



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS  
Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

TÍTULO:

GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE  
DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPES  
EN EL RUBRO, AGENTES BANCARIOS, Y  
PROPUESTA DE MEJORA, DISTRITO DE  
CALLERIA, AÑO 2017.

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO  
PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

Bach. Ana Rosa Murayari Marichi

ASESOR:

Mba. Crysber Moisés Valdiviezo Saravia

PUCALLPA– PERÚ

2017

**TÍTULO:**

“GESTIÓN DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPES EN EL RUBRO, AGENTES BANCARIOS, Y PROPUESTA DE MEJORA, DISTRITO DE CALLERIA, AÑO 2017.”

## **JURADO EVALUADOR**

---

Mgtr. Sergio Ortiz García

**SECRETARIO**

---

Mgtr. José Luis Meza Salinas

**MIEMBRO**

---

Dr. Geider Grandes García

**PRESIDENTE**

---

Mba. Crysber Moisés Valdiviezo Saravia

**ASESOR**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por brindarme vida y salud,  
a la Universidad por ser mi casa de  
estudios, a cada uno de los docentes  
y asesor, quienes me brindaron sus  
mejores enseñanzas y fueron  
ejemplo para lograr mis objetivos.

## **DEDICATORIA**

A mi gran familia, por ser pieza fundamental en mi crecimiento personal y profesional y quienes son mi mayor motivación para cada paso firme y decidido en mi vida.

## RESUMEN

En el presente trabajo de investigación se planteó el siguiente problema: ¿Cuáles son las características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente de las MYPES en el rubro, Agentes Bancarios, ciudad de Pucallpa, distrito de Callería, año 2017?, en ese sentido se planteó el siguiente objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente de las MYPES en el rubro, Agentes Bancarios, ciudad de Pucallpa, distrito de Callería, año 2017. Para su desarrollo, se utilizó el tipo de investigación No experimental y nivel de investigación descriptiva, con un diseño que corresponde al descriptivo simple; así como, se trabajó con una población y muestra constituida por 15 propietarios o representantes legales de las MYPES en el rubro, Agentes Bancarios, de la ciudad de Pucallpa. La recopilación de la información de la variable de estudio se realizó mediante un cuestionario con escala valorativa. La información recopilada se registró y procesó utilizando el programa SPSS V19, a partir de lo cual se presentan los resultados en tablas y gráficos de barras de frecuencias. Los resultados indican que el nivel de la característica de la gestión de la calidad de los agentes bancarios (confiabilidad), es Regular (46.7%), el nivel de las características de responsabilidad de atención al cliente de los agentes bancarios, es Regular (53.3%), el nivel de las características de seguridad de atención al cliente de los agentes bancarios, es Regular (46.7%), el nivel de las características de empatía de atención al cliente de los agentes bancarios, es Regular (60%) y el nivel de las características de bienes tangibles de atención al cliente de los agentes bancarios, Regular (53.3%).

**Palabras clave:** Gestión de calidad, Enfoque de atención al cliente, Agentes bancarios.

## ABSTRACT

In the present research work the following problem was raised: What are the characteristics of the Quality Management under the Customer Service approach of the MYPES in the Banking Agents category, city of Pucallpa, Callería district in 2017? Set out the following general objective, to determine the main characteristics of the Quality Management under the Customer Service approach of the MYPES in the category of Banking Agents, city of Pucallpa Callería district in 2017. For its development, we used the type of research Non-experimental and level of descriptive research, with a design that corresponds to the simple descriptive; as well as working with a population and sample consisting of 15 owners or legal representatives of the MYPES in the area of Banking Agents, in the city of Pucallpa. The collection of information on the study variable was done using a questionnaire with a value scale. The information collected was recorded and processed using the SPSS V19 program, from which results are presented in tables and bar graphs of frequencies. The results indicate that the level of the quality characteristic of the banking agents (reliability), is Regular (46.7%), the level of customer service responsibility characteristics of the banking agents, is Regular (53.3% (46.7%)), the level of customer service empathy characteristics of bank agents, is Regular (60%) and the level of the tangible goods customer service characteristics of the banking agents, Regular (53.3%).

**Key words:** Quality management, Customer service approach, Banking agents.

## CONTENIDO

1. Título de la tesis.....	II
2. Hoja de firma del jurado evaluador .....	III
3. Agradecimiento/Dedicatoria.....	IV
4. Resumen/Abstract.....	V
5. Contenido.....	VII
6. Índice de gráficos, tablas y cuadros .....	VIII
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>02</b>
<b>II. REVISIÓN DE LITERATURA .....</b>	<b>08</b>
2.1 Antecedentes .....	08
2.2 Bases teóricas .....	12
2.3 Marco conceptual .....	15
<b>III. HIPOTESIS.....</b>	<b>26</b>
<b>IV. METODOLOGÍA.....</b>	<b>27</b>
4.1 Diseño de la investigación.....	27
4.2 Población y muestra.....	28
4.3 Definición y operacionalización de variables.....	29
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	31
4.5 Plan de análisis .....	31
4.6 Matriz de consistencia .....	33
4.7 Principios éticos.....	33
<b>V. RESULTADOS .....</b>	<b>34</b>
5.1 Resultados.....	34
5.2 Análisis de los resultados .....	62
<b>VI. CONCLUSIONES .....</b>	<b>64</b>
Aspectos complementarios.....	66
Referencias bibliográficas .....	72
Anexos.....	76



## INDICE DE GRAFICOS, TABLAS Y CUADROS

<b>TABLAS</b>	<b>PAG.</b>
<b>TABLA N° 01:</b> Nivel de las características de la gestión de la calidad de los agentes bancarios ubicados en el Distrito de Sullana año 2017.	36
<b>TABLA N° 02:</b> P01: El tiempo que se tarda en realizar una operación en los agentes bancarios, es menor al que se realiza en oficinas del banco.	37
<b>TABLA N° 03:</b> P02: Cuándo se presentan inconvenientes de transferir dinero a cuentas de otros, existen las herramientas necesarias en los agentes bancarios para resolver el problema	38
<b>TABLA N° 04:</b> P03: Cuándo se brinda el servicio de transacción en los agentes bancarios, este se da, de manera eficaz y rápida en el primer intento	39
<b>TABLA N° 05:</b> P04: Los servicio que se brinda mediante los agentes bancarios, se cumplen con rapidez	40
<b>TABLA N° 06:</b> P05: Los colaboradores de los agentes bancarios, suelen brindar información en cuanto a los horarios que se brinda la atención de los diferentes servicios	41
<b>TABLA N° 07:</b> Nivel de las características de responsabilidad de la atención al cliente de los agentes bancarios ubicados en el Distrito de Sullana año 2017.	42
<b>TABLA N° 08:</b> P06: Los empleados de los agentes bancarios le brindan el servicio con Rapidez	43
<b>TABLA N° 09:</b> P07: Los colaboradores de los agentes bancarios siempre se muestran dispuestos a ayudarlo	44
<b>TABLA N° 10:</b> P08: Los Colaboradores de los agentes bancarios son cortés de manera consistente con usted.	45

<b>TABLA N° 11:</b> Nivel de las características de seguridad de la atención al cliente de los agentes bancarios ubicados en el Distrito de Sullana año 2017.	46
<b>TABLA N° 12:</b> P09: El comportamiento de los colaboradores de los agentes bancarios le inspira confianza	47
<b>TABLA N° 13:</b> P10: Al hacer uso de los servicios de los agentes bancarios se siente usted seguro	48
<b>TABLA N° 14:</b> P11: Los empleados de los agentes bancarios tratan a los clientes con Cortesía	49
<b>TABLA N° 15:</b> P12: Los empleados de los agentes bancarios cuentan con el conocimiento para responder las consultas de los clientes	50
<b>TABLA N° 16:</b> Nivel de las características de Empatía de la atención al cliente de la gestión de calidad de los agentes bancarios ubicados en el Distrito de Sullana año 2017.	51
<b>TABLA N° 17:</b> P13: Los colaboradores de los agentes bancarios brindan atención individual	52
<b>TABLA N° 18:</b> P14: Los agentes bancarios cuentan con personal que brindan atención Personalizada	53
<b>TABLA N° 19:</b> P15: Los agentes bancarios se ocupan de cuidar los intereses de sus Clients	54
<b>TABLA N° 20:</b> P16: Los empleados entienden las necesidades específicas de sus clientes	55
<b>TABLA N° 21:</b> Nivel de las características de los bienes tangibles de la atención al cliente de los agentes bancarios ubicados en el Distrito de Sullana año 2017.	56
<b>TABLA N° 22:</b> P17: Los agentes bancarios poseen equipos tecnológicos de aspecto moderno.	57

<b>TABLA N° 23:</b> P18: Las instalaciones físicas de los agentes bancarios son visualmente Atractivas	58
<b>TABLA N° 24:</b> P19: La presentación de los empleados es adecuada y formal	59
<b>TABLA N° 25:</b> P20: Los materiales asociados con el servicio (como mobiliario) de los agentes bancarios son cómodos y suficientes para la espera de atención al cliente	60
<b>TABLA N° 26:</b> P21: Los horarios de atención de los agentes bancarios son flexibles para sus clientes	61

## GRAFICOS

	<b>PAG.</b>
<b>GRAFICO N° 01:</b> Nivel de las características de la gestión de la calidad de los agentes bancarios ubicados en el Distrito de Sullana año 2017.	36
<b>GRAFICO N° 02:</b> P01: El tiempo que se tarda en realizar una operación en los agentes bancarios, es menor al que se realiza en oficinas del banco.	37
<b>GRAFICO N° 03:</b> P02: Cuándo se presentan inconvenientes de transferir dinero a cuentas de otros, existen las herramientas necesarias en los agentes bancarios para resolver el problema	38
<b>GRAFICO N° 04:</b> P03: Cuándo se brinda el servicio de transacción en los agentes bancarios, este se da, de manera eficaz y rápida en el primer intento	39
<b>GRAFICO N° 05:</b> P04: Los servicio que se brinda mediante los agentes bancarios, se cumplen con rapidez	40
<b>GRAFICO N° 06:</b> P05: Los colaboradores de los agentes bancarios, suelen brindar información en cuanto a los horarios que se brinda la atención de los diferentes servicios	41
<b>GRAFICO N° 07:</b> Nivel de las características de responsabilidad de la atención al cliente de los agentes bancarios ubicados en el Distrito de Sullana año 2017.	42
<b>GRAFICO N° 08:</b> P06: Los empleados de los agentes bancarios le brindan el servicio con Rapidez	43
<b>GRAFICO BLA N° 09:</b> P07: Los colaboradores de los agentes bancarios siempre se muestran dispuestos a ayudarlo	44
<b>GRAFICO N° 10:</b> P08: Los Colaboradores de los agentes bancarios son cortés de manera consistente con usted	45
<b>GRAFICO N° 11:</b> Nivel de las características de seguridad de la atención al cliente de los agentes bancarios ubicados en el Distrito de Sullana año 2017.	46

<b>GRAFICO N° 12:</b> P09: El comportamiento de los colaboradores de los agentes bancarios le inspira confianza	47
<b>GRAFICO N° 13:</b> P10: Al hacer uso de los servicios de los agentes bancarios se siente usted seguro	48
<b>GRAFICO N° 14:</b> P11: Los empleados de los agentes bancarios tratan a los clientes con Cortesía	49
<b>GRAFICO N° 15:</b> P12: Los empleados de los agentes bancarios cuentan con el conocimiento para responder las consultas de los clientes	50
<b>GRAFICO N° 16:</b> Nivel de las características de Empatía de la atención al cliente de la gestión de calidad de los agentes bancarios ubicados en el Distrito de Sullana año 2017.	51
<b>GRAFICO N° 17:</b> P13: Los colaboradores de los agentes bancarios brindan atención Individual	52
<b>GRAFICO N° 18:</b> P14: Los agentes bancarios cuentan con personal que brindan atención Personalizada	53
<b>GRAFICO N° 19:</b> P15: Los agentes bancarios se ocupan de cuidar los intereses de sus Clients	54
<b>GRAFICO N° 20:</b> P16: Los empleados entienden las necesidades específicas de sus Clients	55
<b>GRAFICO N° 21:</b> Nivel de las características de los bienes tangibles de la atención al cliente de los agentes bancarios ubicados en el Distrito de Sullana año 2017.	56
<b>GRAFICO N° 22:</b> P17: Los agentes bancarios poseen equipos tecnológicos de aspecto Modern	57
<b>GRAFICO N° 23:</b> P18: Las instalaciones físicas de los agentes bancarios son visualmente atractivas	58

<b>GRAFICO N° 24:</b> P19: La presentación de los empleados es adecuada y formal	59
<b>GRAFICO N° 25:</b> P20: Los materiales asociados con el servicio (como mobiliario) de los agentes bancarios son cómodos y suficientes para la espera de atención al cliente	60
<b>GRAFICO N° 26:</b> P21: Los horarios de atención de los agentes bancarios son flexibles para sus clientes	61

#### **TABLAS**

<b>TABLA N°01:</b> Operalización de variables	29
<b>TABLA N°02:</b> Matriz de consistencia	33

## I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo que lleva como Título: “Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las MYPES en el rubro de agentes bancarios, y propuesta de mejora, Distrito de Callería, año 2017”. Tiene como pregunta de investigación:

¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente de las MYPES en el rubro Agentes Bancarios y sus mejoras? El objetivo general de investigación es: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente de las MYPES en el rubro Agentes Bancarios y propuestas de mejora. Distrito de Callería- año 2017.

La investigación será de tipo descriptiva – no experimental, el nivel de investigación será cuantitativo y se analizará a una muestra de 10 MYPE del rubro antes mencionado.

Actualmente las empresas son altamente competitivas y buscan diferenciarse antes los otros en distintos aspectos, teniendo en cuenta al cliente como el centro de la organización a quien buscan prestar el mejor servicio para mantenerlo siempre satisfecho. Esto hace que los clientes sean cada vez más exigentes y busquen estándares de calidad cada vez más óptimos.

Por otro lado, la investigación se justifica porque permitirá determinar a nivel exploratorio y descriptivo la caracterización de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente de las MYPES en el rubro Agentes Bancarios. También el presente estudio nos servirá para realizar estudios similares en los diferentes sectores relacionados con la Atención al Cliente.

El desarrollo de esta investigación consta de siete capítulos detallados a continuación: El primer capítulo (1), referido al título del proyecto de investigación.

El segundo capítulo (2), referido al contenido del proyecto de investigación.

El tercer capítulo (3), referido a la introducción, consta de información relevante para el estudio, objetivos, metodología y una breve justificación.

El cuarto capítulo (4), referido al planeamiento de la tesis, consta de la caracterización y enunciado del problema, la formulación de objetivos general y específicos.

El quinto capítulo (5), referido al marco teórico y conceptual, el cual está constituido por los antecedentes de la investigación, las bases teóricas y conceptuales, estas a su vez referidas a cada una de las variables en investigación.

El sexto capítulo (6), está constituido por el marco Metodológico, el cual señala detalles referidos al Tipo y Diseño de Investigación, población y muestra a utilizar, Sistema de Variables y su Operacionalización, Del mismo modo se describe el Formato de Recolección de Datos y la Técnica empleada, el proceso que permite dar Validez al Instrumento con el cual recaba información para el diagnóstico de la situación actual de la organización en estudio y los procedimientos o fases de la investigación.

El séptimo capítulo (7), consta de las referencias bibliográficas y los anexos.



## **1.1 PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACION**

### **1.1.1 Planteamiento del problema**

#### **1.1.2 Caracterización del problema:**

En la actualidad existe una gran demanda de servicios bancarios, donde diversas entidades financieras compiten arduamente por mantener una mayor cuota de mercado. Y las personas, que cada vez demandan más servicios financieros, buscan un banco que se acomode mejor a sus necesidades, que les ofrezca mejores tasas de interés, rapidez en la atención, entre otros factores que incrementen su nivel de satisfacción con relación al servicio. (Iparraguirre, 2015)

La importancia de la calidad de servicio cada vez cobra más credibilidad porque es el medio propicio que nos permite modular el concepto de mejora continua en una empresa. Por ello, la calidad del servicio constituye un factor determinante clave para avalar el buen cometido empresarial en la búsqueda de la satisfacción del cliente y la mejora continua de procesos y resultados.

En este contexto, el cliente se constituye en la razón de ser de la empresa. En consecuencia, la empresa que pretende permanecer competitiva en el mercado tiene que preocuparse de satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes. Para ello, se hace necesario identificar y solucionar problemas a través de la mejora continua en todos sus procesos.

En el Perú, se observa defectuosa gestión de calidad en las MYPES de servicios, lo que provoca una emulación sin esfuerzos, una débil competitividad interna y externa, en donde no se fructifica al máximo el rendimiento de los recursos disponibles como el

capital, personal, materiales, tecnologías, conocimientos, habilidades, otros. Existen innumerables MYPES que no se encuentran involucradas en el proceso de gestión de calidad y por ende, no se encuentran preparadas organizacionalmente, logísticamente, económicamente y técnicamente para atender al cliente de una manera satisfactoria.

Los innegables avances tecnológicos, el proceso de globalización han abierto nuevos mercados, se han descentralizado las inversiones, han generado nuevos hábitos de demanda de los servicios; creando nuevos desafíos de competitividad en las empresas peruanas, siendo una de ellas los agentes bancarios, las cuales se encuentran distribuidas en todo el país, que sin ser parte del sistema financiero ni pertenecer al Grupo Crédito, realizan avenencias financieras a pequeña escala, entre las principales operaciones que son las siguientes: Depósitos, Retiros, Pagos de Servicios (luz, agua, teléfono, otros).

Sin embargo, en las MYPES que son agentes bancarios se encuentran con una serie de elementos que limitan crecimiento y desarrollo; así por ejemplo: limitadas capacidades gerenciales, desarticulación empresarial, falta de capital oportuno de trabajo, ausencia de programación estratégica, falta de responsabilidad social, ausencia de una óptima mezcla comercial, limitado número de clientes.

Esta realidad no es ajena, el distrito de Callería donde se observa que las mypes que dan el servicio de agentes bancarios, no atiende al cliente en horarios corridos, tienen escaso movimiento económico y por lo tanto no tienen la disponibilidad de dinero para realizar las transacciones de retiro, en ocasiones la atención no es la adecuada; asimismo, la atención generalmente no es inmediata porque a la vez, están brindando otros servicios o venden productos. También, se observa que generalmente no existe mobiliario para los clientes esperen cómodamente la atención.

En ese contexto, es importante recopilar información válida y confiable con el propósito de determinar y analizar la situación actual de la gestión de calidad, desde la perspectiva de los clientes de los agentes bancarios MYPES distrito de Callería con la finalidad de elaborar una propuesta de mejora.

**a) Enunciado del problema:**

¿Cuál es el nivel de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las MYPES en el rubro, Agentes Bancarios, y su propuesta de mejora, distrito de Callería, año 2017?

**1.2 Objetivos de la investigación:**

**1.2.1 Objetivo general:**

Para responder a la siguiente interrogante se plantea como objetivo general:

Determinar el nivel de la gestión de calidad, bajo el enfoque de atención al cliente de las MYPES en el rubro, Agentes Bancarios, y su propuesta de mejora, distrito de Callería, año 2017.

**1.2.2 Objetivos específicos:**

- ✓ Especificar las características de los agentes bancarios ubicados en el distrito de Callería, año 2017.
- ✓ Determinar el nivel de las características de la gestión de la calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las MYPES en el rubro, Agentes Bancarios, distrito de Callería, año 2017.
- ✓ Elaborar propuesta de mejora de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las MYPES en el rubro, Agentes Bancarios, distrito de

Callería, año 2017.

### **1.3 Justificación de la investigación:**

El presente estudio de investigación se justifica porque permitió estipular a nivel exploratorio y descriptivo la caracterización de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente de las MYPES en el rubro Agentes Bancarios y propuestas de mejora, Distrito de Callería-Provincia de Coronel Portillo año 2017. También el presente estudio nos sirvió para realizar estudios similares en los diferentes sectores relacionados con la Atención al Cliente.

Económicamente permitirá al microempresario mejorar sus ingresos, esto se deberá a la buena atención que brindara a los clientes que prefieren los servicios de los agentes bancarios. Por ello, se realizó un diagnóstico de las MYPE en el Distrito de Callería-Provincia de Coronel Portillo, donde por medio de la aplicación de encuestas y mediante el análisis e interpretación respectiva, se muestra el panorama de la situación actual de las mismas.

**Justificación social:** Socialmente este estudio se justifica porque dará a conocer al distrito de Callería cuál es el nivel actual de la calidad de servicio de los agentes bancarios MYPES permitiendo dar el conocimiento necesario para la toma de decisiones de mejoramiento del servicio.

**Justificación profesional:** Se justifica profesionalmente porque me permitirá obtener el título profesional de Licenciada en Administración

**Justificación académica:** El estudio podrá ser usado como fuente y base para otros

estudios similares dentro del mismo rubro u otros rubros de los distintos sectores de servicio dentro de Pucallpa u otros ámbitos geográficos.

**Justificación institucional:** Beneficiará a la MYPE del servicio rubro agente bancario, puesto que al conocer las principales deficiencias de la calidad de servicio se establecerá una propuesta de mejora de la calidad de servicio.

**Justificación metodológica:** La metodología empleada va a permitir a través de un cuestionario obtener datos reales y confiables que darán como resultado el nivel de la calidad de servicio actual en los agentes bancarios del distrito de Callería.

## **II. REVISION DE LA LITERATURA**

### **2.1 Antecedentes**

#### **2.1.1 Internacionales:**

**Merino (1999)**, en su tesis titulada “La Calidad de Servicio Bancario: Entre la Fidelidad y la Ruptura.”, realizada en la Universidad Complutense de Madrid, cuyo objetivo fue Analizar la calidad de servicio Bancario. La investigación se realizó utilizando un tipo de investigación no experimental, para la recopilación de la información se utilizó el análisis documental, con un diseño descriptivo y una muestra integrada por clientes de la empresa.

El estudio concluye que la calidad de servicio, una vez consolidados los estándares suficientes, continúa siendo un importante elemento higienizador dentro del sistema de retención de la clientela, lo que obliga al mantenimiento y profundización de los planes de calidad, aunque sin carácter prioritario.

**Herrera (2015)**, en su investigación denominada “La gestión de la calidad por procesos y la creación de una ventaja competitiva en la empresa ImporQuiven S.A en la Ciudad de Ambato, realizada en la Universidad Técnica De Ambato Facultad de Ciencias Administrativas. – Ecuador; cuyo objetivo fue analizar la gestión de la calidad por procesos y la creación de una ventaja competitiva en la empresa.

El estudio se realizó utilizando un tipo de investigación no experimental y con un diseño descriptivo y la muestra estuvo conformada por clientes de la empresa, la técnica de recopilación de la información se utilizó a la encuesta y como instrumento a un cuestionario con escala valorativa.

El estudio concluye que todo sistema de calidad en la atención al cliente se implanta

para asegurar que se cumplan las políticas de calidad total de la organización y debe tener en cuenta el servicio que se va a suministrar al cliente y el proceso de entrega del servicio al cliente. Además, para lograr la calidad en la atención al cliente se debe tener en cuenta la prestación que busca el cliente y la experiencia que vive en el momento que hace uso del servicio. Una de las claves que asegura una buena calidad en el servicio consiste en satisfacer o sobrepasar las expectativas que tienen los clientes respecto a la empresa.

**Requena (2007)**, en su estudio denominado “La calidad de servicio desde la perspectiva de clientes y auto – percepción de empresas de captación de talento”, Realizada en la Universidad Católica, Andrés Bello Facultad De Ciencias Económicas Y Sociales - Venezuela; cuyo objetivo fue abalzar la calidad de servicio desde la perspectiva de clientes y auto – percepción de empresas. En el desarrollo de la investigación se utilizó un tipo de investigación no experimental y con un diseño descriptivo y la muestra estuvo conformada por clientes de la empresa u trabajadores de la Empresa, la técnica de recopilación de la información se utilizó a la encuesta y como instrumento a un cuestionario con escala valorativa. El estudio concluye que la calidad de servicio es la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones en función de la tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

### **2.1.2 Nacionales:**

**Mori & Zavaleta (2014)**, en su tesis titulada “Influencia de la Calidad del Servicio al Cliente en el Nivel de Ventas de Tiendas de Cadenas Claro Tottus - Mall, de la Ciudad

de Trujillo 2014”, realizada en la universidad de Universidad Privada Antenor Orrego en Trujillo- Peru, cuyo objetivo fue determinar la Influencia de la Calidad del Servicio al Cliente en el Nivel de Ventas de Tiendas de Cadenas Claro Tottus - Mall, de la Ciudad de Trujillo 2014.

El estudio se realizó utilizando un tipo de investigación no experimental, cuantitativa y con un diseño correlacional, la muestra estuvo conformada por clientes de la empresa, la técnica de recopilación de la información fue la encuesta y como instrumento a un cuestionario con escala valorativa.

El estudio concluye que la calidad del servicio brindada en la cadena de Tiendas CLARO- TOTTUS influye de manera directa en el nivel de ventas lo cual implica que si existe una buena calidad de servicio esto repercute en el incremento del nivel de ventas. La evaluación de las dimensiones de calidad de servicio, en términos de infraestructura moderna, confiabilidad, empatía, respuesta tiene un impacto positivo en los clientes, debido a que confían en los productos ofertados y son escuchados ante cualquier duda que tengan sobre los productos por parte de los promotores de ventas.

**Roldán (2010)**, en su tesis titulada “Calidad de Servicio y Lealtad de Compra del Consumidor en Supermercados Limeños”, realizada en La Pontificia Universidad Católica del Perú Escuela de Graduados – Lima; cuyo objetivo fue de terminar la relación entre la calidad de Servicio y Lealtad de Compra del Consumidor en Supermercados Limeños.

La investigación se realizó utilizando un tipo de investigación no experimental, cuantitativa y con un diseño correlacional, la muestra estuvo conformada por clientes de la empresa, para la recopilación de la información se utilizó a la encuesta y como



instrumento a un cuestionario con escala valorativa.

El estudio concluye que hay una fuerte asociación entre la calidad de servicio percibida por el cliente y su lealtad de compra, lo cual no se pudo demostrar a nivel de cada supermercado limeño, debido a que las características de la muestra no permitieron realizar algún tipo de análisis comparativo.

### **2.1.3 Regionales:**

**Pérez, C. (2014)**, en su tesis denominada “La Calidad del Servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la Empresa Restaurante Campestre SAC“, realizado en la Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo Facultad de Ciencias Empresariales – Chiclayo- Perú, cuyo objetivo fue determinar la influencia de la Calidad del Servicio al cliente en los resultados económicos y financieros de la Empresa.

La investigación se realizó utilizando un tipo de investigación no experimental, cuantitativa y con un diseño correlacional, la muestra estuvo conformada por clientes de la empresa, la técnica de recopilación de la información fue la encuesta y como instrumento a un cuestionario con escala valorativa.

El estudio concluye que en la actualidad las empresas para que logren obtener una identificación propia deben enfocarse en la Calidad del Servicio al Cliente, con el cambio constante de la prestación de servicios y la innovación se tiene que lograr que los clientes se encuentren satisfechos, más aún si es un Restaurante donde la calidad es un factor primordial en la empresa.

## **2.2 Marco teórico**

### **2.2.1 Gestión de la calidad bajo el enfoque del cliente.**

#### **2.2.1.1 Definición:**

Es un conjunto de variables notables para la puesta en práctica de una serie de principios, prácticas y técnicas para la mejora de la calidad (Fuentes, 2002). Así pues, el contenido de los distintos enfoques de Gestión de la Calidad se distingue por tres dimensiones:

- ✓ Los principios que asumen y que guían la acción organizativa.
- ✓ Las prácticas –actividades– que reúnen para llevar a la práctica estos principios.
- ✓ Las técnicas que intentan hacer efectivas estas prácticas.

Es decir la Gestión de Calidad es una herramienta que le permite a cualquier organización planear, ejecutar y controlar acciones de mejoramiento de la calidad para mantener satisfecho a los clientes.

#### **2.2.1.2 Calidad:**

La palabra calidad tiene múltiples significados. Una visión actual del concepto de calidad indica que calidad es entregar al cliente no lo que quiere, sino lo que nunca se había imaginado que quería y que una vez que lo obtenga, se dé cuenta que era lo que siempre había querido.

Las definiciones formales de organizaciones reconocidas y expertos del mundo de la calidad son:

- Real academia española (RAE, 2007): “propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permiten apreciarla como igual, mejor o peor que las

restantes de su especie”

- Norma ISO 900: “calidad: grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos”

Sin embargo, el término calidad según Vásquez (2007) debería ser comprendido por los gerentes, administradores y funcionarios de las organizaciones actuales como el logro de la satisfacción de los clientes a través del establecimiento adecuado de todos sus requisitos y el cumplimiento de los mismos con procesos eficientes, que permita así a la organización ser competitiva en la industria y beneficie al cliente con precios razonables.

### **2.2.1.3 Servicio:**

Las definiciones que proponen reconocidos expertos con la finalidad de brindar una descripción de lo que es un servicio son las siguientes:

**Kotler, Bloom & Hayes (2004):** "Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico”.

**Berry (1989):** “Un servicio es, a diferencia de los productos, una actividad o una serie de prestaciones (procesos) que el cliente espera recibir para obtener una satisfacción, y por lo cual está dispuesto a pagar un determinado precio. Luego, un servicio no tiene proceso de fabricación, es decir, a diferencia del producto, es de carácter intangible y no se puede almacenar, por lo que se produce y consume al mismo tiempo, entonces el usuario participa activamente en la generación de dicho proceso, en donde experimenta el servicio que requiere. De manera que los servicios se caracterizan por ser intangibles, heterogéneos, inseparabilidad y caducidad”.

**Lovelock (2009)** define el servicio como “una actividad económica que implica desempeños basados en tiempo que buscan obtener o dar valor a cambio de dinero, tiempo y esfuerzo sin implicar la transferencia de propiedad”. En este sentido, también involucra tres elementos alrededor del servicio: acciones, procesos y ejecuciones.

Teniendo en cuenta las anteriores propuestas, se puede decir que los servicios son actividades identificables, intangibles y percederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes.

#### **2.2.1.4 Calidad de servicio:**

La calidad de servicio es un concepto difícil de definir y complejo de medir (Parasuraman et. al, 1985), varios autores han tratado de definirla. Lehtinen y Lehtinen (1982) indicaron que la calidad del servicio ocurre durante la entrega del servicio mismo, mediante la interacción entre el cliente y la persona de contacto de la empresa que ofrece el servicio. Estos autores sostuvieron que existen tres dimensiones de calidad:

- (a) calidad física, referida al aspecto físico (instalaciones por ejemplo).
- (b) calidad corporativa, que involucra la imagen de la empresa.
- (c) calidad interactiva, que resulta de la interacción entre el personal de servicio de la

empresa y el cliente.

Por otro lado, Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988) establecieron que la calidad de servicio se basa en el paradigma de la disconformidad y la conceptualizaron como el resultado de comparar la percepción por el servicio recibido versus la expectativa del consumidor.

### **Expectativas de los clientes**

Según **Berry (1994)**, las expectativas del cliente "Son actitudes que éste asume con respecto a una compañía". Estas se relacionan con el producto; con el servicio prestado y con el profesionalismo de los que ejercen el contacto con el cliente. Cuando se recurre a una compañía por primera vez, las expectativas pueden ser muy altas al no tener ningún precedente adverso. Las expectativas del cliente, es, lo que esperan los clientes de su proveedor que sería lo siguiente: La mejor calidad del producto o del servicio, al menor coste, acompañado de un buen servicio, entregado a tiempo y que sea flexible para atender las especiales o urgentes necesidades del cliente. En síntesis las expectativas de los clientes son los estándares o puntos de referencia que los clientes obtienen. Consiste en lo que cree que debe de suceder o lo que sucederá.

**Horovitz, (1990)**, sostiene que "El cliente evalúa el desempeño de la organización de acuerdo con el nivel de satisfacción que obtuvo al compararlo con sus expectativas.

Para superar las expectativas de los clientes, Avellano (1993) determina que para lograr romper esta barrera se debe establecer una relación con el cliente una relación que la vivimos día a día la relación ganar-ganar este enfoque permite superar las expectativas del cliente El servicio esperado representa la expectativa de nivel de servicio que se obtendrá. Esta expectativa se forma a partir de varios factores, fundamentalmente: las

necesidades personales, la comunicación boca a boca, la experiencia anterior y la comunicación externa que realiza la empresa con sus clientes (Avellano ,1993).

- Las necesidades personales determinan el nivel de calidad pretendido, ya que el cliente que recurre a un determinado servicio espera que el mismo satisfaga su necesidad específica. En el caso de un servicio de asistencia médica, en una situación de emergencia el cliente espera una reacción inmediata y personalizada, más de los antecedentes de la institución.

La comunicación boca a boca es lo que otros consumidores expresan acerca del nivel de calidad; los comentarios recibidos a partir de la experiencia de otras personas forjan las expectativas personales del consumidor sobre el servicio a recibir.

- La experiencia anterior es la acumulación de experiencias del propio consumidor con el mismo servicio o con otros similares.
- La comunicación externa que realiza la empresa con los clientes se manifiesta a través de la publicidad, los comentarios de los vendedores y del personal de contacto, la folletería y las promesas implícitas, como son las instalaciones suntuosas y los precios elevados, que sugieren una alta calidad del servicio.

### **Percepción de los clientes**

De acuerdo a Kotler (2001), define la percepción como el proceso mediante el cual el individuo selecciona, organiza e interpreta la información que recibe para crear una imagen del mundo con significado. A tal respecto, se establecen los siguientes elementos que detallan la impresión de los clientes cuando reciben un servicio.

Se refiere a cómo valoran los clientes la calidad del servicio y su grado de satisfacción.

Toda percepción está siempre relacionada con las expectativas del servicio que tiene el

cliente. Estas expectativas son dinámicas, luego su evaluación varía a lo largo del tiempo y de una persona a otra. Las percepciones se centran en la calidad y satisfacción del servicio, no en como tendría que ser éste. En síntesis, las Percepciones son evaluaciones subjetivas reales de la experiencia del servicio. Es lo que el cliente realmente vive con el servicio.

Por ello, debemos identificar los atributos más significativos que configuran la percepción del consumidor. Un aspecto esencial en la percepción es el tiempo. Especialmente en ciertos servicios la percepción se determina en buena medida dependiendo del tiempo de espera para obtener el servicio. En ese sentido Kotler (2001), manifiesta que los elementos importantes de la percepción son: la satisfacción de sus necesidades, costo, tiempo y las ventajas. Así como, manifiesta que para la gestión de las percepciones de los clientes se tiene que tener las siguientes consideraciones: anticiparse a las expectativas, el cliente se mueve por percepciones de la realidad, sus percepciones son para él la realidad, los clientes compran soluciones no servicios y garantizar al cliente nuestro nivel de servicio.

El servicio percibido, es decir, el que el cliente siente que obtiene, dependerá fundamentalmente del propio servicio, o sea del servicio entregado por la empresa. Si los clientes realizaran una evaluación absolutamente objetiva, no tendría sentido distinguir entre servicio entregado y percibido. En este sentido, la imagen pre - existente de una marca influye en la percepción. Cuando es favorable, el cliente tenderá a interpretar las fallas como errores excepcionales, “la excepción que confirma la regla”. Pero si es negativa, será menos tolerante a los errores y éstos le serán más visibles ya que confirman sus creencias previas.

El servicio a entregar es previamente detallado por los responsables (servicio especificado). Idealmente, la empresa individualiza el servicio que el personal debe entregar y, también idealmente, el personal entrega el servicio que se le indicó. Es cada vez más común que las empresas diseñen los servicios a través de uso de flujogramas, que permiten la estandarización (sobre todo en los casos de baja complejidad), procurando asegurar que el servicio sea prestado en forma homogénea y consistente a lo largo del tiempo y para distintos clientes.

### 2.2.1.5 Característica de la calidad de servicio

Kotler (1993) menciona que los servicios se caracterizan por ser:

- a) **Intangible:** los servicios no pueden ser captados por los sentidos, es decir, no pueden ser ni tocados, olidos, oídos, vistos o degustados.
- b) **Inseparable:** para que la transacción de un servicio se lleve a cabo siempre es necesaria la presencia tanto del proveedor del servicio como del cliente que lo recibe. La interacción entre el cliente y el colaborador es una parte del producto de las empresas de servicio.
- c) **Variable:** la calidad de los servicios depende de quién es la persona que los lleva a cabo, el tiempo y el lugar en el que son llevados a cabo.
- d) **Perecedero:** los servicios no se pueden guardar o almacenar.

Por otro lado, Fernández & Bajac, 2003: Existen ciertas características que distinguen a los servicios de los productos, las cuales se tienen que tomar en consideración en el momento de su diseño, entre las que se encuentran:

- ✓ **La intangibilidad:** Los servicios no pueden ser percibidos de la misma manera que los bienes, ya que no se pueden tocar. Lo anterior ocasiona un carácter abstracto de los



atributos de valoración, provocando cierta dificultad para establecer estándares de calidad consistentes y su evaluación.

✓ **Simultaneidad:** los servicios son producidos y consumidos simultáneamente, por lo que el cliente está presente en la producción del servicio. Debido a esta característica la calidad solo puede evaluarse después del consumo.

✓ **Heterogeneidad:** cada experiencia va a resultar diferente, ocasionando cierta variabilidad, lo cual dificulta la estandarización y el control de calidad.

Lo que quiere decir que las características del servicio brindado dependen de quién y cuándo lo efectúe.

✓ **Temporalidad:** Los servicios no pueden ser almacenados, por lo que su consumo supone su finalización “Esto tiene muy importantes consecuencias dada la necesidad de ajustar la demanda con la capacidad del servicio lo más precisamente posible”.

Por otro lado, Arias (2001), De Burgos (2003), Rivera y Huete (1997), coinciden en señalar que las características más frecuentemente establecidas de los servicios son:

**a. Intangibilidad:** Los servicios son esencialmente intangibles. Con frecuencia no es posible gustar, sentir, ver, oír u oler los servicios antes de comprarlos. Se pueden buscar de antemano opiniones y actitudes; una compra repetida puede descansar en experiencias previas, al cliente se le puede dar algo tangible para representar el servicio, pero a la larga la compra de un servicio es la adquisición de algo intangible.

**b. Percibibilidad:** Los servicios son susceptibles de perecer y no se pueden almacenar. Por otra parte, para algunos servicios una demanda fluctuante puede agravar las características de percibibilidad del servicio. Las decisiones claves se deben tomar sobre qué máximo nivel de capacidad debe estar disponible para hacer frente a la demanda antes de que sufran las ventas de

servicios. Igualmente hay que prestar atención a las épocas de bajos niveles de uso, a la capacidad de reserva o a la opción de políticas de corto plazo que equilibren las fluctuaciones de demanda.

**c. Heterogeneidad:** Con frecuencia es difícil lograr estandarización de producción en los servicios, debido a que cada "unidad", por lo que se genera el fenómeno de la personalización. Prestación de un servicio puede ser diferente de otras "unidades".

Además, no es fácil asegurar un mismo nivel de producción desde el punto de vista de la calidad. Asimismo, desde el punto de vista de los clientes también es difícil juzgar la calidad con anterioridad a la compra. Este equilibrio debe traducirse en una serie de procedimientos encaminados a estandarizar las operaciones "Back Office". Implicación directa o indirecta de los clientes Con frecuencia los servicios no se pueden separar del cliente. Una consecuencia de esto es que la creación o realización del servicio puede ocurrir al mismo tiempo que su consumo, ya sea este parcial o total.

**d. Intensidad de capital**

La norma habitual en el sector de servicios es la baja intensidad de capital del proceso, que se encuentra, en la mayoría de los casos poco mecanizado y, en un número aún menos de ocasiones, automatizado. En los últimos tiempos esta circunstancia ha mejorado debido a los sistemas de información y al desarrollo de las comunicaciones. Sin embargo aún existen numerosas operaciones que debe realizarse manualmente y no requieren de tal calificación, por ejemplo en los hoteles serán las operaciones de limpieza y cafetería o restaurante.

### **2.2.1.6 El SERVQUAL como instrumento de medición**

El SERVQUAL es un Instrumento para medir las percepciones del cliente de la calidad del servicio, desarrollada por Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985) con el auspicio del Marketing ScienceInstitute en 1988.

Ha experimentado mejoras y revisiones y ha sido validada en América Latina por Michelsen Consulting, con el apoyo del nuevo Instituto Latinoamericano de Calidad en los Servicios. El Estudio de Validación concluyó en Junio de 1992.

Los autores sugieren que la asimilación entre las expectativas generales de los usuarios (Clientes, usuarios, pacientes, alumnos, beneficiarios, etc.) y sus discernimientos respecto al servicio que presta una organización, puede establecer una medida de calidad al servicio, y la brecha existente entre ambas con el indicador para mejorar.

Rodríguez (2001) sostiene que la escala multidimensional SERVQUAL mide y relaciona percepción del cliente y expectativas respecto de la calidad del servicio; los cuales se describen a continuación:

❖ **Percepción del Cliente:** La percepción del cliente o usuario se refiere a como éste estima que la organización está cumpliendo con la entrega del servicio, de acuerdo a como él valora lo que recibe.

❖ **Expectativas del Cliente:** Las expectativas del cliente definen lo que espera que sea el servicio que entrega la organización. Esta expectativa se forma básicamente por sus experiencias pasadas, sus necesidades conscientes, comunicación de boca-oido e información externa. A partir de aquí puede surgir una retroalimentación hacia el sistema cuando el cliente emite un juicio.

De acuerdo al SERVQUAL, el resquicio que existe entre perspicacia y expectativas, establece la medición de calidad del servicio. Desde que fue creada hasta ahora, esta escala multidimensional ha sido aplicada a diversas organizaciones sociales, tanto públicas como privadas y desde entidades gubernamentales, educacionales, de salud, de administración comunal, hasta empresas de los más diversos sectores de actividad económica.

Esta diversidad ha permitido su revisión y validación como instrumento de medición de calidad de servicio, incorporando constantes mejoras.

### **Dimensiones de SERVQUAL**

En la actualidad, según Babakus & Boller (1992), la escala consta de cinco dimensiones que se utilizan para juzgar la calidad de los servicios de una organización, basada en el modelo SERVQUAL y son: Bienes materiales o tangibles (Percepción física), Confiabilidad, Responsabilidad, Seguridad y Empatía. De las cuales se han considerado para la presente investigación las siguientes:

- **Confiabilidad** es la capacidad para identificar los problemas, disminuir errores y buscar soluciones con la finalidad de evitar riesgos; mediante la mejora de los procesos, innovación de la tecnología y capacitación del personal, el abastecimiento de los insumos, ejecutándose el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
- **Responsabilidad**, es un valor moral que está en la conciencia de la persona, que le permite reflexionar, administrar, orientar y valorar las consecuencias de sus actos, con la disposición de ayudar a los usuarios y proveerlos de un servicio rápido.
- **Seguridad**, entendida como el conocimiento que tienen los empleados sobre lo que

hacen, su cortesía o cordialidad y su capacidad de transmitir confianza al cliente. Es decir, es trato percibido por el cliente, respecto al personal que brinda el servicio; así como a la confianza que inspira dicho personal para estrechar relaciones con los clientes.

- **Empatía**, Es la capacidad que tiene el ser humano para conectarse a otra persona y responder adecuadamente a las necesidades del otro, a compartir sus sentimientos, e ideas de tal manera que logra que el otro se sienta muy bien con él. La empatía es una dimensión importante de la calidad del servicio en educación, que consiste en la capacidad de brindar cuidado y atención personalizada a sus usuarios. Atención personalizada se refiere a la atención brindada cara a cara del personal al cliente, en un ámbito acogedor. La cortesía y el respeto del personal, así como una actitud positiva y cordial, tienen claro reflejo en la percepción de la calidad del servicio que ofrecen.

**Bienes materiales o tangibles (Percepción física)**, relacionada con la apariencia de las instalaciones físicas, equipo informativo, y material de comunicación. Desempeñan un papel importante no solo en el proceso de aprendizaje y en el acto de enseñanza, sino también en el momento de la evaluación de la calidad de servicios, son los aspectos físicos que el usuario percibe en la organización. Cuestiones tales como limpieza, modernidad, funcionamiento y otros.

### **2.2.2 Agente bancario**

**Salazar Delgado (2010) Jonathan Chunga (2011)**, un agente es una persona física o jurídica a la que se le han dado poderes para actuar en nombre del banco en

determinadas funciones. Si reúnes los requisitos y estás formalizado, tu empresa entraría a formar parte de la red de colaboradores una firma sólida y solvente.

Un agente debe tener la capacidad de orientar a los clientes. Si estás interesado en esa modalidad y quieres que tu negocio sea agente de un banco, te damos unas recomendaciones. En este caso tienen que ver con la posibilidad de ser agente del Banco de Crédito (BCP).

### **¿Qué requisitos debe tener un negocio para ser socio del BCP e instalar un agente?**

Lo más importante es que tengas una empresa legalmente constituida.

Los requisitos que solicita el BCP son aquellos que tiene todo negocio legalmente constituido:

- ✓ Copia de Licencia de Funcionamiento.
- ✓ Copia de título de propiedad/ arrendamientos/contrato de alquiler.
- ✓ DNI del titular del negocio.
- ✓ RUC activo.
- ✓ Buena calificación financiera del representante legal.

### **¿Por qué es importante para un negocio que preste el servicio de agente bancario?**

Los beneficios que percibe el negocio de contar con el servicio de agente bancario son los siguientes:

- ✓ Se brinda un servicio adicional a sus clientes.
- ✓ Se incrementa el número de clientes que ingresan al negocio; con la posibilidad de que aumenten las ventas.

- ✓ Mejora imagen y prestigio al establecer una relación entre el banco y el agente.
- ✓ El BCP brinda un ingreso por la cantidad de operaciones que atienda en el mes como parte de la instalación del agente.

**¿A dónde deben acudir los interesados en ser Agentes bancarios?**

Pueden acercarse a cualquier agencia del BCP o comunicarse con su banca por teléfono al 3119898.

**¿Cómo se benefician los clientes?**

En el caso de los agentes del BCP a nivel nacional los usuarios pueden:

- ✓ Hacer retiros y depósitos.
- ✓ Pagar Tarjetas de Crédito BCP.
- ✓ Transferir dinero entre cuentas propias y de terceros.
- ✓ Consultar saldos y movimientos.
- ✓ Pagar préstamos BCP.

### **III. HIPÓTESIS**

La presente investigación titulada La gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las mypes en el rubro, agentes bancarios, y propuesta de mejora, distrito de Callería-Provincia de Coronel Portillo, año 2017 es de tipo descriptiva. Según Sampieri (2014) las investigaciones de tipo descriptivas enumeran situaciones que se van observando en un contexto determinado por ende no es necesario establecer una hipótesis para la investigación ya que solo consiste en señalar las características de la situación problemática.



## IV. METODOLOGÍA

### 4.1 El tipo de investigación

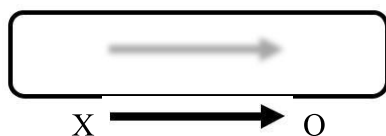
El tipo de investigación es cuantitativo, porque la recolección de datos respecto a la Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las MYPES en el rubro, Agentes Bancarios y en la presentación de los resultados utilizados para los procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.

### 4.2 Nivel de la investigación de la tesis

El nivel de la investigación es descriptivo porque se describió la situación actual de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las MYPES en el rubro de Agentes Bancarios. Las investigaciones descriptivas miden y evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. Hernández, (2010).

### 4.3 Diseño de la investigación

La investigación realizada obedece a un diseño no experimental descriptivo; que consiste en observar los fenómenos tal como se dan en su contexto real, para después analizarlos. Por tanto, el estudio se enmarca un diseño descriptivo simple.



Dónde:

**X:** MYPES en el rubro de Agentes Bancarios, para una propuesta de mejora, del distrito de Callería, año 2017.

**O:** Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente, propuesta de mejora.

El estudio es no experimental porque la investigación se realizó sin manipular deliberadamente la variable, se observó el fenómeno tal como se mostró dentro de su contexto.

#### **4.4 Población y muestra**

##### **4.4.1 Población**

La población está constituida por propietarios o representantes de las 15 MYPES en el rubro de Agentes Bancarios, del distrito de Callería.

##### **4.4.2 Muestra**

Se tomó una muestra intencionada, no probabilística integrada por la totalidad de empresarios MYPES en el rubro de Agentes Bancarios; es decir, se tomó una muestra de 15 MYPES en el rubro de Agentes Bancarios, del distrito de Callería, lo cual representa EL 100% de los propietarios o representantes de las empresas MYPES en el rubro de Agentes Bancarios.

#### 4.5 Definición y Operacionalización de Variables.

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO
GESTION DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE ATENCION AL CLIENTE	Confiabilidad	Cumplimiento de promesas.	¿Cuándo los agentes bancarios prometen realizar un retiro o depósito de dinero en un tiempo determinado, lo cumplen?	CUESTIONARIO
		Interés en la resolución de problemas.	¿Cuándo un cliente tiene un problema de transferir dinero a cuenta de otros, los agentes bancarios muestran sincero interés por resolverlo?	
		Realización de servicios correctos.	¿Los agentes bancarios desempeñan el servicio de manera correcta a la primera vez?	
		Proporción de servicios en el plazo prometido	¿Los agentes bancarios proporcionan sus servicios en el tiempo que promete hacerlo?	
		Ausencia de errores.	¿Los agentes bancarios mantienen informados a sus clientes sobre el momento en que se van a desempeñar los servicios?	
	Responsabilidad	Brinda servicios con prontitud.	¿Los empleados de los agentes bancarios brindan el servicio con prontitud a los clientes?	
		Ayuda disponible a los clientes.	¿Los empleados de los agentes bancarios siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes?	
		Atención libre a los clientes.	¿Los empleados de los agentes bancarios nunca están demasiado ocupados como para no atender a un cliente?	
	Seguridad	Personal que transmite confianza.	¿El comportamiento de los empleados de los agentes bancarios inspira confianza?	

		Personal que transmite seguridad.	¿Al hacer uso de los servicios de los agentes bancarios se siente usted seguro?
		Personal amable	¿Los empleados de los agentes bancarios tratan a los clientes siempre con cortesía?
		Personal bien formado.	¿Los empleados de los agentes bancarios cuentan con el conocimiento para responder las consultas de los clientes?
	Empatía	Atención individualizada al cliente.	¿Los empleados de los agentes bancarios brindan atención individualizada?
		Atención personalizadas a los colaboradores	¿Los agentes bancarios cuentan con empleados que brindan atención personal?
		Preocupación de los intereses del cliente.	¿Los agentes bancarios se preocupan de cuidar los intereses de sus clientes?
		Comprensión de las necesidades del cliente.	¿Los empleados entienden las necesidades específicas de los clientes?
	Bienes Tangibles	Equipamiento de aspecto moderno.	¿La apariencia de los equipos de los agentes bancarios es moderna?
		Instalaciones visuales atractivas.	¿Las instalaciones físicas de los agentes bancarios son visualmente atractivas?
		Apariencia del personal.	¿La presentación de los empleados es buena?
		Elementos tangibles cómodos.	¿Los materiales asociados con el servicio (como mobiliario) de los agentes bancarios son cómodos y suficientes para la espera de atención al cliente?
Horario conveniente.		¿Los horarios de atención de los agentes bancarios son convenientes?	

## **4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

### **4.6.1 Técnicas**

Para la recopilación de la información se ha utilizado la técnica de la encuesta.

### **4.6.2 Instrumentos**

Para el recojo de la información se utilizó como instrumento un cuestionario con escala valorativa para la variable gestión de calidad con enfoque a la atención al cliente.

- Cuestionario: Lista de preguntas que se proponen con cualquier fin.
- Encuesta: Conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa de grupos sociales, para averiguar estados de opinión o conocer otras cuestiones que les afectan.

## **4.7 Plan de análisis**

En el desarrollo de la investigación se utilizó un análisis descriptivo. El Análisis descriptivo se realizó en cada una de las variables de estudio, para las cuales, se ha utilizado tablas y gráficos de frecuencias. Para procesar los datos recopilados se utilizó el software de estadística para ciencias sociales SPSS V19.

#### 4.8 Matriz de consistencia

PLANEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS		VARIABLE	UNIVERSO Y MUESTRA	DISEÑO	INTRUMENTO
<p>¿Cuál es el nivel de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención Al cliente de MYPES en el rubro de Agentes Bancarios, para una propuesta de mejora, distrito de Callería, año 2017?</p>	GENERAL	<p>Para responder a la siguiente interrogante se plantea como objetivo general: Determinar el nivel de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las MYPES en el rubro de Agentes Bancarios, para una propuesta de mejora, distrito de Callería año 2017.</p>	GESTION DE CALIDAD BAJO EL ENFOQUE DE ATENCIÓN AL CLIENTE	<p><b>Universo:</b> La población estará constituidos por propietarios o representantes de las 15 MYPES en el rubro de Agentes Bancarios, del distrito de Callería.</p>	<p>Tipo de investigación: cuantitativo, El tipo de investigación será porque la recolección de datos respecto a la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las MYPES en el rubro de los resultados Agentes Bancarios y en la presentación de serán utilizada los procedimientos estadísticos e instrumentos de medición.</p>	Cuestionario
		ESPECIFICOS		<p>Especificar las características de los agentes bancarios ubicados en el distrito de Callería año 2017.</p>	<p><b>Muestra:</b> Se tomará una muestra no probabilística integrada por el total de la investigación; es decir, se tomara una muestra de 15 MYPES en el rubro de Agentes Bancarios, del distrito de Callería, lo cual representa el 25% de los propietarios o representantes de las empresas lo cual constituyen el 100% de las MYPES en estudio.</p>	
	<p>Elaborar propuesta de mejora de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las MYPES en el rubro de Agentes Bancarios. distrito de Callería, año 2017</p>					

#### **4.9 Principios éticos**

Durante la aplicación de los instrumentos se respetarán y cumplirán los criterios éticos de:

##### **Anonimato**

Se aplicará el cuestionario a los empresarios o representantes de las MYPE.

##### **Privacidad**

Toda la información recopilada en el presente estudio se mantendrá en secreto y se evitará ser expuesto respetando la intimidad de los empresarios o representantes de las MYPE en el rubro de Agentes Bancarios, para una propuesta de mejora, distrito de Callería.

##### **Honestidad**

Se informará a los empresarios o representantes de las MYPE en el rubro de Agentes Bancarios del distrito de Callería los fines de la investigación, cuyos objetivos se encuentran plasmados en el presente estudio.

##### **Consentimiento**

Solo se trabajará con los empresarios o representantes de las MYPE en el rubro de Agentes Bancarios del distrito de Callería que acepten voluntariamente participar en el presente trabajo de investigación.

## V. RESULTADOS:

### 5.1 Resultados:

O1: Describir las características de la gestión de la calidad de los agentes bancarios ubicados en la ciudad de Pucallpa, distrito de Callería, año 2017.

#### Tabla N°01

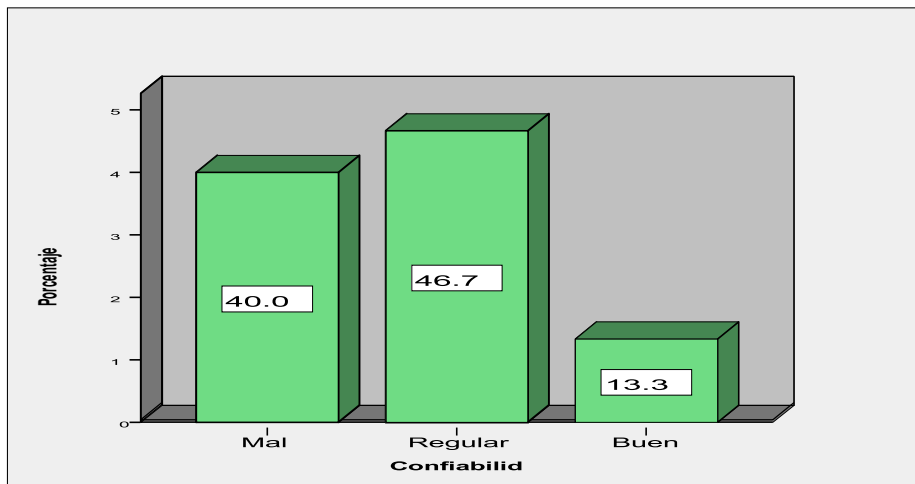
Nivel de las características de la gestión de la calidad de los agentes bancarios ubicados en la ciudad de Pucallpa, distrito de Callería, año 2017. (Confiabilidad)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Malo	6	40.0	40.0	40.0
	Regular	7	46.7	46.7	86.7
	Bueno	2	13.3	13.3	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada

#### Grafico N°01

Nivel de las características de la gestión de la calidad de los agentes bancarios ubicados en la ciudad de Pucallpa, distrito de Callería año 2017. (Confiabilidad).





Fuente: Tabla N°01

**Descripción:** Según los resultados mostrados en la Tabla N°01 y el Grafico N°01, respecto al Nivel de las características de la gestión de la calidad de los agentes bancarios ubicados en la ciudad de Pucallpa, distrito de calleria (Confiabilidad), el 46.7%, califica con un Nivel Regular, el 40% lo califica con Nivel Malo y el 13.5% lo califica con Nivel Bueno.

### Tabla N°02

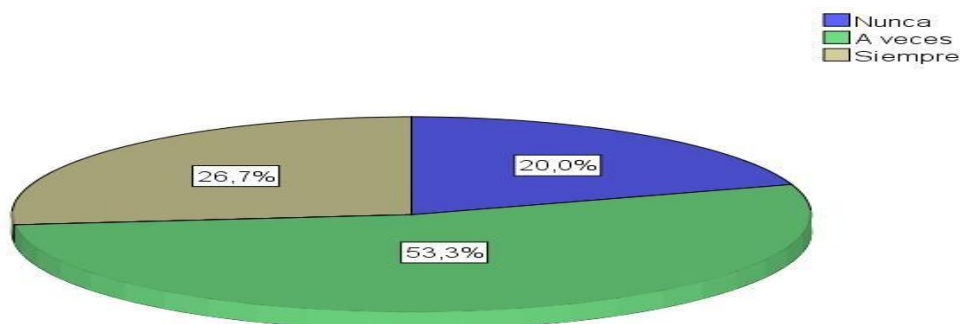
P01: El tiempo que se tarda en realizar una operación en los agentes bancarios, es menor al que se realiza en oficinas del banco.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	20,0	20,0	20,0
	A veces	8	53,3	53,3	73,3
	Siempre	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada

### Grafico N°02

P01: El tiempo que se tarda en realizar una operación en los agentes bancarios, es menor al que se realiza en oficinas del banco.



**Descripción:** Según la tabla N° 02 y el grafico N° 02 respecto a la pregunta, El tiempo que se tarda en realizar una operación en los agentes bancarios, es menor al que se realiza en oficinas del banco; el 53.3% de los gerentes de los agentes bancarios responden que a veces, el 26.7 % responden que Siempre y el 20% responde que Nunca.

**Tabla N°03**

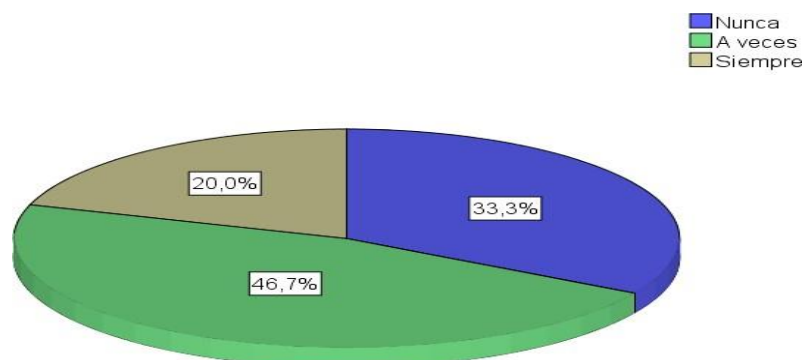
P02: Cuándo se presentan inconvenientes de transferir dinero a cuentas de otros, existen las herramientas necesarias en los agentes bancarios para resolver el problema.

Frecuencia			Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	5	33.3	33.3	33.3
	A veces	7	46.7	46.7	80.0
	Siempre	3	20.0	20.0	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada

**Grafico N°03**

P02: Cuándo se presentan inconvenientes de transferir dinero a cuentas de otros, existen las herramientas necesarias en los agentes bancarios para resolver el problema.



Fuente: Tabla N°03

**Descripción:** Según la tabla N° 03 y el gráfico N° 03 respecto a la pregunta, Cuándo se presentan inconvenientes de transferir dinero a cuentas de otros, existen las herramientas necesarias en los agentes bancarios para resolver el problema; el 46.7% de los gerentes de los agentes bancarios responden que a veces, el 33.3 % responden que Nunca y el 20% responde que Siempre.

#### Tabla N°04

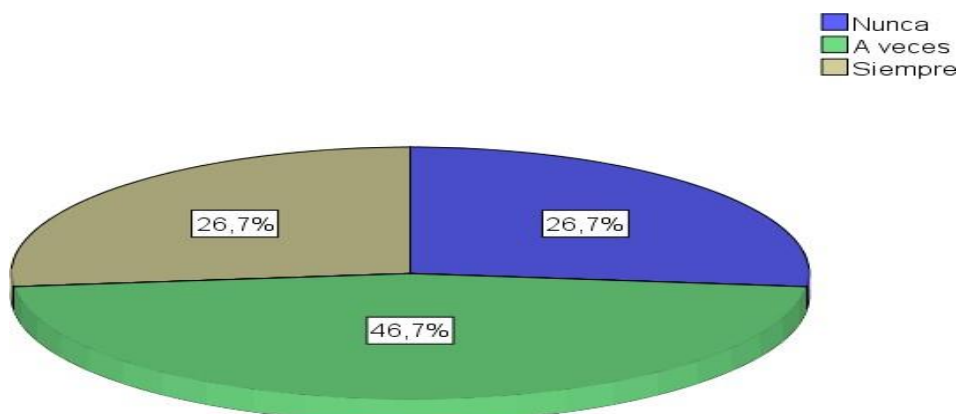
P03: Cuándo se brinda el servicio de transacción en los agentes bancarios, este se da, de manera eficaz y rápida en el primer intento.

Frecuencia		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	4	26.7	26.7
	A veces	7	46.7	73.3
	Siempre	4	26.7	100.0
	Total	15	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada

#### Gráfico N°04

P03: Cuándo se brinda el servicio de transacción en los agentes bancarios, este se da, de manera eficaz y rápida en el primer intento.



Fuente: Tabla N°04

**Descripción:** Según la tabla N° 04 y el gráfico N° 04 respecto a la pregunta, Cuándo se brinda el servicio de transacción en los agentes bancarios, este se da, de manera eficaz y rápida en el primer intento; el 46.7% de los gerentes de los agentes bancarios responden que a veces, el 26.7 % responden que Nunca y el 26.7% responde que Siempre.

### Tabla N°05

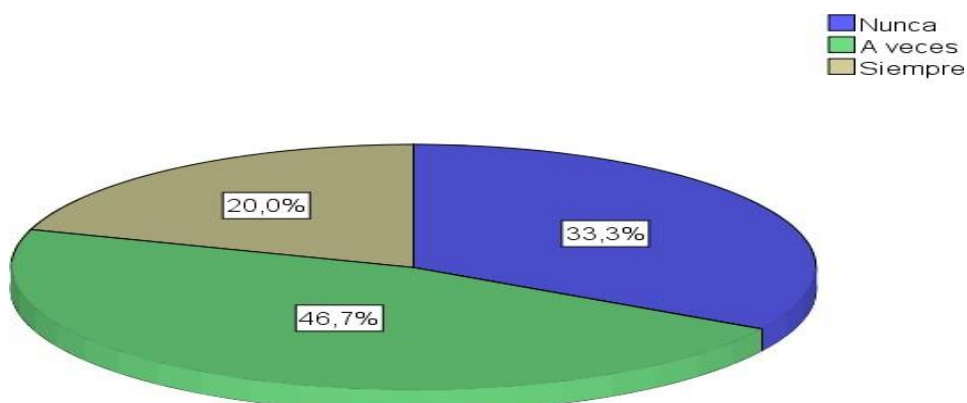
P04: Los servicio que se brinda mediante los agentes bancarios, se cumplen con rapidez.

Frecuencia			Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	5	33.3	33.3	33.3
	A veces	7	46.7	46.7	80.0
	Siempre	3	20.0	20.0	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada

### Gráfico N°05

P04: Los servicio que se brinda mediante los agentes bancarios, se cumplen con rapidez



Fuente: Tabla N°05

**Descripción:** Según la tabla N° 05 y el grafico N° 05 respecto a la pregunta, Los servicio que se brinda mediante los agentes bancarios, se cumplen con rapidez; el 46.7% de los gerentes de los agentes bancarios responden que a veces, el 33.3 % responden que Nunca y el 20% responde que Siempre.

### Tabla N°06

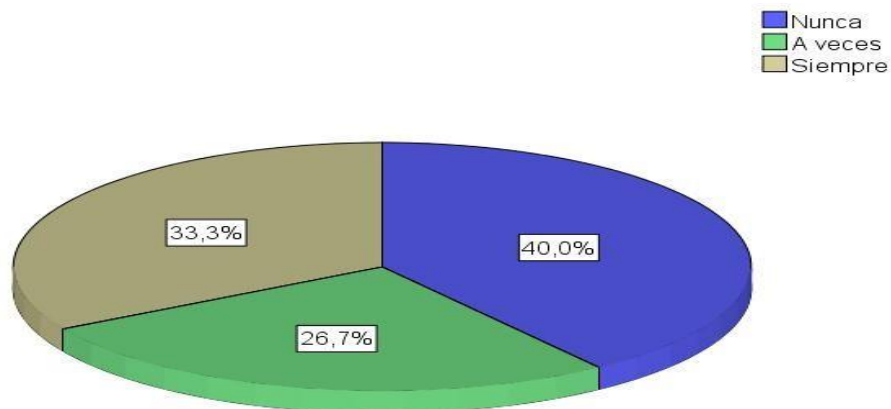
P05: Los colaboradores de los agentes bancarios, suelen brindar información en cuanto a los horarios que se brinda la atención de los diferentes servicios.

Frecuencia			Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	6	40.0	40.0	40.0
	A veces	4	26.7	26.7	66.7
	Siempre	5	33.3	33.3	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada

### Grafico N°06

P05: Los colaboradores de los agentes bancarios, suelen brindar información en cuanto a los horarios que se brinda la atención de los diferentes servicios.



Fuente: Tabla N°06

**Descripción:** Según la tabla N° 06 y el grafico N° 06 respecto a la pregunta, Los colaboradores de los agentes bancarios, suelen brindar información en cuanto a los horarios que se brinda la atención de los diferentes servicios; el 40% de los gerentes de los agentes bancarios responden que Nunca, el 33.3 % responden que Siempre y el 26.7% responde que a veces.

O2: Describir las características de responsabilidad de atención al cliente de los agentes bancarios ubicados en la ciudad de Pucallpa, distrito de Callería, año 2017.

### **Tabla N°07**

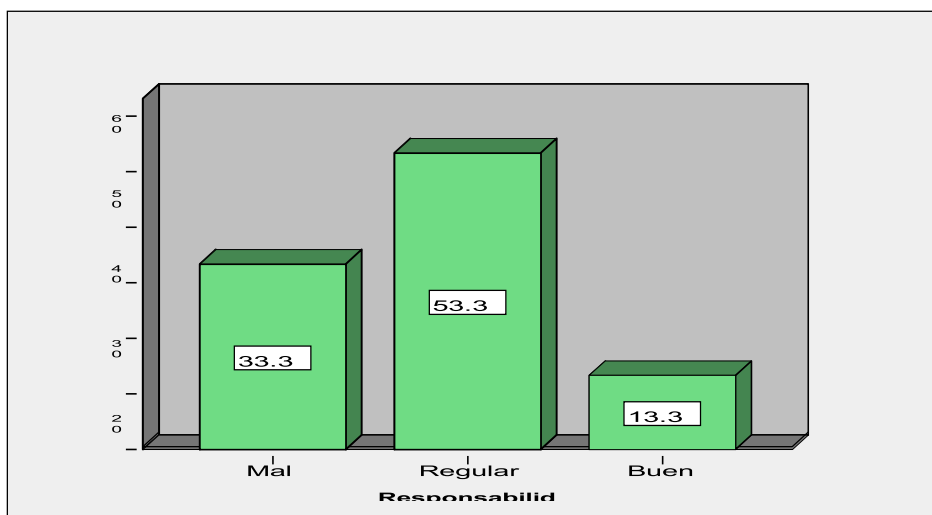
Nivel de las características de responsabilidad de la atención al cliente de los agentes bancarios ubicados en la ciudad de Pucallpa año 2017.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Malo	5	33.3	33.3	33.3
	Regular	8	53.3	53.3	86.7
	Bueno	2	13.3	13.3	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada

### **Grafico N°07**

Nivel de las características de responsabilidad de la atención al cliente de los agentes bancarios ubicados en la ciudad de Pucallpa año 2017.



Fuente: Tabla N°07

**Descripción:** Según los resultados mostrados en la Tabla N°07 y el Grafico N°07, respecto al Nivel de las características de responsabilidad de la atención al cliente de los agentes bancarios ubicados en la ciudad de Pucallpa, distrito de Callería el 53.3%, califica con un Nivel Regular, el 33.3% lo califica con Nivel Malo y el 13.3% lo califica con Nivel Bueno.

### Tabla N°08

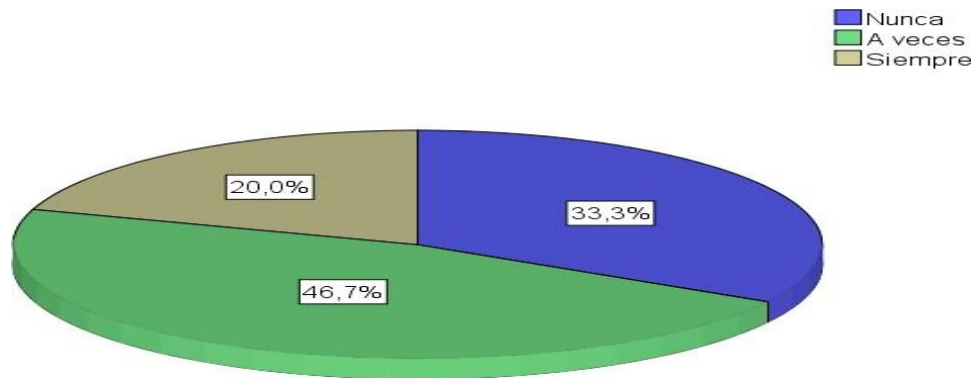
P06: Los empleados de los agentes bancarios le brindan el servicio con rapidez

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	5	33.3	33.3	33.3
	A veces	7	46.7	46.7	80.0
	Siempre	3	20.0	20.0	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada

### Grafico N°08

P06: Los empleados de los agentes bancarios le brindan el servicio con rapidez



Fuente: Tabla N°08

**Descripción:** Según la tabla N° 08 y el gráfico N° 08 respecto a la pregunta, Los empleados de los agentes bancarios le brindan el servicio con rapidez; el 46.7% de los gerentes de los agentes bancarios responden que a veces, el 33.3 % responden que Nunca y el 20% responde que Siempre.

### Tabla N°09

P07: Los colaboradores de los agentes bancarios siempre se muestran dispuestos a ayudarlo.

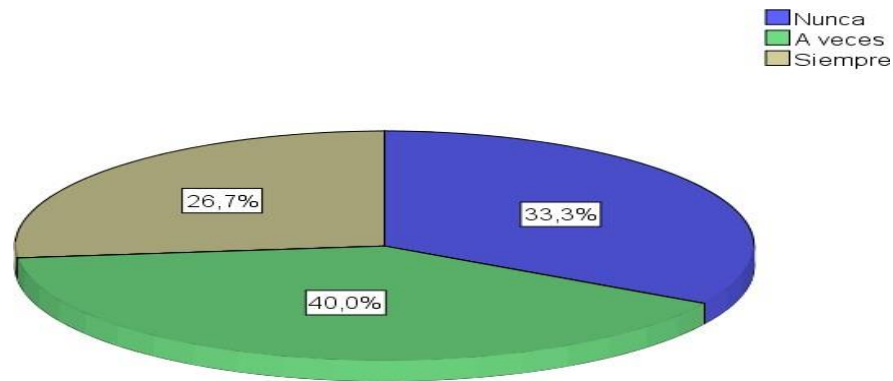
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	5	33.3	33.3	33.3
	A veces	6	40.0	40.0	73.3
	Siempre	4	26.7	26.7	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada



### Grafico N°09

P07: Los colaboradores de los agentes bancarios siempre se muestran dispuestos a ayudarlo.



Fuente: Tabla N°09

**Descripción:** Según la tabla N° 09 y el gráfico N° 09 respecto a la pregunta, Los colaboradores de los agentes bancarios siempre se muestran dispuestos a ayudarlo; el 40% de los gerentes de los agentes bancarios responden que a veces, el 33.3 % responden que Nunca y el 26.7% responde que Siempre.

### Tabla N°10

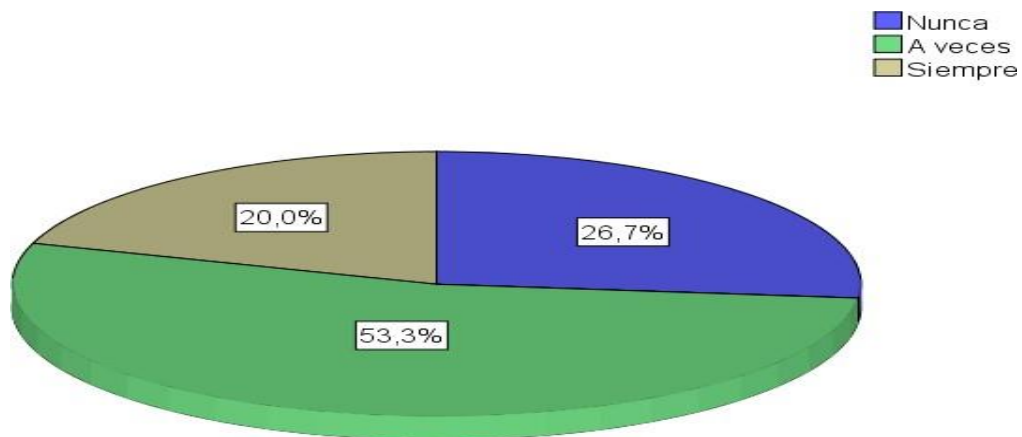
P08: Los Colaboradores de los agentes bancarios son cortés de manera consistente con usted.

Frecuencia			Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	4	26.7	26.7	26.7
	A veces	8	53.3	53.3	80.0
	Siempre	3	20.0	20.0	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada

### Grafico N°10

P08: Los Colaboradores de los agentes bancarios son corteses de manera consistente con usted.



Fuente: Tabla N°10

**Descripción:** Según la tabla N° 10 y el gráfico N°10 respecto a la pregunta, Los Colaboradores de los agentes bancarios son cortés de manera consistente con usted; el 53.3% de los gerentes de los agentes bancarios responden que a veces, el 26.7 % responden que Nunca y el 20% responde que Siempre.

### Tabla N°11

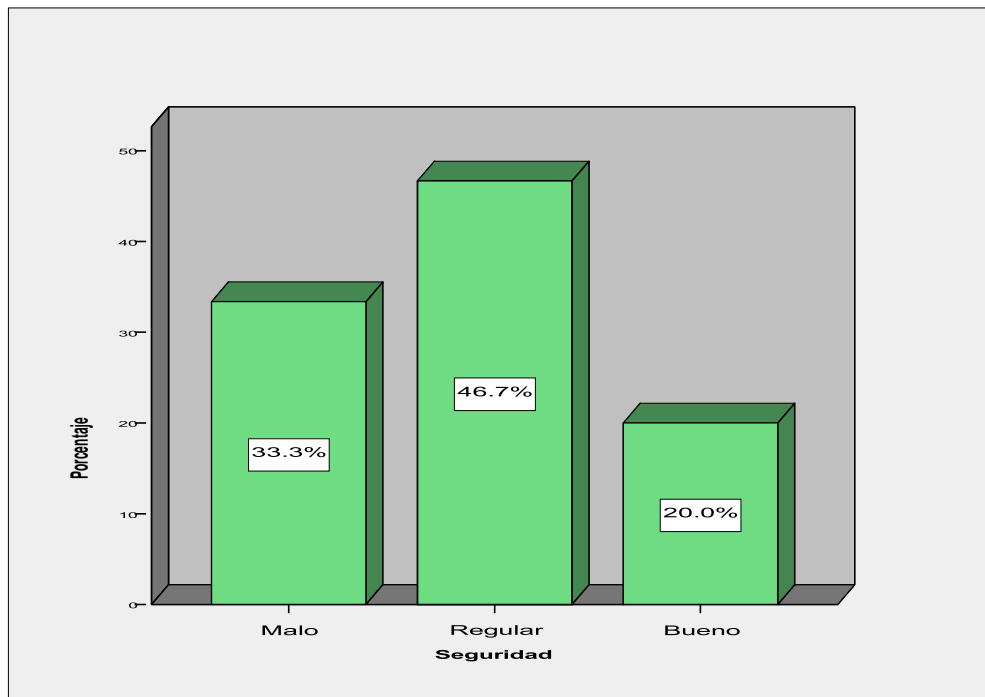
Nivel de las características de seguridad de la atención al cliente de los agentes bancarios ubicados en la ciudad de Pucallpa, distrito de Callería, año 2017.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Malo	5	33.3	33.3	33.3
	Regular	7	46.7	46.7	80.0
	Bueno	3	20.0	20.0	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada

## Grafico N°11

Nivel de las características de seguridad de la atención al cliente de los agentes bancarios ubicados en la ciudad de Pucallpa, distrito de Callería, año 2017.



Fuente: Tabla N°11

**Descripción:** Según los resultados mostrados en la Tabla N°11 y el Grafico N°11, respecto al Nivel de las características de seguridad de la atención al cliente de los agentes bancarios ubicados en la ciudad de Pucallpa, distrito de Callería el 46.7%, califica con un Nivel Regular, el 33.3% lo califica con Nivel Malo y el 20% lo califica con Nivel Bueno.

**Tabla N°12**

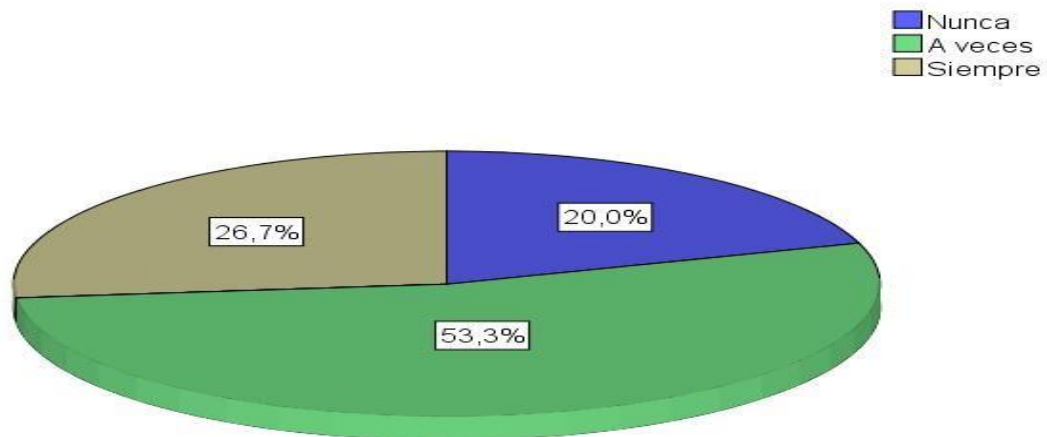
P09: El comportamiento de los colaboradores de los agentes bancarios le inspira confianza.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	3	20.0	20.0	20.0
	A veces	8	53.3	53.3	73.3
	Siempre	4	26.7	26.7	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada

**Grafico N°12**

P09: El comportamiento de los colaboradores de los agentes bancarios le inspira confianza.



Fuente: Tabla N°12

**Descripción:** Según la tabla N° 12 y el gráfico N°12 respecto a la pregunta, El comportamiento de los colaboradores de los agentes bancarios le inspira confianza; el 53.3% de los gerentes de los agentes bancarios responden que a veces, el 26.7 % responden que Siempre y el 20% responde que Nunca.

### Tabla N°13

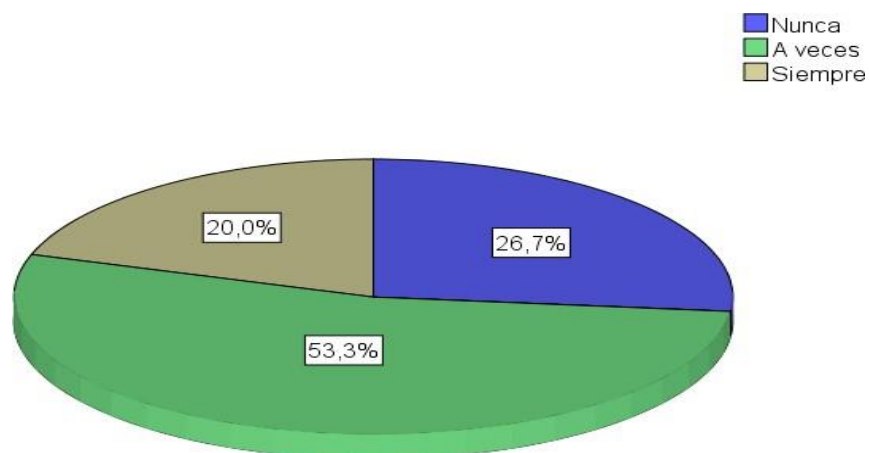
P10: Al hacer uso de los servicios de los agentes bancarios se siente usted seguro.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	4	26.7	26.7	26.7
	A veces	8	53.3	53.3	80.0
	Siempre	3	20.0	20.0	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada

### Grafico N°13

P10: Al hacer uso de los servicios de los agentes bancarios se siente usted seguro



Fuente: Tabla N°13

**Descripción:** Según la tabla N° 13 y el gráfico N°13 respecto a la pregunta, Al hacer uso de los servicios de los agentes bancarios se siente usted seguro; el 53.3% de los gerentes de los agentes bancarios responden que a veces, el 26.7 % responden que Siempre y el 20% responde que Nunca.

### Tabla N°14

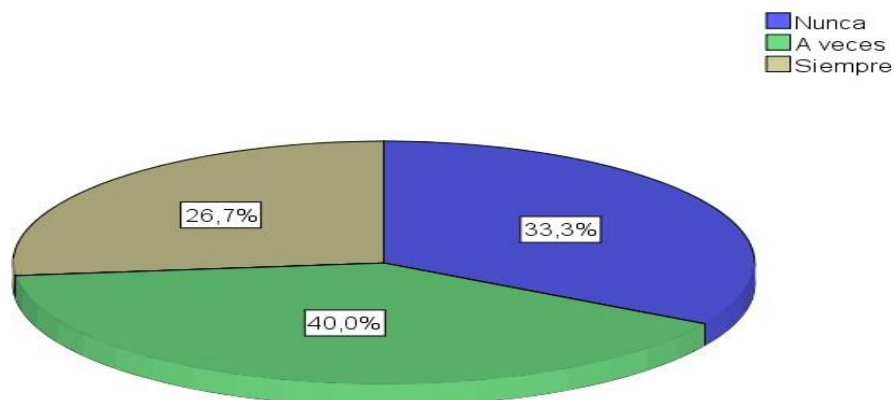
P11: Los empleados de los agentes bancarios tratan a los clientes con cortesía.

Frecuencia			Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	5	33.3	33.3	33.3
	A veces	6	40.0	40.0	73.3
	Siempre	4	26.7	26.7	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada

### Grafico N°14

P11: Los empleados de los agentes bancarios tratan a los clientes con cortesía.



Fuente: Tabla N°14

**Descripción:** Según la tabla N° 14 y el gráfico N°14 respecto a la pregunta, Los empleados de los agentes bancarios tratan a los clientes con cortesía; el 40% de los gerentes de los agentes bancarios responden que a veces, el 33.3% responden que Nunca y el 26.7% responde que Siempre.

### Tabla N°15

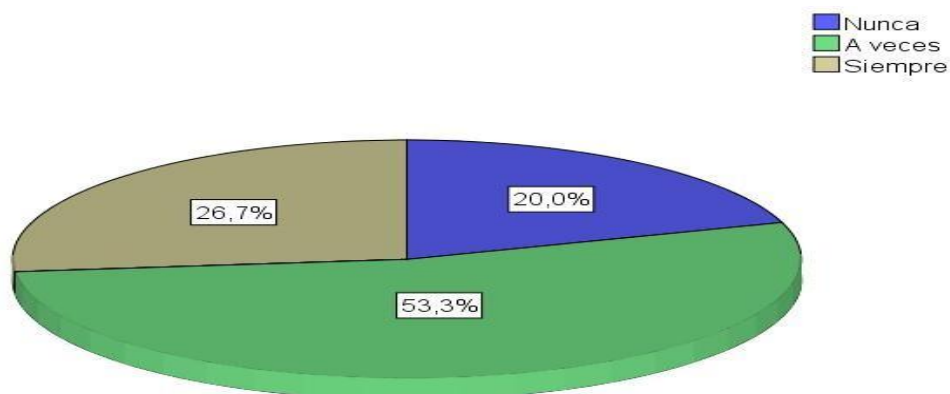
P12: Los empleados de los agentes bancarios cuentan con el conocimiento para responder las consultas de los clientes.

Frecuencia			Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	3	20.0	20.0	20.0
	A veces	8	53.3	53.3	73.3
	Siempre	4	26.7	26.7	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada

### Grafico N°15

P12: Los empleados de los agentes bancarios cuentan con el conocimiento para responder las consultas de los clientes.



Fuente: Tabla N°15

**Descripción:** Según la tabla N° 15 y el grafico N°15 respecto a la pregunta, Los empleados de los agentes bancarios cuentan con el conocimiento para responder las consultas de los clientes; el 53.3% de los gerentes de los agentes bancarios responden que A veces, el 26.7% responden que Siempre y el 20% responde que Nunca.

**Tabla N°16**

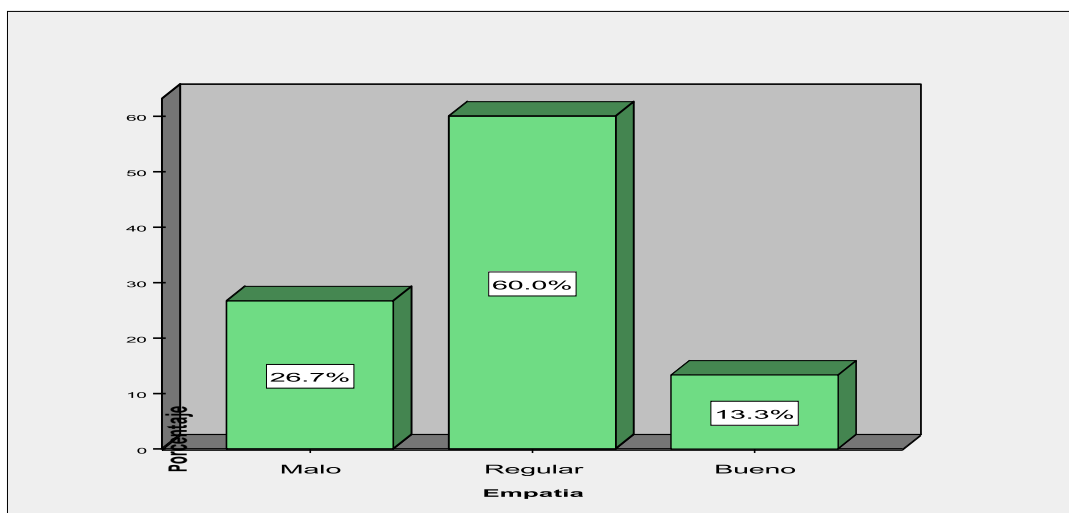
Nivel de las características de Empatía de la atención al cliente de la gestión de calidad de los agentes bancarios ubicados en la ciudad de Pucallpa, distrito de Callería, año 2017.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Malo	4	26.7	26.7	26.7
	Regular	9	60.0	60.0	86.7
	Bueno	2	13.3	13.3	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada

**Grafico N°16**

Nivel de las características de Empatía de la atención al cliente de la gestión de calidad de los agentes bancarios ubicados en la ciudad de Pucallpa, distrito de Callería, año 2017.



Fuente: Tabla N°16



**Descripción:** Según los resultados mostrados en la Tabla N°16 y el Grafico N°16, respecto al Nivel de las características de Empatía de la atención al cliente de la gestión de calidad de los agentes bancarios ubicados en la ciudad de Pucallpa, distrito de Callería, el 60% califica con un Nivel Regular, el 26.7% lo califica con Nivel Malo y el 13.3% lo califica con Nivel Bueno.

**Tabla N°17**

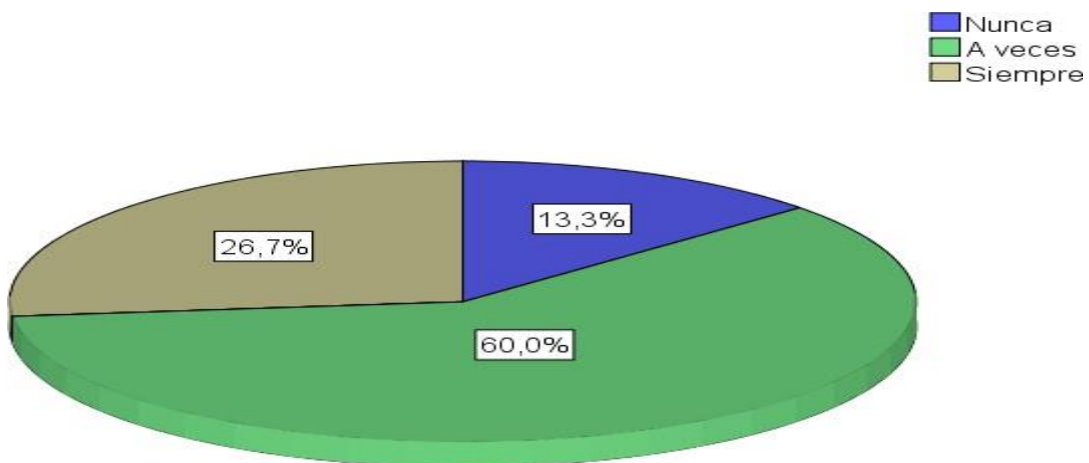
P13: Los colaboradores de los agentes bancarios brindan atención individual.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	2	13.3	13.3	13.3
	A veces	9	60.0	60.0	73.3
	Siempre	4	26.7	26.7	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada

**Grafico N°17**

P13: Los colaboradores de los agentes bancarios brindan atención individual.



Fuente: Tabla N°17

**Descripción:** Según la tabla N° 17 y el grafico N°17 respecto a la pregunta, Los colaboradores de los agentes bancarios brindan atención individual; el 60% de los gerentes de los agentes bancarios responden que a veces, el 26.7% responden que Siempre y el 13.3% responde que Nunca.

### Tabla N°18

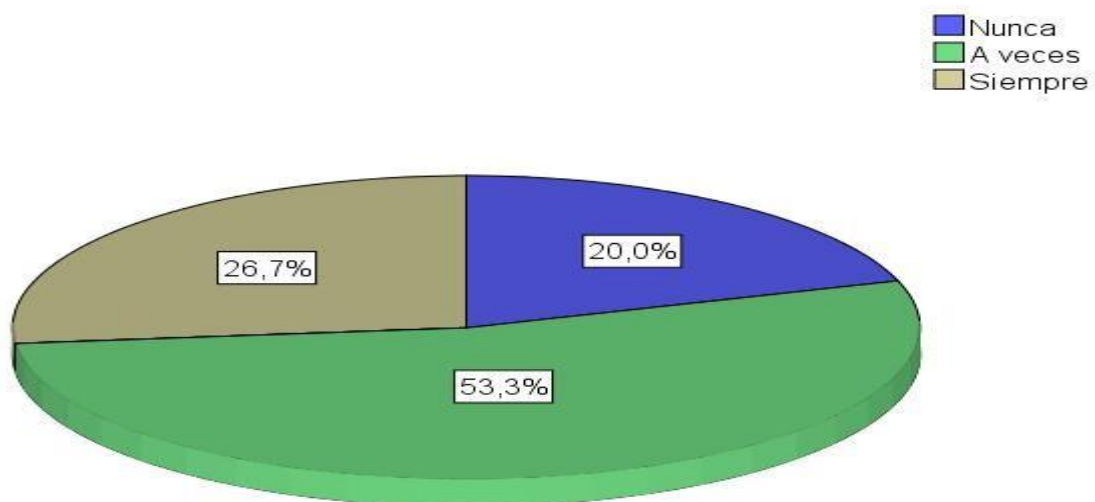
P14: Los agentes bancarios cuentan con personal que brindan atención personalizada.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	3	20.0	20.0	20.0
	A veces	8	53.3	53.3	73.3
	Siempre	4	26.7	26.7	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada

### Grafico N°18

P14: Los agentes bancarios cuentan con personal que brindan atención personalizada.



Fuente: Tabla N°18

**Descripción:** Según la tabla N° 18 y el grafico N°18 respecto a la pregunta, Los agentes bancarios cuentan con personal que brindan atención personalizada; el 53.3% de los gerentes de los agentes bancarios responden que a veces, el 26.7% responden que Siempre y el 20% responde que Nunca.

**Tabla N°19**

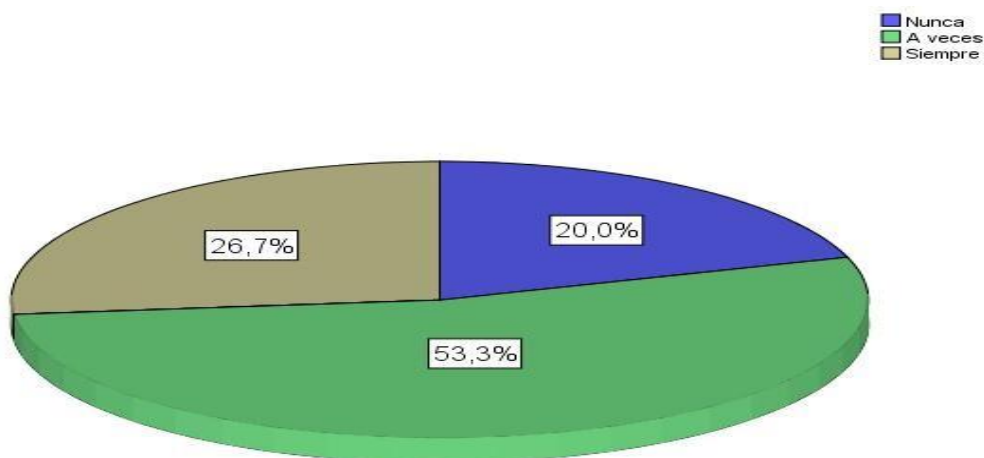
P15: Los agentes bancarios se ocupan de cuidar los intereses de sus clientes.

Frecuencia			Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	3	20.0	20.0	20.0
	A veces	8	53.3	53.3	73.3
	Siempre	4	26.7	26.7	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada.

**Grafico N°19**

P15: Los agentes bancarios se ocupan de cuidar los intereses de sus clientes



Fuente: Tabla N°19

**Descripción:** Según la tabla N° 19 y el gráfico N°19 respecto a la pregunta, Los agentes bancarios se ocupan de cuidar los intereses de sus clientes; el 53.3% de los gerentes de los agentes bancarios responden que a veces, el 26.7% responden que Siempre y el 20% responde que Nunca.

**Tabla N°20**

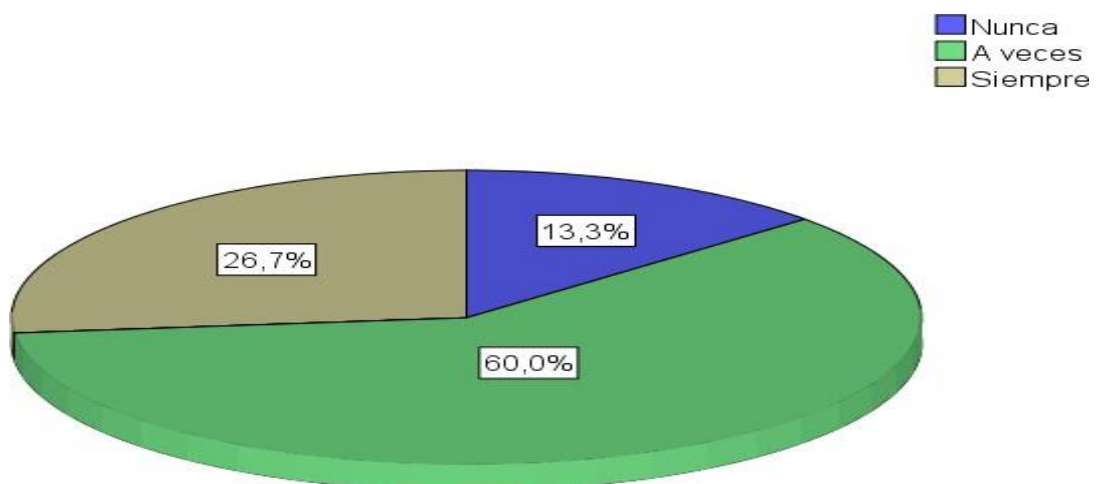
P16: Los empleados entienden las necesidades específicas de sus clientes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	2	13.3	13.3	13.3
	A veces	9	60.0	60.0	73.3
	Siempre	4	26.7	26.7	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada

**Gráfico N°20**

P16: Los empleados entienden las necesidades específicas de sus clientes.



Fuente: Tabla N°20

**Descripción:** Según la tabla N° 20 y el gráfico N°20 respecto a la pregunta, Los empleados entienden las necesidades específicas de sus clientes; el 60% de los gerentes de los agentes bancarios responden que a veces, el 26.7% responden que Siempre y el 13.3% responde que Nunca.

### Tabla N°21

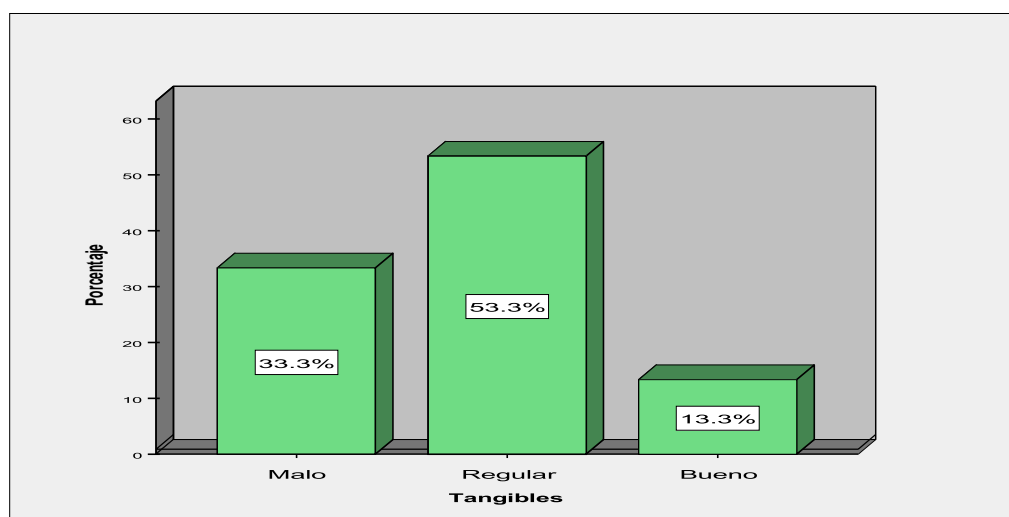
Nivel de las características de los bienes tangibles de la atención al cliente de los agentes bancarios ubicados en la ciudad de Pucallpa, distrito de Callería, año 2017.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Malo	5	33.3	33.3	33.3
	Regular	8	53.3	53.3	86.7
	Bueno	2	13.3	13.3	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada

### Gráfico N°21

Nivel de las características de los bienes tangibles de la atención al cliente de los agentes bancarios ubicados en la ciudad de Pucallpa, distrito de Callería, año 2017.



Fuente: Tabla N°21

**Descripción:** Según los resultados mostrados en la Tabla N°21 y el Grafico N°21, respecto al Nivel de las características de los bienes tangibles de la atención al cliente de los agentes bancarios ubicados en la ciudad de Pucallpa, distrito de Callería el 53.3% califica con un Nivel Regular, el 33.3% lo califica con Nivel Malo y el 13.3% lo califica con Nivel Bueno.

### Tabla N°22

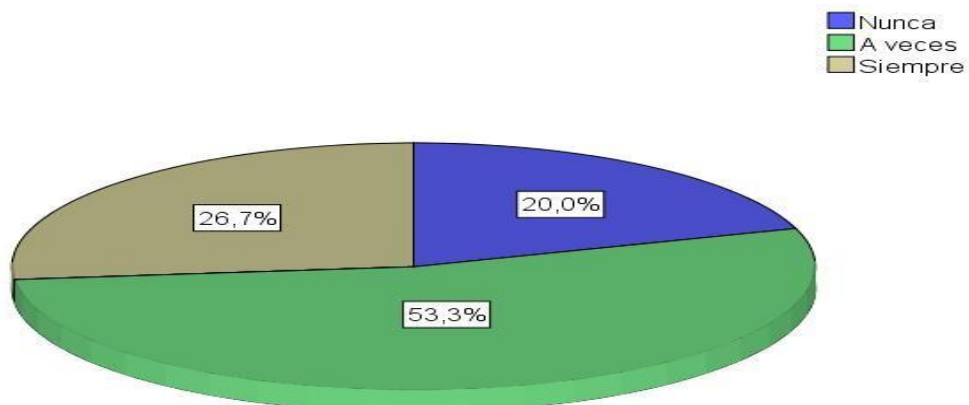
P17: Los agentes bancarios poseen equipos tecnológicos de aspecto moderno.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	3	20.0	20.0	20.0
	A veces	8	53.3	53.3	73.3
	Siempre	4	26.7	26.7	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada

### Grafico N°22

P17: Los agentes bancarios poseen equipos tecnológicos de aspecto moderno.



Fuente: Tabla N°22

**Descripción:** Según la tabla N° 22 y el grafico N°22 respecto a la pregunta, Los agentes bancarios poseen equipos tecnológicos de aspecto moderno; el 53.3% de los gerentes de los agentes bancarios responden que a veces, el 26.7% responden que Siempre y el 20% responde que Nunca.

**Tabla N°23**

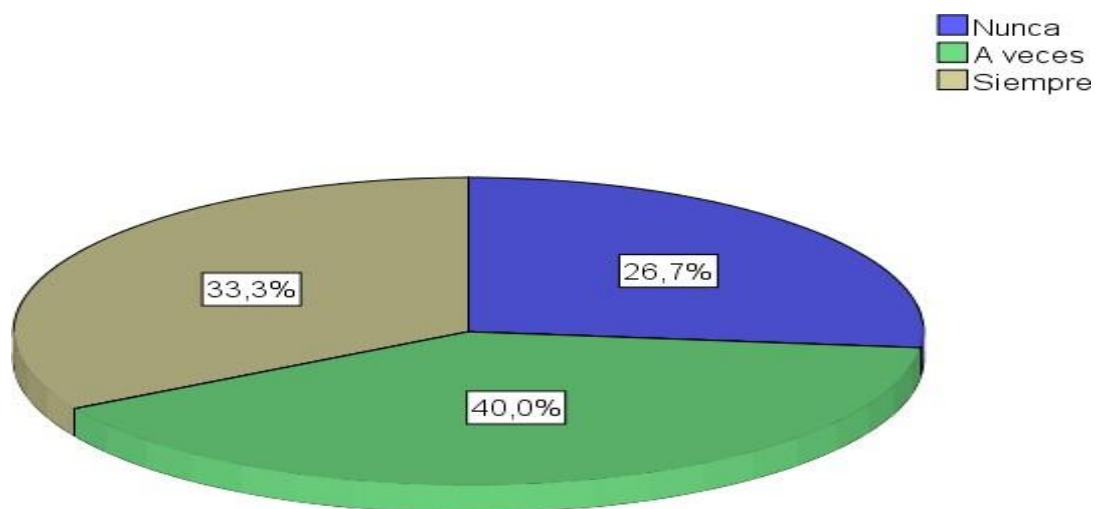
P18: Las instalaciones físicas de los agentes bancarios son visualmente atractivas.

Frecuencia			Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	26,7	26,7	26,7
	A veces	6	40,0	40,0	66,7
	Siempre	5	33,3	33,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada

**Grafico N°23**

P18: Las instalaciones físicas de los agentes bancarios son visualmente atractivas.



Fuente: Tabla N°23

**Descripción:** Según la tabla N° 23 y el gráfico N°23 respecto a la pregunta, Las instalaciones físicas de los agentes bancarios son visualmente atractivas; el 40% de los gerentes de los agentes bancarios responden que a veces, el 33.3% responden que Siempre y el 26.7% responde que Nunca.

### Tabla N°24

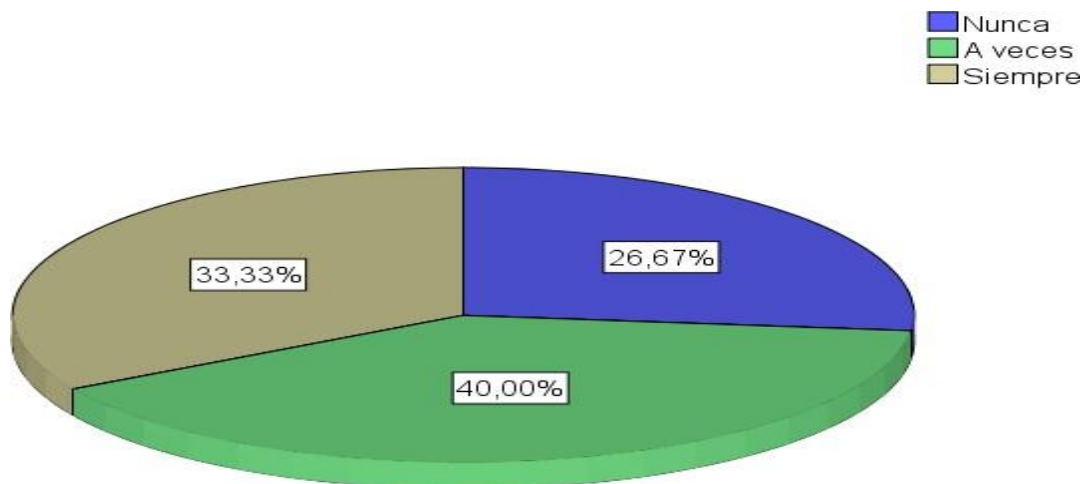
P19: La presentación de los empleados es adecuada y formal.

Frecuencia			Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	26,7	26,7	26,7
	A veces	6	40,0	40,0	66,7
	Siempre	5	33,3	33,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada

### Gráfico N°24

P19: La presentación de los empleados es adecuada y formal



Fuente: Tabla N°24



**Descripción:** Según la tabla N° 24 y el grafico N°24 respecto a la pregunta, La presentación de los empleados es adecuada y formal; el 40% de los gerentes de los agentes bancarios responden que a veces, el 33.3% responden que Siempre y el 26.7% responde que Nunca.

### Tabla N°25

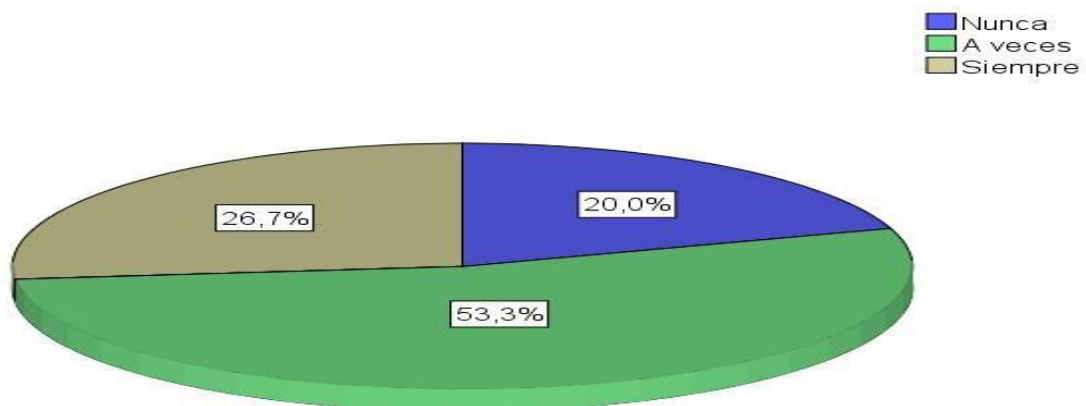
P20: Los materiales asociados con el servicio (como mobiliario) de los agentes bancarios son cómodos y suficientes para la espera de atención al cliente.

Frecuencia			Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	20,0	20,0	20,0
	A veces	8	53,3	53,3	73,3
	Siempre	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada

### Grafico N°25

P20: Los materiales asociados con el servicio (como mobiliario) de los agentes bancarios son cómodos y suficientes para la espera de atención al cliente.



Fuente: Tabla N°25

**Descripción:** Según la tabla N° 25 y el grafico N°25 respecto a la pregunta, Los materiales asociados con el servicio (como mobiliario) de los agentes bancarios son cómodos y suficientes para la espera de atención al cliente; el 53.3% de los gerentes de los agentes bancarios responden que a veces, el 26.7% responden que Siempre y el 20% responde que Nunca.

**Tabla N°26**

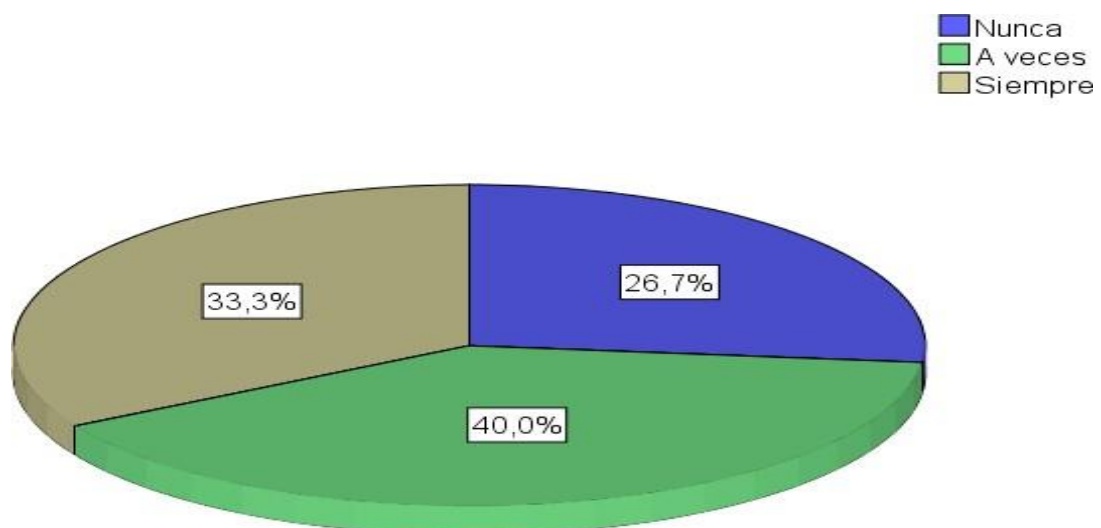
P21: Los horarios de atención de los agentes bancarios son flexibles para sus clientes.

Frecuencia			Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	26,7	26,7	26,7
	A veces	6	40,0	40,0	66,7
	Siempre	5	33,3	33,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada

**Grafico N°26**

P21: Los horarios de atención de los agentes bancarios son flexibles para sus clientes.



Fuente: Tabla N°26

**Descripción:** Según la tabla N° 26 y el gráfico N°26 respecto a la pregunta, Los horarios de atención de los agentes bancarios son flexibles para sus clientes; el 40% de los gerentes de los agentes bancarios responden que a veces, el 33.3% responden que Siempre y el 26.7% responde que Nunca.

## **5.2 ANALISIS DE RESULTADOS**

Respecto al primer objetivo específico, Describir las características de la gestión de la calidad de los agentes bancarios ubicados en el Distrito de Callería año 2017(Confiabilidad), es Regular (46.7%), Malo (40%) y Bueno (13.3%). En el análisis por preguntas encontramos que a veces los agentes bancarios realizan un retiro o depósito de dinero en menos tiempo que en las oficinas de los bancos.

Estos resultados difieren con los encontrados por Hermoza (2015), quien concluye que el 75,5% de los clientes encuestados percibe que la calidad de servicio que brinda la empresa es deficiente, mientras que solamente el 2,6 % manifiesta que la calidad del servicio es satisfactoria.

Respecto al segundo objetivo específicos, Describir las características de responsabilidad de atención al cliente de los agentes bancarios ubicados en el Distrito de Callería año 2017, es Regular (53.3%), Malo (33.3%) y Bueno (13.3%). En el análisis por preguntas encontramos que los colaboradores de los agentes bancarios son cortés con los usuarios.

Respecto al tercer objetivo específico, Describir las características de seguridad de atención al cliente de los agentes bancarios ubicados en el Distrito de Callería año 2017, es Regular (46.7%), Malo (33.3%) y Bueno (20%). En el análisis por preguntas encontramos que a veces el comportamiento de los colaboradores de los agentes bancarios no inspira confianza, además que al hacer uso de los servicios de los agentes bancarios no se sienten muy seguros y También a veces algunos empleados de los agentes bancarios no cuentan con el conocimiento suficiente para responder las consultas de los clientes. Estos resultados coinciden con los encontrados por Liñán (2014), quien concluye el 53.02% de los clientes no sienten la

plena seguridad de dejar sus pertenencias en los establecimientos por temor a pérdidas o robos.

Respecto al cuarto objetivo específico, Describir las características de empatía de atención al cliente de los agentes bancarios ubicados en el Distrito de Callería año los 2017, es Regular (60%), Malo (26.7%) y Bueno (13.3%). En el análisis por preguntas encontramos que a veces los colaboradores de los agentes bancarios no brindan atención individual al cliente, a veces los empleados no entienden las necesidades específicas de los clientes. Estos resultados coinciden con los encontrados por Ramos (2015), quien concluye que la empatía fue en desacuerdo debido a que no se tiene atención individualizada y esmerada a todos sus clientes porque no hay en todo momento personal disponible para brindar dicha atención también están en desacuerdo en cuanto la comprensión de las necesidades de los clientes y los horarios de atención que son convenientes para los huéspedes.

Respecto al quinto objetivo específico, Describir las características de bienes tangibles de atención al cliente de los agentes bancarios ubicados en el Distrito de Callería año 2017, es Regular (53.3%), Malo (33.3%) y Bueno (13.3%). En el análisis por preguntas encontramos agentes bancarios, los equipos tecnológicos no son de aspecto modernos. Además los materiales asociados con el servicio (como mobiliario) de los agentes bancarios no son cómodos y suficientes para la espera de atención al cliente. Estos resultados coinciden con los encontrados por Sánchez (2014) quien concluye que el 32,88% de clientes encuestados, expresan su desacuerdo en cuanto a la modernidad del mobiliario, equipos y herramientas.

## **VI. CONCLUSIONES**

- 6.1** Describir las características de la gestión de la calidad de los agentes bancarios ubicados en la ciudad de Pucallpa, distrito de calleria, año 2017 (Confiabilidad), el nivel de las características es Regular (46.7%), Malo (40%) y Bueno (13.3%). En el análisis por preguntas encontramos que a veces los trabajadores de los agentes bancarios llevan a cabo un retiro o depósito de dinero en menos tiempo posible que en las oficinas de los bancos.
- 6.2** Describir las características de responsabilidad de atención al cliente de los agentes bancarios ubicados en la ciudad de Pucallpa, distrito de calleria, año 2017, el nivel de las características es Regular (53.3%), Malo (33.3%) y Bueno (13.3%). En el análisis por preguntas encontramos que a veces los colaboradores de los agentes bancarios, no son amables y atentos con los clientes.
- 6.3** Describir las características de seguridad de atención al cliente de los agentes bancarios ubicados en la ciudad de Pucallpa, distrito de calleria, año 2017, el nivel de las características es Regular (46.7%), Malo (33.3%) y Bueno (20%). En el análisis por preguntas encontramos que a veces la conducta de los colaboradores de los agentes bancarios no transmite seguridad, es por eso que al hacer uso de los servicios de los agentes bancarios, los clientes no se sienten seguros y además a veces algunos empleados de los agentes bancarios no cuentan con la capacitación necesaria para responder las consultas que realizan los clientes.
- 6.4** Describir las características de empatía de atención al cliente de los agentes bancarios ubicados en la ciudad de Pucallpa, distrito de calleria, año 2017, el

nivel de las características es Regular (60%), Malo (26.7%) y Bueno (13.3%). En el análisis por preguntas encontramos que a veces los colaboradores de los agentes bancarios no brindan atención individual al cliente, además a veces los empleados no entienden las necesidades específicas de los clientes.

**6.5** Describir las características de bienes tangibles de atención al cliente de los agentes bancarios ubicados en la ciudad de Pucallpa año 2017, el nivel de las características es Regular (53.3%), Malo (33.3%) y Bueno (13.3%). En el análisis por preguntas encontramos que en algunos agentes bancarios utilizan equipos tecnológicos que no son nuevos o modernos. Además a veces los materiales asociados al servicio (como mobiliario) de los agentes bancarios no son cómodos y suficientes para la espera de atención al cliente.

## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **VII. RECOMENDACIONES**

- ❖ A las mypes en general “Si tienes una bodega, farmacia u otro negocio podrías ser un agente bancario, así te volverías parte de las redes de los bancos más importantes del país, la idea es llegar al éxito”.
- ❖ Recomendar a los dueños de las Mypes (Agentes Bancarios) del distrito de callería invertir en capacitaciones, sobre el tema de gestión y calidad la cual le ayudara a controlar, organizar, planificar y a gestionar su propio negocio, por ende se incrementaran los ingresos y tener clientes satisfechos.
- ❖ Acondicionar mejor la imagen de los agentes bancarios de tal manera que los clientes sientan la misma seguridad de estar en el mismo banco sin tener insatisfacción alguna.



## **PROPUESTA DE MEJORA**

### **1.- PRESENTACIÓN**

#### **1.1.- TITULO:**

Estrategias para el mejoramiento de la gestión de la calidad en la atención al cliente de las MYPES en el rubro de agentes bancarios de la ciudad de Pucallpa.

#### **1.2.- RESPONSABLE**

1. Propietario - Gerente

## **II.- DESARROLLO DEL PROYECTO**

### **2.1.- Visión de futuro**

Las MYPES en el rubro de agentes bancarios, de la ciudad de Pucallpa, distrito de Callería se proyectan contar con una gestión de calidad de servicio al cliente, basada en la confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y la buena presentación física de las empresas prestadoras del servicio.

### **2.2.- DIAGNOSTICO**

La situación actual de la gestión de calidad con enfoque al cliente en las MYPES en el rubro de agentes bancarios de la ciudad de Pucallpa, distrito de Callería según el estudio realizado se resume de la forma siguiente:

1. El nivel de las características de confiabilidad es Regular calificado por el (46.7%) de los usuarios. Se encontró que a veces las operaciones en los agentes bancarios se realizan en menos tiempo que en los bancos.
2. El nivel de las características de Responsabilidad es Regular calificado por el (53.3%) de los usuarios. Se encontró que a veces los colaboradores, no son amables y

atentos con los clientes.

3. El nivel de las características de seguridad es Regular calificado por el (46.7%) de los usuarios. Se encontró que a veces la conducta de los colaboradores no transmite seguridad a los clientes, debido a que no cuentan con la capacitación necesaria para responder las consultas que realizan los clientes.
4. El nivel de las características de empatía es Regular calificado (60%) de los usuarios. Se encontró que a veces los colaboradores no brindan atención personalizada a los clientes, además a veces los colaboradores no entienden las necesidades específicas de los clientes.
5. El nivel de las características de bienes tangibles es Regular (53.3%) de los usuarios. Se encontró que a veces en algunos agentes bancarios utilizan equipos tecnológicos que no son nuevos o modernos. Además a veces los materiales asociados al servicio (como mobiliario) no son cómodos y suficientes para la espera de atención al cliente.

## **2.3.- OBJETIVOS**

### **OBJETIVO 1.**

Mejorar la confiabilidad de la atención al cliente en las MYPES en el rubro de agentes bancarios de la ciudad de Pucallpa, distrito de Callería.

### **OBJETIVO 2.**

Mejorar la responsabilidad de la atención al cliente en las MYPES en el rubro de agentes bancarios de la ciudad de Pucallpa.

**OBJETIVO 3.**

Mejorar la seguridad de la atención al cliente en las MYPES en el rubro de agentes bancarios de la ciudad de Pucallpa.

**OBJETIVO 4.**

Mejorar la empatía de la atención al cliente en las MYPES en el rubro de agentes bancarios de la ciudad de Pucallpa.

**OBJETIVO 5.**

Mejorar los elementos tangibles de la atención al cliente en las MYPES en el rubro de agentes bancarios de la ciudad de Pucallpa.

## 2.4.- ESTRATEGIAS Y ORGANIZACIÓN DEL TIEMPO

Objetivos	Estrategias	Cronograma		
		Años		
		1	2	3
N°1: Mejorar la confiabilidad de la atención al cliente en las MYPES en el rubro de agentes bancarios de la ciudad de Pucallpa, distrito de Callería.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Implementar la política de “hacer bien las cosas desde la primera vez” con la finalidad de brindar un servicio correcto.</li> <li>2. Generar expectativas en el cliente que la empresa pueda cumplir.</li> <li>3. Establecer mecanismos de mejoramiento continuo con la finalidad de disminuir errores en el servicio.</li> <li>4. Implementar un sistema para la recopilación de la quejas de los usuarios con la finalidad de solucionar los problemas.</li> </ol>	x	x	x
N°2: Mejorar la responsabilidad de la atención al cliente en las MYPES en el rubro de agentes bancarios de la ciudad de Pucallpa, distrito de Callería.	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Disminuir el tiempo de espera de los usuarios.</li> <li>6. Brindar información clara y precisa sobre los servicios que se brindan.</li> </ol>	x		

<p>N°3: Mejorar la seguridad de la atención al cliente en las MYPES en el rubro de agentes bancarios de la ciudad de Pucallpa, distrito de Callería.</p>	<p>7. Capacitar a los colaboradores en estrategias de atención al cliente (buen trato, brindar confianza, transmisión de seguridad, otros).</p> <p>8. Capacitar a los colaboradores sobre los diversos servicios que brindan los agentes bancarios.</p>	<p>x</p>	<p>x</p>	<p>x</p>
<p>N°4: Mejorar la empatía de la atención al cliente en las MYPES en el rubro de agentes bancarios de la ciudad de Pucallpa, distrito de Callería.</p>	<p>9. Establecer como política la atención personalizada al cliente según sus necesidades.</p> <p>10. Establecer como política “el cliente lo primero preocupándose por satisfacer sus necesidades.</p> <p>11. Identificar las necesidades de los clientes con la finalidad de establecer acciones para satisfacerlas.</p>	<p>x</p>		
<p>N°5: Mejorar los elementos tangibles de la atención al cliente en las MYPES en el rubro de agentes bancarios de la ciudad de Pucallpa, distrito de Callería.</p>	<p>12. Implementar el uso de un uniforme a los colaboradores de las empresas.</p> <p>13. Implementar visuales atractivas en los lugares de espera de los clientes.</p> <p>14. Atender en forma permanente durante en los horarios mañana y tarde.</p>	<p>x</p>	<p>x</p>	<p>x</p>
	<p>15. Implementar mobiliarios cómodos para los colaboradores y la sala de atención.</p>			

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

Aparicio, H. (2014). El 85% de las MYPES En Perú Es Informal – Diario de Prensa PERU21. Recuperado de <http://peru21.pe/opinion/85-mype-peru-informal-2191941>.

Avellano, R. (1993). Comportamiento del Consumidor y Marketing. Ketind. Harly C.A. México.

Babakus, E. & Boller, G. (1992). "Una evaluación empírica de la escala SERVQUAL".  
Journal of Business Research, vol. 24. Pág. 253-268.

Bellido, M. (2016). "Evaluación de la calidad del servicio, a través de la comparación entre las expectativas y percepciones, del servicio brindado en el área de atención al cliente del Restaurant PARDOS CHICKEN - Piura". Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Berry, L. (1994). Management Siglo XXI. Administración Total del Mejoramiento Continuo: La Nueva Generación. Colombia, Ediciones Mc Graw Hill.

Berry, L. Bennet, & C. Brown. (1989). Calidad de servicio: Una ventaja estratégica para instituciones financieras (Ediciones Díaz de Santos, S.A). Madrid: España Díaz

F. (2010). Tesis de maestría "Validación de un instrumento para evaluar la calidad del servicio que brindan instituciones educativas parroquiales. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú.

Fernández, P. & Bajac, H. (2003). La gestión del marketing de servicios. Buenos Aires, Argentina: Granica.

García-Morales, E. (1993). Calidad en los servicios de información y documentación.  
Ciencias de la Información, 1993, v. 24.

- Hernández, (2010). Metodología de la investigación. Mc Graw Hill. Colombia.
- Herrera, I. (2015). “La Gestión de la Calidad por Procesos y la Creación de una Ventaja Competitiva en la Empresa Imporquivensa en la Ciudad de Ambato. Universidad Técnica De Ambato Facultad de Ciencias Administrativas. – Ecuador.
- Horovitz, J. (1990). La Calidad del Servicio: A la Conquista del Cliente. Madrid. Editorial Mc Graw Hill.
- Iparraguirre, D. (2015). La calidad de servicio de los Agentes MultiRed y la satisfacción de los clientes del banco de la nación de la Región Tacna, año 2015. Universidad Privada de Tacna, Piura.
- Kotler, P. (1993). Principios de Marketing. Prentice Hall, 7ª Edición.
- Kotler, P. (2001). Dirección de Mercadotecnia. Edición del Milenio. Décima Edición. México. Editorial Prentice Hall.
- Kotler, P. et al (2004). El marketing de Servicios Profesionales», Editorial Paidós SAICF (pp. 9- 10).
- Lehtinen, J. & Lehtinen, U. (1982). Calidad del servicio: Un estudio de las dimensiones de calidad. Documento de trabajo inédito. Instituto de Gestión de Servicios. Helsinki.
- León, C. (2010). Los Aportes Del Sector De Las MYPES A La Economía. Recuperada <http://www.ampyme.gob.pa/consultorias/LOS%20APORTES%20DEL%20SECTOR%20DE%20LAS%20MyPEs%20A%20LA%20ECONOMIA%20NACIONAL.pdf>.
- Liñan, (2014). “Caracterización de la calidad de servicios bajo el modelo Servqual en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro hospedajes del distrito Huaraz, 2014”. Universidad los Ángeles 7 de Chimbote.
- Lovelock, C. & Wirtz, J. (2009). Marketing de Servicios, personal, tecnología y estrategia.

(6ta. Ed.). México: Editorial Prentice Hall.

Merino, J. (1999). “La Calidad de Servicio Bancario: Entre la Fidelidad y la Ruptura.”, realizada en la Universidad Complutense de Madrid.

Mori V. & Zavaleta, L. (2014). “Influencia de la Calidad del Servicio al Cliente en el Nivel de Ventas de Tiendas de Cadenas Claro Tottus - Mall, de la Ciudad de Trujillo 2014”, universidad de Universidad Privada Antenor Orrego en Trujillo- Perú.

Palacios, J. (2007). Micro y pequeña empresa MYPES.

Parasuraman, A. et al (1988). SERVQUAL: Una escala de varios artículos para medir la percepción de los consumidores de un servicio de calidad. Diario de Comercio.

Parasuraman, A., et al (1988). SERVQUAL: Una escala de varios artículos para medir la percepción de los consumidores de un servicio de calidad. Diario de Comercio.

Pérez, C. (2014). “La Calidad del Servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la Empresa Restaurante Campestre SAC “. Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo Facultad De Ciencias Empresariales – Chiclayo.

Ramos, V. (2015), en su tesis titulada Caracterización de la calidad de servicios bajo el modelo Servqual en MYPE del sector servicios – rubro hospedajes del distrito de Juliaca, 2015. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Requena, M. (2007). “La calidad de servicio desde la perspectiva de clientes y auto – percepción de empresas de captación de talento”. Universidad Católica, Andrés Bello Facultad De Ciencias Económicas Y Sociales – Venezuela.

Rodriguez, M. (2001), Una herramienta para evaluar el servicio: El SERVQUAL.

Roldán, L. (2010). “Calidad De Servicio Y Lealtad De Compra Del Consumidor En Supermercados Limeños”. Pontificia Universidad Católica Del Perú Escuela De Graduados –



Lima.

Samchex, (2002). Gestión de la calidad – Mejora continua y sistemas de gestión. Juan Velasco Sánchez.

Sánchez, (2014). “Caracterización de la calidad de servicio bajo el modelo SERVQUAL en la micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz 2014”. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Sánchez, B. (2006). Las MYPES en Perú. Su importancia y propuesta tributaria. En: Quipukamayoc, Revista del Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables de la UNMSM, vol. 13, No. 25.

(<http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/quipukamayoc/2006/primer/a13.pdf>) (Consulta: Setiembre 2012).

Vásquez, M. (2007). La calidad, el concepto actual que debe ser manejado adecuadamente por los gerentes y funcionarios de toda organización. Mc Graw Hill.

## ANEXOS N°01



### ENCUESTA DE GESTIÓN DE CALIDAD CON ENFOQUE AL CLIENTE

Código:

Fecha: .....

#### INSTRUCCION

Estimado propietario o representante de las MYPE en el rubro de Agentes Bancarios del distrito de Callería, las preguntas que a continuación formulamos, forman parte de una investigación encaminada a analizar la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente de las MYPES en el rubro de Agentes Bancarios. Aplicación de la metodología indagatoria, para lo cual necesitamos de su colaboración y apoyo, respondiendo no como debería ser sino como lo percibes en la realidad. Por consiguiente marcarás tu respuesta para cada uno de las preguntas en uno de los recuadros.

N°	INDICADORES / ITEMS	1	2	3
		Nunca	A veces	Siempre
	<b>Dimensión: Confiabilidad</b>			
01	¿El tiempo que se tarda en realizar una operación en los agentes bancarios, es menor al que se realiza en oficinas del banco?			

02	¿Cuándo se presentan inconvenientes de transferir dinero a cuentas de otros, existen las herramientas necesarias en los agentes bancarios para resolver el problema?			
03	¿Cuándo se brinda el servicio de transacción en los agentes bancarios, este se da, de manera eficaz y rápida en el primer intento?			
04	¿Los servicio que se brinda mediante los agentes bancarios, se cumplen con rapidez?			
05	¿Los colaboradores de los agentes bancarios, suelen brindar información en cuanto a los horarios que se brinda la atención de los diferentes servicios?			
	<b>Dimensión: Responsabilidad</b>			
06	¿Los empleados de los agentes bancarios le brindan el servicio con rapidez?			
07	¿Los colaboradores de los agentes bancarios siempre se muestran dispuestos a ayudarlo?			
08	¿Los Colaboradores de los agentes bancarios son cortés de manera consistente con usted?			
	<b>Dimensión: Seguridad</b>			
09	¿El comportamiento de los colaboradores de los agentes bancarios le inspira confianza?			
10	¿Al hacer uso de los servicios de los agentes bancarios se siente usted seguro?			
11	¿Los empleados de los agentes bancarios tratan a los clientes con cortesía?			
12	¿Los empleados de los agentes bancarios cuentan con el conocimiento para responder las consultas de los clientes?			
	<b>Dimensión: Empatía</b>			
13	¿Los colaboradores de los agentes bancarios brindan atención individual?			
14	¿Los agentes bancarios cuentan con personal que brindan atención personalizada?			
15	¿Los agentes bancarios se ocupan de cuidar los intereses de sus clientes?			
16	¿Los empleados entienden las necesidades específicas de sus clientes?			
	<b>Dimensión de bienes tangibles</b>			
17	¿Los agentes bancarios poseen equipos tecnológicos de aspecto moderno?			
18	¿Las instalaciones físicas de los agentes bancarios son visualmente atractivas?			

19	¿La presentación de los empleados es adecuada y formal?			
20	¿Los materiales asociados con el servicio (como mobiliario) de los agentes bancarios son cómodos y suficientes para la espera de atención al cliente?			
21	¿Los horarios de atención de los agentes bancarios son flexibles para sus clientes?			

## ANEXO N°02

### POBLACION Y MUESTRA

ITEM	NOMBRE DEL AGENTE	DIRECCION
1	Botica Progreso	Jr. 7 de junio 215
2	Cellular Thins E.I.R.L	Jr. Tarapacá 821
3	Telechaya E.I.R.L	Jr. Tarapacá 718
4	Minimarket Mishelita	Jr. Unión urb. Los frutales
5	Botimed Señor de Burgos S.R.L	Jr. 7 de junio 451
6	Botica Correa	Av. Centenario 1140
7	Librería el Estudiante	Av. Sáenz Peña/ Inmaculada 100
8	Bodega Sali	Jr. Cesar Calvo de Araujo 308
9	Servidoctor	Jr. Tarapacá 777
10	Distribuidora El Inge	Jr. Unión Mz- b Lt-1 urb. Los frutales
11	J & J Comunicación	Jr. Amazonas Mz- C Lt- 15
12	Maxisoft Net S.R.L	Jr. Libertad/ Huáscar 210
13	Farmacia Perú	Jr. Raimondi 497
14	Botica y Salud	Jr. Raimondi 542
15	Botica Estrella	Av. Centenario 1138

### Nivel y Escala de la Gestión de Calidad

	Malo	Regular	Bueno
Confiabilidad	5 - 9	10 - 12	13 - 15
Responsabilidad	3 - 5	6 - 7	8 - 9
Seguridad	4 - 7	8 - 10	11 - 12
Empatía	4 - 7	8 - 10	11 - 12
Bienes tangibles	5 - 9	10 - 12	13 - 15
Total	21 - 38	39 - 51	52 - 63

ANEXO N°03

Cronograma 2017																
Actividades	Semanas															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
<b>Sesión 1:</b> Revisión y elaboración del proyecto	x	x	x	x												
<b>Sesión 2:</b> Recisión y aprobación del proyecto de investigación					x											
<b>Sesión 3:</b> Información preliminar del informe de tesis y la introducción						x										
<b>Sesión 4:</b> Revisión de la literatura							x	x								
<b>Sesión 5:</b> Metodología , resultados y conclusiones de la investigación									x	x						
<b>Sesión 6:</b> Presentación y evaluación del informe final de tesis - Envío al Corrector Estadístico - Envío al Corrector Estilo											x	x	x			
<b>Sesión 7:</b> Elaboración de artículo científico														x		
<b>Sesión 8:</b> Pre banca de sustentación															x	
<b>Sesión 9:</b> Sustentación del informe final de tesis																x

## ANEXO N°04

<b>Concepto</b>		<b>Costo Unitario</b> (S/.)	<b>Cantidad</b> <i>necesaria</i>	<b>Valor Total</b> (S/.)
Costo del curso	Matrícula	150	1	150
	Pensión	375	4	1500
Impresión y empastado		20	3	60
Grabación de CD's		3	3	9
Pasajes para visitar las MYPES		2	15	30
Útiles	Lapiceros	1	2	2
	Encuestas	0.3	27	8.1
	Cuadernos	10	1	10
Pasajes para visitar la Biblioteca de las Universidades		6	8	48
Internet mensual		65	3	195
<b>Total</b>				2012.10