



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA DE POSTGRADO
EN ADMINISTRACION**

**GESTION DE LA CALIDAD DE SERVICIO Y SU IMPACTO EN
LA ACTIVIDAD DE CORRESPONSALIA BANCARIA EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS ASOCIADAS COMO
AGENTES BCP EN LA PROVINCIA DEL SANTA, 2016**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

BACH. JHONNY RONALD ALAMO HERRERA

ASESOR:

DR. JOSÉ GERMÁN LINARES CAZOLA

CHIMBOTE - PERÚ

2016

Título de la Tesis: Gestión de la calidad de servicio y su impacto en la actividad de corresponsalía bancaria en las micro y pequeñas empresas asociadas como Agentes BCP en la provincia Del Santa, 2016

Jurado evaluador y asesor

Mgtr. Lic. Adm. Luis Fernando Sánchez Vera
Presidente

Dr. Lic. Adm. Reinerio Zacarias Centurión Medina
Secretario

Mgtr. Lic. Adm. Héctor Ascención Rivera Prieto
Miembro

Dr. Lic. Adm. José Germán Linares Cazola
Asesor

Agradecimiento

A nuestro Padre Celestial por su fidelidad e inquebrantable amor en todo tiempo fortaleciéndome para seguir adelante frente a toda circunstancia, a mi familia por ser el gran soporte de mi vida brindándome apoyo, comprensión, amor y aliento para continuar en la senda de la superación.

Mi gratitud al Dr. José Germán Linares Cazola por su valioso apoyo en la realización del presente trabajo de investigación así como a todas las personas que colaboraron en el logro este objetivo.

Dedicatoria

Dedicado a mis padres Juan y Diega por sus sabios consejos y orientación en la vida.

A Mariela mi esposa, compañera y amiga, a mis hijos John, Alexandra, Gianella y Areli que son mi fortaleza y motivación para seguir adelante cada día.

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general describir las principales características de la calidad de servicio y su impacto en la actividad de corresponsalía bancaria en las micro y pequeñas empresas asociadas como Agentes BCP en la provincia Del Santa, 2016. Para el desarrollo del trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva – cuantitativa y un diseño transeccional. Para el recojo de la información se identificó una población de 18 negocios, de los cuales se escogió una muestra de 9 de ellos a quienes se les aplicó un cuestionario de 25 preguntas cerradas por medio de la encuesta; de lo cual se obtuvo los siguientes resultados: El 100% de negocios encuestados, expresan acuerdo en que la calidad de servicio tiene relación directa con la aceptación del canal de corresponsalía bancaria Agente BCP, el 77.78% manifiesta que la actividad de corresponsalía bancaria genera mayores ingresos económicos para el negocio, el 55.56% manifiesta estar muy satisfecho con los resultados que le brinda el Agente BCP. Finalmente como conclusión: Existe influencia en la gestión de calidad de servicio sobre la actividad de corresponsalía bancaria produciendo mejores resultados en la actividad comercial de los negocios asociados como Agentes BCP en la provincia Del Santa.

Palabras clave: Calidad de servicio, corresponsalía bancaria y Agentes BCP.

Abstract

The present research had as general objective to describe the main characteristics of the quality of service and its impact on correspondent banking activity in micro and small enterprises associated as Agents BCP in the province of Santa, 2016. For development Descriptive and (transectional - transversal) non-experimental design - a type of work and level of quantitative research was used. For the gathering of information a population of 18 enterprises, of which a sample of 9 enterprises who answered a questionnaire of 25 questions closed by the survey was chosen identified; of which the following results were obtained: The 100% of enterprises surveyed express agree that quality of service is directly related to the acceptance of correspondent banking channel as Agents BCP, 77.78% expressed that correspondent banking activity generates more income for enterprises, 55.56% expressed that are very satisfied with results that provides Agent BCP. Finally as conclusion: There is influence in the quality of service management on the banking correspondent activity, producing better results in the commercial activity of the associated enterprises as BCP Agents in the province of Santa.

Keywords: Quality of service, correspondent banking, Agents BCP.

Contenido

Título de la Tesis	i
Hoja de firma del jurado y asesor	ii
Agradecimiento	iii
Dedicatoria	iv
Resumen	v
Abstract	vi
Contenido	vii
Índice de gráficos, tablas y cuadros.....	ix
I. Introducción	01
II. Marco teórico	06
2.1. Bases teóricas relacionadas con el estudio	06
2.2. Hipótesis	19
2.3. Variables	20
III. Metodología	21
3.1. Tipo y nivel de investigación	21
3.2. Diseño de investigación	21
3.3. Población y muestra	21
3.4. Definición y operacionalización de variables e indicadores	23
3.5. Técnicas e instrumentos	26
3.6. Plan de análisis	26
3.7. Matriz de consistencia	27
IV. Resultados	28

4.1. Resultados	28
4.2. Análisis de resultados	59
V. Conclusiones y recomendaciones	61
Referencias bibliográficas	64
Anexos	67

Índice de gráficos, tablas y cuadros

Tabla y gráfico N° 01: Distribución según distrito	28
Tabla y gráfico N° 02: Distribución según giro del negocio	29
Tabla y gráfico N° 03: Distribución según antigüedad del negocio	30
Tabla y gráfico N° 04: Distribución según días de la semana que atiende el negocio	31
Tabla y gráfico N° 05: Distribución según horario de atención del negocio	32
Tabla y gráfico N° 06: Distribución según tiempo de estar asociado como Agente BCP	33
Tabla y gráfico N° 07: Distribución según horario de atención del Agente BCP .	34
Tabla y gráfico N° 08: Distribución según necesidad de contratación de personal adicional para atender Agente BCP	35
Tabla y gráfico N° 09: Distribución según número de personas incrementadas para atender Agente BCP	36
Tabla y gráfico N° 10: Distribución según persona quien atiende el Agente BCP	37
Tabla y gráfico N° 11: Distribución según promedio de transacciones diarias en Agente BCP	38
Tabla y gráfico N° 12: Distribución según promedio de ingresos diario en Agente BCP	39
Tabla y gráfico N° 13: Distribución según tipo transacciones que se realizan con mayor frecuencia en Agente BCP	40
Tabla y gráfico N° 14: Distribución según número de POS con que cuenta el Agente BCP	41

Tabla y gráfico N° 15: Distribución según percepción de beneficios de ser un Agente BCP	42
Tabla y gráfico N° 16: Distribución según percepción de riesgos que representa ser un Agente BCP	43
Tabla y gráfico N° 17: Distribución según porcentaje de personas que acuden al negocio para usar el Agente BCP	44
Tabla y gráfico N° 18: Distribución según frecuencia diaria de acudir al banco a depositar dinero producto del Agente BCP	45
Tabla y gráfico N° 19: Distribución según percepción de conocimientos adecuados de persona que atiende Agente BCP	46
Tabla y gráfico N° 20: Distribución según evaluación de la actividad del Agente BCP en el negocio	47
Tabla y gráfico N° 21: Distribución según percepción de resultados que brinda el Agente BCP	48
Tabla y gráfico N° 22: Distribución según percepción de influencia de calidad de servicio en la concurrencia para usar el Agente BCP	49
Tabla y gráfico N° 23: Distribución según pauta de calidad que aplica en la atención del Agente BCP	50
Tabla y gráfico N° 24: Distribución según percepción de atributo más valorado por los usuarios del Agente BCP	51
Tabla y gráfico N° 25: Distribución según percepción de contar con infraestructura apropiada para labor de Agente BCP	52
Tabla y gráfico N° 26: Distribución según percepción de material publicitario visualmente atractivo para difusión de Agentes BCP	53

Tabla y gráfico N° 27: Distribución según percepción de interferencia de actividad de Agente BCP en la atención de clientes del negocio	54
Tabla y gráfico N° 28: Distribución según preferencia de atención cuando convergen clientes del negocio y usuarios del Agente BCP	55
Tabla cruzada – Hipótesis	56

I. Introducción

Las micro y pequeñas empresas (MYPE) en la actualidad siguen siendo protagonistas esenciales en el desarrollo económico de nuestro país contribuyendo al desarrollo social en un contexto donde la tasa de desempleo oscila en un 7.1%.

El rol de la MYPE en la economía peruana es de vital importancia dado que aquí se ubican el 98% de las empresas del país. El aporte que brindan al PBI oscila alrededor del 40% y son fuente de generación de empleo de casi el 80% de la población económicamente activa.

En conjunto las MYPE generan el 47% del empleo en América Latina siendo esta una de las características más rescatables de este tipo de empresas. Conforme las MYPE van creciendo, nuevas van apareciendo. Esto dinamiza nuestra economía. Debido a que la mayoría desaparece en menos de un año; las que sobrevivan este ciclo se volverán cada vez más influyentes en el mercado, ampliarán su capacidad de producción, requerirán de más mano de obra y aportarán con mayores tributos al Estado.

Según el Ministerio de Producción, al cierre del 2015, el número de MYPE en el Perú asciende a un total de 5.5 millones. La gran mayoría son informales (83%), ya que no están registradas en la SUNARP como personas jurídicas y a su vez, no cumplen con las formalidades. El otro 17% está conformado por MYPE formales. Se estima para el cierre del 2015 un total de 0.9 millones de MYPE formales (www.altavoz.pe 11/01/2016).

Las micro y pequeña empresa (MYPE), tiene su mayor importancia al constituirse en la principal fuente de generación de empleo y coadyuvante en

combatir la pobreza al generar puestos de trabajo, aportando al ingreso económico familiar e incentivando el emprendimiento de la población y ser la principal fuente de desarrollo del sector privado, mejoran la distribución del ingreso, contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico. (Aspilcueta , 2012).

Las MYPE tienen el enorme reto de asegurar el crecimiento económico, que en términos de competencia en la actualidad se traduce al plano de la gestión de calidad por ser éste el diferencial como atributo de la empresa que se suma a los servicios y productos que ofrecen a los clientes y convirtiéndose en un elemento altamente valioso.

El mayor desafío para más de la mitad de las MYPE latinoamericanas en los próximos años es la expansión de su negocio. En concreto, sus principales retos son ampliar su negocio, expandir operaciones, incrementar las ventas, ampliar la base de clientes, adquirir inventarios, comprar equipos y herramientas para ofrecer al cliente una infraestructura adecuada de acuerdo al rubro en el que se desarrollan. (Yamakawa y otros, 2010).

Por otra parte, la competitividad existente en el sistema financiero, ha conllevado a la expansión de la oferta bancaria a través de una mayor presencia y capilaridad de los servicios que ofrecen y donde las MYPE resultan ser el aliado perfecto para el funcionamiento de esta estrategia al constituirse en agentes corresponsales que permiten acercar las operaciones bancarias a la gente.

El Banco de Crédito del Perú despliega este canal a través de los denominados Agentes BCP que al cierre del año 2015 superaban los 5100 agentes a nivel nacional, realizando 16 millones de transacciones al mes con un monto promedio por transacción de S/ 100.

Cada vez son más los peruanos que optan por canales alternativos para realizar sus operaciones bancarias, permitiendo en términos de agilidad y cercanía facilitar operaciones como retiros y depósitos de dinero o pagar un recibo de servicio, entre otras transacciones.

Los Agentes BCP son el número uno del banco, representando el 70% de las transacciones y con una distribución a nivel nacional de 55% en Lima y 45% en provincias. (www.gestion.pe 16/09/15).

El BCP viene obteniendo una mayor participación de mercado con una cuota del 61% en el número de transacciones que se hacen por estos canales. Actualmente, el BCP tiene 5.650 Agentes BCP ubicados en todo el país, repartidos en el 71% de las provincias y el 100% de los departamentos. Los agentes también han ayudado al BCP a descongestionar sus oficinas y expandir su oferta bancaria (www.elcomercio.pe 11/01/2016).

En la provincia Del Santa, se puede apreciar un incremento constante de negocios que deciden asociarse a la actividad de corresponsalía bancaria y en particular como Agentes BCP, teniendo al 01/07/16 registrados 18 negocios que ejercen esta actividad (www.viabcp.com).

Es en términos de oportunidad y resultados que la calidad de servicio influencia no solo en la actividad comercial de las MYPE de la provincia Del Santa, sino que también podría significar diversas resultantes en la actividad de corresponsalía

bancaria impactando en las expectativas de los conductores y propietarios de los negocios que deciden asociarse a este canal.

Por lo anteriormente expresado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: ¿Cuál es el impacto que tiene la calidad de servicio en la actividad de corresponsalía bancaria de las micro y pequeñas empresas asociadas como Agentes BCP en la provincia Del Santa, 2016?

Para dar respuesta al problema, se planteó el siguiente objetivo general: Describir la relación que tiene la calidad de servicio con la actividad de corresponsalía bancaria en las micro y pequeñas empresas asociadas como Agentes BCP en la provincia Del Santa, 2016.

Para poder conseguir el objetivo general, se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- Determinar las principales características de las MYPE asociadas como Agentes BCP en la provincia Del Santa.
- Determinar las principales características de la calidad de servicio en las MYPE asociadas como Agentes BCP en la provincia Del Santa.
- Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la actividad de corresponsalía bancaria de las MYPE asociadas como Agentes BCP en la provincia Del Santa.

La presente investigación se justifica, porque es importante conocer los efectos de la calidad de servicio en las MYPE asociadas como Agentes BCP, determinando su influencia en la actividad de corresponsalía bancaria y su impacto en la rentabilidad y expectativas de los propietarios.

El conocimiento que aportará la presente investigación será de utilidad para las instituciones del sistema financiero al proporcionar información que permita ajustar el sistema de corresponsalía bancaria a las necesidades y expectativas de los usuarios de este canal y de los propietarios de MYPE interesados en asociarse como corresponsal bancario. Finalmente, esta investigación será de utilidad en términos referenciales para los investigadores que a futuro les interese indagar sobre el tema de la calidad de servicio en negocios asociados como cajeros corresponsales.

II. Marco teórico

2.1. Bases teóricas relacionadas con el estudio

2.1.1. Antecedentes

- (Ñañaque, 2008), en su investigación denominada “El impacto del sistema de corresponsalía bancaria del Banco de Crédito del Perú en las empresas constituidas como Agentes BCP en Lima Metropolitana”, cuyo objetivo fue medir el impacto de la actividad de corresponsalía en términos de resultados financieros para el banco como para el propietario del negocio, en la atención de los usuarios y la captación de clientes, para lo cual aplicó una investigación descriptiva a una muestra de 8 negocios agentes corresponsales.

Conclusiones:

Se concluyó que la actividad de corresponsalía tiene impactos favorables para ambas partes, se presenta incremento en las transacciones financieras, existen mejoras en los niveles de calidad de atención a los usuarios de este canal y obtención de beneficios económicos y no económicos entre el banco y los negocios constituidos como Agentes BCP.

- (Roldán, Balbuena, & Muñoz, 2010), en su investigación denominada “Calidad de servicio y lealtad de compra del consumidor en supermercados limeños”, cuyo objetivo fue medir el grado de asociación entre la calidad de servicio percibida por el consumidor y su lealtad de compra en supermercados de Lima, para lo cual aplicó una investigación cuantitativa - transversal a una muestra de 428 clientes de supermercados limeños.

Conclusiones:

Se concluyó que hay una fuerte vinculación entre la calidad de servicio percibida por el cliente y su lealtad de compra, teniendo mayor asociación con la lealtad como intención de comportamiento frente a la lealtad como comportamiento efectivo.

Los consumidores mostraron percepción favorable hacia la calidad de servicio recibida así como altos niveles de lealtad considerando la amplia oferta existente.

Asimismo, los factores de calidad de servicio que se encuentran más relacionados con la lealtad medida como intención de comportamiento son las dimensiones de políticas y evidencias físicas.

- (Arce, 2013), en su investigación denominada “Plan de comunicación que permita lograr mayor cobertura de los canales de atención del BCP Agencia Av. España – Trujillo 2013”, cuyo objetivo fue proponer un plan de comunicaciones tanto interno como externo para lograr una mayor cobertura de los canales de atención del BCP Agencia Av. España – Trujillo, determinando el nivel de satisfacción de los clientes y analizando el nivel de calidad de servicio brindado a través de los canales de atención, para lo cual se aplicó una investigación descriptiva, no experimental transeccional a una muestra de 144 clientes del BCP Agencia Av. España – Trujillo.

Conclusiones:

Se concluyó que existe satisfacción de los clientes en relación a los canales más usados como son agencias (ventanilla), cajeros automáticos y Agentes BCP, siéndoles indiferentes otros canales de atención. Asimismo, las operaciones

realizadas con mayor frecuencia fueron los retiros, depósitos y pago de servicios.

El conocimiento de los canales alternos y la confianza de los clientes en el uso de los mismos están ligados a la difusión e información que el BCP pueda proporcionar sobre estos.

- (Caycay, & Huanca, 2014), en su investigación denominada “Diferencias en la gestión de los agentes bancarios del Banco de Crédito e Interbank Chiclayo, durante el período Julio – Noviembre 2012”, cuyo objetivo fue analizar las diferencias en la gestión de los agentes bancarios del Banco de Crédito e Interbank Chiclayo determinando el nivel de gestión en ambos agentes, para lo cual se aplicó una investigación descriptiva a una muestra de 368 usuarios de Agentes BCP e Interbank Chiclayo.

Conclusiones:

Se concluyó que la gestión de los agentes bancarios BCP en relación con la oferta y demanda es eficiente con niveles de satisfacción óptimos para los usuarios cumpliéndose el objetivo de llevar el sistema financiero a los clientes y/o usuarios y descongestionando la afluencia de clientes a las oficinas del BCP.

La gestión de los agentes bancarios Interbank en relación con la oferta y demanda igualmente es eficiente con niveles de satisfacción óptimos para los usuarios destacando los atributos de rapidez en la atención y accesibilidad de estos agentes.

En ambos casos se cubrieron las expectativas de los establecimientos en términos de rentabilidad e incremento de clientes.

- (Centurión, & Mendoza, 2015), en su tesis denominada “Impacto de la actividad de corresponsalía bancaria en las microempresas que operan como Agentes BCP en la Región Lambayeque”, tuvo como objetivo conocer la influencia de la corresponsalía bancaria en las microempresas que agregaron a su giro de negocio el Agente BCP así como la influencia en el volumen transaccional financiero vía el canal de corresponsalía bancaria, la influencia del tipo de negocio en la actividad de agente corresponsal y la influencia de la localización del negocio que funciona como Agente BCP en el desempeño de su actividad comercial, para lo cual se aplicó una investigación descriptiva a una muestra de 114 negocios que operan como Agentes BCP en la Región Lambayeque.

Conclusiones:

Se concluyó que uno de los principales beneficios percibidos por los microempresarios es el incremento de clientes por generar la percepción de tratarse de negocios más seguros y completos para realizar transacciones como compras por el respaldo de la marca BCP, asimismo permite a los negocios hacerse más conocidos por los usuarios del servicio de corresponsalía bancaria.

El constituir un negocio como Agente BCP permite descongestionar la red de oficinas del BCP permite mayores ingresos para los propietarios de los negocios que ejercen el servicio de corresponsalía bancaria.

2.1.2. Bases teóricas

2.1.2.1. (Zeithaml, Parazuraman & Berry, 2007), Calidad total en la gestión de servicios.

Los principios y prácticas de control de calidad encontradas, se relacionan todos con la evaluación y control de la calidad de bienes físicos, eran inadecuados para comprender en que consiste un buen nivel de calidad en el área de los servicios. Esta inadecuación surge de los tres factores fundamentales que definen las diferencias que existen entre los servicios y los bienes físicos y que se refieren a la forma en que son producidos, en que son consumidos y en que son evaluados.

Primero, los servicios son básicamente intangibles. Ya que son prestaciones y experiencias más que objetos, se hace sumamente difícil establecer especificaciones precisas para su elaboración que permitan estandarizar su calidad. Más aún, cuando lo que se vende es una simple prestación, los criterios que utilizan los consumidores para evaluarla pueden ser muy complejos y difíciles de establecer con precisión.

Segundo, los servicios (principalmente los que requieren mucha colaboración humana) son heterogéneos, por lo general la prestación varía de un productor a otro, de un usuario a otro y de un día a otro. La calidad de la interacción que los cajeros de los bancos o los asistentes de vuelo o los agentes de seguros establecen con los clientes muy raras veces puede ser estandarizada dentro de

normas que permitan asegurar su calidad, como puede hacerse en una planta de productos manufacturados.

Tercero, la producción y el consumo de muchos servicios son inseparables. En términos generales, la calidad de los servicios se produce durante su entrega o prestación (usualmente como fruto de interacción entre cliente y proveedor) en vez de ser estructurada y controlada en la planta de producción, lo que permite que el producto obtenido se entregue sin alteraciones al consumidor. A diferencia de los productores de bienes físicos, los proveedores de servicios no tienen el beneficio que les aporta toda una estructura que actúa como un colchón amortiguador y que suaviza y matiza la relación entre la producción y el consumo. Con frecuencia, los usuarios de los servicios se encuentran allí donde estos se producen, observando y evaluando el proceso de producción a medida que experimentan el servicio. (Pág. 17, 18)

En la búsqueda de mayor información se realizó un estudio exploratorio entre consumidores que consistió en la celebración de 12 sesiones de grupo, tres grupos para cada uno de los cuatro sectores de servicios seleccionados: banca minorista, tarjetas de crédito, corredores de valores y reparación y mantenimiento de aparatos. Estas áreas presentan variantes en función de los atributos clave utilizados para categorizar los servicios. (Pág. 19)

Como resultado de las sesiones de grupo se llegaron a ciertas definiciones u opiniones conjuntas. En primer lugar, lo que los usuarios escuchan de los otros usuarios (la denominada comunicación boca a oído) constituye uno de los factores potenciales en la determinación de las expectativas. En segundo lugar las expectativas de los usuarios mostraban variaciones dependiendo de las características y circunstancias individuales, lo que sugiere que las necesidades personales de los clientes pueden, hasta cierto punto condicionar sus expectativas. En tercer lugar, la extensión de las experiencias que se han tenido con el uso de un servicio puede influir en el nivel de las expectativas del cliente. En cuarto lugar, la comunicación externa de los proveedores del servicio juega un papel clave en la conformación de las expectativas del cliente (Zeithaml, Parazuraman & Berry, 2007). Gracias a estas definiciones conjuntas se pudo identificar diez criterios generales o dimensiones, entre ellas: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, profesionalidad, cortesía, credibilidad, seguridad, accesibilidad, comunicación y comprensión del cliente.

2.1.2.2. (Grönroos, 1988-1994), La Escuela Nórdica

Este modelo, también conocido como modelo de la imagen relaciona la calidad con la imagen corporativa. Como se observa plantea que la calidad percibida por los clientes es la integración de la calidad técnica (qué se da) y la calidad funcional (cómo se da), y estas se relacionan con la imagen corporativa. La imagen es un elemento básico para medir la calidad percibida. (Duque, 2009)

2.1.2.3. (Rust & Oliver, 1994), Modelo de los tres componentes

Este modelo se compone de tres elementos: el servicio y sus características (service product), el proceso de envío del servicio o entrega (service delivery) y el ambiente que rodea el servicio (environment). Su planteamiento inicial fue para productos físicos. Al aplicarlo al servicio, cambia el centro de atención, pero sin importar si se esté hablando de empresas de servicios o de productos, los tres elementos de la calidad del servicio siempre están presentes. (Duque, 2009)

2.1.3. Marco Conceptual

2.1.3.1. Micro y pequeña empresa (MYPE)

✓ **Definición:**

(SUNAT, 2014), la micro y pequeña empresa es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

✓ **Características de la Micro y Pequeña Empresa (MYPE):**

(MEF, 2013), según la ley N° 30056 las micro y pequeñas empresas deben ubicarse en una de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).

Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT)

✓ **Importancia de la Micro y Pequeña Empresa (MYPE):**

Las micro y pequeñas empresas (MYPE) en el Perú, son un componente muy importante del motor de nuestra economía. A nivel nacional, brindan empleo al 80% de la población económicamente activa y generan cerca del 40% del producto bruto interno (PBI). Es indudable que abarcan varios aspectos importantes de la economía de nuestro país, entre las más importantes cabe mencionar su contribución a la generación de empleo, que si bien es cierto muchas veces no lo genera en condiciones adecuadas de realización personal, contribuye de forma creciente en aliviar el alto índice de desempleo que sufre nuestro país. (Sánchez, 2008)

Además la microempresa tiene una importancia fundamental tanto en la generación de empleo como en el combate de la pobreza, es por ello que se realizan grandes esfuerzos para que puedan acceder a financiamientos y de esta manera puedan surgir con el fin de combatir la pobreza. (Aguirre, 2009)

✓ **Tipos de Micro y Pequeña Empresa (MYPE):**

Las MYPE se pueden clasificar de la siguiente manera:

- Medianas y pequeñas empresas de subsistencia: son las unidades económicas que no poseen capacidad de generar utilidades, en detrimento de su capital, dedicándose a actividades que no requieren de transformación substancial de

materiales o que deben ejecutar dicha transformación con tecnología artesanal. Estas empresas disponen de un flujo de caja vital, pero no impactan de manera significativa en la generación de empleo debidamente remunerado.

- Medianas y pequeñas empresas de emprendimiento: entendidas como aquellas iniciativas empresariales concebidas desde un enfoque de oportunidad, es decir como una opción superior de autorrealización y de generación de ingresos. Se enfatiza el hecho que los emprendimientos se orientan hacia a la innovación, creatividad y transformación de una situación económica saludable y más deseable ya sea iniciando un negocio o haciendo mejoras para hacer más competitivas las empresas.
- Medianas y pequeñas empresas de acumulación: son unidades económicas que poseen la capacidad de generar utilidades para conservar su capital original e invertir en el crecimiento de la empresa, tienen mayor cantidad de activos y se evidencia una mayor capacidad de generación de empleo. (Mendoza, 2011)

✓ **Crecimiento de Micro y Pequeña Empresa (MYPE):**

El futuro de la MYPE es aún incierto ya que el 90% de su totalidad tienen baja productividad, es decir, el trabajo se mantiene autónomo y con la finalidad de la subsistencia familiar. Esto hace que la empresa tenga muy escaso potencial de crecimiento. La falta de apoyo de parte del sistema bancario es un gran obstáculo ya que los empresarios no piden préstamos grandes con finalidad de expansión debido a las altas tasas de interés actuales y esto genera miedo al aumento de costos. Además, lo único

que podría ayudarlos a que tengan un futuro crecimiento sería lograr que los microempresarios informales tomen conciencia de los beneficios que le traería la formalidad, estimulándolos a tomar retos de competitividad, productividad y ampliación de mercados. (Vigil, 2008)

Como se puede observar, al cierre del año 2011 las MYPE formales ascendían a 1.28 millones, en el 2004 eran solo 650 mil, representaban el 99.3% de empresas formales y empleaban el 59.6% de la población trabajadora. Si a lo anterior se suman las MYPE informales, el total de MYPE en el país ascendían a 2.2 millones, generando en conjunto el 79% del empleo de los trabajadores y una contribución equivalente al 42% del PBI. (El analista, 2014)

También, en promedio se forman 6,000 unidades productivas de este tipo al año. No obstante, para 2014 se observa un mayor número de emprendimientos promovidos por el constante crecimiento del mercado interno, declaró Panizo al diario oficial El Peruano, además sostuvo que en promedio se estarían formando 660 empresas al mes, de las cuales alrededor del 50% saldrían del mercado después de un corto período de operaciones. (Gestión, 2014)

Asimismo, más de 1,200 micro y pequeñas empresas (MYPE) se sumarían este año a la cadena exportadora, afirmó el presidente de la sociedad peruana de PYME (SPP), Jorge Panizo. Destacó que a pesar de la situación de los

mercados internacionales, unas 2,500 MYPE lograron integrarse al mercado de la exportación. “Estas unidades productivas tuvieron la oportunidad de conseguir nichos de mercado que supieron aprovechar, especialmente en los sectores textil, calzado y maderero”, comentó al diario oficial El Peruano. Para el empresario, estos resultados son importantes, considerando que en la actualidad menos del 1% de las microempresas y alrededor del 5% de las pequeñas realizan operaciones directas de exportación. (Andina, 2013)

2.1.3.2. Calidad de servicio

✓ Definiciones:

(Carrete, López , Trujillo, & Vera, 2011), afirman que la calidad de servicio es un proceso altamente complejo que funciona en varios niveles de abstracción. En muchas ocasiones la calidad percibida por los clientes no coincide con la de la empresa que ofrece el servicio, de ahí que la calidad en el servicio haya cambiado de enfoque y en lugar de hablar de una calidad objetiva basada en los estándares establecidos por la empresa se hable de una calidad subjetiva o basada en el juicio del cliente.

(Miranda, Chamorro, & Rubio, 2009), sostienen que calidad de servicio es aquella que responde a las expectativas de los clientes, satisfaciendo sus necesidades y requerimientos. Esta definición tiene una clara orientación al cliente, pero que sea el cliente quien decida que es de buena o mala calidad, no significa que siempre tenga la razón, ni que pueda siempre expresar sus necesidades y deseos, lo que supone un grave problema a la hora de medir dicha calidad.

(Garde, 2008), señala que “calidad de servicio es la percepción que tiene un cliente sobre la correspondencia entre el servicio recibido y las expectativas, relacionada tanto con el producto o servicio principal como con el conjunto de elementos secundarios, cuantitativos o cualitativos del mismo”.

2.1.3.2. Micro y pequeñas empresas asociadas como cajeros corresponsales

Agentes BCP

✓ **Definición de cajeros corresponsales:**

Los cajeros corresponsales son canales de atención empleados por las entidades del sistema financiero que funcionan en establecimientos comerciales no pertenecientes a aquéllas (como bodegas, ferreterías, farmacias entre otros), en donde se pueden realizar una serie de operaciones monetarias con mayor facilidad. Los cajeros corresponsales actúan en representación del banco en determinadas funciones.

(www.hablemosmasimple.com – 01/09/2016)

✓ **Definición de Agentes BCP:**

Los Agentes BCP son negocios afiliados a la actividad de corresponsalía bancaria del BCP a través de los cuales se pueden realizar operaciones bancarias en nombre del banco ofreciendo comodidad en términos de cercanía y horarios de atención.

✓ **Transacciones Bancarias:**

Operaciones financieras de ingreso y salida de dinero a través de la intermediación de una institución del sistema financiero o los canales que éstos ponen a disposición de los usuarios.

2.2. Hipótesis

Hipótesis general

La gestión de la calidad del servicio está relacionada con el nivel de aceptación de la actividad de corresponsalía bancaria produciendo efectos positivos en la actividad comercial de las MYPE asociadas como Agentes BCP en la provincia Del Santa, 2016.

Hipótesis específica

Hipótesis₀:

La adecuada gestión de calidad de servicio en la actividad de corresponsalía bancaria no producirá mejores resultados en la actividad comercial de las MYPE asociadas como Agentes BCP en la provincia Del Santa, 2016.

Hipótesis₁:

La adecuada gestión de calidad de servicio en la actividad de corresponsalía bancaria producirá mejores resultados en la actividad comercial de las MYPE asociadas como Agentes BCP en la provincia Del Santa, 2016.

2.3. Variables

Variable independiente: Calidad de servicio

Variable dependiente: Corresponsalía bancaria

Variable interviniente: Mypes asociadas como Agentes BCP en la provincia Del Santa.

III. Metodología

3.1. Tipo y nivel de investigación

La investigación es de nivel cuantitativo, tipo descriptivo porque caracteriza la calidad de servicio y su influencia en la actividad de corresponsalía bancaria de las MYPE asociadas como Agentes BCP en la provincia Del Santa.

En cuanto a las técnicas de investigación se considera la observación y las encuestas así como sus respectivos instrumentos de recolección de datos como los cuestionarios estructurados. Los datos obtenidos mediante la aplicación de las técnicas e instrumentos antes indicados, recurriendo a los informantes o fuentes también explicados, fueron incorporados o ingresados a los programas MS Word, MS Excel y SPSS20 para el procesamiento de datos, la presentación en tablas y gráficas y el análisis estadístico.

3.2. Diseño de investigación

La investigación es no experimental, porque se observan los fenómenos tal cual se dan en su estado natural, así mismo es Transeccional o Transversal, ya que se recolectan los datos en un solo momento, en un tiempo único, teniendo como propósito describir la variable en estudio.

3.3. Población y muestra

La población para este estudio fueron los 18 negocios asociados como Agentes BCP en la provincia Del Santa. Para la determinación de la población se utilizó información proveniente de la página web del BCP, de la cual se determinaron 9

establecimientos. (Fuente: www.viabcp.com – 2016), se anexa relación de las MYPE asociadas como Agentes BCP en la provincia Del Santa.

Población: 18 negocios asociados como Agentes BCP en la Provincia Del Santa.

Encuestados: 9 establecimientos, determinados de acuerdo a la aplicación de la fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pq N}{N^2 e^2 + Z^2 pq}$$

Dónde:

Z= 96% de confianza	= 1.96
N= Población	= 18
p= Variable positiva 50%	= 0.5
q= Variable Negativa 50%	= 0.5
e= Precisión o error 5%	= 0.05
n = Tamaño de la muestra	

Reemplazando:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)(18)}{(18)(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = 17$$

Aplicando la fórmula del factor de corrección:

$$n = \frac{n}{1 + \frac{n-1}{N}}$$

$$n = \frac{17}{1 + \frac{17-1}{18}}$$

$$n = 9$$

3.4. Definición y operacionalización de variables e indicadores

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	DEFINICION OPERACIONAL: INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN				
Calidad de servicio	Es la minimización de la distancia entre las expectativas del interesado con respecto al servicio y la percepción de éste tras su utilización.	Empatía	Considera que la calidad de servicio tiene influencia en la concurrencia de público para utilizar el canal de corresponsalía bancaria	Nominal: Si No				
			Qué pauta de calidad aplica con mayor énfasis en la atención del Agente BCP	Razón: Amabilidad Rapidez Satisfacción al cliente Simplicidad				
				Fiabilidad	Qué atributo considera que es el más valorado por los usuarios del Agente BCP	Razón: Horario de atención Ubicación geográfica Evitar ir al banco Variedad de operaciones Montos por operación		
						Elementos tangibles	Considera que la MYPE tiene las condiciones de infraestructura adecuadas para la atención del Agente BCP	Nominal: Si No
								Los materiales publicitarios para la difusión del Agente BCP son visualmente atractivos
			Seguridad			El Agente BCP interfiere en la atención de sus clientes	Nominal: Si No	
		Capacidad de respuesta					Si llegan personas a usar el Agente BCP y al mismo tiempo clientes a comprar sus productos a quién brinda preferencia	Razón: Al Agente BCP Al negocio
			VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	DEFINICION OPERACIONAL: INDICADORES		ESCALA DE MEDICIÓN
		Corresponsal bancario	Canal de atención que funciona en las MYPE sin pertenecer a estas	Perfil de la MYPE	Giro del negocio de las MYPE	Nominal: Especificar		
					Nombre / razón social	Nominal: Especificar		
					Antigüedad de las MYPE	Razón: Menor a 1 año De 1 a 3 años De 3 a 4 años De 4 a 5 años Más de 5 años		

		Modelo	Días de la semana que atiende	Razón:
				Lunes a viernes
				Lunes a sábado
			Lunes a domingo	
			Horario de atención de la MYPE	Nominal:
				Especificar
		Tiempo de estar asociado a la actividad de Agente BCP	Razón:	
			Menor a 1 año	
			De 1 a 3 años	
			De 3 a 4 años	
			De 4 a 5 años	
			Más de 5 años	
		Horario de atención en la actividad de Agente BCP	Nominal:	
			Especificar	
		Atender este canal le representó necesidad de incrementar personal?	Nominal:	
			Si	
			No	
		En caso respuesta anterior sea Si. Indicar cuántas personas tuvo que contratar.	Razón:	
Especificar				
Quién atiende el Agente BCP	Razón:			
	El mismo			
	Un familiar			
	Un tercero			
Desempeño transacciones	Número de transacciones diarias que realiza el Agente BCP	Razón:		
		Menos de 100		
		Entre 100 y 200		
		Entre 200 y 300		
		Entre 300 y 500		
		Más de 500		
	Monto de ingreso diario en el Agente BCP	Razón:		
		Menos de S/ 500		
		Entre S/500 y S/ 1000		
		Entre S/ 1000 a S/ 3000		
		Más de S/ 3000		
	Tipo de transacciones realizadas con mayor frecuencia en el Agente BCP	Razón:		
Retiros				
Depósitos				
Pago de servicio				
Pago de créditos				
Cuántos POS tiene	Transferencia de dinero			
	Ordinal:			
	Uno			
	Dos			

			Tres
			Cuatro
			Cinco
	Factores de crecimiento	En qué le beneficia ser un Agente BCP	Razón:
			Ser más conocido
			Más clientes
			Incrementa ventas
			Ingresos extras
			Otros
		Qué riesgos le representa ser un Agente BCP	Razón:
			Posibilidad de robos
			Cientes problemáticos
			Billetes falsos
			Extornar operaciones
		Porcentaje de personas que acuden al negocio para usar el Agente BCP	Razón:
			Menos del 10%
			Entre 10% y 25%
			Entre 25% y 50%
			Entre 50% y 75%
		Frecuencia diaria que acude al banco para depositar producto del Agente BCP	Razón:
			1 vez o menos
	De 2 a 3 veces		
	De 4 a 5 veces		
	Más de 5 veces		
	Considera que la persona que atiende del Agente BCP cuenta con los conocimientos suficientes para absolver consultas y dudas de los usuarios	Nominal:	
		Si	
		No	
	Satisfacción	Cómo evalúa la actividad del Agente BCP en el negocio	Razón:
			Genera ingresos extras
			Me da igual
			Quita tiempo
			Distrae la actividad del negocio
		Nivel de satisfacción que percibe por los resultados que viene dando el Agente BCP	Razón:
			Totalmente satisfecho
			Muy satisfecho
			Satisfecho
			Poco satisfecho
		Nada satisfecho	

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En cuanto a las técnicas de investigación se recurrió a la observación y las encuestas así como sus respectivos instrumentos de recolección de datos como los cuestionarios estructurados.

3.6. Plan de análisis

Los datos se obtuvieron mediante la aplicación de las técnicas e instrumentos, recurriendo a los informantes o fuentes los cuales se incorporan o ingresan a los programas especiales de cómputo como MS Word, MS Excel y SPSS20 para el procesamiento de datos, la presentación en tablas y gráficas y el análisis estadístico.

3.7. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Metodología y diseño de la investigación	Instrumento y procesamiento
<p>General: ¿Cuál es el impacto que tiene la calidad de servicio en la actividad de corresponsalía bancaria de las micro y pequeñas empresas asociadas como Agentes BCP en la provincia Del Santa, 2016?</p>	<p>General: Describir la relación que tiene la calidad de servicio con la actividad de corresponsalía bancaria en las micro y pequeñas empresas asociadas como Agentes BCP en la provincia Del Santa, 2016.</p> <p>Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Determinar las principales características de las MYPE asociadas como Agentes BCP en la provincia Del Santa. ▪ Determinar las principales características de la calidad de servicio en las MYPE asociadas como Agentes BCP en la provincia Del Santa. ▪ Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la actividad de corresponsalía bancaria de las MYPE asociadas como Agentes BCP en la provincia Del Santa. 	<p>Calidad de servicio (VI)</p> <p>Corresponsalía bancaria (VD)</p>	<p>Tipo y Nivel:</p> <p>Es descriptivo cuantitativo, porque se buscó describir la calidad del servicio y su impacto en la actividad de corresponsalía bancaria de las MYPE asociadas como Agentes BCP en la provincia Del Santa</p> <p>Diseño:</p> <p>No experimental (Transeccional o Transversal), porque se recolectaron los datos en un solo tiempo único.</p>	<p>Técnica: -Encuesta.</p> <p>Instrumento -Cuestionario.</p>

IV. Resultados

4.1. Resultados respecto a la encuesta aplicada a los conductores de MYPE asociadas como Agentes BCP

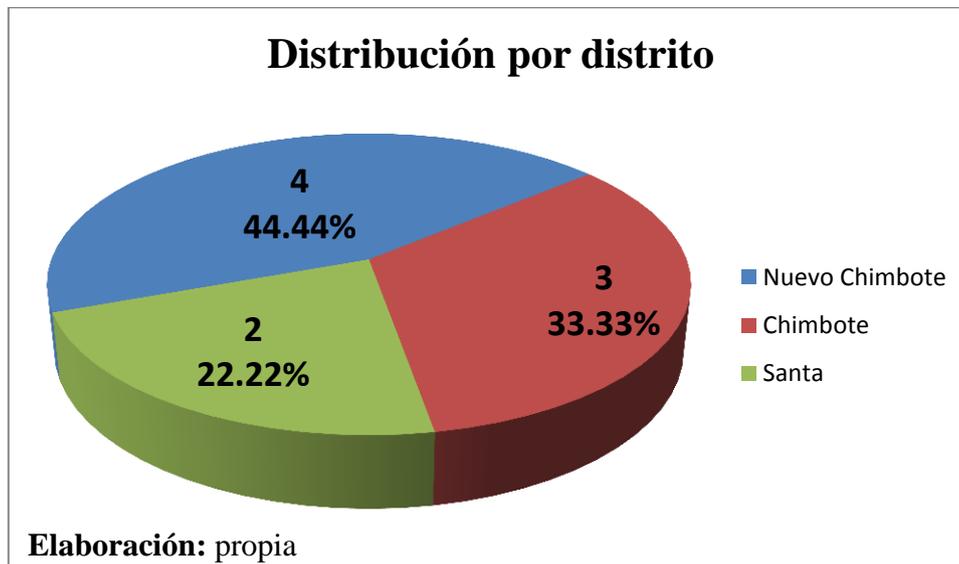
Datos generales de los negocios encuestados

TABLA N° 01
Distribución según distrito

Distrito	Cantidad	Porcentaje
Nuevo Chimbote	4	44.44%
Chimbote	3	33.33%
Santa	2	22.22%
Total	9	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 01



Interpretación: Del total de negocios estudiados, se observa que el 44.44% se ubican en el distrito de Nuevo Chimbote, mientras que el 33.33% se ubican en el distrito de Chimbote y el 22.22% se ubican en el distrito de Santa.

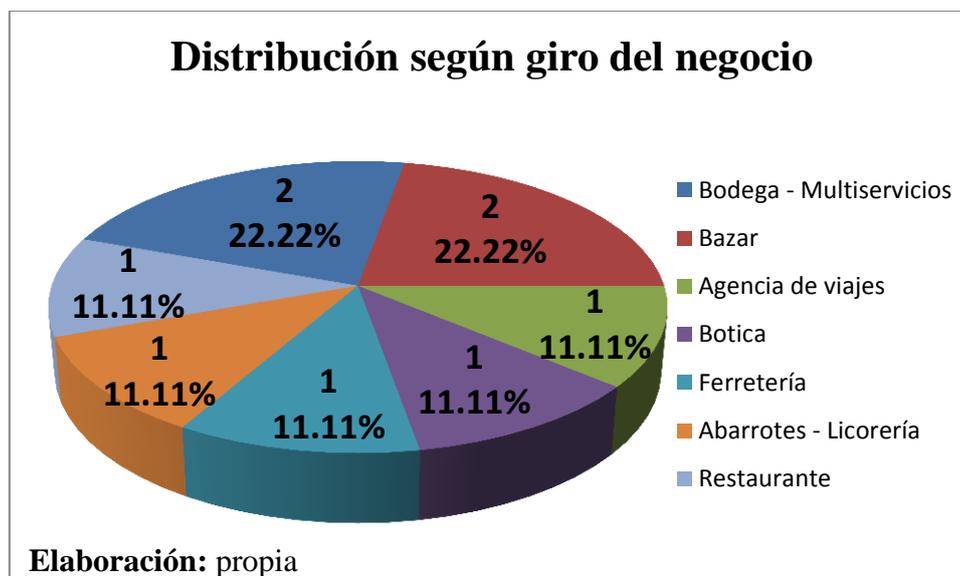
TABLA N° 02

Distribución según giro del negocio

Giro del negocio	Cantidad	Porcentaje
Bodega - Multiservicios	2	22.22%
Bazar	2	22.22%
Agencia de viajes	1	11.11%
Botica	1	11.11%
Ferretería	1	11.11%
Abarrotes - Licorería	1	11.11%
Restaurante	1	11.11%
Total	9	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 02



Interpretación: Del total de negocios estudiados, se observa que el 22.22% tienen el giro de bodega - multiservicios, otro 22.22% bazar, mientras que los restantes negocios tienen una participación igualitaria de 11.11% cada uno, dedicados a los giros de agencia de viajes, botica, ferretería, abarroses – licorería y restaurante.

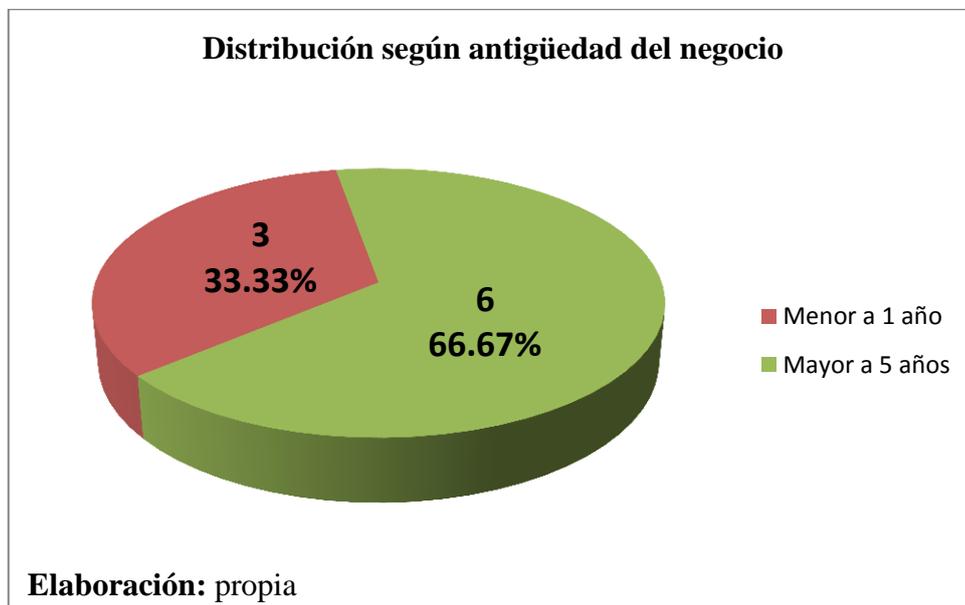
TABLA N° 03

Distribución según antigüedad del negocio

Antigüedad del negocio	Cantidad	Porcentaje
Menor a 1 año	3	33.33%
Entre 1 a 3 años	0	0.00%
Entre 3 y 4 años	0	0.00%
Entre 4 y 5 años	0	0.00%
Mayor a 5 años	6	66.67%
Total	9	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 03



Interpretación: Del total de negocios estudiados, se observa al 66.67% con antigüedad mayor a 5 años, mientras que el 33.33% tiene menos de 1 año de antigüedad.

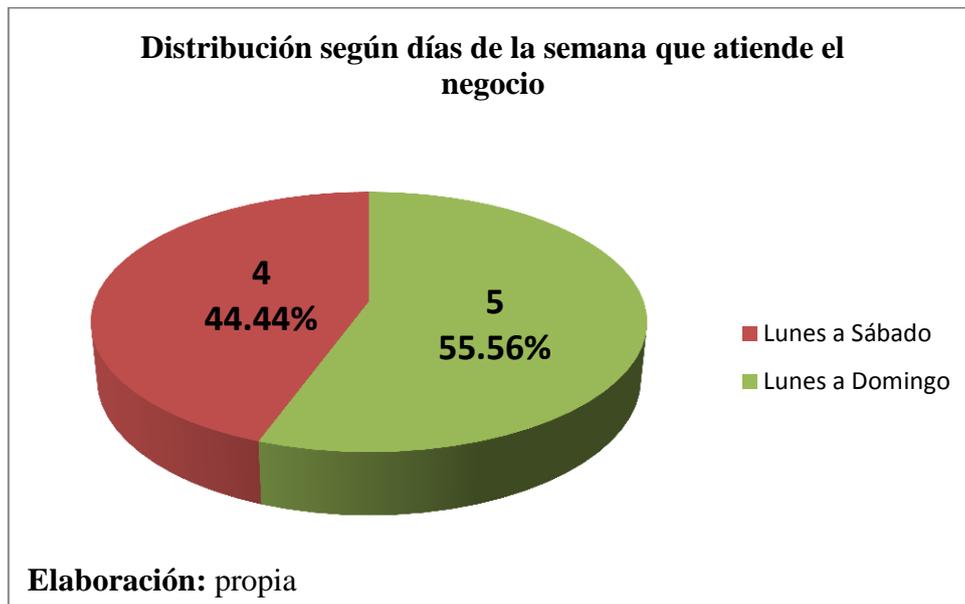
TABLA N° 04

Distribución según días de la semana que atiende el negocio

Días de la semana que atiende	Cantidad	%
Lunes a Viernes	0	0.00%
Lunes a Sábado	4	44.44%
Lunes a Domingo	5	55.56%
Total	9	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 04



Interpretación: Del total de negocios estudiados, se observa el 55.56% que atienden de Lunes a Domingo, mientras que el 44.44% lo hacen de Lunes a Sábado.

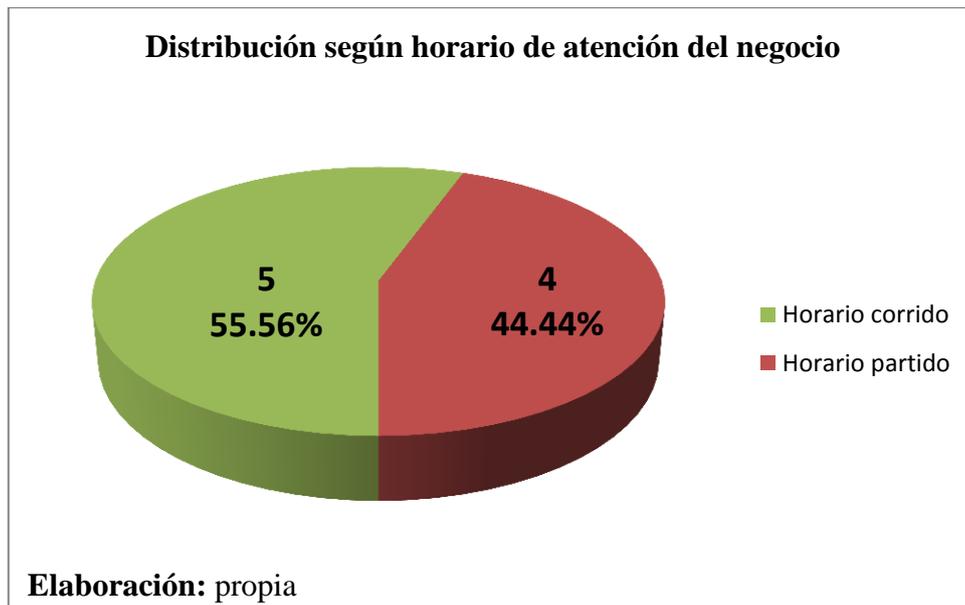
TABLA N° 05

Distribución según horario de atención del negocio

Horario de atención del negocio	Cantidad	%
Horario corrido	5	55.56%
Horario partido	4	44.44%
Total	9	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 05



Interpretación: Del total de negocios estudiados, se observa el 55.56% que atienden en horario corrido, mientras que el 44.44% atienden en horario partido.

Resultados respecto a la actividad de Agente BCP

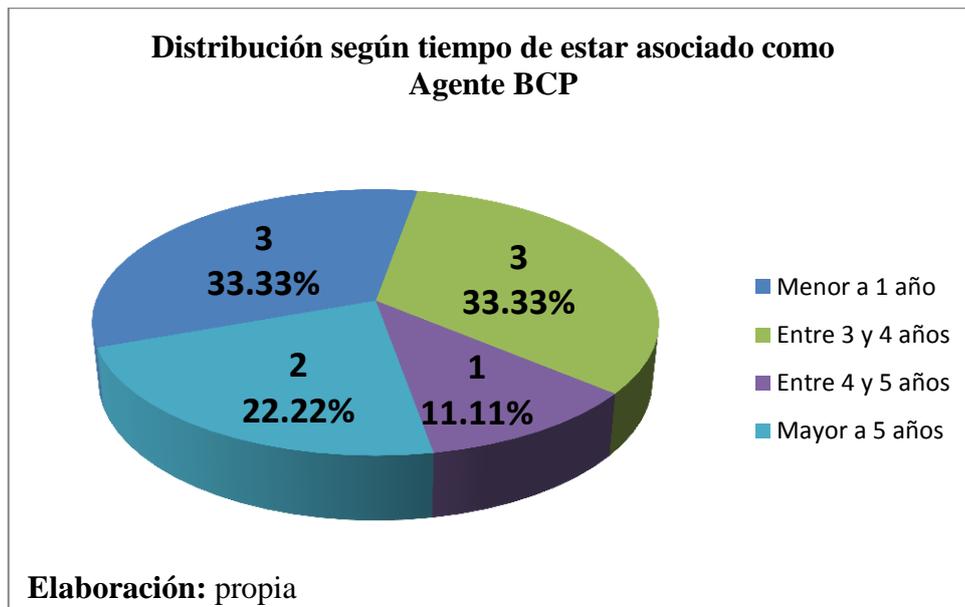
TABLA N° 06

Distribución según tiempo de estar asociado como Agente BCP

Tiempo como Agente BCP	Cantidad	Porcentaje
Menor a 1 año	3	33.33%
Entre 1 a 3 años	0	0.00%
Entre 3 y 4 años	3	33.33%
Entre 4 y 5 años	1	11.11%
Mayor a 5 años	2	22.22%
Total	9	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 06



Interpretación: Del total de negocios estudiados, se observa 33.33% que tienen menos de 1 año como Agente BCP. Igualmente 33.33% tienen entre 3 y 4 años como Agente BCP, 22.22% tienen más de 5 años como Agente BCP y 11.11% tiene entre 4 y 5 años en la actividad de Agente BCP.

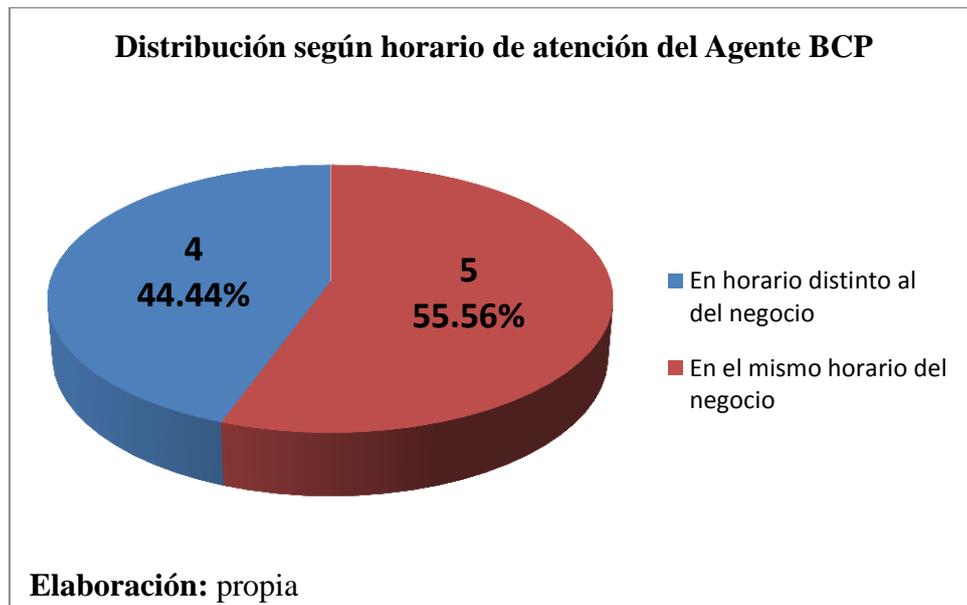
TABLA N° 07

Distribución según horario de atención del Agente BCP

Horario de atención del Agente BCP	Cantidad	%
En horario distinto al del negocio	4	44.44%
En el mismo horario del negocio	5	55.56%
Total	9	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 07



Interpretación: Del total de negocios estudiados, se observa que el 55.56% ejerce la actividad de Agente BCP en el mismo horario del negocio, mientras que el 44.44% lo ejerce en horario distinto al del negocio.

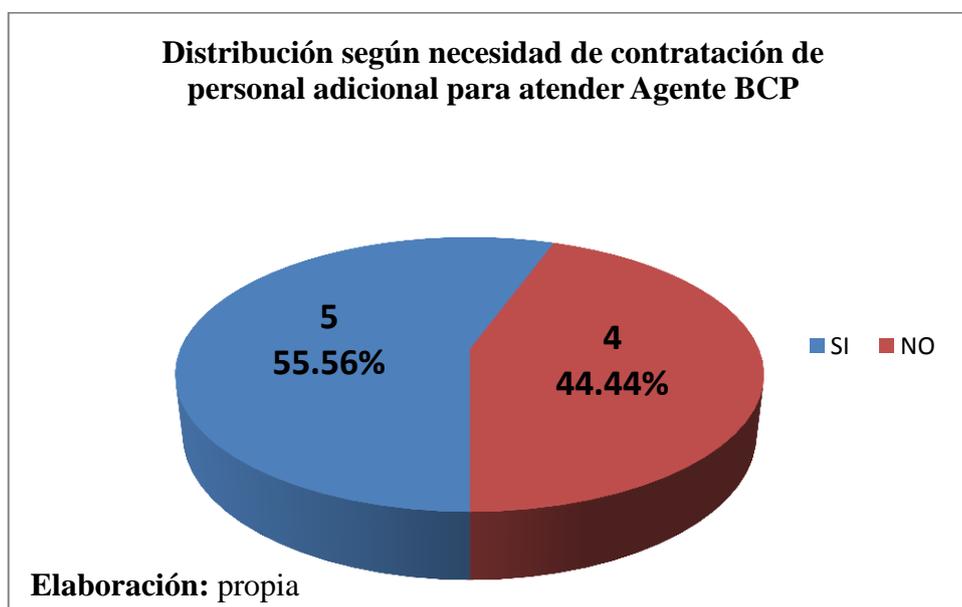
TABLA N° 08

Distribución según necesidad de contratación de personal adicional para atender Agente BCP

Necesidad de contratar personal para atender Agente BCP	Cantidad	%
SI	5	55.56%
NO	4	44.44%
Total	9	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 08



Interpretación: Del total de negocios estudiados, se observa que para el 55.56% ser Agente BCP le representó necesidad de contratar personal adicional mientras que el restante 44.44% no tuvo tal necesidad.

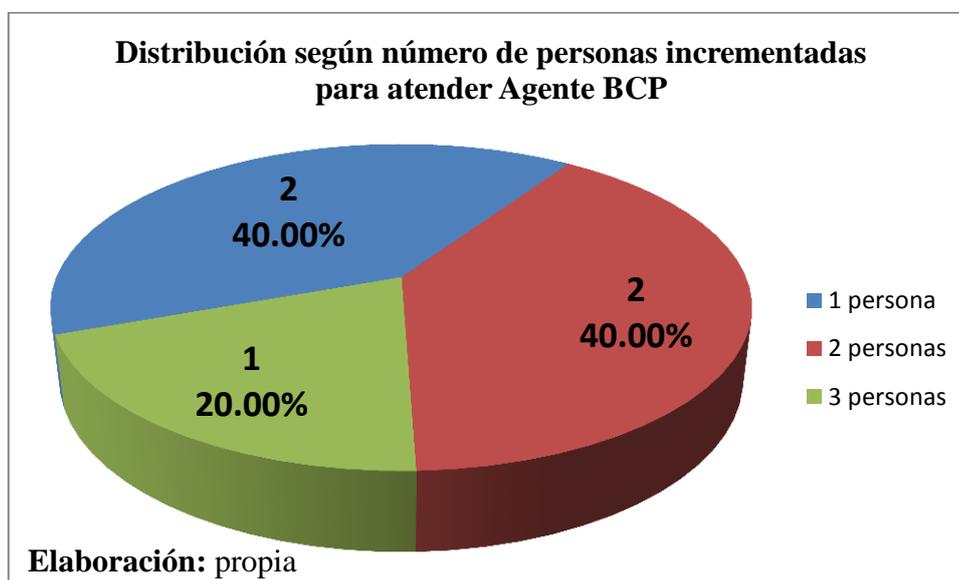
TABLA N° 09

Distribución según número de personas incrementadas para atender Agente BCP

Número de personas incrementadas para atender Agente BCP	Cantidad	Porcentaje
1 persona	2	40.00%
2 personas	2	40.00%
3 personas	1	20.00%
Total	5	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 09



Interpretación: De los negocios estudiados que presentaron necesidad de incrementar personal para la atención del Agente BCP, se observa que el 40.00% incrementó 1 persona, otro 40.00% incrementó 2 personas y un 20.00% incrementó 1 persona.

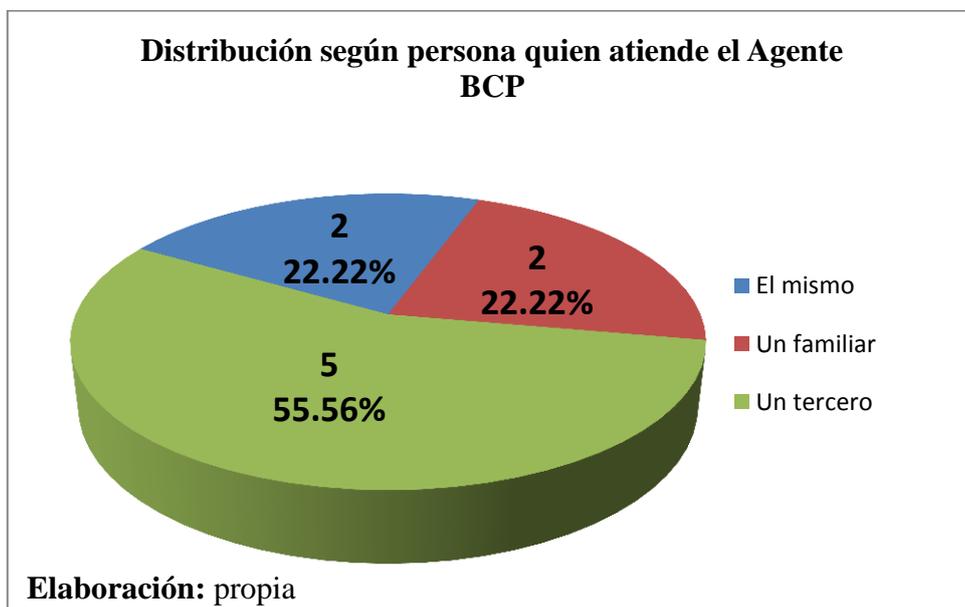
TABLA N° 10

Distribución según persona quien atiende el Agente BCP

Quién atiende el Agente BCP	Cantidad	%
El mismo	2	22.22%
Un familiar	2	22.22%
Un tercero	5	55.56%
Total	9	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 10



Interpretación: Del total de negocios estudiados, se observa que en el 55.56% el Agente BCP es atendido por un tercero, seguido de 22.22% que es atendido por el mismo propietario / conductor y otro 22.22% es atendido por un familiar.

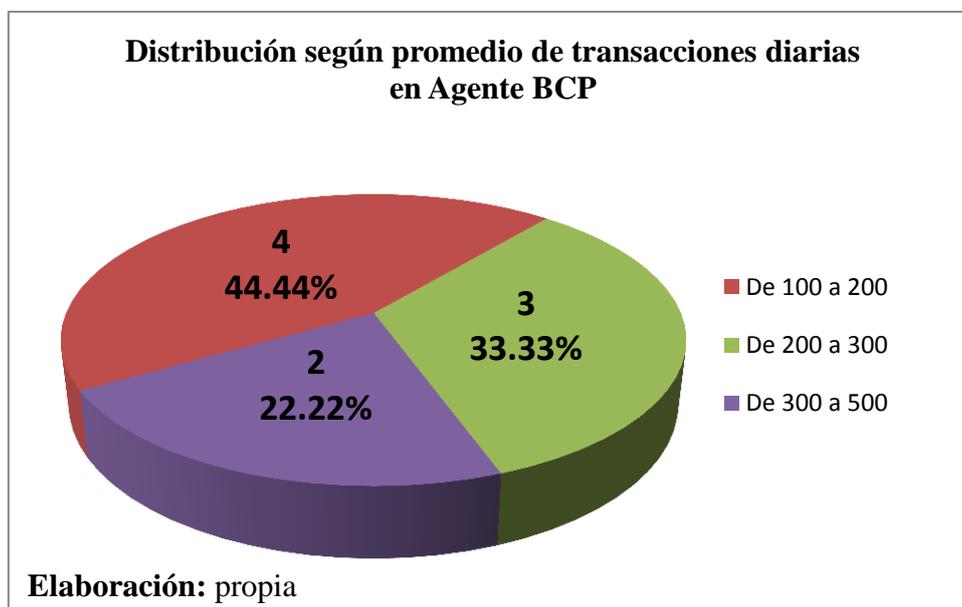
TABLA N° 11

Distribución según promedio de transacciones diarias en Agente BCP

Promedio de transacciones diarias en Agente BCP	Cantidad	%
Menos de 100	0	0.00%
De 100 a 200	4	44.44%
De 200 a 300	3	33.33%
De 300 a 500	2	22.22%
Más de 500	0	0.00%
Total	9	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 11



Interpretación: Del total de negocios estudiados, se observa que en el 44.44% realizan entre 100 a 200 transacciones diarias, en el 33.33% realizan entre 200 a 300 transacciones diarias y en el 22.22% realizan entre 300 a 500 transacciones diarias.

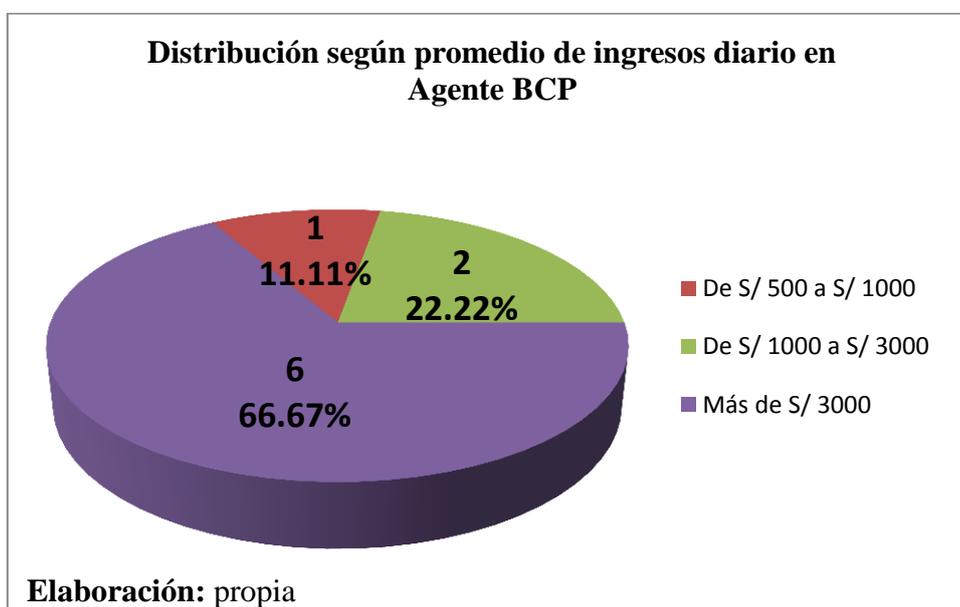
TABLA N° 12

Distribución según promedio de ingresos diario en Agente BCP

Promedio de ingreso diario en Agente BCP	Cantidad	%
Menor a S/ 500	0	0.00%
De S/ 500 a S/ 1000	1	11.11%
De S/ 1000 a S/ 3000	2	22.22%
Más de S/ 3000	6	66.67%
Total	9	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 12



Interpretación: Del total de negocios estudiados, se observa que en el 66.67% tienen ingresos diarios superiores a S/ 5000, seguido de un 22.22% con ingresos diarios entre S/ 1000 a S/ 3000 y un 11.11% con ingresos diarios entre S/ 500 a S/ 1000.

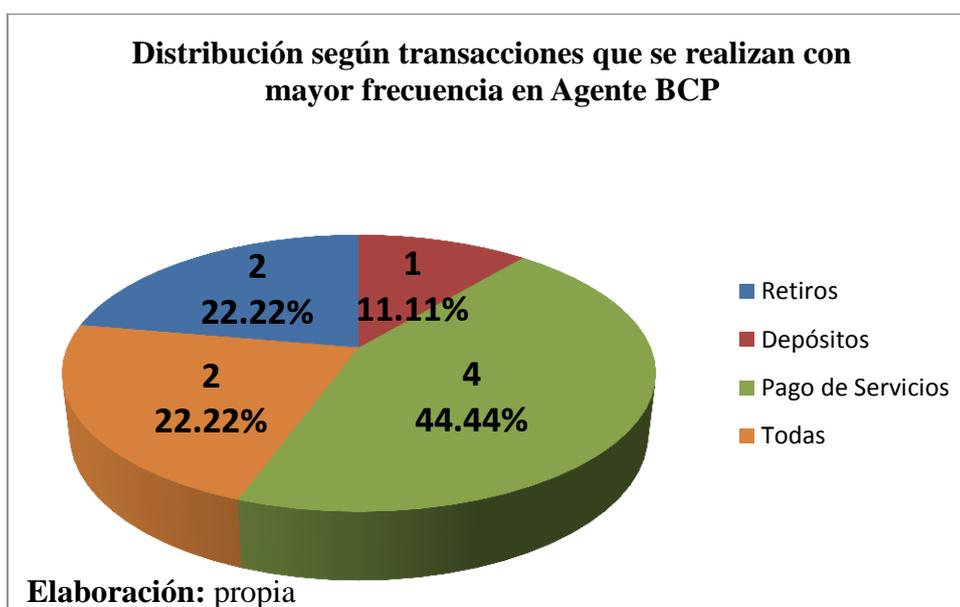
TABLA N° 13

Distribución según tipo transacciones que se realizan con mayor frecuencia en Agente BCP

Tipo de transacciones que se realizan con mayor frecuencia en Agentes BCP	Cantidad	%
Retiros	2	22.22%
Depósitos	1	11.11%
Pago de Servicios	4	44.44%
Pago de Créditos	0	0.00%
Transferencia de Dinero	0	0.00%
Todas	2	22.22%
Total	9	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 13



Interpretación: Del total de negocios estudiados, se observa que las transacciones que realizan con mayor frecuencia son: Pago de servicios en un 44.44% de las MYPE, seguido de Retiros en el 22.22% de las MYPE, todas las transacciones en el 22.22% de las MYPE y Depósitos en el 11.11% de las MYPE.

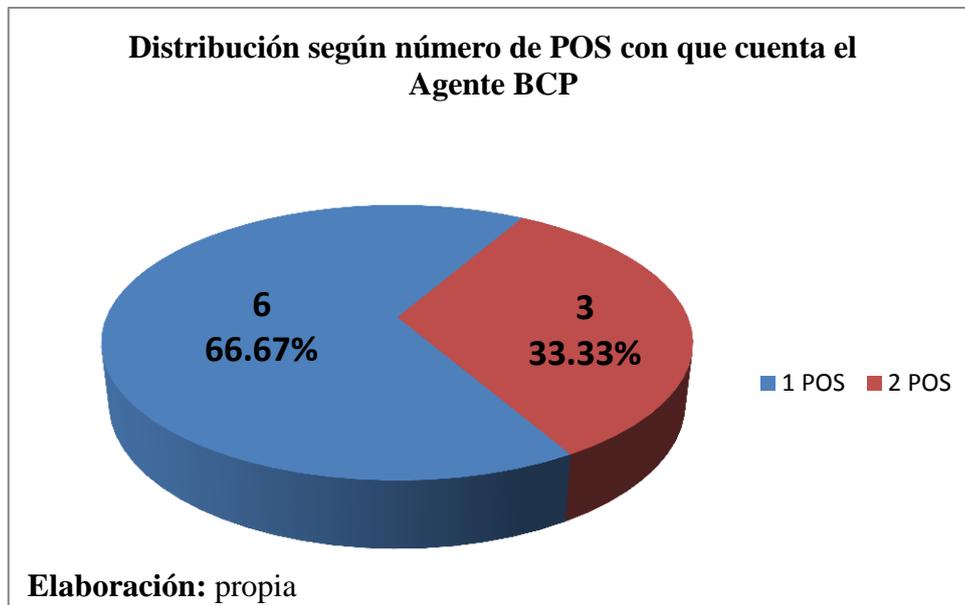
TABLA N° 14

Distribución según número de POS con que cuenta el Agente BCP

Número de POS con que cuenta el Agente BCP	Cantidad	%
1 POS	6	66.67%
2 POS	3	33.33%
3 POS	0	0.00%
4 POS	0	0.00%
5 POS	0	0.00%
Total	9	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 14



Interpretación: Del total de negocios estudiados, se observa que en un 66.67% poseen 1 POS y en un 33.33% poseen 2 POS.

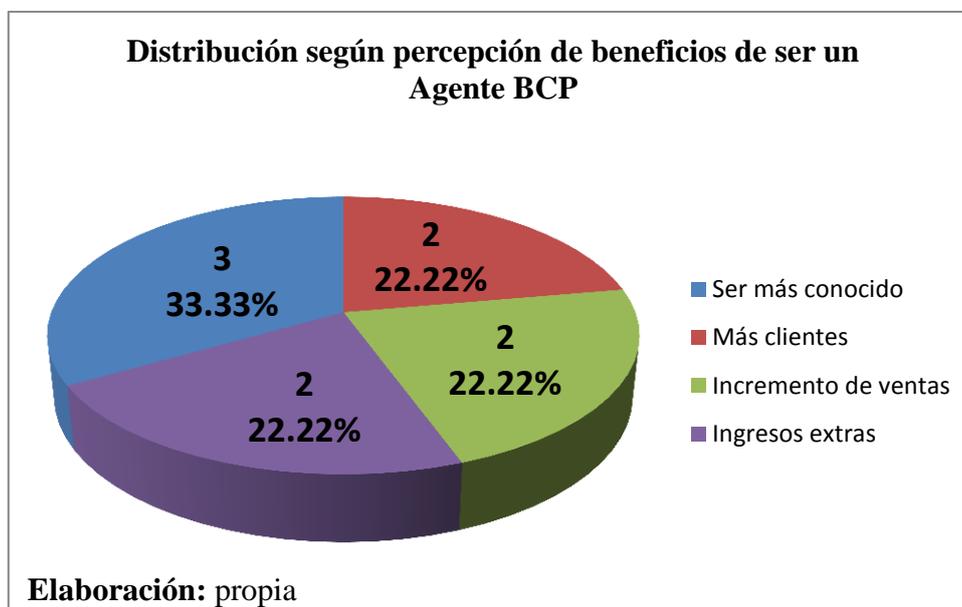
TABLA N° 15

Distribución según percepción de beneficios de ser un Agente BCP

Beneficios de ser un Agente BCP	Cantidad	%
Ser más conocido	3	33.33%
Más clientes	2	22.22%
Incremento de ventas	2	22.22%
Ingresos extras	2	22.22%
Otros	0	0.00%
Total	9	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 15



Interpretación: Del total de negocios estudiados, se observa que en un 33.33% identifican como mayor beneficio de ser Agente BCP el ser más conocidos, en un 22.22% perciben mayor afluencia de clientes, en un 22.22% perciben incremento en sus ventas y un 22.22% consideran les genera ingresos extras.

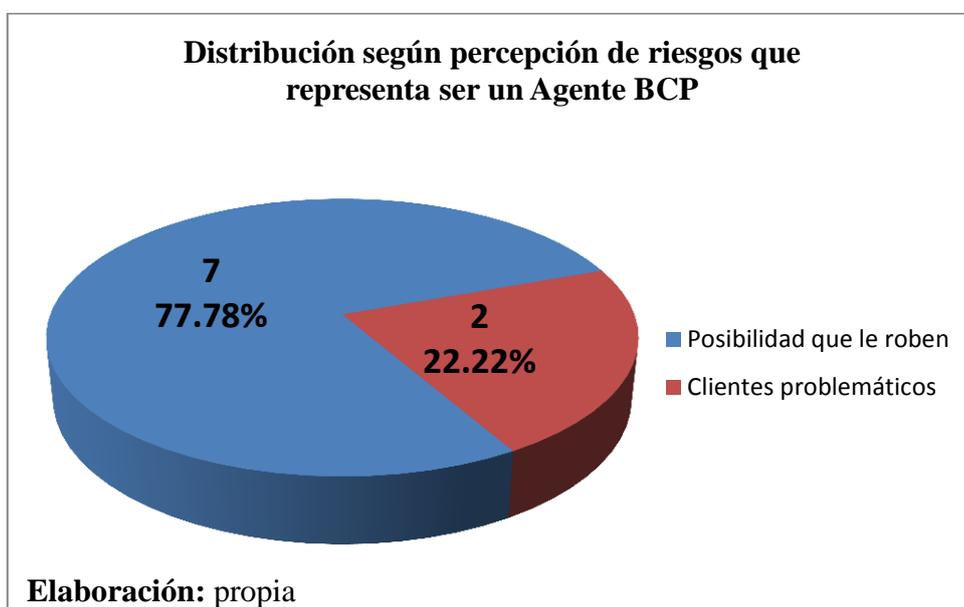
TABLA N° 16

Distribución según percepción de riesgos que representa ser un Agente BCP

Riesgos que representa ser un Agente BCP	Cantidad	%
Posibilidad que le roben	7	77.78%
Clientes problemáticos	2	22.22%
Billetes falsos	0	0.00%
Extornar / anular operaciones	0	0.00%
Total	9	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 16



Interpretación: Del total de negocios estudiados, se observa que el 77.78% perciben que el ser Agente BCP le representa riesgo a que le roben mientras que para el 22.22% les representa riesgo el tener clientes problemáticos.

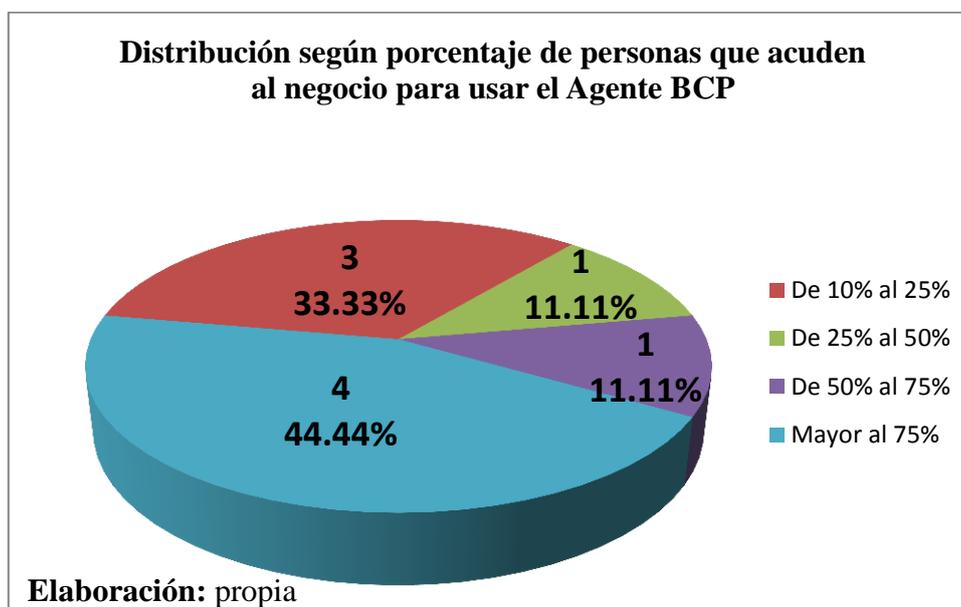
TABLA N° 17

Distribución según porcentaje de personas que acuden al negocio para usar el Agente BCP

Porcentaje de personas que acuden a diario que lo hacen para usar el Agente BCP	Cantidad	%
Menor al 10%	0	0.00%
De 10% al 25%	3	33.33%
De 25% al 50%	1	11.11%
De 50% al 75%	1	11.11%
Mayor al 75%	4	44.44%
Total	9	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 17



Interpretación: Del total de negocios estudiados, se observa que en el 44.44% perciben que más del 75% de las personas que acuden al negocio lo hacen para usar el Agente BCP, seguido de un 33.33% donde perciben que entre 10% y 25% de las personas que acuden al negocio lo hacen para usar el Agente BCP, otro 11.11% perciben que entre 25% y 50% de las personas que acuden al negocio lo hacen para usar el Agente BCP y finalmente un 11.11% perciben que entre el 50% a 75% acuden al negocio para usar el Agente BCP.

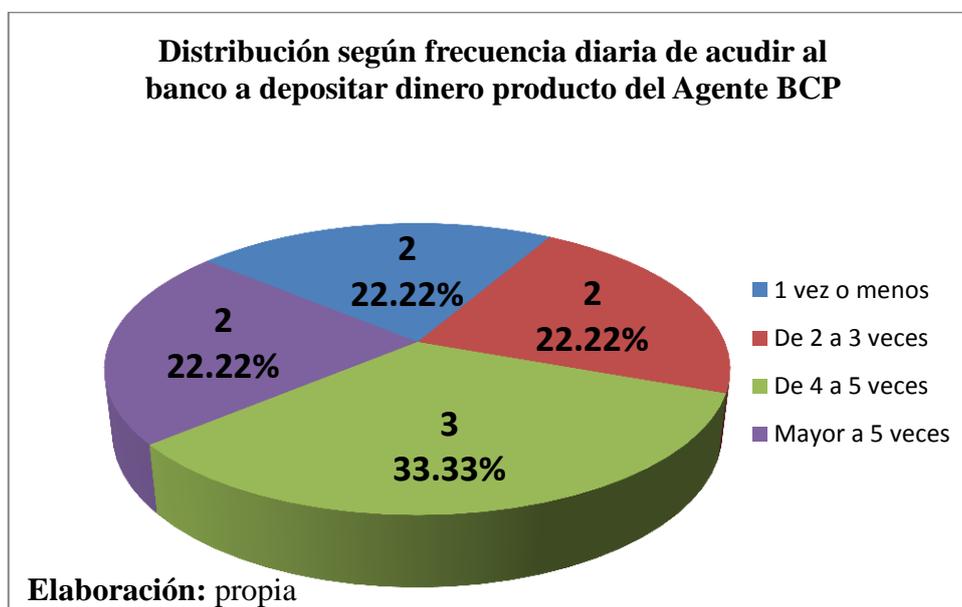
TABLA N° 18

Distribución según frecuencia diaria de acudir al banco a depositar dinero producto del Agente BCP

Frecuencia diaria que debe acudir al banco para depositar dinero producto del Agente BCP	Cantidad	%
1 vez o menos	2	22.22%
De 2 a 3 veces	2	22.22%
De 4 a 5 veces	3	33.33%
Mayor a 5 veces	2	22.22%
Total	9	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 18



Interpretación: Del total de negocios estudiados, se observa que en el 33.33% deben acudir al banco de 4 a 5 veces al día para realizar depósito de dinero producto del Agente BCP, en un 22.22% deben hacerlo en más de 5 veces al día, otro 22.22% lo deben hacer entre 2 a 3 veces al día y finalmente otro 22.22% sólo acuden al banco una vez o menos al día.

Resultados respecto a la calidad de servicio

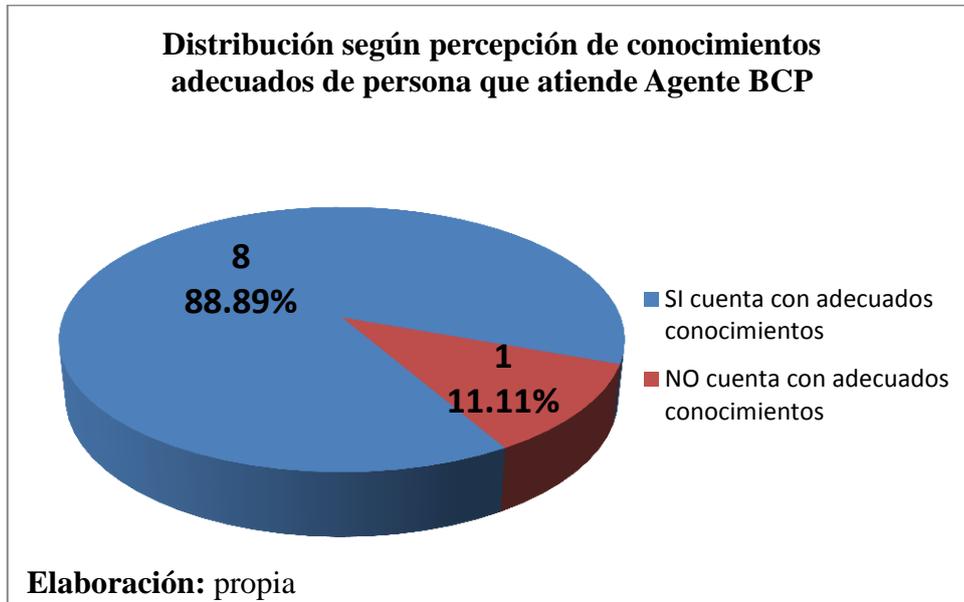
TABLA N° 19

Distribución según percepción de conocimientos adecuados de persona que atiende Agente BCP

Persona que atiende Agente BCP tiene conocimientos suficientes	Cantidad	%
SI	8	88.89%
NO	1	11.11%
Total	9	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 19



Interpretación: Del total de negocios estudiados, se observa que en el 88.89% perciben que quien atiende el Agente BCP cuenta con adecuados conocimientos para absolver consultas y dudas de los usuarios, mientras que en el 11.11% perciben que la persona que atiende el Agente BCP no cuenta con adecuados conocimientos para absolver consultas y dudas de los usuarios.

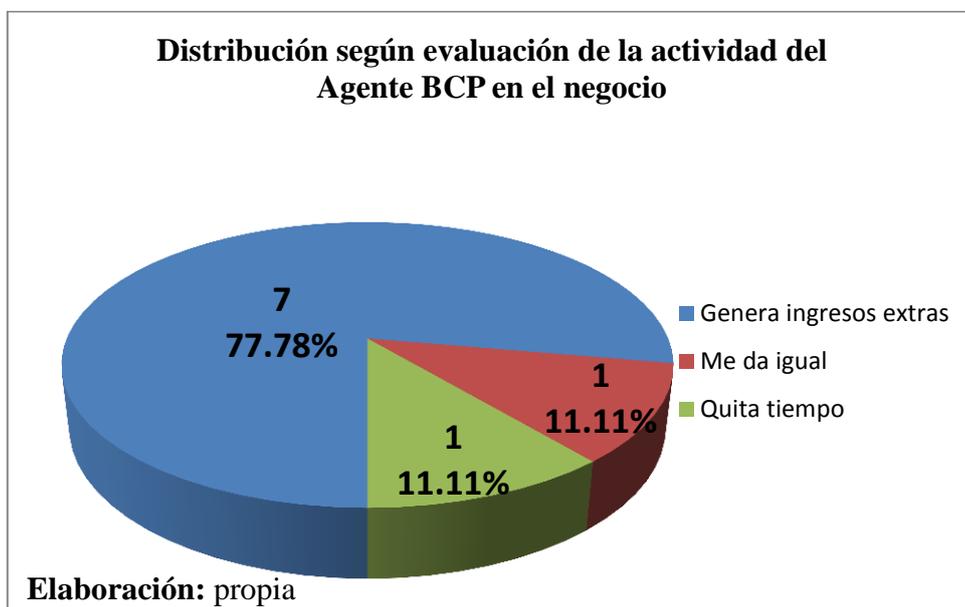
TABLA N° 20

Distribución según evaluación de la actividad del Agente BCP en el negocio

Evaluación de la actividad del Agente BCP en el negocio	Cantidad	%
Genera ingresos extras	7	77.78%
Me da igual	1	11.11%
Quita tiempo	1	11.11%
Distrae la actividad del negocio	0	0.00%
Total	9	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 20



Interpretación: Del total de negocios estudiados, se observa que en el 77.78% evalúan que la actividad del Agente BCP les genera ingresos extras, seguido de un 11.11% donde evalúan que les quita tiempo y en un 11.11% les da igual.

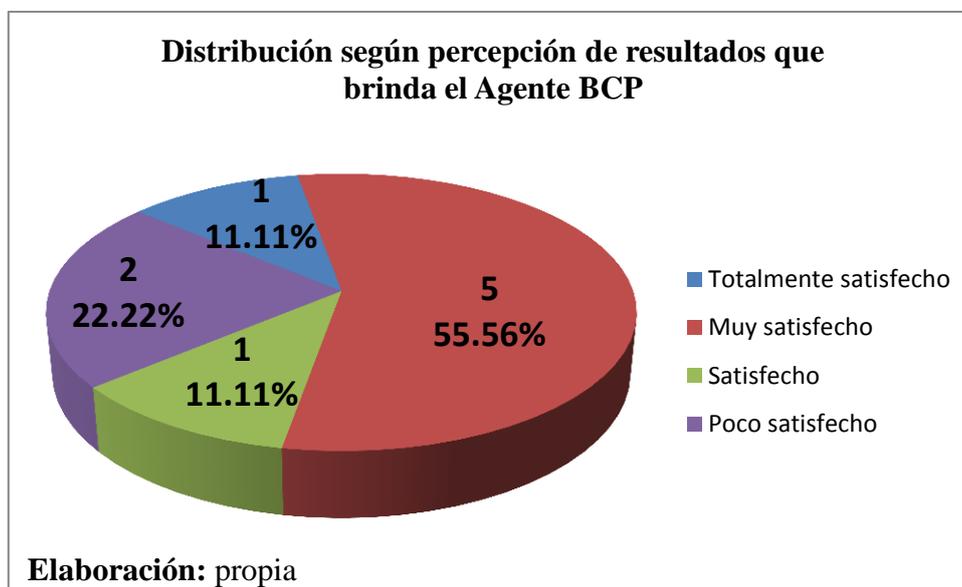
TABLA N° 21

Distribución según percepción de resultados que brinda el Agente BCP

Nivel de satisfacción por los resultados que brinda el Agente BCP	Cantidad	%
Totalmente satisfecho	1	11.11%
Muy satisfecho	5	55.56%
Satisfecho	1	11.11%
Poco satisfecho	2	22.22%
Nada satisfecho	0	0.00%
Total	9	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 21



Interpretación: Del total de negocios estudiados, se observa que en un 55.56% están muy satisfechos con los resultados que les brinda el Agente BCP, seguido de un 22.22% donde están poco satisfechos con los resultados, un 11.11% están satisfechos con los resultados y finalmente un 11.11% están totalmente satisfechos con los resultados obtenidos con el Agente BCP.

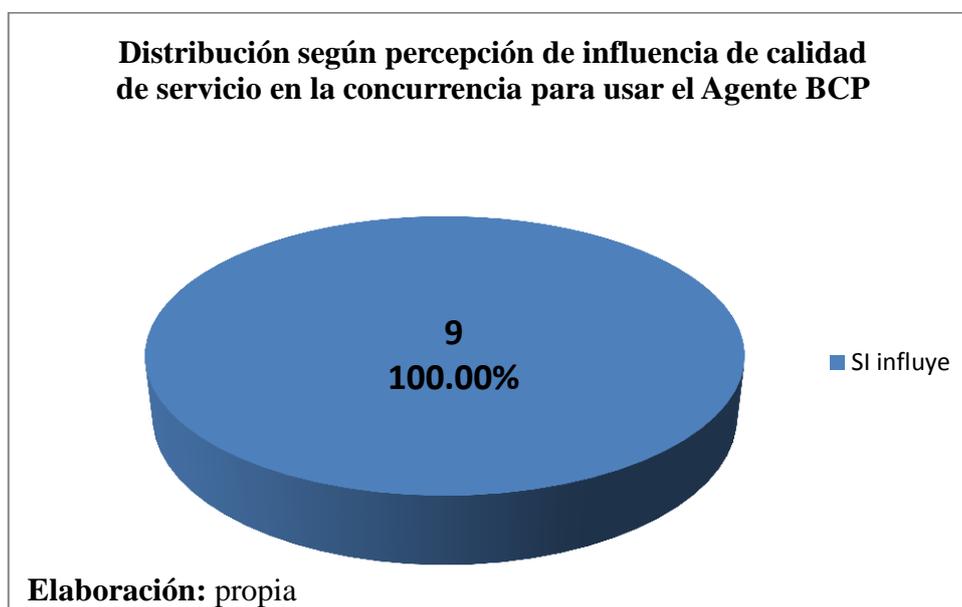
TABLA N° 22

Distribución según percepción de influencia de calidad de servicio en la concurrencia para usar el Agente BCP

Influencia de la calidad de servicio en la concurrencia para usar el Agente BCP	Cantidad	%
SI influye	9	100.00%
NO influye	0	0.00%
Total	9	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 22



Interpretación: Del total de negocios estudiados, en el 100% perciben que la calidad de servicio tiene influencia en la concurrencia para usar el Agente BCP.

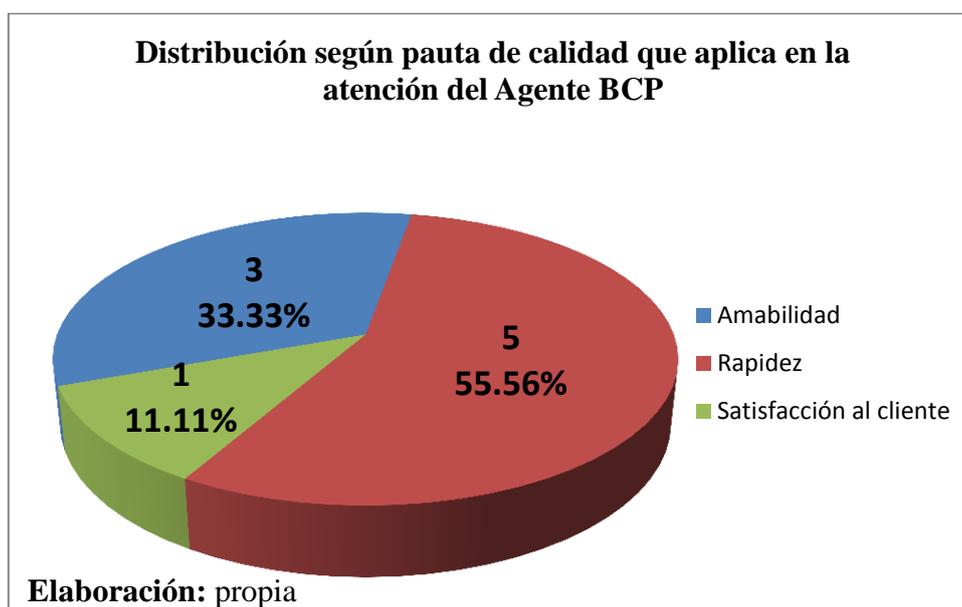
TABLA N° 23

Distribución según pauta de calidad que aplica en la atención del Agente BCP

Pauta de calidad que aplica con mayor énfasis en la atención del Agente BCP	Cantidad	%
Amabilidad	3	33.33%
Rapidez	5	55.56%
Satisfacción al cliente	1	11.11%
Simplicidad	0	0.00%
Total	9	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 23



Interpretación: Del total de negocios estudiados, se observa que en el 55.56% aplican la rapidez como pauta de calidad, seguido de un 33.33% donde aplican la amabilidad como pauta de calidad y en un 11.11% lo hacen con un enfoque de satisfacción al cliente.

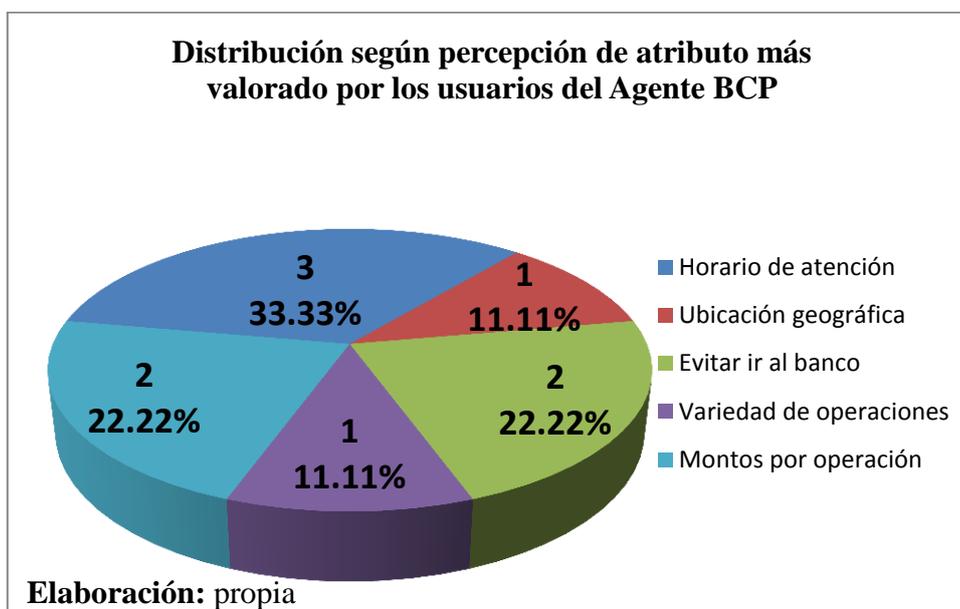
TABLA N° 24

Distribución según percepción de atributo más valorado por los usuarios del Agente BCP

Percepción de atributo más valorado por parte de usuarios del Agente BCP	Cantidad	%
Horario de atención	3	33.33%
Ubicación geográfica	1	11.11%
Evitar ir al banco	2	22.22%
Variedad de operaciones	1	11.11%
Montos por operación	2	22.22%
Total	9	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 24



Interpretación: Del total de negocios estudiados, se observa que en el 33.33% el atributo más valorado por los usuarios del Agente BCP es el horario de atención, seguido de un 22.22% donde el atributo más valorado es el evitar ir al banco. En otro 22.22% el atributo más valorado son los montos por operación que se pueden atender, mientras que en un 11.11% es la variedad de operaciones que se pueden realizar y finalmente en un 11.11% indican que la ubicación geográfica del Agente BCP es lo más valorado por los usuarios.

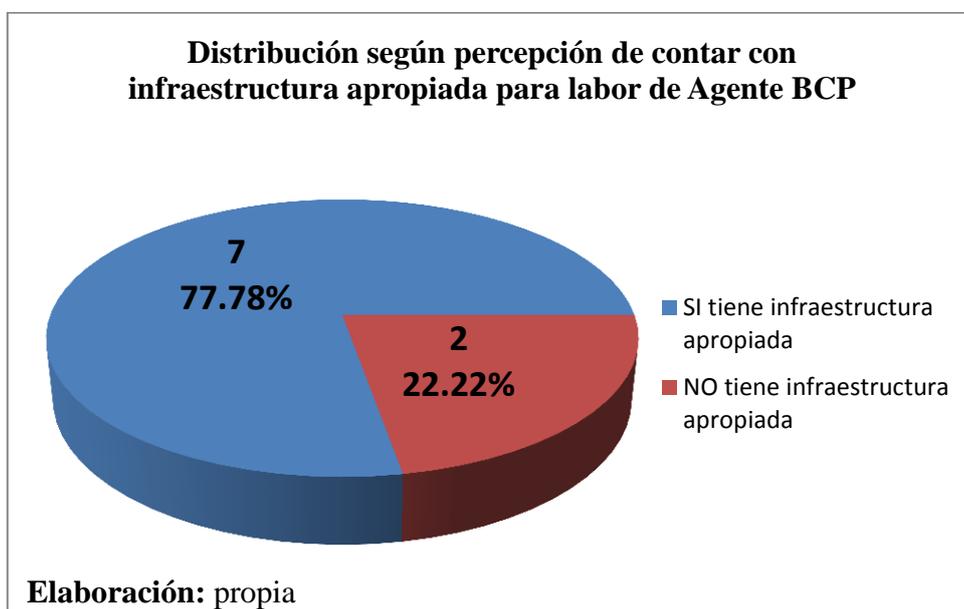
TABLA N° 25

Distribución según percepción de contar con infraestructura apropiada para labor de Agente BCP

Infraestructura del negocio es apropiada para labor de Agente BCP	Cantidad	%
SI	7	77.78%
NO	2	22.22%
Total	9	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 25



Interpretación: Del total de negocios estudiados, se observa que en el 77,78% perciben contar con una infraestructura adecuada para realizar la labor de Agente BCP mientras que en un 22.22% perciben no tener la infraestructura apropiada.

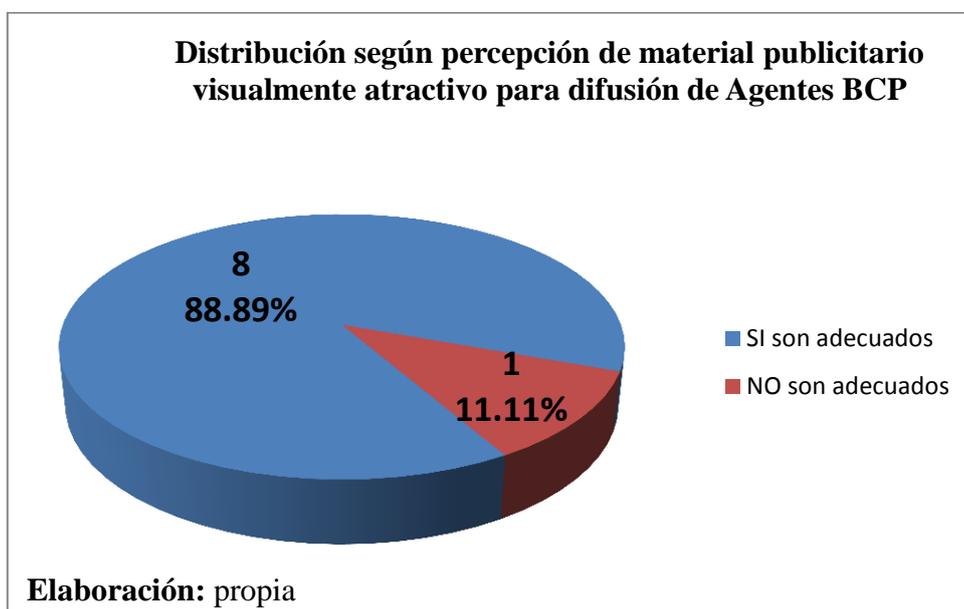
TABLA N° 26

Distribución según percepción de material publicitario visualmente atractivo para difusión de Agentes BCP

Material publicitario para difundir Agentes BCP visualmente atractivos	Cantidad	%
SI	8	88.89%
NO	1	11.11%
Total	9	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 26



Interpretación: Del total de negocios estudiados, se observa que en el 88.89% valoran como visualmente atractivo el material publicitario con que se cuenta para difundir los Agentes BCP, mientras que en el 11.11% consideran que el material publicitario no es adecuado.

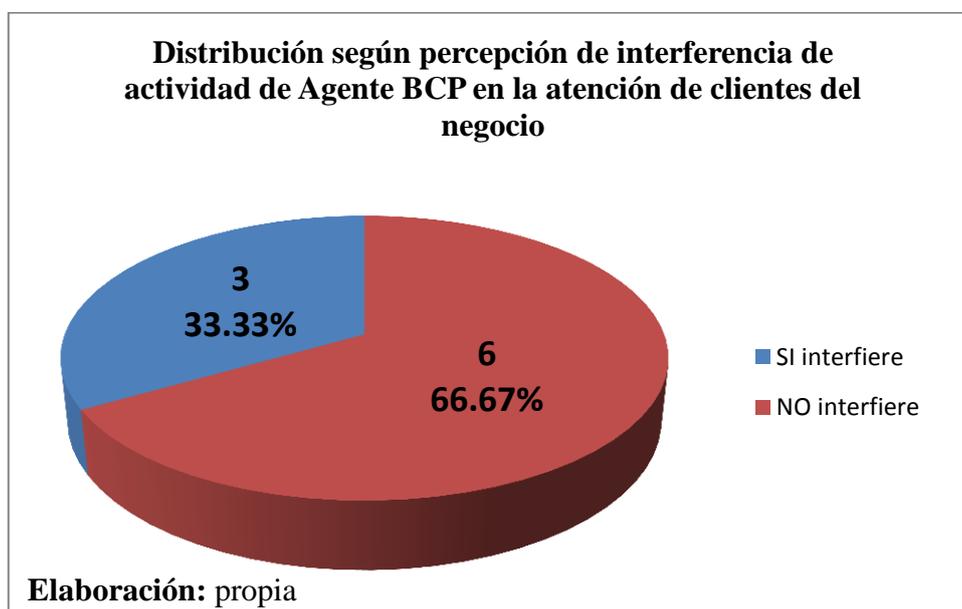
TABLA N° 27

Distribución según percepción de interferencia de actividad de Agente BCP en la atención de clientes del negocio

Agente BCP interfiere en la atención de sus clientes	Cantidad	%
SI	3	33.33%
NO	6	66.67%
Total	9	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 27



Interpretación: Del total de negocios estudiados, se observa que en un 66.67% la actividad del Agente BCP no interfiere con el negocio, mientras que en un 33.33% si interfiere con el negocio.

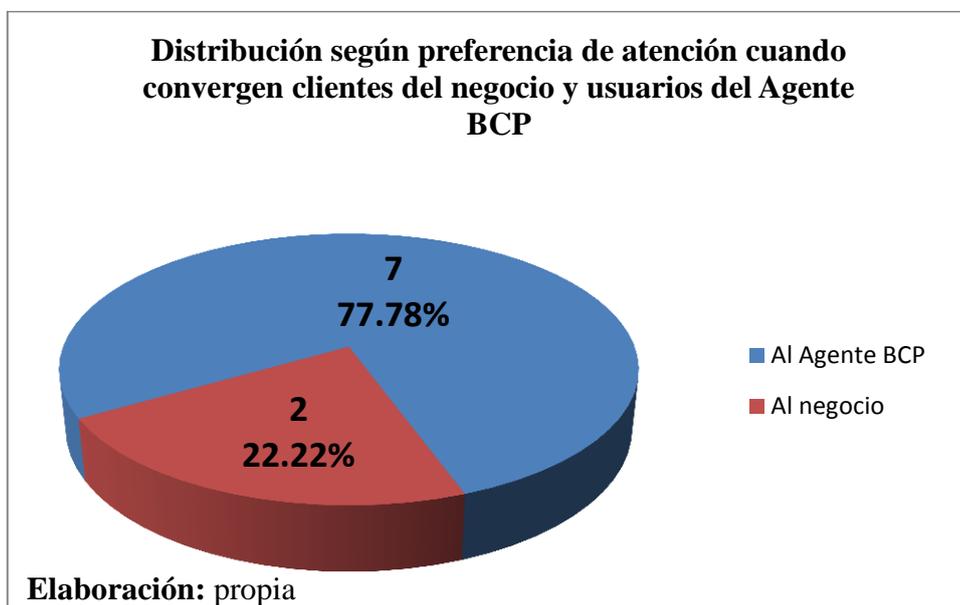
TABLA N° 28

Distribución según preferencia de atención cuando convergen clientes del negocio y usuarios del Agente BCP

Preferencia en la atención cuando convergen clientes del negocio y usuarios del Agente BCP	Cantidad	%
Al Agente BCP	7	77.78%
Al negocio	2	22.22%
Total	9	100.00%

Elaboración: propia

GRÁFICO N° 28



Interpretación: Del total de negocios estudiados, se observa que en el 77.78% brindan preferencia a los usuarios del Agente BCP cuando convergen con los clientes del negocio, mientras que en el 22.22% brindan preferencia en la atención a los clientes del negocio.

TABLA CRUZADA – HIPÓTESIS

Tabla de contingencia: DISTRIBUCIÓN DE LA MYPE SEGUN TIEMPO DE ESTAR ASOCIADO COMO AGENTE BCP * DISTRIBUCIÓN DE LA MYPE SEGUN PERCEPCIÓN DE BENEFICIOS DEL AGENTE BCP

		PERCEPCIÓN DE BENEFICIOS DEL AGENTE BCP			Total	
		SER MAS CONOCIDO	MAS CLIENTES	INCREMENTO DE VENTAS		
ANTIGÜEDAD COMO AGENTE BCP	MENOS DE 1 AÑO	Recuento	3	0	0	3
		Frecuencia esperada	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	ENTRE 3 Y 4 AÑOS	Recuento	0	3	0	3
		Frecuencia esperada	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	ENTRE 4 Y 5 AÑOS	Recuento	1	0	0	1
		Frecuencia esperada	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	MAS DE 5 AÑOS	Recuento	2	0	1	3
		Frecuencia esperada	66,7%	0,0%	33,3%	100,0%
	Total	Recuento	6	3	1	10
		Frecuencia esperada	60,0%	30,0%	10,0%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,222^a	6	,057
Razón de verosimilitudes	14,140	6	,028
Asociación lineal por lineal	,984	1	,321
N de casos válidos	10		

a. 12 casillas (100,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,10.

EL VALOR DE CHI CUADRADO CALCULADO ES MENOR A LA FRECUENCIA MÍNIMA ESPERADA DE 5%

Hipótesis de Investigación

Hipótesis₀:

La adecuada gestión de calidad de servicio en la actividad de corresponsalía bancaria no producirá mejores resultados en la actividad comercial de las MYPE asociadas como Agentes BCP en la provincia Del Santa, 2016.

Hipótesis₁:

La adecuada gestión de calidad de servicio en la actividad de corresponsalía bancaria producirá mejores resultados en la actividad comercial de las MYPE asociadas como Agentes BCP en la provincia Del Santa, 2016.

Existe relación directa entre la calidad de servicio y la actividad de corresponsalía bancaria produciendo mejores resultados en la actividad comercial de las MYPE asociadas como Agentes BCP en la provincia Del Santa, 2016

Nivel de Significación

El nivel de significación teórica es $\alpha = 0.10$, que corresponde a un nivel de confiabilidad del 90%.

Función de Prueba

Se realizó por medio del coeficiente de Chi cuadrado de Pearson

Regla de decisión

Rechazar H_0 cuando la significación observada “p” es menor que α .

No rechazar H_0 cuando la significación observada “p” es mayor que α .

Conclusión

Como el valor de significación observada del coeficiente de Chi cuadrado de Pearson $p = 0.057$ es menor al valor de significación teórica $\alpha = 0.10$, se rechaza la hipótesis nula. Ello significa que, La gestión de calidad si influye en la actividad de corresponsalía bancaria produciendo mejores resultados en la actividad comercial de las MYPE asociadas como Agentes BCP en la provincia Del Santa, 2016.

4.2. Análisis de resultados

Respecto a los corresponsales bancarios

- En cuanto a los datos generales el 44.44% de las MYPE estudiadas se ubican en el distrito de Nuevo Chimbote, el 22.22% se dedican al giro de bodega - multiservicios así como una similar proporción (22.22%) se dedican al giro de bazar. El 66.67% de los negocios tienen una antigüedad mayor a 5 años, mientras que el 55.56% trabajan de Lunes a Domingo y el 55.56% atienden en horario corrido.

Respecto a la actividad del Agente BCP

- El 33.33% de las MYPE estudiadas tienen antigüedad como Agente BCP entre 4 y 5 años. Asimismo, otro 33.33% poseen una antigüedad menor a 1 año en esta actividad. El 55.56% atienden como Agente BCP en el mismo horario del negocio.
- Para un 55.56% de las MYPE el ser Agente BCP les representó necesidad de contratar personal adicional; de estas MYPE un 40.00% contrató a 1 persona adicional y en la misma proporción, otro 40.00% contrató a 2 personas adicionales. En el 55.56% de las MYPE en estudio, el Agente BCP es atendido por un tercero, el 44.44% tienen una transaccionalidad promedio entre 100 a 200 operaciones diarias y en el 66.67% de las MYPE el ingreso promedio diario supera los S/ 3000.
- De las transacciones que se realizan con mayor frecuencia en las MYPE asociadas como Agentes BCP, un 44.44% corresponde al pago de servicios. El 66.67% de estos negocios cuentan con 1 sólo POS.
- Para un 33.33% de las MYPE la actividad de Agente BCP le representa como

beneficio ser más conocidos, en contraparte un 77.78% identifica como mayor riesgo la probabilidad de que les roben.

- El 44.44% de las MYPE en estudio identifican que de las personas que acuden a estos negocios, más del 75% lo hacen para usar el Agente BCP. El dinero resultante de la actividad de corresponsalía bancaria, representa para el 33.33% de las MYPE la necesidad de acudir de 4 a 5 veces diarias al banco para realizar depósitos de dinero.

Respecto a la calidad de servicio

- En el 88.89% de las MYPE estudiadas existe la percepción que la persona que atiende este canal cuenta con los conocimientos suficientes para absolver dudas y consultas de los usuarios. El 77.78% de las MYPE evalúan la actividad del Agente BCP en el negocio como generador de ingresos extras. Asimismo, el 55.56% de los propietarios / conductores de las MYPE estudiadas indican estar muy satisfechos con los resultados que brinda el Agente BCP.
- En el 100% de las MYPE estudiadas consideran que existe influencia de la calidad de servicio en la afluencia de clientes para utilizar el canal corresponsal. El 55.56% de las MYPE se enfocan en la aplicación de la pauta de calidad de rapidez y el 33.33% de las MYPE perciben que el atributo más valorado por los usuarios del Agente BCP es el horario de atención.
- En el 77.78% de las MYPE estudiadas perciben contar con la infraestructura apropiada para realizar la labor de corresponsalía bancaria y el 88.89% de las MYPE perciben que el material publicitario es visualmente atractivo para la difusión del Agente BCP.

V. Conclusiones y recomendaciones

Características de las MYPE

El estudio demostró que el giro del negocio de las MYPE encuestadas no ejerce grado de influencia en la actividad de corresponsalía bancaria y que asimismo la antigüedad del negocio como corresponsal bancario es indistinto al nivel de aceptación del canal Agente BCP.

Los horarios de atención diferenciados del canal Agente BCP, se constituyen en fortaleza diferenciadora para las MYPE que se constituye en oportunidad de desarrollo para estos negocios.

El enfoque del propietario / conductor de las MYPE respecto a la calidad de servicio carece de una visión amplia de las diversas dimensiones que la componen.

Características de la calidad de servicio

La calidad de servicio en las MYPE asociadas como Agentes BCP es entendido dentro de sus dimensiones tangibles.

La pauta de calidad de mayor aplicación es la rapidez y la percepción del atributo de mayor valoración por parte de los usuarios es el horario de atención.

Existe un alto grado de empatía por parte de las personas que atienden el Agente BCP hacia los usuarios del canal.

El nivel de conocimientos de la persona que atiende este canal resulta relevante para la absolución de consultas y dudas de los usuarios traducándose a un nivel de empatía apropiado.

El contar con adecuada infraestructura para la atención del canal corresponsal

aporta favorablemente en la dimensión de elementos tangibles junto a los materiales publicitarios apropiados que contribuyen a difundir el uso del Agente BCP.

Correlación entre la calidad de servicio y la actividad comercial de las MYPE

La calidad de servicio, como parte de la presente investigación está comprendida en la reducción de la brecha entre las expectativas de los usuarios y la satisfacción de las necesidades de éstos. El estudio demostró la existencia de vinculación entre la calidad de servicio con la concurrencia de usuarios del Agente BCP repercutiendo en mayor movimiento monetario en las MYPE y que es tangible en aspectos como incremento transaccional diario, necesidad de contratar personal adicional para la atención del cajero corresponsal, el número de veces en las que se debe acudir al banco para realizar depósitos de dinero y el aporte de clientes al negocio con el beneficio de hacerlo más conocido.

Es por ello que el objetivo principal de esta tesis fue el describir el impacto que tiene la calidad de servicio en la actividad de corresponsalía bancaria en las MYPE asociadas como Agente BCP en la provincia Del Santa; en respuesta a este objetivo se observa un alto porcentaje de satisfacción por los resultados que brinda el Agente BCP.

Mayoritariamente en las MYPE estudiadas perciben que la actividad de corresponsalía bancaria no interfiere en la atención de los clientes propiamente del negocio incluso otorgando preferencia en la atención a los usuarios del Agente BCP cuando convergen con sus clientes.

Finalmente, es evidente que la gestión de la calidad de servicio tiene relación con los niveles de aceptación del canal de corresponsalía bancaria produciendo efectos positivos en las MYPE asociadas como Agentes BCP en la provincia Del Santa brindando oportunidades de desarrollo al sector.

Recomendaciones

Existen oportunidades comerciales aún no explotadas por parte de las MYPE asociadas como Agentes BCP en correlación al incremento de personas que acuden a los negocios motivados por el uso del corresponsal bancario, siendo visible la necesidad de establecer estrategias por parte de los propietarios / conductores de los negocios en estudio, procurando un mayor aprovechamiento de ser negocios más conocidos y que debe apuntar fortalecer la fidelidad de los clientes.

El Banco de Crédito – BCP, requiere ampliar su enfoque de capacitación a los microempresarios asociados como Agentes BCP enfatizando en las dimensiones de calidad de servicio que conllevan a mayores beneficios comunes tanto para el banco como para las MYPE, ya que seguirá fortaleciendo el liderazgo del BCP, y en línea de ascenso descongestionando oficinas y paralelamente contribuyendo a un desarrollo sostenible de los negocios que adoptan la corresponsalía bancaria como actividad alterna.

En futuras investigaciones es recomendable ampliar el ámbito geográfico en estudio aplicándolo a zonas de mayor cobertura considerando la asociación entre la calidad de servicio y la actividad de corresponsalía bancaria.

Referencias bibliográficas

- Aguirre, P. (2009). MYPE (Micro y Pequeña Empresa) - Perú. Extraído el 20 junio, 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos39/micro-empresas/micro-empresas.shtml>
- Alianza automotriz. (2007). Capacidad de respuesta. Extraído el 21 junio, 2016, de <http://www.alianzaautomotriz.com/proveedoresyservicios/capacidad-de-respuesta/>
- Altavoz (2016). Qué tan importantes son las MYPE para la economía del país. Extraído el 01 agosto, 2016, de <http://www.altavoz.pe/2016/01/11/opinion/que-tan-importantes-son-las-MYPE-para-la-economia-del-pais-francisco-marcelo>
- Andina. (2013). Mas de 1200 MYPE se sumarian a cadena exportadora este año. Extraído el 20 junio, 2016 de <http://www.andina.com.pe/agencia/noticia-mas-1200-MYPE-se-sumarian-a-cadena-exportadora-este-ano-447090.aspx>
- Arce, K. (2013). Plan de comunicación que permita lograr mayor cobertura de los canales de atención del BCP Agencia Av. España – Trujillo 2013. Tesis para optar el Título de Licenciado en Administración. Escuela de Administración, Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú.
- Aspilcueta, J. (2012). MYPE en el Peru. Extraído el 11 julio, 2016, de http://www.monografias.com/usuario/perfiles/jaqueline_aspilcueta_rivera/monografias
- Carrete, L., López, S., Trujillo, A., & Vera, J. (2011). Servir con calidad en Mexico. Mexico: LID Editorial Mexicana.
- Caycay, G., & Huanca, J. (2014). Diferencias en la gestión de los agentes bancarios del Banco de Crédito e Interbank Chiclayo, durante el período Julio – Noviembre 2012. Tesis para optar el Título de Licenciado en Administración de Empresas. Escuela de Administración de Empresas, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú.
- Centurión, M., & Mendoza, T. (2015). Impacto de la actividad de corresponsalía bancaria en las microempresas que operan como Agentes BCP en la Región Lambayeque. Tesis para optar el Título de Licenciado en Administración de Empresas, Escuela de Administración de Empresas, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú.
- Cot, C., & Miralles, L. (2014). Servicios básicos de floristería y atención al público. Madrid, España: IC Editorial.
- Duque oliva, E. (2009). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. INNOVAR revista de ciencias administrativas y sociales. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia (25, 64-80).
- El analista. (2014). MYPE, inclusión y desarrollo en el Perú. Extraído el 20 junio, 2016, de <http://www.elanalista.com/?q=node/195>

- El comercio (2016). El BCP venderá productos financieros a través de sus agentes. Extraído el 11 julio, 2016, de <http://elcomercio.pe/economia/dia-1/bcp-vendera-productos-financieros-traves-sus-agentes-noticia-1870249>
- Garde, J. (2008). La agencia estatal de evaluación de la calidad de los servicios y de las políticas publicas. Madrid, España: Instituto Nacional de Administración Pública.
- Gestión (2015). Agentes corresponsales realizan 16 millones de transacciones al mes. Extraído el 11 julio, 2016, de <http://gestion.pe/mercados/agentes-corresponsales-realizan-16-millones-transacciones-al-mes-2142873>
- Gitomer, J., & Zemke, R. (2014). ¡Wow! ventas. Nashville, TN: Grupo Nelson.
- Gosso, F. (2010). Hiper satisfacción del cliente. México: Panorama Editorial.
- Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa –28015. (2003). Presidencia de la República del Perú.
- López, J. (2009). Planificar la formación con calidad. Madrid, España: CISXPRAxis, S.A.
- MEF. (2014). Ley N° 30056. Extraído el 21 junio, 2016, de http://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_docman&Itemid=101588&lang=es&limitstart=30
- Mendoza, A. (2011). Tipos de MYPE. Extraído el 11 junio, 2016, de <http://www.scribd.com/doc/51302497/Tipos-de-MYPE>
- Miranda, F., Chamorro, A., & Rubio, S. (2009). Introducción a la gestión de la calidad. Madrid, España: Delta Publicaciones.
- Ñañaque, F. (2008). El impacto del sistema de corresponsalía bancaria del Banco de Crédito del Perú en las empresas constituidas como Agentes BCP en Lima Metropolitana. Tesis para optar el grado académico de Maestro en Contabilidad y Finanzas con mención en Dirección Financiera. Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas – Sección de Postgrado , Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Ongallo, C. (2014). La atención al cliente y el servicio postventa. Madrid, España: Ediciones Diaz de Santos.
- Roldán, L., Balbuena, J., & Muñoz, Y. (2010). Calidad de servicio y lealtad de compra del consumidor en supermercador limeños. Tesis para optar el grado académico de Magíster en Administración Estratégica de Empresas. Escuela de Graduados, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Sánchez, B. (2008). Las MYPE en Perú, su importancia y propuesta tributaria. Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos - QUIPUKAMAJO.
- Silva, R. (2009). Calidad en el servicio al cliente. Extraído el 21 junio, 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos66/calidad-servicio-cliente/calidad-servicio-cliente2.shtml>

- Viciano, A. (2014). Organización de procesos de venta. Málaga, España: IC Editorial.
- Vigil, Y. (2008). Formación, crecimiento y proyección de las MYPE. Extraído el 21 junio, 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos58/MYPE/MYPE2.shtml>
- Yamakawa, P., Del Castillo, C., Baldeón, J., Espinoza, L., Granda, J., & Vega, L. (2010). Modelo Tecnológico de Integración de Servicios de la MYPE peruana. Lima, Perú: Universidad Esan.
- Zeithaml, V., Parazuraman, A., & Berry, L. (2007). Calidad Total en la Gestión de Servicios. Madrid, España: Díaz de Santos.

Anexos

Anexo N° 01: Población

No	NOMBRE COMERCIAL	RUBRO	DISTRITO	DIRECCIÓN
1	BOTICAS VÍASALUD	BOTICA	CHIMBOTE	AV. JOSÉ PARDO N° 800
2	COMERCIAL BAZAR AMATISTA	BAZAR	NUEVO CHIMBOTE	AV. PACIFICO MZ-L2 LOT-21
3	FARMACIA AVILA	BOTICA	CHIMBOTE	AV. RUIZ #620
4	LA CASITA DEL REGALO	LIBRERÍA - BAZAR	NUEVO CHIMBOTE	JR. COISHCO MZ -D1 LOT-13
5	CORPORACION FAVISA	ABARROTOS - LICORERÍA	CHIMBOTE	JR. MANUEL RUIZ 645
6	CISESAC	VENTA DE CELULARES	CHIMBOTE	JR. VILLAVICENCIO N° 444
7	BAZAR Y MULTISERVICIOS STEFY	VENTA DE ÚTILES DE ESCRITORIO	CHIMBOTE	CERCADO CASCO URBANO JIRON MANUEL RUIZ NUMERO 224
8	NOVAGRO-AG SAC	VENTA DE FERTILIZANTES	CHIMBOTE	PPJJ EL PROGRESO AVENIDA JOSE GALVEZ NUMERO 744 MANZANA A LOTE 23
9	CONSTRUCTORA LA LLAVE EIRL	FERRETERÍA	SANTA	JR.RIO SANTA. N.336 CASCO URBANO
10	FOTO IMAGEN PREMIUM	ESTUDIO FOTOGRAFICO	CHIMBOTE	JIRÓN ELIAS AGUIRRE NRO 347
11	JUGUETERIA PLAY	JUGUETERÍA	CHIMBOTE	JIRÓN LEONCIO PRADO URBANIZACIÓN CASCO URBANO NRO 620
12	MULTISERVICIOS M & M	BODEGA - MULTISERVICIO	CHIMBOTE	JIRÓN MANUEL VILLAVICENCIO URBANIZACIÓN CASCO URBANO NRO 362
13	COMERCIAL BAZAR AMATISTA	BAZAR	CHIMBOTE	AV. PARDO 681 CASCO URBANO
14	LOCERIA Y JUGUETERIA SAMI	BAZAR	CHIMBOTE	JR. MANUEL RUIZ 560
15	FARMAQUIMICA SRL	BOTICA	SANTA	JR. RIO SANTA 479 - SANTA
16	FARMACIA BALTA	BOTICA	CHIMBOTE	AV JOSE BALTA 633 - CHIMBOTE
17	RESTAURANT NKANTOS	RESTAURANTE	CHIMBOTE	CASCO URBANO JIRON CARLOS DE LOS HEROS NRO 383
18	MULTISERVICIOS R&B	BODEGA - MULTISERVICIO	CHIMBOTE	ZONA CASCO URBANO JIRON MANUEL VILLAVICENCIO NRO 354

Anexo N° 2: Encuesta



UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

ESCUELA DE POST GRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado **“Gestión de la calidad de servicio y su impacto en la actividad de corresponsalía bancaria en las micro y pequeñas empresas asociadas como Agentes BCP en la provincia Del Santa, 2016”**.

La información que usted nos proporcionará será utilizada solo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

Región: Ancash

Provincia: Del Santa

Distrito: _____

Giro del negocio: _____

Nombre / Razón Social: _____

1. Tiempo de antigüedad del negocio:

- a. Menos de un año. b. Entre 1 y 3 años. c. Entre 3 y 4 años.
d. Entre 4 y 5 años. e. Más de 5 años.

2. Días de la semana que atiende:

- a. Lunes a viernes. b. Lunes a sábado. c. Lunes a domingo.

3. ¿Cuál es su horario de atención como negocio?

.....

4. Tiempo de estar asociado como Agente BCP:

- a. Menos de un año. b. Entre 1 y 3 años. c. Entre 3 y 4 años.
d. Entre 4 y 5 años. e. Más de 5 años.

5. ¿Cuál es su horario de atención como Agente BCP?

.....

6. La actividad de ser Agente BCP, ¿le ha representado necesidad de incrementar personal para su atención?

Si () No ()

En caso Si, cuantas personas tuvo que contratar? _____

7. ¿Quién atiende el Agente BCP?

- a. El mismo b. Un familiar c. Un tercero

8. En promedio, cuántas transacciones diarias realiza el Agente BCP?
- a. Menos de 100 b. Entre 100 y 200 c. Entre 200 y 300
d. Entre 300 y 500 e. Más de 500
9. Aproximadamente ¿cuánto es el monto de ingreso diario en el Agente BCP?
- a. Menos de S/ 500 b. Entre S/ 500 y S/ 1000
c. Entre S/ 1000 a S/ 3000 d. Más de S/ 3000
10. ¿Qué tipo de transacciones se realizan con mayor frecuencia en el Agente BCP?
- a. Retiros b. Depósitos c. Pago de servicios
d. Pago de créditos e. Transferencias de dinero
11. ¿Cuántos POS tiene?
- a. Uno b. Dos c. Tres d. Cuatro e. Cinco
12. ¿En qué le ha beneficiado ser un Agente BCP?
- a. Ser más conocido b. Más clientes c. Incremento ventas
d. Ingresos extras e. Otros: _____
13. ¿Qué riesgos considera que le representan el ser un Agente BCP?
- a. Temor a que le roben b. Clientes problemáticos
c. Billetes falsos d. Extornar (anular) operaciones
14. ¿De las personas que acuden a diario a su negocio, qué porcentaje considera que lo hacen para usar el Agente BCP?
- a. Menos del 10% b. Entre 10% y 25% c. Entre 25% y 50%
d. Entre 50% y 75% e. Más del 75%
15. ¿Con cuánta frecuencia diaria debe acudir al banco para realizar depósitos producto del Agente BCP?
- a. 1 vez o menos b. De 2 a 3 veces d. De 4 a 5 veces
e. Más de 5 veces
16. ¿Considera Ud. que la persona que atiende el Agente BCP cuenta con los conocimientos suficientes para absolver consultas y dudas de los usuarios?
- Si () No ()
17. ¿Cómo evalúa Ud. la actividad del Agente BCP en su negocio?
- a. Genera ingresos extras b. Me da igual
c. Quita tiempo d. Distrae la actividad del negocio
18. En general ¿Cuál es el nivel de satisfacción que percibe por los resultados que le viene dando el Agente BCP?
- Totalmente satisfecho() Muy satisfecho () Satisfecho ()
Poco satisfecho () Nada satisfecho ()

19. ¿Considera Ud. que la calidad de servicio tiene influencia en la concurrencia de público para usar el Agente BCP?
- Si () No ()
20. ¿Qué pauta de calidad aplica con mayor énfasis en la atención del Agente BCP?
- a. Amabilidad b. Rapidez
c. Satisfacción al cliente d. Simplicidad
21. ¿Qué atributo considera Ud. que es el más valorado por los usuarios del Agente BCP?
- a. Horario de atención b. Ubicación geográfica c. Evitar ir al banco
d. Variedad de operaciones e. Montos por operación
22. ¿Considera Ud. que su negocio tiene las condiciones de infraestructura adecuadas para la atención del Agente BCP?
- Si () No ()
23. ¿Los materiales publicitarios para la difusión del Agente BCP (folletos, volantes, banners, etc) son visualmente atractivos?
- Si () No ()
24. ¿El Agente BCP interfiere en la atención de sus clientes?
- Si () No ()
25. Si llegan personas a usar el Agente BCP y al mismo tiempo clientes a comprar sus productos ¿A quién brinda Ud. preferencia?
- a. Al Agente BCP b. A mi negocio