado alto en las empresas de servicios, y es lo que la vuelve indispensable.

También es preciso recalcar que es importante imponer sistemas de gestión de calidad en las MYPEs, ya que estas generan:

- Una marca de ventaja competitiva en el mercado. Así mismo, genera rentabilidad al negocio.
- Mayor estabilidad en el desempeño de las labores.
- Aumenta el grado de complacencia de los clientes.
- Esta siempre al pendiente de las necesidades del cliente.

Ventajas.

Dentro de las desventajas tenemos:

- Mejora la satisfacción del cliente: hacen que sea posible el proceso productivo se vea enfocado en las necesidades de los clientes como en los parámetros de la organización, haciendo que se integren las demandas del cliente ya sea en el servicio, como en el producto final, lo cual permitirá que el cliente tenga acceso a una mejor oferta y quede satisfecho.
- Estandarizar los productos o servicios: con ellos la organización no solo va a conseguir brindar una mejor calidad, también va a obtener una producción obtendrá una producción homogénea y sólida.
- Incremento de la eficiencia y acortamiento en los costes: ya que el sistema de gestión de calidad define el excelente proceder al momento de hacer un producto o servicios, se podrá eliminar los procedimientos innecesarios, y ayudara a que la gestión se desarrolle eficientemente, detectar fallas o errores y reducirlas al momento de la fabricación tanto del producto como del servicio.
- Aumento de la rentabilidad económica: se la organización logra disminuir los costes manteniendo la satisfacción del cliente tendría como consecuencia el aumento en sus ventas y la reducción de sus gastos, favoreciendo directamente en el balance financiero de la organización.
- Refuerzo positivo en la imagen la Empresa: sin duda alguna

mantener un sistema de “GESTIÓN DE CALIDAD” mejora la reputación de la marca, ya sea en sus clientes estables quienes van a poder tener acceso a productos y servicios de alto valor como en los potenciales clientes quienes conocerán del trabajo que desarrollo la empresa.

- La motivación de los trabajadores: incorporar a los colaboradores en el estudio de los procesos, para examinar los aspectos mejorables, generara que estos se sientan comprometidos con los objetivos que mantiene la empresa. Además, al hacerles conocer de qué manera deben llevar acabo sus obligaciones en el trabajo y lo que la organización espera de ellos, hará que se consigan buenos resultados, incrementando su satisfacción.
- Aumento de la coordinación interdepartamental: ya que los equipos de trabajo son consciente del papel que desempeñan dentro del proceso, la interacción entre los diferentes equipos de trabajo ayudan a agilizar y simplificar, mejorando su producción final de la organización.
- Permite que se puedan eliminar procedimientos repetitivos de bajo rendimiento, evitando así gastos innecesarios.

Desventajas

- Implica realizar importantes inversiones que podrían parecer muy costosas.
- Es necesario generar rigurosos cambios en toda la empresa, ya

que, para alcanzar el éxito, todos los integrantes de la organización deben estar comprometidos.

- Ya que los gerentes de las MYPES en su mayoría son muy conservadores, se dificultan los cambios para el mejoramiento haciendo que este proceso sea más largo.
- Hace que el cambio se centre en una sola área específica de la organización, teniendo como consecuencia que se pierda perspectiva de la interdependencia que existe entre todos sus colaboradores.
- Se necesitan suficientes recursos.
- Genera Extensa documentación.
- Es necesario mucho esfuerzo y tiempo para llegar a lograr el objetivo.

Para Grönroos, 1984), entre otros, la calidad del servicio se ha ido consolidando como un fenómeno ampliamente tratado por los investigadores. La calidad en los servicios se viene considerando uno de los asuntos más importantes en el mundo de los negocios en la actualidad. Además, ha ido adquiriendo un papel preponderante para las organizaciones, ya que se ha convertido en una estrategia que permite satisfacer al cliente y contar con su lealtad.

Las aportaciones de la literatura en lo referente al concepto de calidad del servicio se pueden clasificar atendiendo a tres criterios, concretamente los siguientes:

- a) la calidad del servicio como comparativa entre las expectativas y las percepciones de los clientes.
- b) como actitud/satisfacción de los clientes con los servicios del proveedor.
- c) como estrategia competitiva de diferenciación.

La calidad del servicio como comparativa entre las expectativas y las percepciones de los clientes

En términos generales, (Grönroos, 1984), apunta que la calidad del servicio debe ser contemplada desde la óptica de los clientes indicando que es el resultado de un proceso de evaluación, donde el consumidor compara sus expectativas con la percepción del servicio que ha recibido. El autor pone el énfasis en el cliente, indicando que la calidad del servicio es un concepto que gira alrededor de la figura del cliente. En la misma línea, se encuentra la definición general aportada por (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1994), los autores consideran la calidad del servicio como el grado de discrepancia entre las percepciones y las expectativas del cliente. Por su parte, (Witt & Stewart, 1996), confirman que la calidad del servicio depende de que el servicio siempre coincida con las expectativas de los clientes.

En este contexto, una de las primeras conceptualizaciones que se han realizado de la calidad del servicio, basada en (Oliver R. , 1980), es la que se ha venido en denominar el paradigma de la disconformidad, es decir, valorar la calidad del servicio percibida como un desajuste entre

expectativas y percepciones de resultados.

(Zeithaml , Parasuraman, & Berry, 1993), definen el concepto de calidad del servicio a partir de los hallazgos aportados en las sesiones de grupo que hicieron en su investigación. Afirman que todos los grupos entrevistados apoyaron decididamente la noción de que el factor clave para lograr un alto nivel de calidad en el servicio era igualar o superar las expectativas que el cliente tiene respecto al servicio.

Como actitud/satisfacción de los clientes con los servicios del proveedor.

Los autores (Zeithaml , Parasuraman, & Berry, 1993), añaden a la perspectiva anterior, que la calidad del servicio también es el grado en que un servicio satisface o excede las expectativas de los clientes. Desde este punto de vista, se puede definir la calidad del servicio como actitud/satisfacción (Cronin & Taylor, 1992); (Oh, 1999).

Este enfoque sugiere que los consumidores basan su actitud hacia un proveedor en sus experiencias de compra anteriores experimentadas con dicha empresa. Entonces la actitud se modifica según el nivel de satisfacción experimentado por el consumidor durante los encuentros sucesivos con la empresa, siendo un factor determinante en sus intenciones actuales de compra. Si la calidad del servicio es una actitud, entonces: 1) En el momento de omitir la experiencia anterior con un proveedor de servicio, las expectativas definen el nivel de la

calidad del servicio percibido inicialmente; 2) En la primera experiencia con el proveedor del servicio, los procesos que no son confirmativos derivan en una revisión en el nivel inicial de la calidad del servicio percibido; 3) Las experiencias subsecuentes con el proveedor del servicio, modificarán nuevamente el nivel de la calidad del servicio percibido, 4) El nivel redefinido de la calidad del servicio percibido puede cambiar las intenciones de compra de los consumidores.

Según este enfoque, la calidad del servicio implica la satisfacción del cliente, repetición de compra y recomendación posterior, lo que puede generar lealtad a ese proveedor.

Como estrategia competitiva de diferenciación.

Atendiendo a otras aportaciones, se puede afirmar que la entrega de altos niveles de calidad del servicio es una estrategia para el éxito y la supervivencia de las empresas orientada a la creación de ventajas competitivas de diferenciación frente a la competencia (Porter, 1985); (Zeithmal, Bitner, & Gremler, 2009). Varios investigadores han tratado de definir y medir la calidad del servicio, así, (Bitner, Stephen, & Matthew, 2000), definen la calidad del servicio como la impresión total que tienen los clientes sobre la inferioridad/superioridad de la empresa y sus servicios, en comparación con la competencia. Así, la calidad del servicio es un objetivo muy importante a alcanzar y necesario para mantener la capacidad competitiva de la actividad desarrollada. Sin embargo, el

problema inherente en la aplicación de esta estrategia, se ha identificado elocuentemente por varios investigadores, explicitando que la calidad del servicio es una estructura huidiza y abstracta que es difícil de definir y medir (Zeithaml & Bitner, 2002). Esta última conceptualización de la calidad del servicio se relaciona con las anteriores, no es excluyente, dado que si el proveedor logra superar las expectativas del Atendiendo a otras aportaciones, se puede afirmar que la entrega de altos niveles de calidad del servicio es una estrategia para el éxito y la supervivencia de las empresas orientada a la creación de ventajas competitivas de diferenciación frente a la competencia (Porter, 1985); (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2009). Varios investigadores han tratado de definir y medir la calidad del servicio, así, (Bitner, Stephen, & Matthew, 2000), definen la calidad del servicio como la impresión total que tienen los clientes sobre la inferioridad/superioridad de la empresa y sus servicios, en comparación con la competencia. Así, la calidad del servicio es un objetivo muy importante a alcanzar y necesario para mantener la capacidad competitiva de la actividad desarrollada. Sin embargo, el problema inherente en la aplicación de esta estrategia, se ha identificado elocuentemente por varios investigadores, explicitando que la calidad del servicio es una estructura huidiza y abstracta que es difícil de definir y medir (Zeithaml & Bitner, 2002). Esta última conceptualización de la calidad del servicio se relaciona con las anteriores, no es excluyente, dado que si el proveedor logra superar las expectativas del 58 cliente puede lograr desarrollar una ventaja

competitiva y lograr una actitud o un comportamiento futuro del cliente hacia el mismo que pueda generar un sentimiento de lealtad. Luego atendiendo a lo anterior se puede proponer la siguiente definición de calidad del servicio integradora de las tres conceptualizaciones anteriores: la calidad del servicio se define como estrategia competitiva encaminada a diferenciar a las empresas de sus competidores a través de elevados niveles de servicio que se traduzcan en percepciones de los clientes que superen sus expectativas en niveles suficientes como para lograr la satisfacción de los mismos y generar lealtad hacia la organización. Para poder plantear esta estrategia competitiva de diferenciación a través del aumento de los niveles de servicio percibido es preciso conocer cuáles son los componentes de la calidad del servicio, o dimensiones y las formas de medición de la misma. Y si existen unas dimensiones más relevantes que otras, desde el punto de vista de los clientes, o existen diferencias por sectores de actividad.

Modelos explicativos de la calidad de servicio

Son muchos los investigadores que han trabajado en la delimitación del concepto de calidad del servicio y que han perseguido acotar y concretar los competentes o dimensiones de la misma, a continuación, se realizará una revisión de los modelos explicativos de la calidad de servicio.

a) Modelo de (Sasser, Olsen, & Wyckoff, 1978)

Los pioneros en materia de calidad del servicio fueron (Sasser, Olsen, & Wyckoff, 1978), quienes describieron en primer lugar los determinantes del buen resultado de un servicio, concretamente los siguientes: los recursos materiales, los recursos humanos y las instalaciones relacionadas con la calidad. Explicaron la calidad del servicio como proceso de comparación entre las expectativas del cliente y el servicio percibido. Además, determinaron la importancia que el comportamiento de los empleados tiene en la apreciación que haga el consumidor sobre el servicio.

b) Modelo de calidad del servicio (1984) y modelo de gestión del producto-servicio de (Grönroos, 1984)

Profundizando en la comparación entre expectativas y servicio recibido, (Grönroos, 1984), define un modelo donde la calidad total percibida es el resultado de enfrentar el servicio esperado con el servicio experimentado y donde la imagen de la organización adquiere gran relevancia. Considera que la calidad del servicio es una variable multidimensional formada a partir de dos componentes, uno técnico o de resultado y otro funcional, relacionado con el proceso y éstos a su vez se relacionan con la imagen.

c) Modelo de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) y modelo ampliado de la calidad de Zeithaml, Parasuraman y Berry (1988, 1991)

Estos autores, partiendo del modelo de (Grönroos, 1984), perseguían configurar un instrumento de medida de la calidad del servicio, que se denominó SERVQUAL. Esta escala mide la calidad del servicio utilizando el paradigma de la disconformidad de las expectativas en

un marco de diez dimensiones, concretamente las siguientes: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, profesionalidad, cortesía, credibilidad, seguridad, accesibilidad, comunicación y comprensión. Esta aportación se considera el inicio de la escuela norteamericana de la calidad del servicio.

Confiabilidad: capacidad para ejecutar el servicio prometido en forma digna de confianza y con precisión. En su sentido más amplio, confiabilidad significa que la compañía cumple sus promesas, promesas sobre Brecha de diseño y estándares de servicio Brecha del conocimiento Brecha del cliente Brecha del desempeño Brecha de comunicación Servicio esperado Servicio percibido Entrega del servicio Diseño de estándares de servicio orientados al cliente Percepciones de la compañía de las expectativas del consumidor Comunicaciones externas para los clientes COMPAÑÍA CLIENTE 73 entrega, suministro del servicio, solución de problemas y fijación de precios.

Sensibilidad: disposición a ayudar a los clientes y proporcionar un servicio expedito. Ésta dimensión enfatiza la atención y prontitud al tratar las solicitudes, preguntas, quejas y problemas del cliente. La sensibilidad se comunica a los clientes por la cantidad de tiempo que tienen que esperar por la asistencia, las respuestas a las preguntas o la atención a los problemas.

Seguridad: conocimiento y cortesía de los empleados y su

capacidad para inspirar confianza y seguridad. Es probable que esta dimensión sea importante en particular para servicios que los clientes perciben como de alto riesgo o para servicios de los cuales se sienten inseguros sobre su capacidad para evaluar los resultados.

Empatía: cuidado, atención individualizada dada a los clientes. La esencia de la empatía es transmitir, por medio de un servicio personalizado o adaptado al gusto del cliente, que los clientes son únicos y especiales y que se entienden sus necesidades. Los clientes desean sentirse comprendidos e importantes para las empresas que les proporciona servicio. El personal en empresas de servicio pequeñas con frecuencia conoce a los clientes por nombre, y forma relaciones que reflejan su conocimiento personal de los requerimientos y preferencias del cliente. Cuando dicha compañía pequeña compite con empresas más grandes, la capacidad para ser empático puede darle una clara ventaja a la pequeña.

Tangibles: apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales impresos. Proporciona representaciones físicas o imágenes del servicio que los clientes, en particular usaran para evaluar la calidad.

d) Modelo de Grönroos y Gummerson

Siguiendo a este autor y empezando por la primera fuente, la del diseño, ésta no sólo influye en la calidad técnica sino también sobre la calidad funcional, como por ejemplo cuando el cliente potencial

puede verse implicado en el diseño del proceso.

De la misma manera sucede con la producción de los servicios. Estos autores apuntan que la calidad técnica del resultado es el producto directo de todo el proceso productivo. Sin embargo, una parte significativa de este proceso es visible y por tanto el cliente no sólo la puede ver, sino que también participa activamente.

Estos autores tratan la calidad de las relaciones. Es indudable que las relaciones entre los empleados del vendedor y el comprador son una fuente de calidad en las empresas. La influencia cualitativa de las relaciones es fundamentalmente funcional y está relacionada con el proceso. Cuanto mejores sean las relaciones entre clientes y empleados, mejores serán también los niveles de calidad entregados y percibidos.

e) Modelo Estructural propuesto por (Cronin, Brady, & Hult, 2000)

(Cronin, Brady, & Hult, 2000), sugirieron que los modelos causales expuestos hasta el momento, que excluyen la expectativa, coinciden en ciertos factores estructurales (variables latentes) críticos. Desde este punto de vista elaboraron cuatro modelos genéricos denominados: de valor, de satisfacción, indirecto y de investigación, probando mediante un experimento, que el modelo de investigación (véase la gráfico 7) es el que más conveniente para valorar la calidad del servicio.

2.2.2. MYPES

Los negocios pequeños en el Perú llamados MYPES cumplen un rol importante en la economía del país, porque generan puestos de trabajo, aportan un significativo porcentaje al Producto Bruto Interno (PBI), dinamiza la economía al lograr mayor inversión financiera, mantiene activo el mercado financiero logrando que las cajas municipales de ahorro y crédito; y bancos coloquen sus créditos en los pequeños negocios. El gobierno debe promover un sistema tributario con incentivos para disminuir la informalidad existente en la actualidad, lo que permitirá el crecimiento de este tipo de negocio y el estado tenga una mayor recaudación de impuestos.

El estado peruano tiene como objetivo promocionar el desarrollo de la Micro y Pequeñas Empresas (MYPES), para lo cual dicta normas especiales en beneficio de este sector, dentro de las cuales se encuentran beneficios laborales, tributarios que a su vez repercutirán en la generación de oportunidades laborales a la población.

Existen múltiples pequeños negocios que han surgido en el país por medio de las medidas económicas impulsadas por el gobierno, su creación se ha dado a través de emprendedores que iniciaron sus negocios como ambulantes y hoy en día son grandes microempresarios, los esfuerzos del gobierno deben ser dirigidos principalmente a la formalización de estos negocios, que son un gran potencial para la economía del país.

III. HIPOTESIS

Dicho por Fidias (2012), no todas las investigaciones tienen hipótesis, ya que en los estudios donde se van describir ciertos conceptos o variables no se puede establecer hipótesis. Este estudio no se aplica hipótesis.

IV. METODOLOGÍA

4.1.-DISEÑO DE INVESTIGACION

La investigación es de diseño no experimental dado que los datos se obtienen en un solo momento, no se manipulan ni se presentan la realidad.

Bernal (2010). En el diseño de investigación será no experimental descriptivo, de corte transversal.

DONDE

M = Muestra conformada por los clientes de las Cajas Municipales de ahorro y crédito

O= Observación de las variables: Calidad de servicio



4.2. POBLACION Y MUESTRA

4.2.1. POBLACION.

El universo bajo estudio está conformado por los clientes de las 6 MyPES del rubro cajas municipales de ahorro y crédito en el distrito de Tumbes.

Tabla N° 1 Poblacion

N° ORDEN	NOMBRE
1	Caja Arequipa
2	Caja Huancayo
3	Caja Sullana
4	Caja Paita
5	Caja Municipal de Piura
6	Caja Municipal de Trujillo

Fuente: elaboración propia

4.2.2. MUESTRA

La muestra será no probalística y por conveniencia, la muestra estará conformada por 150 clientes.

Por otra parte, Hernández, Fernández, Baptista (2010) dicen que cuando las poblaciones de variables son finitas, entonces no se conocen las características de la población, por tanto, para determinar la muestra de la variable Calidad de servicio, se consideran $n = N$, por tanto $N = 06$ cajas municipales de ahorro y crédito, entonces $n = 06$.

$$n = \frac{Z^2 Pq}{e^2}$$

Donde:

N = a ser estudiada

Z = considerada (para 95 % de confianza = 1.96)

P = Probabilidad 0.5 %

q = no probabilidad (donde Q = 1 - P)

e = Erro permitido (8 %)

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$\begin{aligned} n &= \frac{1.96^2(0.50)(1 - 0.50)}{0.08^2} \\ n &= \frac{3.8416(0.25)}{0.0064} \\ n &= \frac{0.9604}{0.0064} \\ n &= 150.0625 \\ n &= 150 \text{ clientes} \end{aligned}$$

4.3 DEFINICION Y OPERACIONALIZACION DE VARIABLES E INDICADORES

Tabla N° 2 VARIABLE Y OPERACIONALIZACION

4.3.1 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN – CALIDAD DE SERVICIO								
AUTOR: JHON FRANKLIN SALVATIERRA PRECIADO								
Variable	Definición conceptual	Dimensión	Definición operacional	Indicadores	Preguntas	Escala	Fuente	Metodología
CALIDAD DE SERVICIO	“La calidad es el conjunto de características que satisfacen las necesidades de los clientes, además, calidad consiste en no tener deficiencias.” (J.M. Juran, 1993)	Elementos tangibles	La dimensión elementos tangibles se medirán con los indicadores: equipos modernos y instalaciones atractivas	Equipos modernos Instalaciones atractivas	¿Las instalaciones de la Entidad Financiera son visualmente atractivas? ¿La imagen que proyecta el personal es buena y aseada? ¿La Entidad Financiera tiene equipos de apariencia moderna? ¿Considera suficiente los materiales para la prestación del servicio?	Nominal	cliente	tipo descriptiva
		Fiabilidad	La dimensión fiabilidad se medirán con los indicadores: cumplimiento de la normativa e asistencia y puntualidad	Cumplimiento de la normativa Asistencia	¿Cuándo usted tiene un problema, la Entidad Financiera muestra interés en solucionarlo? ¿Considera adecuado el tiempo que tomo ser atendido en la Entidad Financiera? ¿La entidad financiera brinda información clara y oportuna sobre sus productos y servicios? ¿Comprende las características y condiciones de sus servicios contratados? ¿Cuando la Entidad Financiera promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen?	Nominal	cliente	Nivel cuantitativo
		Capacidad de respuesta	La dimensión capacidad de respuesta se medirán con los indicadores: ofrece servicio puntual y disponibilidad para atender	Ofrece servicio puntual. Disponibilidad para atender	¿El personal que lo atendió le ofreció un servicio rápido? ¿El personal de la Entidad Financiera siempre está dispuesto a ayudarlo? ¿La entidad financiera le brinda información sobre sus productos y servicios oportunamente? ¿El personal de la Entidad Financiera demuestra una clara intención de atenderlo, incluso cuando se encuentran ocupados en otros asuntos?	Nominal	cliente	Población infinita

	Seguridad	La dimensión seguridad se medirán con los indicadores: inspira confianza y tiene conocimientos	Inspira confianza Tiene conocimientos	<p>¿Considera que el personal de la Entidad Financiera está preparado para atender a sus consultas?</p> <p>¿El comportamiento del personal de la Entidad Financiera la transmite confianza?</p> <p>¿Con la atención brindada nos recomendaría a sus amigos y/o familiares?</p> <p>¿Se siente seguro al acudir a la Entidad Financiera?</p>	Nominal	cliente	Técnica encuesta Instrumento Cuestionario	
	Empatía	La dimensión empatía se medirán con los indicadores: atención personalizada y comprensión de necesidades	Atención personalizada Comprensión de necesidades	<p>¿La Entidad Financiera le ofrece una atención personalizada?</p> <p>¿El servicio prometido por la Entidad Financiera fue cumplido en su totalidad?</p> <p>¿La Entidad Financiera llegó a cumplir todas sus expectativas?</p> <p>¿La Entidad Financiera se preocupa de cuidar sus intereses como cliente?</p> <p>¿La Entidad Financiera tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes?</p>	Nominal	Cliente		

4.4 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

Para desarrollar la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta, mediante la cual se recolectó datos haciendo uso del instrumento cuestionario diseñado con anticipación, el mismo que no modificará ni controlará el proceso en observación y que será aplicado a los clientes de las MYPE en estudio es decir a una muestra no probabilística y por conveniencia. Los datos se obtienen a partir de la realización de una serie de preguntas con el fin de conocer opiniones, características o hechos específicos

4.5 PLAN DE ANALISIS

Para Alarcón & Gutiérrez, el plan de análisis detalla las medidas de resumen de la variable Calidad del Servicio, y como serán presentadas, indicando los modelos y técnicas estadísticas a usar. Se recogió los datos mediante el instrumento (encuesta), se tabularon y graficaron de manera ordenada de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se usó el programa hojas de cálculo Excel 2013. Luego se realizó el análisis del instrumento. Programa SPSS versión 21 y validado por expertos mediante la técnica de (método de juicio por expertos) por especialistas.

4.6 MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tabla N° 3 MATRIZ DE CONSISTENCIA

4.6.1 MATRIZ DE CONSISTENCIA									
Autor: JHON FRANKLIN SALVATIERRA PRECIADO									
Título	Problema-Enunciado	Objetivo general	Objetivo específicos	Hipótesis	VARIABLES	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Metodología
“Caracterización de la calidad de servicio en el proceso de atención en plataforma de las cajas municipales de ahorro y crédito en el distrito de tumbes, 2018”	¿Cuáles son las características de la calidad de servicio en el proceso de atención en plataforma de las cajas municipales de ahorro y crédito en el distrito de tumbes, 2018?	Determinar las características de la calidad de servicio en el proceso de atención en plataforma de las cajas municipales de ahorro y crédito en el distrito de tumbes, 2018.	Identificar los elementos tangibles de la calidad de servicio en el proceso de atención en plataforma de las cajas municipales de ahorro y crédito en el distrito de tumbes, 2018	Según lo dicho por José Linares, (2013) no todas las investigaciones tienen hipótesis, ya que en los estudios donde se van a describir ciertos conceptos o variables no se puede establecer hipótesis. En este estudio no se aplica hipótesis.	Calidad de Servicio	“La calidad es el conjunto de características que satisfacen las necesidades de los clientes, además, calidad consiste en no tener deficiencias.” (J.M. Juran, 1993)	Elementos tangibles	Equipos modernos Instalaciones atractivas	tipo descriptiva
			Conocer la fiabilidad de la calidad de servicio en el proceso de atención en plataforma de las cajas municipales de ahorro y crédito en el distrito de tumbes, 2018				Fiabilidad	Cumplimiento de la normativa Asistencia	Nivel cuantitativo
			Conocer la capacidad de respuesta en el proceso de atención en plataforma de las cajas municipales de ahorro y crédito en el distrito de tumbes, 2018				Capacidad de respuesta	Ofrece servicio puntual. Disponibilidad para atender	
			Identificar la seguridad en el proceso de atención en plataforma de las cajas municipales de ahorro y crédito en el distrito de tumbes, 2018				Seguridad	Inspira confianza Tiene conocimientos	Diseño no experimental Población infinita

		Conocer el nivel de empatía en el proceso de atención en plataforma de las cajas municipales de ahorro y crédito en el distrito de tumbes, 2019			Empatía	Atención personalizada Comprensión de necesidades	Técnica encuesta Instrumento Cuestionario
--	--	---	--	--	---------	--	---

4.7 PRINCIPIOS ETICO

Atendiendo a los principios éticos como las reglas que sirven como guía para orientar la conducta, existen, sin embargo, numerosos principios éticos compartidos a nivel social. Pérez Porto & Merino (2013). En la presente investigación se tomarán en cuenta los siguientes principios éticos.

- ✓ **Accebilidad:** Acercamiento o trato a las personas entrevistadas.
- ✓ **Búsqueda de la verdad:** Forman la mente con la que se dice o se siente.
- ✓ **Coherencia:** Relación de unas cosas con otra.
- ✓ **Compromiso:** Firmeza en las consecuencias de los propósitos.

V. RESULTADOS

5.1.PRESENTACION DE RESULTADOS

Tabla N° 04
DIMENSION: Elementos tangibles

NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE	TOTAL
0.25	0.21	0.19	0.17	0.17	2.77
0.31	0.26	0.21	0.12	0.1	2.44
0.13	0.19	0.17	0.16	0.34	3.36
0.27	0.25	0.19	0.17	0.11	2.57

Fuente: encuesta aplicada a los clientes de las Cajas Municipales de crédito y ahorro del distrito de Tumbes.

Elaboración propia

0.554
0.488
0.672
0.51
2.228

0.557

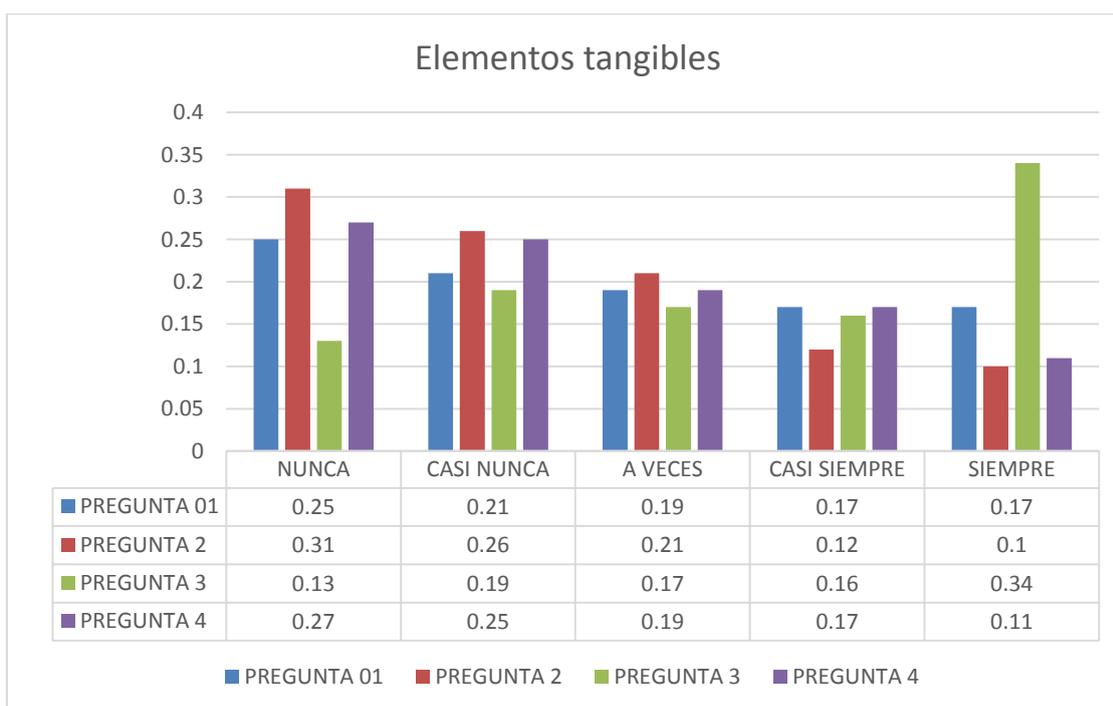


Gráfico 01: Elementos tangibles

Tabla N° 05

DIMENSION: Fiabilidad

NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE	TOTAL
0.24	0.19	0.27	0.09	0.21	2.84
0.37	0.29	0.15	0.11	0.07	2.19
0.33	0.28	0.17	0.13	0.09	2.37
0.34	0.19	0.22	0.14	0.11	2.49
0.31	0.24	0.17	0.16	0.11	2.49

0.568
0.438
0.474
0.498
0.498
2.476

Fuente: encuesta aplicada a los clientes de las Cajas Municipales de crédito y ahorro del distrito de Tumbes.

Elaboración propia

0.4952

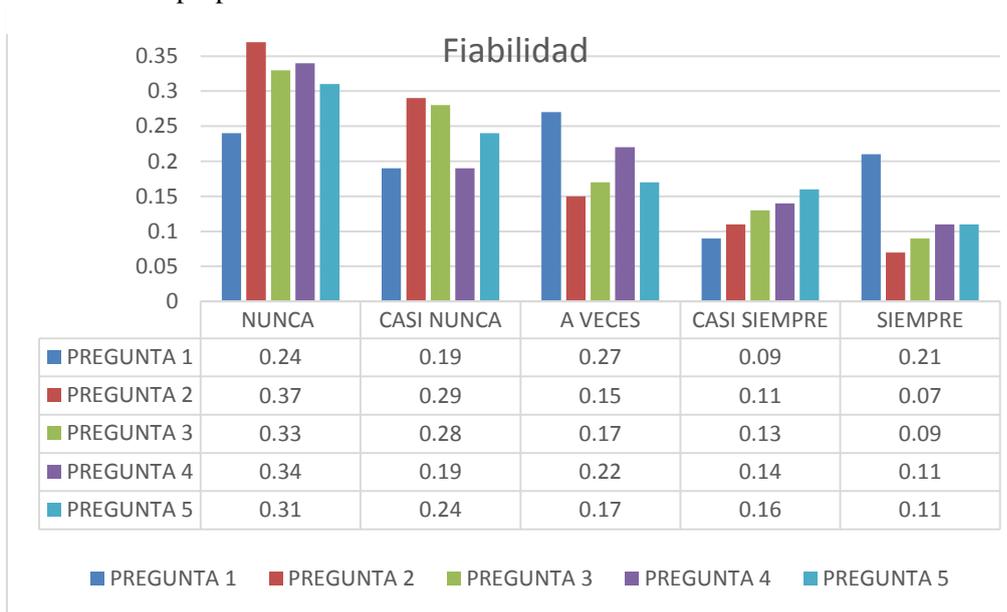


Gráfico 02: Fiabilidad

Tabla N° 06

DIMENSION: Capacidad de respuesta

NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE	TOTAL
0.34	0.25	0.19	0.11	0.1	2.35
0.27	0.22	0.19	0.19	0.14	2.74
0.24	0.27	0.19	0.21	0.09	2.64
0.33	0.28	0.17	0.13	0.09	2.37

Fuente: encuesta aplicada a los clientes de las Cajas Municipales de crédito y ahorro del distrito de Tumbes.

Elaboración propia

0.47
0.548
0.528
0.474
2.02

0.505

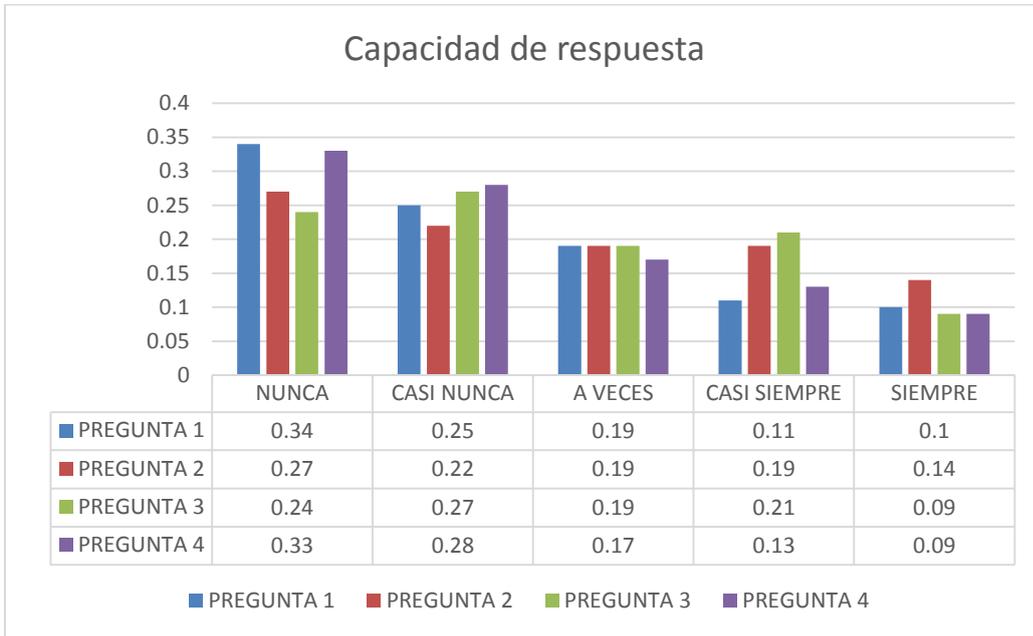


Gráfico 03: Capacidad de respuesta

Tabla N° 07

DIMENSION: Seguridad

NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE	TOTAL
0.29	0.26	0.23	0.17	0.04	2.38
0.33	0.21	0.19	0.15	0.12	2.52
0.37	0.27	0.24	0.07	0.05	2.16
0.35	0.27	0.21	0.13	0.04	2.24

Fuente: encuesta aplicada a los clientes de las Cajas Municipales de crédito y ahorro del distrito de Tumbes.

Elaboración propia

0.476
0.504
0.432
0.448
1.86

0.465

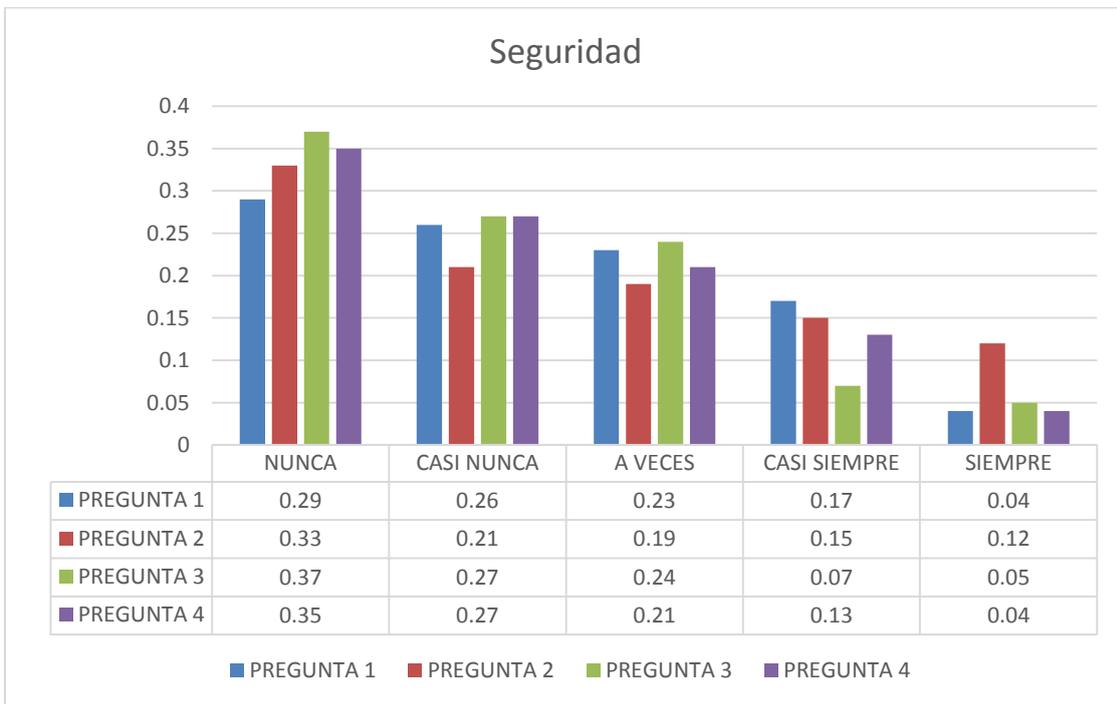


Gráfico 04: Seguridad

Tabla N° 07

DIMENSION: Empatía

NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE	TOTAL
0.16	0.18	0.18	0.37	0.11	3.09
0.26	0.29	0.24	0.17	0.03	2.39
0.25	0.21	0.19	0.17	0.17	2.77
0.27	0.26	0.19	0.17	0.11	2.59
0.12	0.24	0.21	0.37	0.07	3.05

0.618
0.478
0.554
0.518
0.61
2.778

Fuente: encuesta aplicada a los clientes de las Cajas Municipales de crédito y ahorro del distrito de Tumbes.

Elaboración propia

0.5556

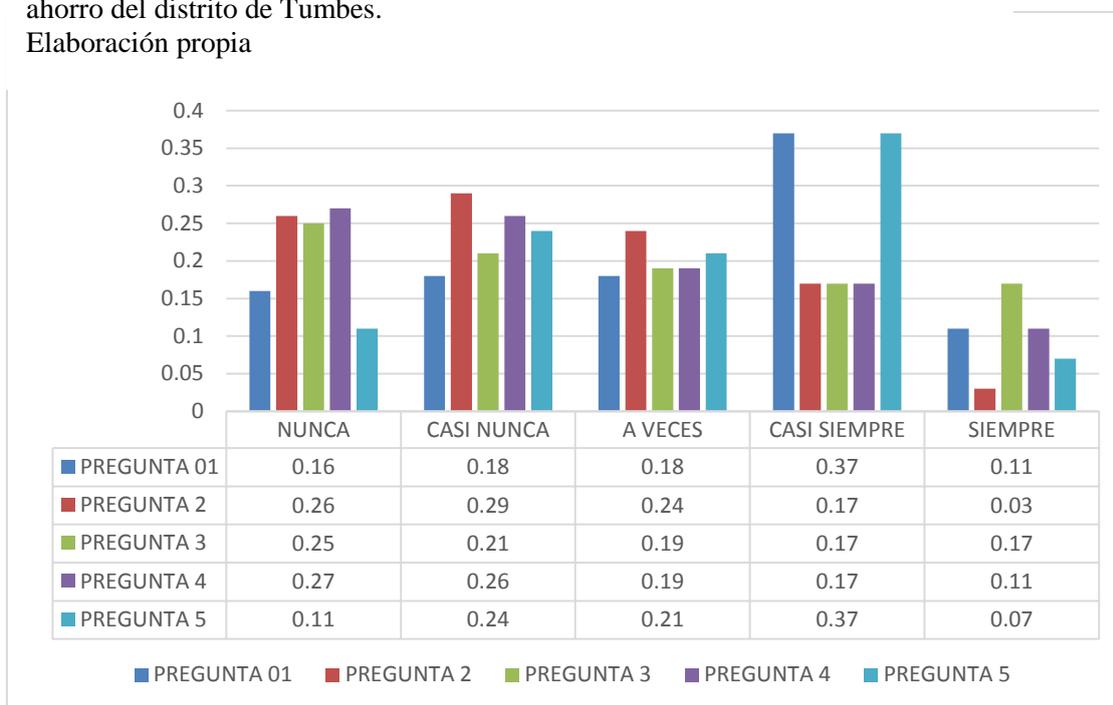


Gráfico 05: Empatía

5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Variable: Calidad de servicio

De la dimensión elementos tangibles se obtiene una calificación de 0.49 donde los clientes de las Mypes rubro Cajas Municipales de ahorro y crédito del distrito de Tumbes consideraron pésimo el tiempo de espera en las entidades para atender a sus clientes, siendo el tiempo un valor importantísimo para los clientes y que no se está tomando en cuenta esto genera un malestar en las personas y da una mala imagen a las instituciones Financieras. De la dimensión empatía, se obtiene una calificación de 0.56, donde los clientes de las Mypes rubro Cajas Municipales de ahorro y crédito del distrito de Tumbes consideraron casi siempre se les ofrece una atención personalizada, al momento de llamarlos por su nombres de tener un trato cortez y amable, y también que las entidades les brindan un horario flexible de acuerdo a las necesidades de los clientes. De la dimensión capacidad de respuesta a en la atención del cliente de las Mypes, rubro Cajas Municipales de ahorro y crédito del distrito de Tumbes, se obtiene una calificación de 0.51 donde no se le brinda celeridad en el servicio, el personal demora mucho en procesar las operaciones porque cuentan con personal poco preparado para la atención al cliente. Las Mypes, rubro Cajas Municipales de ahorro y crédito del distrito de Tumbes, obtiene una calificación de 0.47 de seguridad, donde los clientes no los recomendarían con otras personas, teniendo un bajo nivel de confianza en la calidad de los servicios recibidos, donde muchas veces no se les da solución a sus problemas presentados. De la dimensión elementos tangibles se obtiene una calificación de 0.56, donde los clientes de las Mypes rubro Cajas Municipales de ahorro y crédito del distrito de Tumbes consideraron que según lo observado si cuentan con equipos de apariencia moderna. Corroborado con (Viteri, 2015) en su estudio denominado Evaluación de desempeño del personal administrativo y de servicio; y su incidencia en la atención al usuario en el gobierno autónomo descentralizado Municipal del

Cantón Ventanas, Provincia de los Ríos. La presente investigación tuvo como objetivo central, el diseño de estrategias para mejorar el desempeño laboral en el personal administrativo y de servicio para una atención de calidad al usuario del GAD Municipal del Cantón Ventanas. Para la recolección de los datos, se empleó un cuestionario de 10 preguntas, las cuales fueron aplicadas a todo el personal de la institución, las mismas que se tabularon en el formato de EXCEL, seguido del análisis pertinente demostraron que existe una inapropiada evaluación de desempeño, una deficiente atención al usuario, inexistencia de estrategias para mejorar el desempeño del personal administrativo y de servicio del GAD Municipal, y falta de pertenencia y compromiso hacia la institución, por tal motivo se recomendó la aplicación periódica de evaluación del desempeño laboral, la erradicación de los factores de la deficiente atención al usuario, el empleo de estrategias de calidad, con la finalidad de fortalecer la integración del personal y mejorar el cumplimiento de sus funciones de trabajo, entre otras.

VI. CONCLUSIONES

- De la variable calidad de servicio se concluye que los clientes valoran mucho su tiempo, por ello se le debe brindar una atención rápida, confiable para que el cliente se sienta seguro de que las operaciones se están haciendo correctamente, por otra parte, el sistema de llamado en las colas el cliente califica como pésimo porque considera haber esperado demasiado para ser atendido.
- Las Instituciones estudiadas si tienen una atención personalizada ya que un gran porcentaje de encuestados considera que si lo es y esto es un punto fuerte para la fidelización de clientes y una ventaja competitiva.
- Los equipos son de apariencia moderna eso percibe el cliente al momento de realizar sus operaciones y esto constituye un valor en el servicio que se le brinda a los clientes de las Instituciones objetos de estudio.

Aspectos complementarios

- Capacitar a los empleados en atención al cliente, para brindar una atención personalizada y cordial a los clientes.
- Destacar a los trabajadores con reconocimientos por el buen trato que se les brinda a los clientes en la atención.
- Aplicar encuestas dentro de la Entidad financiera para medir la calidad en el servicio y poder identificar áreas de mejora.
- Mejorar el sistema de llamados de cola para que el cliente no perciba que se demoran mucho en la atención.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Arias, F. (2012), en su libro titulado “El Proyecto de investigación, Introducción a la Metodología Científica” 6ª Edición. Editorial Episteme. Retrieved from <https://es.slideshare.net/fidiasarias/fidias-g-arias-el-proyecto-de-investigacin-6ta-edicin>

Bances, E. (2018), en su tesis titulada “*Caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las MyPES del sector servicios del Rubro Hoteles de Sechura (Piura), 2018*”

Bernal, C. (2010), Metodología de la investigación. Tercera Edición PEARSON EDUCACIÓN, Colombia. Retrieved from

https://www.academia.edu/25497606/Metodolog%C3%ADa_de_la_Investigaci%C3%B3n

Cruz, M. (2016), en su tesis titulada “*Caracterización competitividad y gestión de calidad en las MYPE Rubro banano. Tumbes, 2016*”.

Espinoza, M. (2018) en su tesis titulada “*caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las MYPES en el sector educación rubro instituciones educativas privadas de la Provincia de Contralmirante Villar Zorritos 2017*”.

Juran, J. (1964), en su libro titulado “Managerial Breakthrough (Idea revolucionaria de administración)”. Retrieved from

<https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/1957/1/TGT-589.pdf>

Lopez, D. (2018). *Calidad del servicio y la satisfaccion de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de guayaquil*. Retrieved from

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9867>

Moreno, F. (2018). *Características de la calidad de los servicios y la atención al cliente en las veterinarias de la ciudad de sullana año 2018*.

Namuche, K. (2018), en su tesis titulada “*Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad en las MYPES en el sector servicio. Rubro hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017*”.

Nieto, P., & Yllú, N. (2019). Nivel de satisfacción y la calidad de atención percibida por el usuario externo en el servicio de ortodoncia y ortopedia maxilar de la clínica docente asistencial de la Universidad Norbert Wiener 2018.

Retrieved from <http://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/123456789/3133>

Olaya, R. (2018). Desempeño por competencias y la satisfacción de los clientes de la caja Piura, agencia Tumbes, 2018. Retrieved October 18, 2019, from <http://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/UNITUMBES/229/TESIS DE MAESTRIA - RUBER OLAYA LUNA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Quiroa, M. (2014). En su indagación sobre “*Servicio al cliente en hoteles de la ciudad de San Marcos*”.

Rodríguez, M. (2017), en su tesis titulada “*Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES en los servicios de venta de electrodomésticos en el distrito de JUANJUI, año 2016*”.

Rufino, F. (2010), en su trabajo de investigación “Gestión de calidad y formalización de las MyPes en el Perú”.

Ruiz, C. & López, J. (2004) “La Gestión por Calidad Total”, Ed. Alfa Omega, México, 2004.

Saavedra, E. (2016), en su tesis Titulada “*caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad de las MYPES del sector Comercio de abarrotes en el Distrito de Juanjui, periodo 2015 – 2016*”.

Salazar, D. (2016), en su tesis titulada, “Caracterización de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Promoción de ventas en las Micro y Pequeñas empresas del sector comercio Rubro ventas al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco (Bodegas) del distrito de Huaraz, 2016”.

Smith, A. (1776), en su obra titulada “La riqueza de las naciones”. Retrieved from https://www.uv.es/~mpuchade/MDH/02_Smith.pdf

Valencia, R. (2012). En su investigación “*Implementación de un Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2008 en una pyme de confección de ropa industrial en el Perú, con énfasis en producción*”

Valero, M. (2012), en su tesis titulada “*La Gestión de Calidad y su influencia en la Competitividad por las PYMES del Cantón Milagro*”.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura. (2017). Bioética y Ética en la UNESCO.

Rodríguez. A. (2011), en su guía titulada “*Guía de Investigación Científica*”. Lima:

talleres gráficos de Punto y Grafía S.A.C. Retrieved from
<https://www.trabajo.gob.pe/mtpe/mostrarContenido5255.html?id=541&tip=9>

VIII. ANEXOS

ANEXO 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2018								Año 2019							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X	X	X	X												
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación				X												
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación				X												
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Redacción de la revisión de la literatura.						X										
7	Elaboración del consentimiento informado (*)							X									
8	Ejecución de la metodología								X								
9	Resultados de la investigación									X	X						
10	Conclusiones y recomendaciones											X					
11	Redacción del pre informe de Investigación.											X					
12	Reacción del informe final												X	X			
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación															X	
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación																X
15	Redacción de artículo científico																X

ANEXO 02: PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones			
• Fotocopias			
• Empastado			
• Papel bond A-4 (500 hojas)			
• Lapiceros			
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información			
Sub total			
Total de presupuesto desembolsable			
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% ó Número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			

ANEXO 03: ENCUESTA

CUESTIONARIO APLICADO A LOS CLIENTES DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS CAJAS MUNICIPALES DE AHORRO Y CREDITO EN EL DISTRITO DE TUMBES



Para evaluar las variables, marcar una “X” en el casillero de su preferencia del Ítem correspondiente, utilice la siguiente escala:

1	2	3	4	5
NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE

Variable: Calidad de servicio

N°	I	1	2	3	4	5
	DIMENSIÓN: FIABILIDAD					
1	¿Cuándo usted tiene un problema, la Entidad Financiera muestra interés en solucionarlo?					
2	¿Considera adecuado el tiempo que tomo ser atendido en la Entidad Financiera?					
3	¿La entidad financiera brinda información clara y oportuna sobre sus productos y servicios?					
4	¿Comprende las características y condiciones de sus servicios contratados?					
5	¿Cuando la Entidad Financiera promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen?					

N°	II	1	2	3	4	5
	DIMENSIÓN : EMPATÍA					
1	¿La Entidad Financiera le ofrece una atención personalizada?					
2	¿El servicio prometido por la Entidad Financiera fue cumplido en su totalidad?					
3	¿La Entidad Financiera llego a cumplir todas sus expectativas?					
4	¿La Entidad Financiera se preocupa de cuidar sus intereses como cliente?					
5	¿La Entidad Financiera tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes?					

N°	III	1	2	3	4	5
	DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE RESPUESTA					
1	¿El personal que lo atendió le ofreció un servicio rápido?					
2	¿El personal de la Entidad Financiera siempre está dispuesto a ayudarlo?					
3	¿La Entidad Financiera le brinda información sobre sus productos y servicios oportunamente?					
4	¿El personal de la Entidad Financiera demuestra una clara intención de atenderlo, incluso cuando					

	se encuentran ocupados en otros asuntos?					
N°	IV	1	2	3	4	5
	DIMENSIÓN: SEGURIDAD					
1	¿Considera que el personal de la Entidad Financiera está preparado para atender a sus consultas?					
2	¿El comportamiento del personal de la Entidad Financiera la transmite confianza?					
3	¿Con la atención brindada nos recomendaría a sus amigos y/o familiares?					
4	¿Se siente seguro con las transacciones realizadas en la Entidad Financiera?					

N°	V	1	2	3	4	5
	DIMENSIÓN: ELEMENTOS TANGIBLES					
1	¿Las instalaciones de la Entidad Financiera son visualmente atractivas?					
2	¿La imagen que proyecta el personal es buena y aseada?					
3	¿La Entidad Financiera tiene equipos de apariencia moderna?					
4	¿Considera suficiente los materiales para la prestación del servicio?					

ANEXO 04: VALIDACION



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

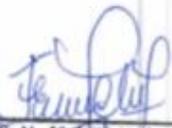
Yo... Edita Terid Perichu Castro

Identificado con DNI... 41749958 Carnet de Colegio N°... 04038

Con el grado de: Mgtr. en Educ. con mención en docencia y gestión educativa.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por la estudiante Jhon Franklin Salvatierra Preciado y validado por: Mgtr. Ezcurre Zavaleta Ghenkis Amilcar, referente a la calidad de servicio para efecto de la aplicación de los Tesisistas para sus investigaciones referente a su población a encuestar, se elaboró interrogantes las cuales mediante revisión correspondiente se recomienda al Tesisista tomar en cuenta el instrumento validado con la finalidad de optimizar los resultados.

Tumbes, Setiembre del 2019.



Mg. Ed. Terid Perichu Castro
CCAD - 04038

Sello y Firma.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: Caracterización de calidad de servicio en el proceso de atención en plataforma de las cajas municipales de ahorro y crédito en el distrito de Tumbes, 2019.									
AUTOR: Salvatierra Preciado, Jhon Franklia.									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
10E	Identificar los elementos tangibles aplicando el modelo Servqual en las MYPES, sector financiero rubro cajas municipales de ahorro y crédito, distrito Tumbes, 2019.								
1	¿Cuándo usted tiene un problema, la Entidad Financiera muestra interés en solucionarlo?								
2	¿Considera adecuado el tiempo que lemo ser atendido en la Entidad Financiera?								
3	¿La entidad financiera brinda información clara y oportuna sobre sus productos y servicios?								
4	¿Comprende las características y condiciones de sus servicios contratados?								
5	¿Cuándo la Entidad Financiera promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen?								
20E	Conocer la fiabilidad aplicando el modelo Servqual en las MYPES, sector financiero rubro cajas municipales de ahorro y crédito, distrito Tumbes, 2019.								
6	¿La Entidad Financiera le ofrece una atención personalizada?								
7	¿El servicio prometido por la Entidad Financiera fue cumplido en su totalidad?								
8	¿La Entidad Financiera llega a cumplir todas sus expectativas?								
9	¿La Entidad Financiera se preocupa de cuidar sus intereses como cliente?								
10	¿La Entidad Financiera tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes?								


 Mg. Lic. Adm. Edith Jheli Preciado Castro
 CLAD - 44038



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo EDGARDO JIMÉNEZ IZQUIERDO

Identificado con DNI 00327893 Carnet de Colegio N° 02621

Con el grado de: Lic. en Administración

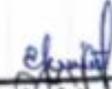
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por la estudiante Jhon Franklin Salvatierra Preciado y validado por: Mgtr. Ezcurra Zavaleta Ghenkis Amilcar, referente a la calidad de servicio para efecto de la aplicación de los Tesistas para sus investigaciones referente a su población a encuestar, se elaboró interrogantes las cuales mediante revisión correspondiente se recomienda al Tesista tomar en cuenta el instrumento validado con la finalidad de optimizar los resultados.

Tumbes, Setiembre del 2019.


Lic. Adm. Edgardo Jimenez Izquierdo
RUC - CLAD N° 02621

Sello y Firma.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: Caracterización de calidad de servicio en el proceso de atención en plataforma de las cajas municipales de ahorro y crédito en el distrito de Tumbes, 2019.									
AUTOR: Salvatierra Preciado, Jhon Franklin.									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
10E	Identificar los elementos tangibles aplicando el modelo Servqual en las MYPES, sector financiero rubro cajas municipales de ahorro y crédito, distrito Tumbes, 2019.								
1	¿Cuando usted tiene un problema, la Entidad Financiera muestra interés en solucionarlo?								
2	¿Considera adecuado el tiempo que tomo ser atendido en la Entidad Financiera?								
3	¿La entidad financiera brinda información clara y oportuna sobre sus productos y servicios?								
4	¿Comprende las características y condiciones de sus servicios contratados?								
5	¿Cuando la Entidad Financiera promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen?								
20E	Conocer la fiabilidad aplicando el modelo Servqual en las MYPES, sector financiero rubro cajas municipales de ahorro y crédito, distrito Tumbes, 2019.								
6	¿La Entidad Financiera le ofrece una atención personalizada?								
7	¿El servicio prometido por la Entidad Financiera fue cumplido en su totalidad?								
8	¿La Entidad Financiera llevo a cumplir todas sus expectativas?								
9	¿La Entidad Financiera se preocupa de cuidar sus intereses como cliente?								
10	¿La Entidad Financiera tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes?								


 Lic. Adm. Edgardo Jimenez Izquierdo
 RUC - CLAD N° 02621



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo, SOFA ORELLANA Cristhian

Identificado con DNI. 00333944 Carnet de Colegio N° 7335

Con el grado de: Mgtr. en Finanzas

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por la estudiante Jhon Franklin Salvatierra Preciado y validado por: Mgtr. Ezcurrea Zavaleta Ghenkis Amilcar, referente a la calidad de servicio para efecto de la aplicación de los Tesistas para sus investigaciones referente a su población a encuestar, se elaboró interrogantes las cuales mediante revisión correspondiente se recomienda al Tesista tomar en cuenta el instrumento validado con la finalidad de optimizar los resultados.

Tumbes, Setiembre del 2019.

SOFA ORELLANA CRISTHIAN
NÚMERO DE COLEGIATURA 907335
MAGISTER EN FINANZAS

Sello y Firma.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: Caracterización de calidad de servicio en el proceso de atención en plataforma de las cajas municipales de ahorro y crédito en el distrito de Tumbes, 2019.									
AUTOR: Salvatierra Preciado, Jhon Franklin.									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
10E	Identificar los elementos tangibles aplicando el modelo Servqual en las MYPES, sector financiero rubro cajas municipales de ahorro y crédito, distrito Tumbes, 2019.								
1	¿Cuando usted tiene un problema, la Entidad Financiera muestra interés en solucionarlo?								
2	¿Considera adecuado el tiempo que tomo ser atendido en la Entidad Financiera?								
3	¿La entidad financiera brinda información clara y oportuna sobre sus productos y servicios?								
4	¿Comprende las características y condiciones de sus servicios contratados?								
5	¿Cuando la Entidad Financiera promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen?								
20E	Conocer la fiabilidad aplicando el modelo Servqual en las MYPES, sector financiero rubro cajas municipales de ahorro y crédito, distrito Tumbes, 2019.								
6	¿La Entidad Financiera le ofrece una atención personalizada?								
7	¿El servicio prometido por la Entidad Financiera fue cumplido en su totalidad?								
8	¿La Entidad Financiera llego a cumplir todas sus expectativas?								
9	¿La Entidad Financiera se preocupa de cuidar sus intereses como cliente?								
10	¿La Entidad Financiera tiene horarios de atención convenientes para todos sus clientes?								


 Mg. Lic. Adm. CRISTIAN SOSA ORELLANA
 NÚMERO DE COLEGIATURA 08733
 MAGISTER EN FINANZAS

30E	Conocer la capacidad de respuesta aplicando el modelo Servqual en las MYPES, sector financiero rubro cajas municipales de ahorro y crédito, distrito Tumbes, 2019.										
11	¿El personal que lo atendió le ofreció un servicio rápido?										
12	¿El personal de la Entidad Financiera siempre está dispuesto a ayudarlo?										
13	¿La Entidad Financiera le brinda información sobre sus productos y servicios oportunamente?										
14	¿El personal de la Entidad Financiera demuestra una clara intención de atenderlo, incluso cuando se encuentran ocupados en otros asuntos?										
40E	Identificar la seguridad aplicando el modelo Servqual en las MYPES, sector financiero rubro cajas municipales de ahorro y crédito, distrito Tumbes, 2019.										
15	¿Considera que el personal de la Entidad Financiera está preparado para atender a sus consultas?										
16	¿El comportamiento del personal de la Entidad Financiera le transmite confianza?										
17	¿Con la atención brindada nos recomendaría a sus amigos y/o familiares?										
18	¿Se siente seguro con las transacciones realizadas en la Entidad Financiera?										
50E	Conocer el nivel de empatía aplicando el modelo Servqual en las MYPES, sector financiero rubro cajas municipales de ahorro y crédito, distrito Tumbes, 2019.										
19	¿Las instalaciones de la Entidad Financiera son visualmente atractivas?										
20	¿La imagen que proyecta el personal es buena y aseada?										
21	¿La Entidad Financiera tiene equipos de apariencia moderna?										
22	¿Considera suficiente los materiales para la prestación del servicio?										


MpLc. Ape. CRISTÓBAL SOSA ORELLANA
 NÚMERO DE COLEGIATURA 98733
 MAGISTER EN FINANZAS

PANEL FOTOGRÁFICO











