



**Universidad
Norbert Wiener**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y NEGOCIOS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
Y COMPETITIVIDAD**

Tesis

**Reingeniería para mejorar la calidad de servicio en una
financiera, Lima 2019**

**Para optar el título profesional de Licenciada en Administración y
Negocios Internacionales**

AUTORA

Br. Torres Velasque, Gabriela

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD

Economía, Empresa y Salud

LIMA - PERÚ

2019

**“Reingeniería para mejorar la calidad de servicio en una
financiera, Lima, 2019”**

Miembros del Jurado

Presidente del Jurado

Dr. Raul Patrnoxic Rengifo

Secretario

Mg. Fernando Alexis Nolazco Labajos

Vocal

Dra. Claribel Rosario Salvador García

Asesor temático

Dra. Patricia Maribel Yllescas Rodriguez

Dedicatoria

Dedico esta investigación a Dios Todopoderoso; a mis padres y hermanos por su apoyo incondicional y comprensión constante a lo largo de mi vida personal y profesional; a mis docentes por guiarme y ayudarme a desarrollar mis capacidades.

Agradecimiento

A mis docentes asesores por su aliento y ánimo constante para el logro de esta investigación, así como a todos los participantes en los estudios que realice, su colaboración constante ha sido fundamental en el desarrollo de mi carrera profesional.

Declaración de autenticidad y responsabilidad

Yo, Torres Velasque, Gabriela identificada con DNI Nro. 45289464, domiciliado en Av. Tomas Ramsey 764 Dpto. "E" egresado(a) de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales he realizado la Tesis titulada "Reingeniería para mejorar la calidad de servicio en una financiera, Lima, 2019" para optar el título profesional de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales, para lo cual Declaro bajo juramento que:

1. El título de la Tesis ha sido creado por mi persona y no existe otro trabajo de investigación con igual denominación.
2. En la redacción del trabajo se ha considerado las citas y referencias con los respectivos autores.
3. Después de la revisión de la Tesis con el software Turnitin se declara 14% de coincidencias.
4. Para la recopilación de datos se ha solicitado la autorización respectiva a la empresa u organización, evidenciándose que la información presentada es real.
5. La propuesta presentada es original y propia del investigador no existiendo copia alguna.
6. En el caso de omisión, copia, plagio u otro hecho que perjudique a uno o varios autores es responsabilidad única de mi persona como investigador eximiendo de todo a la Universidad Privada Norbert Wiener y me someto a los procesos pertinentes originados por mi persona.

Firmado en Lima el día 12 de junio del 2019



Torres Velasque Gabriela
DNI: 45289464

Presentación

Señores miembros del jurado:

El presente estudio de investigación lleva por título “Reingeniería para mejorar la calidad de servicio en una financiera, Lima, 2019” en el cual tiene como finalidad proponer el rediseño de los procesos para mejorar la calidad de atención al cliente, con el fin de optar el título de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales, de acuerdo al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Norbert Wiener.

El estudio se ha realizado en el área de Analista de créditos en la financiera, dedicada al rubro financiero, donde se observó y se determinó, que no cuentan con una coordinación de procesos que son extensos los procedimientos para la atención al cliente lo que dificulten y generan incomodidades, para ofrecer una buena atención al cliente.

Este trabajo de investigación cuenta con seis capítulos desarrollados y estudios de forma progresiva cuya finalidad nos conlleve a aplicar la categoría solución y su mejor desarrollo, a continuación, se detallará cada capítulo y su contenido correspondiente:

en el capítulo I se planteó el problema de la investigación, lo cual abarca la identificación y formulación del problema, se plantearon objetivos y justificación para el mismo; El capítulo II planteó el marco metodológico está formado por el marco teórico, donde se plantea el sustento teórico, antecedentes, marco conceptual y se habla de las características de la empresa en sí; El capítulo III se planteó el trabajo de campo , análisis de datos de la encuesta y entrevista aplicadas, con la consecuente triangulación de datos obteniendo como resultado el diagnostico final; en capítulo IV se plantó resultados y discusión incluye descripción de resultados, formulación de propuesta, alternativas de solución, objetivos, justificación y desarrollo de propuesta. V reúne conclusiones y sugerencias para la investigación; y finalizando con el capítulo VI se expone las referencias bibliográficas que sirven como base teórica para el estudio.

La Autora

Torres Velasque Gabriela

Índice

	Pág.
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Presentación	vii
Índice	viii
Índice de tablas	xi
Índice de figuras	xii
Índice de cuadros	xiii
Resumen	xiv
Abstract	xv
CAPITULO I	xvi
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	xvi
1.1 Problema de investigación	16
1.1.1 Identificación del problema	16
1.2 Formulación del problema	17
1.2.1 Problema general	17
1.2.2 Problemas específicos	17
1.3 Justificación	17
1.3.1 Justificación metodológica	17
1.3.2 Justificación práctica	18
1.4 Limitaciones	18
1.5 Objetivos	18
1.5.1 Objetivo general	18
1.5.2 Objetivos específicos	18

CAPÍTULO II	19
MARCO TEÓRICO	19
2.1 Sustento teórico	20
2.2. Antecedentes	24
2.3 Marco conceptual	28
CAPÍTULO III	35
MÉTODO	35
3.1 Sintagma, Enfoque, Tipo, nivel y método	36
3.2. Categoría y sub categoría apriorística	38
3.3 Población, muestra y unidades informantes	39
3.4. Técnicas e Instrumento	41
3.6 Análisis de datos	45
CAPITULO IV	46
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	46
4.1 Descripción de resultado	47
4.2. Análisis cualitativo	55
4.3 Propuesta	59
4.3.1 Fundamentos de la propuesta	59
4.3.2 Problemas	59
4.3.3 Elección de la alternativa de solución	59
4.3.4 Objetivos de la propuesta	60
4.3.5 Justificación de la propuesta	60
4.3.6 Desarrollo de la propuesta	61
4.4 Discusión	79
5.1 Conclusión	82
5.2 Sugerencias	83
CAPÍTULO VI	84
REFERENCIAS	84

Anexo 1: Matriz de consistencia	89
Anexo 2: Evidencia de la propuesta	91
Anexo 3: Artículo de investigación	96
Anexo 4: Instrumento Cuantitativo	97
Anexo 5: Instrumento cualitativo	99
Anexo 6: base de datos	101
Anexo 7: Transcripción de las entrevistas	102
Anexo 8: Fichas de validación de los instrumentos cuantitativos	116
Anexo 9: Matrices de consistencia	128

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1. Matriz de servicio atención al cliente	38
Tabla 2. Muestra para la investigación	39
Tabla 3. Validación de expertos del instrumentos cuantitativo	43
Tabla 4. Confiabilidad del instrumento	44
Tabla 5. Frecuencias y porcentajes de los ítems a la sub categoría empatía	47
Tabla 6. Frecuencias y porcentajes de la sub categoría capacidad de respuesta	48
Tabla 7. Frecuencias y porcentajes de los ítems a la sub categoría fiabilidad	50
Tabla 8. Frecuencias y porcentajes de los ítems a la sub categoría seguridad	51
Tabla 9. Pareto de la categoría Seguridad	53
Tabla 10. Capacitación de inversión objetivo 1	65
Tabla 11. Presupuesto de inversión objetivo 2	73
Tabla 12. Presupuesto de inversión objetivo 3	78

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1. Frecuencias y porcentajes de los ítems de la sub categoría empatía	47
Figura 2. Frecuencias y porcentajes de la sub categoría capacidad de respuesta	49
Figura 3. Frecuencias y porcentajes de los ítems de la sub categoría fiabilidad	50
Figura 4. Frecuencias y porcentajes de los ítems de la sub categoría seguridad de	52
Figura 5. Pareto de la categoría seguridad en una financiera, Lima, 2019	54
Figura 6. Gantt de actividades objetivo 1	62
Figura 7. Capacitaciones objetivo 1	63
Figura 8. Charla objetivo 1	64
Figura 9. Charla objetivo 1	64
Figura 10. Gantt de actividades objetivo 2	67
Figura 11. Procesos administrativos	68
Figura 12. Implementación de procesos	69
Figura 13. Actividades a realizar	70
Figura 14. Tecnologías en las nuevas actividades	71
Figura 15. Manejo de tecnología en las actividades	71
Figura 16. Determinación del cambio	72
Figura 17. Gantt de actividades objetivo 3	75
Figura 18. procesos de manejo de expedientes	76
Figura 19. Implementación de tiket virtual	77

Índice de cuadros

	Pág.
Cuadro 1. Datos para calcular la muestra.	40
Cuadro 2. Instrumento holístico de la propuesta.	42
Cuadro 3. Categoría emergente.	58
Cuadro 4. Detalle de actividades objetivo 1	61
Cuadro 5. Plan de actividades de la solución administrativa Objetivo 2	66
Cuadro 6. Actividades mejorar los canales de atención	74

Resumen

El presente trabajo de investigación tienen como objetivo general implementar una reingeniería para mejorar el nivel de atención al cliente, los usuarios buscan satisfacer sus necesidades en cuanto a la atención al cliente que se ofrece en la financiera es por esta razón que se propone utilizar herramientas que mejoren la calidad de atención.

Para el desarrollo de la investigación se utilizó el sintagma holístico, de tipo proyectiva, con un enfoque mixto, de tipo comprensivo a través de un método analítico; en el muestreo probabilístico de población conocida de 345 usuarios de sexo femenino y masculino y de un rango de edades de 25-30 años, 31-35 años y 36 años a más. Se aplicó la encuesta para los usuarios que visitan la financiera y la recolección de datos se empleó el instrumento cualitativo, la entrevista fue dirigida a 03 expertos que dentro de ellos se encuentra gerente de agencia, jefa de operaciones, analista de créditos experto, lo cual permitió detectar los problemas y formular la propuesta para aplicar la reingeniería.

La propuesta tuvo la finalidad de rediseñar los procesos para dar un mejor funcionamiento en los procedimientos relacionados con el servicio al cliente, en los cuales se desarrollaron tres objetivos de propuesta: capacitar al personal sobre los servicios, mejorar los procesos documentarios y diseñar los canales de atención al cliente donde se encontraron resultados de mucho beneficio para la empresa.

Palabras Clave: Reingeniería, servicio al cliente, calidad de servicio, empatía

Abstract

The present work research has as its general goal implementing a reengineering to improve the level of customer service in a financial bank where people look for users seek to meet their needs in terms of customer service offered

It was used the holistic syntagm for the development of the research, of projective style, with a mixed approach, of a comprehensive type through an analytical method; in the probabilistic sampling of known population of 345 female and male users and of a range of ages of 25-30 years, 31-35 years and 36 years of age. The survey was applied for users who visit the financial and data collection was used qualitative instrument, the interview was addressed to 03 experts who are within them agency manager, operations manager, expert credit analyst, which allowed to detect the problems and formulate the proposal to apply the reengineering.

That purpose was to redesigning the processes to give a better performance in the procedures related to customer service, in which three proposal objectives: training the team on services, improve document processes and design customer service channels where results of great benefit for the company were found.

Keywords: reengineering; customer service; quality of service; empathy.

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Problema de investigación

1.1.1 Identificación del problema

A nivel mundial, los bancos financieros y cajas se han generado mayor transformación y crecimiento notorio, convirtiéndose en un método multidisciplinario, las entidades financieras actualmente se van implementando nuevas estrategias y conocimientos, como la seguridad y protección de los datos internos del cliente.

La financiera con el objetivo de obtener bienes de la comunidad en general con particularidad depende en realizare en llevar a cabo las operaciones para financiar a las pequeñas empresas y medianas, además desempeñan operaciones en el interior de la legislación vigente, emitidas para las organizaciones del sistema financiero.

El sistema de las financieras va más allá del desarrollo con características productivas que tiene puede ser capaz de proveer servicio y abastecimiento de acuerdo a las necesidades, un requisito primordial para ello es la existencia de mecanismo e instrumentos que hacen frente a las necesidades de ahorro y de financiamiento que puedan presentar las distintas agencias que existe (Martínez, 2006).

Cabe mencionar que las dificultades que enfrentan las empresas financieras frente a los mercados que los competen donde mayormente los procesos son complejos y burocráticos dando un malestar a los clientes por la demora en las atención y la mala atención que ofrecen al momento de ser atendidos sea cual sea su consulta, donde se resalta la deficiencia en el servicio al cliente (Martínez, 2006).

Finalmente, en el área de los analistas de créditos tienen como problema general la deficiente atención al cliente, puesto que ellos son los primeros en tener contacto con los usuarios, el problema analizado es lo que se tendrá en cuenta para darle solución desde la raíz para ser efectivo para comprobar de manera rápida y eficiente los procesamientos que aplican. Desde el problema que se identificó se verificara las causas por lo que está pasando estos hechos, culminando estas escenas, se dará a conocer la propuesta que será el cambio para todos y a la vez una mejora para la financiera.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cómo mejorar la calidad de atención al cliente implementando la reingeniería de procesos?

1.2.2 Problemas específicos

¿Cómo es la calidad de atención al cliente en la financiera, Lima 2019?

¿Cuáles son los factores de mayor incidencia en la calidad servicio al cliente en la financiera, Lima 2019?

¿Cómo los procesos influyen en la calidad de atención al cliente, Lima 2019?

1.3 Justificación

Para la investigación presente se elaborará un estudio completo que permitirá conocer las causas del problema que se relaciona con la deficiente atención al cliente en la financiera

Determinando la reingeniería de procesos como la categoría solución, se obtendrá resolver el problema relacionado a la atención al cliente. Las teorías y métodos son relevantes porque cada una de ellas nos encamina para llevar a prestar un buen servicio al cliente sin distinción de categorías, donde los clientes están expuestos.

1.3.1 Justificación metodológica

El presente estudio se realizará a cabo haciendo uso de la investigación holística, debido a la complejidad de los problemas y fenómenos ocurridos, en el campo laboral tanto para los clientes, y los colaboradores, la infraestructura y los materiales físicos de la empresa.

Se desarrolla en la propuesta con tres etapas de estudio.

Donde se investigará, conceptualizar y comprobar los diferentes problemas y molestias de parte de los analistas de créditos y en caja. Esto conllevará a comparar, exponer y pronosticar las diferentes variables que se encuentran en el campo del estudio de tal manera poder desarrollarlo, finalizando se podrá elaborar una propuesta de rediseño y transformar las conclusiones con problemas encontrados para el logro de los objetivos de la futura propuesta.

1.3.2 Justificación práctica

A lo largo del trabajo de investigación se podrá conocer los resultados que permitirá dar solución a los obstáculos que enfrentan la financiera. Donde el propósito de la investigación sea favorable los cambios que enfrenten la empresa para así obtener los resultados de mejora la calidad de servicio al cliente.

1.4 Limitaciones

No ha sido tan fácil acceder a las informaciones de la empresa ya que se mantener en privado de tal modo que se pudo conversar con la gerente de la financiera para que pueda darnos el permiso que requerimos. Así mismo tener alcance a las encuestas que se realiza en el interior de la empresa y la obtención de datos financieros.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Proponer la implementación de la reingeniería de procesos para mejorar la calidad de atención al cliente en la financiera.

1.5.2 Objetivos específicos

Diagnosticar la situación actual de la calidad de atención al cliente en la financiera.

Diseñar propuesta para el desarrollo de reingeniería en el área de analistas de créditos.
Conceptualizar los factores de mayor incidencia en la calidad de servicio al cliente en la financiera.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Sustento teórico

Teoría General de Sistemas

Surge mediante las investigaciones de Ludwing Von, que fue un biólogo austriaco, por haber formulado la teoría de sistemas esta analogía se puede aplicar en las empresas y el círculo que lo rodea para aplicar su funcionamiento. Con el fin de comprender la realidad de una manera más adecuada (Bertalanffy, 2006).

La teoría general de sistemas ayuda a que la ciencia sea mejor investigada de forma holística, todo con el fin de comprender la verdad de forma correcta. Buscando el orden y la capacidad de todos los conocimientos que el hombre posee y se pueda poner en práctica en las entidades y otras empresas que lo rodean con una finalidad de entender la verdad de una forma clara.

En el estudio de las organizaciones fue entrelazado a la aplicación de la TGS. En los últimos 10 años se realizaron aportes muy importantes a la administración de empresas dando inicio desde la postulación de la TGS logrando conocer conceptos propios de la teoría, llevando a una nueva etapa de entendimiento para las empresas entre los individuos que lo conforman y lo rodean (Peralta, 2016).

La teoría de sistemas es aplicable en general, donde lo más importante son las relaciones y se reconoce al sistema como un todo y no como las sumas de partes individuales ya que cada acción de las personas, afectan al comportamiento organizacional de cómo analizan las situaciones reales que atañen a la organización al momento en que se aplica la teoría general de sistemas para poder lograr la mejoría de los colaboradores y hacia mismo poder hacer funcionar la organización.

Se aplica en función a la empresa y los colaboradores para que entre si haya un debido con prendimiento de la teoría y así poder generar las informaciones claras y que las personas puedan comprender lo que se les transmite y se expresa mediante la teoría y así poder contribuir con la entidad en la que laboran y así generar más concomiendo entre todos.

Teoría de X y Teoría de Y

La teoría X y Teoría Y comprenden el comportamiento de las personas dando a conocer las ideas negativas sobre la naturaleza humana señalando premisas que se llamarían la teoría Y las premisas positivas a favor de la empresa dando a conocer como la teoría X. Se plantea refutando el primer altercado del comportamiento de las personas, en este se determinan los factores muy notables en la ejecución de un colaborador, donde la motivación y los métodos de operaciones ayuden a facilitar la empleabilidad de los recursos perceptibles (McGregor, 2009).

Puntualizó dos modos de razonamiento de los ejecutivos con mayor cargo en la empresa del cual se designa la teoría X, no ponen límites de las actividades que realizan y califica a los obreros como personas que no expresan sentimientos ni dificultades que puedan tener ya sea en el trabajo o en lo personal y la teoría Y su fundamento en la teoría es que las personas quieren ser mejores maximizando sus conocimientos y habilidades y poner en práctica a la hora de operar con el fin de dar un gran aporte a las instituciones ya sean privadas o públicas (McGregor, 2009).

En esta teoría existen dos formas de pensar para con los directivos de la alta gerencia de cuales dio a conocer la teoría X, donde considera a los trabajadores como animales con arduo trabajo que solo realizan su trabajo entre la espada y la pared, como un camino sin salida esto hace que trabajen menos, que no tengan ambición y solo realicen su trabajo rutinario y que siempre obedezcan lo dirigido y la teoría Y se sostiene del principio de que los empleados quieren pueden y necesitan el trabajo con la motivación el apoyo y sobre todo el potencial que llevan en ellos se observa que los obreros que tienen la capacidad para asumir responsabilidades, dirigir y ser líderes de esa forma contribuir con la empresa (Hernández, 2018).

Se aplicaría la teoría X con el fin de que los trabajadores sepan de cómo es trabajar bajo esa teoría se determina sobre el comportamiento dando a conocer las ideas negativas sobre la naturaleza humana. Y sobre la teoría Y aplicarla de tal forma que los empleados sientan la voluntad y las ganas de trabajar con el apoyo de motivarlos, ayudarlos para mejorar la calidad y servicio que se brinda en las empresas.

Teoría de las colas

La teoría de las colas cuida los puntos de los tiempos de un usuario en ser atendido en caja, en ventanilla o en plataforma, esta acción busca la optimización de mejorar la aglomeración. En la mayoría de los estudios realizados se mencionan sobre el cuello de botella, llamadas telefónicas problemas de tráfico y atención a los clientes en las agencias financieras (Chiavenato, 2006).

En la teoría de las colas se mencionan los sistemas de colas que son métodos de sistemas que proporcionan servicio, los clientes llegan buscando un servicio de diferentes tipos, y después que hayan terminado salen ya habiendo recibido dicha información, se puede manejar los sistemas de este tipo tanto los sistemas de las colas, lo cual esta teoría puede usarse al poder representar una situación típica en la cual los clientes llegan esperan un tiempo determinado que en ventanilla o analista les atiendan y una vez recibida la información esperada puedan retirarse satisfactoriamente (Chiavenato, 2006).

En esta teoría da mejoras por parte de la empresa hacia los usuarios para evitar las largas colas, ya que los clientes lo primero que esperan es ser atendido y de manera rápida, por lo que el cliente no siempre logra entender el porqué de la demora en atención. Que es lo que pasa dentro de las funciones de los analistas y cajeros.

Cabe resaltar que en toda financiera siempre hay un momento en que se genera el cuello de botella en atención en ventanilla puesto que hay mucha demanda y porque no se abastece las cajas con la cantidad de clientes para ellos se busca realizar acciones basándose en la teoría y poder optimizar mejorar en la atención al cliente dando un mejor servicio al cliente puesto que la competencia es mayor y exigente por lo que no siempre se llega a las expectativas del usuario (Cao, 2002).

Teoría de las relaciones humanas

La teoría en las relaciones humanas contribuye el lenguaje al historial en la administración donde se habla del liderazgo, la comunicación, la motivación se refuta sobre estos temas y se dejan de lado los clásicos conceptos y la jerarquía y los principios generales de la administración (Chiavenato, 2006).

Donde obtiene un papel de psicólogo y los sociólogo, donde el método no obtienen el poder sobre la dinámica del grupo, donde una de ellas es la felicidad humana que se crea distintos puntos de vista, la revolución en la dirección que se destaca de forma democrática, esto ocurre en los albores de la segunda guerra mundial. Donde se resalta que las tareas y la estructura es remplazado por la capacidad de respuesta de las personas.

Esta teoría es de gran ayuda a favor para con los clientes donde se busca una mejora donde se habla del liderazgo y se pueda emplear actividades para ya sea dinámicas o teóricas para tener una mejora en cuanto al comportamiento y comunicación con los clientes, puesto que ellos forman el papel importante para la financiera ya que sin ellos no estaría en función y ninguna actividad. Por lo que se toma en cuenta las exigencias que se piden de tal manera llegar a un cambio para el bien de la financiera (Chiavenato, 2006).

De tal manera se puede aplicar esta teoría para mejorar la comunicación con los clientes, dialogar en la organización. Y aplicar actividades que a realizar para que el personal capte lo que se quiere expresar y enseñar, mediante esta teoría se empleara actividades que puedan se participes los mismos clientes y así formar la familia que se dice en palabras y cumplirlos en hechos.

2.2. Antecedentes

Antecedentes Internacionales

En Venezuela, Blanco y Rivero (2009) presentaron un estudio denominado *Calidad de servicio percibida por los clientes residenciales en las oficinas de atención al cliente (oac) de una empresa telefónica*, en este estudio se pudo identificar el objetivo general a través del procedimiento multivalente a los estudios de elementos, los espacios que especifican atención al cliente es un instrumento clave para obtener una diferencia entre el competidor y el desarrollo de honradez de los usuarios. En pocas palabras la solución de lo que el cliente desea es recibir una buena servicio y de lo que el mismo recibe, desde ese efecto se puede comprender que el significado de calidad de servicio toma enserio las escenas que se viven por ello es más complicado entender y manejar la situación, por ello que las variables del instrumento se aplica en la gran parte de adecuación al caso y del modelo SERVIQUAL.

En Colombia, Álvarez (2014) realizó una investigación titulada *Diseño de un plan estratégico para mejorar el servicio a los clientes, fortaleciendo las competencias y la motivación de los empleados de la empresa Partner media Cali*, lo que se quiere es fortalecer las relaciones con los usuarios mediante un plan estratégico así tener un servicio impecable. Para optimizar los conocimientos de los empleados en el momento de emplear su trabajo y producir un buen clima organizacional en la entidad. La metodología que se utilizó para esta investigación se pudo sustentar mediante la técnica de investigación exploraría con respecto al problema la aclaración lo que resalta es recoger y reconocer los antecedentes generales con información que usualmente ocurren en las investigaciones, con opiniones que se relacionen con la examinación en futuras investigaciones, se logró crear a la empresa de la capital de Cali vive por las dificultades de tipo institucional, dentro de ello esta lo administrativo y economista, ya que no tienen una orientación en sentido de estrategia, como la formación organizacional y la atención al cliente.

En Ecuador, Salazar (2018) realizó una investigación titulada. *La satisfacción del cliente y su incidencia en la prestación de servicio de la cooperativa de ahorro y crédito JEP*. Lo que se desea es analizar la satisfacción del cliente a través de un estudio cualitativo para medir su Incidencia en la prestación de servicio en el área de caja de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Ecuatoriana Progresista. En el proceso de compilación y tratamiento de la información se emplearon las siguientes técnicas Es necesario efectuar un estudio de campo que describa de manera práctica las variables e indicadores que relacionan la calidad del servicios y satisfacción al cliente, para tal fin se emplea la encuesta como herramienta de recolección de datos, mismos que serán analizados estadísticamente al inferir el Comportamiento de la población abordada por la satisfacción del cliente se evalúa como muy buena desde una vista externa y como primordial implementación de políticas institucionales, gracias a que la calidad en la excelencia es el pilar fundamental que caracteriza su marca en el mercado; en contraste con otras cooperativas nacional se evidencia que la falta de políticas estatales que finalizan estratégicamente la incidencia entre cooperativa de crédito-desempeño micro Económico en base al cliente como principal eslabón en la matriz productiva.

En Ecuador, Pérez (2014) realizó un estudio titulado *La gestión del talento humano y su incidencia en la calidad del servicio al cliente en la cooperativa de ahorro y crédito san francisco*, con la meta de implantar la gestión de talento humano con respecto a la las atenciones que brinda la cooperativa hacia sus clientes con características que les distingan particularmente a las personas que acuden con frecuencia y sean reconocidas a simple vista. La población esta investigación usualmente son los mismos ciudadanos que radican en la misma ciudad, en la cual se toma una parte del universo o población que se va a estudiar con la finalidad de facilitar el estudio, mientras que el análisis de datos consiste en realizar los procedimientos donde se introducirán los datos con el fin de lograr las matas de la investigación. Con el objetivo de identificar las respuestas del proceso que se realiza con las respuestas del análisis de datos bajo los procedimientos de dicha investigación, mientras que la cooperativa tiene como objetivo extender sus socios activos y tener como clientes a jóvenes que puedan lograr sus objetivos a través del ahorro y préstamos que solicitan, sin ninguna dificultad.

En Cuba, Álvarez (2015) realizó un estudio denominada “*Evaluación de la calidad del servicio percibida en entidades bancarias a través de la escala servqual*” con el objetivo de brindar inducción a los participantes de la empresa en sinergia para las medidas futuras a escoger relacionándolo con la forma de atención que se percibe en la financiera, mediante los enfoques a servicios la mejor manera de ajustar a la empresa solamente de servicios normalmente se orientan a las financieras bancarias. Enfoque a clientes los comensales que asisten a las financieras son lo que responsabilizan apreciar la eficacia de atención y los servicios que brindan de acuerdo al conocimiento. Mientras que en el diseño del instrumento que se utilizará para evaluar la forma de atender a los clientes se tomará uno de los argumentos de la investigación. Para este caso se encuentra la población y el conjunto de clientes que acuden a la financiera solicitando los servicios que ofrecen. Mediante la implantación de las tácticas en los servicios financieros otorgando los préstamos que fueron solicitados entre ellas se detectan la insatisfacción en la calidad de servicio intuido por los mismos usuarios, los procesos planteados para estimar el servicio que brinda la empresa bancaria.

Antecedentes Nacionales

En Chíncha, Núñez, Jhonny, Gutiérrez y Romila (2018) realizaron la investigación *La calidad del servicio como elemento estratégico para fidelizar al cliente del banco de crédito del Perú en Chíncha alta*, Determinan como la calidad del servicio influye en la fidelización al cliente del banco de crédito del Perú (BCP) en Chíncha Alta, año 2016. La investigación prevé un diseño, porque a través de la investigación se puede observar que existe una relación de secuencia ordenada y lógica, A través del desarrollo de la investigación y en el desarrollo del marco teórico se ha podido resaltar de cómo se valora la ejecución y contribución que se presta en las empresas. Bancarias en el caso nuestros clientes del banco de crédito del Perú influyen en la fidelización al cliente, porque todo cliente busca calidad de atención y ello se va reflejado en la imagen de la empresa. De acuerdo al desarrollo de la investigación, en el análisis de los indicadores de satisfacción del cliente se llegó a analizar como los estándares de calidad si tienen una influencia para la fidelización del usuario. Según conforme con los resultados tenemos que el valor del coeficiente de Pearson es igual a 0.858, con lo que se

demuestra que existe una influencia directa entre el indicador satisfacción del cliente y el indicador marketing.

En Jaén, Romero (2018) realizó el estudio *Nivel de satisfacción de los clientes con los nuevos canales de atención en el Banco de la Nación*, Determinar el valor de la complacencia del usuario, la exploración se enmarcó en el tipo descriptiva “cuyo objetivo principal es recopilar datos e informaciones sobre las características, propiedades, aspectos o dimensiones de las personas, agentes e instituciones de los procesos sociales” El análisis facilitó la información para identificar la regularidad del uso de los canales para la atención, con el 58.3% del consumidor, se finaliza que la gran parte de los encuestados necesita más datos de los canales de atención, para ingresar y usas con regularidad los cajeros automáticos y agentes multired. Se consiguió que la confianza del usuario, finalizándose que la mayor parte considera que falta mejorar lo tangibles, la garantía, ser capaz de responder a las preguntas o dudas, confianza y empatía para elevar el nivel de insatisfacción de los usuarios.

En Trujillo, Yépez (2016) presentó un estudio denominado *Propuesta de un proceso de crédito para mejorar la calidad de atención al cliente del Banco de Crédito sede Trujillo*. fomentar y plantear una idea de un sistema de un financiamiento que sea un aprovechamiento al usuario y de la entidad con el método inductivo – deductivo que va de lo más frecuente a lo más concreto y viceversa de este modo se conoce a la empresa, mientras que el método analítico permite evaluar con los datos que se recolectan para implantar los resultados en cuanto a los clientes la operatividad del banco en la sede Trujillo se desarrolla mejor la orientación a los préstamos y requisitos para un financiamiento y poder proporcionarlo. Se pudo encontrar una insuficiencia del personal para estimar los expedientes de financiamiento. Además, el sistema es muy antiguo por lo que retarda las operaciones, por lo que se ha perdido el dialogo entre las áreas que existen en la financiera por lo que se genera doble trabajo de oficina y retardar las funciones en la empresa.

En Cajamarca, Quiliche (2016) realizó el estudio *Propuesta de un diseño de mejora del proceso de atención de clientes para mejorar la calidad del servicio de una entidad bancaria Cajamarca 2016*, Diseñar la mejora de atención a los usuarios para

optimizar la calidad de la ejecución que se brinda. Para la recopilación de la información que se encontró técnicas e instrumentos que faciliten la información que ayuden a examinar el estado del servicio que brinda la entidad financiera. En cuanto a la atención a los usuarios es mejor que anteriormente con respecto a la empatía que sienten por los clientes y que ahora las experiencias de los trabajadores dan una mejor atención y tiene capacidad de respuesta a las dudas e inquietudes que se presentan estos resultados de herramientas que se implementaron. El incumplimiento de instrucción de atención al cliente y la empatía que no se da como es debido hacia el cliente es la causa que perjudican la calidad y genere que las líneas telefónicas se saturen.

En Lima, Cárdenas (2018) realizó un estudio *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente del banco continental, los olivos 2018*, se ha empleado el método hipotético – deductivo por la que el proceso busca llevar a cabo la hipótesis nula con los datos que se obtuvieron, en cuanto a los procesos se empieza de un análisis global para llegar a lo individual, también se realiza para definir entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente. Existe una conexión directa y significativa entre la calidad y satisfacción en el banco, se tomó en cuenta que los objetivos específicos se logran cumplir y determinar las relaciones entre ambas. Así se pudo mejorar todo para la entidad financiera y pueda seguir con el prestigio que lleva y no dejar caer.

2.3 Marco conceptual

Calidad de servicio

Es la costumbre que se practica en el trabajo, el día a día, para así representar las obligaciones y exigencias de los usuarios y poder ofrecer todo lo que está en las manos para dar una buena atención, con resultados, alcanzable, apropiado, rapidez, adaptable, beneficioso, adecuado, indudable, ante situaciones inoportunas, de tal manera que los usuarios puedan tener más confianza y sientan ser comprendidos con una buena atención y servicio personalizada (Núñez, 2018).

Además, para las empresas tienen la clara importancia de la calidad de servicio hacia los clientes ya que los diferentes escenarios de mercado siempre van

acompañados con la tecnología, las novedades por lo que se ha desarrollado y practicado un hábito organizacional para poder interpretar las necesidades que los clientes requieran y brindar los productos o servicios con mejora calidad.

Sub categorías

Empatía

Cumple un papel importante en cuanto a la conducta de las personas, observando el comportamiento que una persona tiene y beneficia a otras de la cual se realiza voluntariamente. Por tanto, en el momento que uno se pone en la posición del otro poseemos una conducta de ayuda que obtenemos las emociones efectivo, lo que induce a transmitir emociones positivas y poder comprender a la otra parte (Bustamante, 2014).

Además, la empatía desarrolla un papel principal en las actitudes de las personas a nivel internacional ya que se da en las diversas actividades y en la sociedad, donde es percibida la conducta que los individuos expresan frente a otras personas, si bien es cierto que no siempre nos ponemos en el lugar del otro, pero al sentir las emociones podemos comprender la situación en que la otra persona se encuentra y darnos cuenta de las emociones de los demás y poder comprenderlos.

Actualmente la mayor parte del estudio física o virtual se desarrolla mediante la conexión e interacción entre las personas refiriéndose a los colaboradores de la empresa dado a ello se entiende que la empatía es la capacidad de comprensión y posición en el lugar con la persona que se esté tratando no solamente fijándose por su aspecto físico o estatus social sino que ver ante todas las personas, Se trata de formar colaboradores que reflejen los buenos componentes que se tiene ante las personas con la confianza organizacional mostrando las emociones, sentimientos y sobre todo la comprensión para cualquier caso que se presente en la financiera y así poder resolverlo (Bustamante, 2014).

Los integrantes son los que pondrán en práctica esta actividad dado que la empatía es la mejor arma para poder tratar y congeniar con los clientes puesto que ello

son la parte fundamental para que funcione la empresa de tal manera se debe de comprender a que las personas que lo necesitan y con las que se intercambia conversación. Buscar respuestas que influyan en el proceso para acercamiento al cliente teniendo la capacidad de comprender ante la reacción emocional de un observador percibiendo que la otra persona se siente y se dé cuenta de lo que está pasando.

Capacidad de respuesta

La capacidad se reconoce por medio de la rutina que enfrenta ante los clientes en las financieras dado que permite la coordinación de los recursos con el fin de desarrollar una actividad designada, derivándose a la capacidad de aprendizaje interacción de lo que se conoce, y la destreza brindándole los valores para llevar a cabo su servicio. En las organizaciones se forman paradigmas en toda la trayectoria que se vive en la empresa ganando mayor experiencia para con el trato hacia las personas, mediante los procesos de la organización que lo rodea es dando a conocer conjunto de referencias que serán efectivas con eficiencia, eficaz y efectividad de las empresas (Díaz, 2008).

El aprendizaje organizacional es el proceso de asimilación de nuevas experiencias que le permite a la organización realizar su de su renovación sistémica; es un proceso que está sujeto a los cambios del entorno por lo que busca una mayor capacidad de reacción y pro acción ante los mismos, para hacer efectivo las capacidades que se brindan hacia los clientes. La determinación de la capacidad de aprendizaje mediante indicadores tangibles permite la identificación de aquellos aspectos en los que es necesario fortalecer el trabajo directivo para lograr una mejor capacidad de respuesta para que el cliente pueda comprender lo que se quiere transmitir y con el tiempo poder aplicarlo dando la mejora a la entidad.

La cultura que se aplica y enseña en las organizaciones es una de las maneras de crear para motivar al colaborador a desarrollar su capacidad de respuesta, y se desarrolle una mejor enseñanza para los integrantes inculcando la premisa fundamental para todas aquellas que son orientadas al aprendizaje.

La financiera establece modificaciones que la estrategia organiza las riendas que se debe de seguir para así lograr objetivos y metas que se proponen para el principal problema en el cual la organización pasa en un plano donde se demuestra la combinación óptima para solucionar las dificultades (Díaz 2008).

Fiabilidad

Los datos que se obtienen son verdaderos puesto que no se encuentran errores en la información, mediante esta investigación los usuarios pueden confiar en la indagación que se realice, creer en la imagen que presenta la empresa, La fiabilidad se relata a la capacidad de demostrar los datos que se tienen para mantener la información al máximo con la firmeza las características esenciales reflejados con excelencia.

La fiabilidad todavía consta de distintos resultados para brindar la información adecuada puesto que las medidas que se analizan son las que permiten que los dato sean confiables, que estén libre de errores donde se puede donde se puede tomar aleatoriamente y demostrar que sea confiable la información como también la financiera, la fiabilidad es parte fundamental en las financieras puesto que depende de ello que la confianza que el usuario pueda brindar y ser exigente a la misma vez (Asociación Española de Contabilidad y Empresas, AECA).

La fiabilidad se mantendrá y mejorará puesto que serán entendibles, sencillos y sinceros dado que los clientes pueden confiar con la información que presenta la financiera, demostrando así, la capacidad de respuesta para con los clientes y de alguna manera brindar la información exacta tratando de no cometer errores que puedan perjudicar a la financiera. En la financiera los procedimientos que realizan forma parte de la integridad y seguridad datos que es parte de una función que se llevará con riguridad y ser implacables para esto cada tiempo hay comisiones que evalúan la atención y la seguridad que se brinda por parte de la empresa así tener una opinión más clara de lo que el cliente puede exigir (Asociación Española de Contabilidad y Empresas (AECA).

Para la fiabilidad la relevancia es importante porque busca ser exigente y garantizado con una excelente información de dialogar sus características en su totalidad que sea viable e íntegro para así tener la mejora en la financiera. Aplicar ciertas actividades para demostrar a los clientes la fiabilidad que se demuestra y que con los resultados se podrá observar los cambios positivos para la empresa, puesto que todo se ve reflejado en la actitud del personal que hace contacto directo con los clientes.

Seguridad

La seguridad financiera forma parte de las instituciones, que mantienen procedimientos con un mecanismo que se obtuvo con el objeto de conservar la permanencia de sistema financiero, el sistema financiero el protector de las funciones que se desarrollan en la financiera con su función de reducir la quiebra ante los distintos mercados del mismo rubro. De tal manera no alcanzar a aquellas instituciones que toman un camino erróneo en la que el cliente no llegue a confiar (Guerrero, 2010).

En la financiera se tomará a cabo lineamientos que darán una mejora en las actividades que se dan con respecto a la atención al cliente guardando seguridad sobre sus informaciones puesto que de alguna manera, no se exponga a terceros, todo con la finalidad de brindar confianza y tranquilidad para los usuarios.

Los principios básicos que se toman en cuenta cuando se realiza una supervisión, es publicado por el comité de las financieras bancarias, dado que cada financiera es independiente con un buen gobierno corporativo, siendo necesarias y exigentes las supervisiones y que realicen una regulación con ayuda de los recursos humanos, que adecuadamente son capacitados acorde con los conocimientos y responsabilidades que hacen. En tal sentido que toda red de seguridad para la financiera deberá de tener una función y coordinación y trabajo en equipo puesto que depende de todos los colaboradores realizar una función eficiente (Guerrero, 2010).

Categorías emergentes

Aglomeración de documentos

La información digital ya no es necesario de un experto para ser manipulada, los encargados de trabajar en las gestiones documentales y contenidos, donde como conclusión por su gran experiencia profesional: utilizando técnicas de gestión de recursos de información basada en el análisis y clasificación, y trabajos. Se pone en duda la eficacia de los métodos que hoy en día se utiliza para gestionar la información, donde se puede consultar con una archivera que pronostica la situación de los archivos que pueden tardar muchos años (Castillo, 2007).

Todas estas diferencias no es importante para el usuario ya que ellos no ven detrás de la realidad de los documentos ya que toda información independientemente tienen la tendencia para los próximos años puede venir con el control total de los recursos de información a través de macro instrumentos como la gobernanza de la información que integran la gestión, valoración, acceso y uso de recursos.

Módulos de venta

Los módulos de venta es una de las maneras de incluir un control de cobrar y ofrecer los servicios que ofrece una empresa, donde la forma de pagar puede ser en efectivo o en cheque que usualmente se utiliza, para ello menciona que si se realiza la operación mediante un cheque y la cuenta corriente de dicho cliente, donde se genera documentos de venta.

Una vez generado los documentos en los módulos se obtiene el estado de cuenta en línea para obtener las estadísticas, donde se puede obtener el registro sin la necesidad de contarlos, los documentos generará letras respectivas para la impresión del recibo que esto detalla el estado de cuenta corriente de la persona que realiza la acción. Para realizar ventas en el módulo se deberá de registrar el orden de pedido y así siguientemente se genera la guía de remisión y de tal manera generar los recibo factura o boleta ya sea en la decisión del cliente.

Los módulos de venta se utilizan los esquemas de venta, en la cual mencionan venta de despacho, que se orienta más a las empresas cuyas operaciones se realizan mediante los despachos de acuerdo al orden en que fueron realizados. Mientras que el esquema es el de venta mostrador, que se orienta a empresas con las operaciones donde el despacho al cliente sea inmediatamente

Categoría solución

Reingeniería

La reingeniería consta como base fundamental un enfoque que permite el control y cambio para su utilización tanto como planear, hacer un gran cambio puede ser fallido debido a que los procesos de negocios sean producto de trabajos de ingeniería por el cual una de las recomendaciones que pueden darse es reingeniería administrativa que es el que de mejor expresión, teniendo en cuenta que el análisis del métodos es una cuestión muy confuso (Zaratiegui, 1999).

Para la reingeniería se aplica la idea de una manera más sencilla. El proceso es la que está desarrollado por un conjunto de acciones que alcanzan un resultado o un cambio por intermedio de la elaboración de una sucesión de tareas compartidas que definen. Se define al proceso como “de otra manera actividad o grupo de actividades donde le agrega importe y suministra un output a un cliente interno o externo”.

La reingeniería viene a ser el rediseño del funcionamiento de una empresa es volver a comprender los fundamentos de como mantiene la infraestructura y actividades que se realizan es un cambio total de un proceso es comenzar desde cero con el fin de lograr mejoras y agregando el mayor valor a la empresa. La base fundamental de la reingeniería es la atención al cliente, en la mayoría de las empresas no logran alcanzar las expectativas y la satisfacción del usuario, puesto que puede ser una de las razones los métodos y procesos no sean los más adecuados y no lo suficiente y se ve a obligado a elaborar nuevamente todo, es ahí donde hace función la reingeniería (Zaratiegui, 1999).

CAPÍTULO III
MÉTODO

3.1 Sintagma, Enfoque, Tipo, nivel y método

Sintagma

El sintagma holístico dando apertura a nuevos caminos se dan por la integración de paradigmas, con un proceso de creatividad con carácter sintagmático, puede comprenderse con una manera determinada de ver la realidad, de tal manera se juzga y actúa de acuerdo a la teoría de modelo que se toma, el sintagma holístico se aplica en este estudio ya que es una investigación holística debido a que no brinda un diagnóstico global del estudio, esto quiere decir, que si brindamos una visión macro podemos analizar cada parte que lo comprende (Castillo, 2009)

Enfoque Mixto

Este enfoque mixto es una mezcla del enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo estos se combinan es casi toda las etapas con una función completa, ya que se convierte en un enfoque mixto completo es de una manera que se maneja de mente abierta pero la investigación tiene su lado negativo es que requiere de una masa grande que se necesita para el proceso de este modo ambas partes hacen su función en las cuales se vinculan tanto el cualitativo y el cuantitativo (Hernandez, Fernández y Baptista, 2014).

Para este enfoque se deberá aumentar la magnitud en la empresa ya que solo cuenta con 30 colaboradores y así poder tener mejores resultados al momento de aplicar la conjunta del enfoque cualitativo y el enfoque cuantitativo. Al añadir nuevos enfoques de investigación, se piensa que si se puede modificar un nuevo paradigma que incorpora nuevos eventos que se han considerado no-ciencia, se incluye los elementos como los eventos de intuición, imaginación y creación (Hernandez, Fernández y Baptista, 2014).

Tipo

El tipo comprensivo el estudio consiste en solucionar los problemas prácticos, desempeñándose de cómo deberían ser las cosas para conseguir el propósito y poder funcionar correctamente, ya que depende mucho de la elaboración de una idea o un modelo que propongan los mismos integrantes de la financiera para así solucionar las dificultades y necesidades de tipo práctico, que se enfrentan actualmente, teniendo en cuenta un diagnóstico sobre las necesidades de las actividades y los procesos

explicativos y las tendencias futuras que se piensan mejorar en cuento a la atención al cliente. (Hurtado, 2000).

El tipo de investigación trata de conseguir las respuestas y soluciones de los problemas, parte desde la raíz para comenzar a realizar las investigaciones y determinar los problemas que están afectando a la financiera, así como debería funcionar para lograr los objetivos y que las funciones sean correctamente aplicadas, donde la elaboración de las propuestas e ideas de esta manera buscar soluciones a las dificultades ya sea de una pequeña institución o grande (Hurtado, 2000)

Nivel

El nivel comprensivo es el investigador que va a campo a buscar respuestas es el que intuye particularidad en dicho evento, donde encuentra aspectos que no sencillamente se pueden explicar, de lo contrario establece conexiones en diferentes situaciones, estos permiten el que investiga puede dar situaciones anticipadas o planificar el desarrollo con propuestas de mejoría y ubicar los objetivos, explicar, provenir y plantear (Hurtado, 2000).

Este nivel atrae las características al investigador con el fin de descubrir aspectos menos explícitos, también se conectan entre diversos eventos para comenzar a formular explicaciones de las cuales estos le permitan al desarrollador a planificarse y manejar las respuestas a los datos y objetivos con mayor facilidad y de gran ayuda así de esta manera se podrá tener un mejor resultado en las respuestas que se quiere obtener ya que pasará por distintos eventos de las cuales los datos y objetivos podrán desarrollarse con mejor eficacia.

Método

Deductivo

El método inductivo propone un razonamiento que consta de lo propio y personal hasta lo global, se piensa que la premisa inductiva se enfoca en el fin, se puede ver que la introducción coherente y metódico. Método inductivo da pase a globalizar los casos

particulares y ayuda a mejorar el conocimiento de las realidades que se estudian (Bernal, 2006).

Con este método se podrá pensar y razonar los casos que se perciban, y poder mejorar en el funcionamiento de la empresa, con el pensamiento lógico y metodológico la redacción será aún más efectiva (Bernal, 2006).

Inductivo

3.2. Categoría y sub categoría apriorística

Tabla 1

Matriz de servicio atención al cliente

Categoría problema	
Sub categorías	Indicadores
Empatía	Atención individualizada Preocupación por interés Comprensión de consultas
Capacidad de respuesta	Plazo de respuesta Atención al usuario Seguimiento de solicitudes Comunicación fluida
Fiabilidad	Cumplimiento de promesas Comunicación de los servicios Interés para solucionar problemas
Seguridad	Certeza
Categoría solución	
Reingeniería	
Categoría emergente	
Aglomeración de documentos	

3.3 Población, muestra y unidades informantes

Población

El universo es contigua de elementos que tiene cierta particularidad en el cual se estima conocer, Se estudiará a la población con datos reales, la población y la cantidad son importantes para poder obtener un buen resultado y que represente la realidad de la situación. Asimismo, Diversas singularidades se van a analizar y el problema predominante por la que se a estudiar entre la población. Se estudiará a la población con datos reales, la población y la cantidad son importantes para poder obtener un buen resultado y que represente la realidad de la situación (Ventura, 2017).

Muestra

La muestra se crea un carácter inductivo esperando que la parte visualizada sea representativa en la efectividad de esa manera poder garantizar soluciones que se extraen de la investigación, y en la muestra existe un carácter inductivo por ello se representa la realidad de la población y así generar la confianza y tener resultado reales. Finalmente, La muestra formara parte de la empresa en la que se va a evaluar cuantitativamente como mínimo 30 trabajadores y de la misma cantidad se va a encuetar de tal manera tendremos un resultado bastante conciso (Hurtado, 2000).

Tabla 2

Muestra para la investigación

Muestra Cuantitativa	Muestra cualitativa
Registros documentales	Gerente de gerencia
	Jefe de operaciones
	Analista de créditos experto superior

Fuente: Elaboración propia, 2019

Es importante recalcar lo mencionado con relación a la clasificación de una muestra señaló que es: de toda la población se toma una parte muy pequeña seleccionada para hacer investigación y estudio por lo que se tendrán en consideración las más importantes, finalmente la técnica que ayudará a aprobar y conocer las muestra será analizada para poblaciones mucho más pequeñas o variables que son reconocidos con la denominación de muestreo (Hurtado, 2000).

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 x (N - 1) + (z^2 \cdot p \cdot q)}$$

Calculo de la muestra cuantitativa

VARIABLES	DATOS
n	?
z^2	Nivel de confianza de 95%
e	Nivel de precisión de error 5%
p	95%
q	1-p,5%
N	3.384 clientes

Cuadro 1. Datos para calcular la muestra. *Fuente:* Elaboración propia, 2019

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 3384}{(0.05^2 \times (3384 - 1)) + (1.96^2 \times 0.5 \times 0.5)} = (345)$$

Unidades informantes

Los informantes se encargan de contribuir con los datos ya que en toda investigación es obligatorio precisar la unidad de estudio estos se deben de precisar de manera que

mediante ellas se puedan obtener una respuesta útiles y completas por ello se debe de incluir a los involucrados en los hechos (Hurtado, 2000).

según el enfoque cualitativo, fueron 3 individuos que tienen en la financiera, que fueron destinadas para efectuar la entrevista de esta manera conseguir la información necesaria: gerente de gerencia encargado de llevar las riendas y manejar por el camino del éxito de la financiera, un jefe de operaciones quien está encargado de administrar los procesos de la gestión del desembolso y cobranzas de los productos Asimismo, administra los procesos de asignación, depende directamente de la Gerencia General y se encuentra ubicada como órgano de línea dentro de la estructura organizativa y el analista de créditos experto superior tienen la responsabilidad de evaluar meticulosamente el historial financiero de los solicitantes, a los fines de brindarles las opciones que mejor se ajusten a las necesidades del cliente.

3.4. Técnicas e Instrumento

Son interrogantes que se redactan para utilizarlas y mediante ello obtener datos necesarios para estimar a un individuo, por más que pueda ser respondida por varias personas estas contestaciones no se consideran en el análisis. Estas herramientas de investigación que consiste en una serie de preguntas y logran obtener el propósito de obtener información y realizar análisis estadísticos (Hurtado, 2000).

Técnica

Viene a ser el conjunto de datos con procedimiento que facilitan al investigador realizar bien las actividades y de esa manera conseguir la información que se necesita para que el investigador pueda obtener soluciones a las dificultades en las investigaciones, se menciona como las técnicas de la recolección de las informaciones que se observan, en las encuestas se realizan las preguntas, la entrevista, se dialoga y comparte conocimiento (Hurtado, 2000).

Técnica		Instrumento
Cuantitativa	Encuesta	Cuestionario
Cualitativa	Entrevista	Ficha de entrevista

Cuadro 2. Instrumento holístico de la propuesta. *Fuente:* Elaboración propia, 2019

Instrumento

Entrevista

Son métodos que se apoyan en la interacción personal una conversación verbal entre dos o más personas que se basa en una serie de preguntas de un tema determinado o situación y se hacen uso en el momento que se necesita para el investigador ya que es conocida por terceras personas a si mismo sucede en el momento en que se investiga forma parte de la practica en los individuos, con el fin de encontrar respuestas, opiniones y/o sugerencias que sean útiles para dicha información (Hurtado, 2000).

Encuesta

Las informaciones características sobre estas preguntas son en base a las dudas y los problemas que encontramos en la financiera para ello las preguntas tienen que ser claras y precisas para los encuestados a los usuarios de la financiera de esta manera y podrán responder con facilidad a todas las preguntas, mediante este proceso los datos que se obtengan serán de toda utilidad para la investigación y así poder estimar a un porcentaje de individuos que estén satisfechos o no con la atención en la financiera ya que con estos datos se llega a obtener un resultado efectivo . Esta técnica mayormente se utiliza como procedimiento de investigación, ya que nos permite obtener confiables datos de manera rápida y eficaz. (Hurtado, 2000).

El cuestionario es anónimo y está dividido en cuatro categorías, las primeras categorías están constituidas por 5 preguntas otra categoría de 6 preguntas y otra de 4 preguntas, haciendo un total de 22 preguntas.

Validez del instrumento cuantitativo

El instrumento fue aprobado por especialistas que sujetan el tema relacionado con la categoría de investigación, y que a su vez pertenecientes al campo, seleccionar de acuerdo a un conocimiento y experiencias donde se refuten el contenido de las preguntas con respuestas fluidas que sean concretas y de gran importancia. Ya que el presente instrumento se llegaron a ser aceptados por la Dra. Yllescas Rodríguez Patricia Maribel quien desempeña la función de: Coordinadora de EAP. Negocios y Competitividad de la misma forma el Dr. Rios Rios Segundo Waldemar obteniendo con los conocimientos en marketing e investigación de mercados y desempeña en director de estudios generales universitarios. Finalmente Mtro. Espinoza Céspedes José Francisco con conocimientos en comercio electrónico, derecho comercio electrónico desempeña como docente en la universidad Norbert Wiener

Tabla 3

Validación de expertos del instrumento cuantitativo

N°	Nombre del experto	Cargo/ocupación	Grado	Criterio de evaluación
1	Dra. Yllescas Rodríguez Patricia	Docente	Doctorado	Aplicable
2	Dr. Rios Rios Waldemar	Docente	Doctorado	Aplicable
3	Mg. José Espinoza Céspedes	Docente	Magíster	Aplicable

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Confiabilidad del instrumento

Para comprobar las confiabilidad del instrumento, se utilizó el SPSS mediante ello se realizó el llenado en la base de datos de esa manera sea válido y sea aceptado por el Docente temático, Fernando Alexis Nolazco Labajos, mediante el metodológico se realizó la conformidad y la confiabilidad del instrumento denominado “calidad de

servicio” fue como objetivo medir el nivel de satisfacción de la atención que brindan en la financiera, para ello se comprobó con el Alfa de Cronbach se muestra el grado de confiabilidad de la propuesta.

Tabla 4

Confiabilidad del instrumento

Nro. de ítems	Alfa de Cronbach
20	0,745

N=15

Para la confiabilidad se realizó la aplicación del piloto en la financiera utilizando la prueba de confiabilidad Alfa de Cronbach, obteniendo como resultado un nivel de confiabilidad (0,745).

3.5 Procedimiento

Se diseñó un instrumento con la ayuda del asesor temático para recoger información: la encuesta que contenía 20 preguntas, en la entrevista que contenía 7 preguntas con la finalidad de encontrar información que se pudo relacionar con el objetivo de investigación y detectar el problema que afecta a la financiera.

Se eligió la muestra representativa aplicando la fórmula del muestreo probabilístico de la población conocida. Se pudo validar el instrumento por los tres especializados pertenecientes al campo de la gestión empresarial y calidad de servicio. Se logró recolectar información empleando las encuestas a los usuarios que se aproximaron a la agencia realizando sus respectivos pagos y otros documentos, por ello también se pudo visitar a clientes en domicilio y/o negocios donde se realiza las encuestas puesto que no todos asisten a la financiera a realizar sus pagos o desembolsos.

De la misma manera se eligió a los colaboradores expertos en la rama en la entidad financiera, donde a continuación respondieron a las preguntas de dicha entrevista. Finalmente, todos los datos recolectados de la entrevista y las encuestas

fueron llevados a una hoja de cálculo en Excel para realizar su posterior procedimiento y análisis respectivo (Hurtado, 2000)

3.6 Análisis de datos

El análisis de datos según el enfoque cuantitativo en investigación será una información en el que demuestre varios datos seleccionados con los datos necesarios, estos estudios que no son de gran ayuda en el resultado en el que se obtuvieron, mostrando las características de datos se utilizó el análisis de datos del estudio el software como: Excel donde se realizó tablas, gráfico de barras, diagrama de Pareto, entre otros (Sarduy, 2006).

Según el enfoque cualitativo, la investigación cualitativa nos ayuda a interpretar de diversas formas de como se observa la realidad, se obtiene ya que el investigador busca la manera de conseguir respuestas de mente clara y obtener un buen resultado, en este estudio se proporciona un direccionamiento y en el mismo momento muestra nuevos métodos para entenderlo (Sarduy, 2006).

El análisis de datos bajo el enfoque mixto se basa en diagnosticar procedimientos descriptivos y estadísticos, por lo que la evaluación va de las categorías con respecto al estudio para ello se necesitó realizar la triangulación cuantitativa y cualitativa con los datos obtenidos para conseguir resultados exactos y finalmente se utilizó el software Atlas. Ti versión 8.

CAPITULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Descripción de resultado

Resultados cuantitativos

Tabla 5

Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría Empatía de una financiera, Lima, 2019

Ítems	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. ¿Usted es bien atendido por el analista de créditos?	27	7.83%	92	26.67%	39	11.30%	121	35.07%	66	19.13%
2. ¿Siente que el analista de créditos se preocupa por el interés que usted tiene sobre los préstamos?	32	9.28%	63	18.26%	20	5.80%	86	24.93%	144	41.74%
3. ¿Usted como cliente comprende la explicación brindada por el analista sobre los créditos financieros?	35	10.14%	55	15.94%	79	22.90%	59	17.10%	117	33.91%
4. ¿Usted como cliente comprende la explicación brindada por la gerencia de operaciones sobre sus preguntas y dudas?	35	10.14%	61	17.68%	79	22.90%	38	11.01%	132	38.81%
5. ¿Usted como cliente comprende la explicación brindada por la gerencia de operaciones sobre sus preguntas y dudas?	47	13.62%	27	7.83%	84	24.35%	129	37.39%	58	16.81%

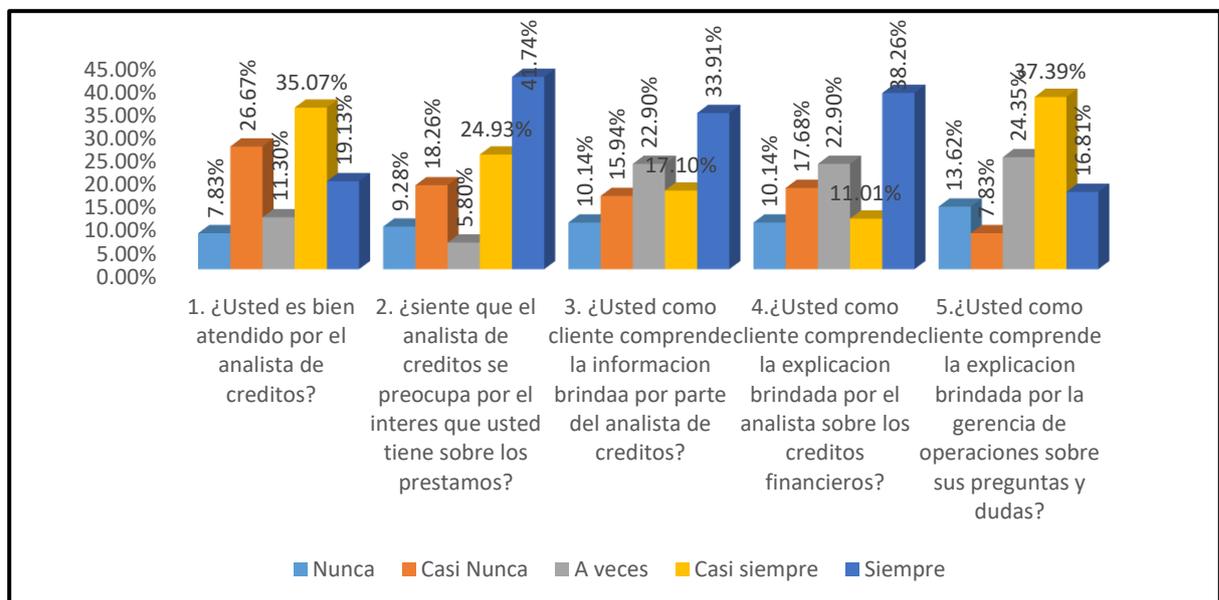


Figura 1. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría empatía de una financiera, Lima, 2019. Fuente: Elaboración propia, 2019.

En la tabla 5 y de la figura 1, se presenta un porcentaje regular de 35% donde los encuestados casi siempre consideran que es bien atendido por el analista de créditos, y solo el 8% restante consideran que nunca es bien atendido. Por lo que se puede apreciar que el cliente recibe buena atención en las oficinas de la financiera. Por el cual se observa un porcentaje de 42% teniendo un nivel regular siempre indican que la financiera se preocupa por el interés de sus préstamos y solo el 6% indican que a veces no se preocupan por el interés de sus préstamos. Por lo expuesto se puede observar que el resultado que se obtiene es un factor importante de productividad. En la siguiente pregunta se obtuvo un porcentaje de 40% indicando que siempre el cliente comprende la información brindada por parte del analista y el 10% afirman que nunca comprenden la información que reciben por parte de la financiera. Otro factor importante que indica que el 38% que menciona que siempre la explicación brindada por el analista de créditos y el 10% afirma que nunca comprenden la información brindada por parte del analista. Finalmente, se presenta un porcentaje regular de 40% donde los encuestados casi siempre comprenden la información y el 8% indican que casi nunca no comprenden la información recibida.

Tabla 6

Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría capacidad de respuesta de una financiera, Lima, 2019

Ítems	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
6. ¿Usted recibe respuestas inmediatas por la financiera?	9	2.61%	20	5.80%	79	22.90%	147	42.61%	90	26.09%
7. ¿Usted como cliente recibe respuestas inmediatas por la financiera?	25	7.65%	18	5.22%	41	11.88%	124	35.94%	127	36.81%
8. ¿Usted como cliente recibe atención eficiente en caja?	50	14.49%	30	8.70%	53	15.36%	149	43.19%	63	18.26%
9. ¿A usted le hacen el seguimiento a su solicitud de crédito?	7	2.03%	58	16.81%	31	8.99%	102	29.57%	147	42.61%
10. ¿hay buena comunicación entre usted como cliente y el analista de crédito?	10	2.90%	32	9.28%	68	19.71%	143	41.45%	92	26.67%

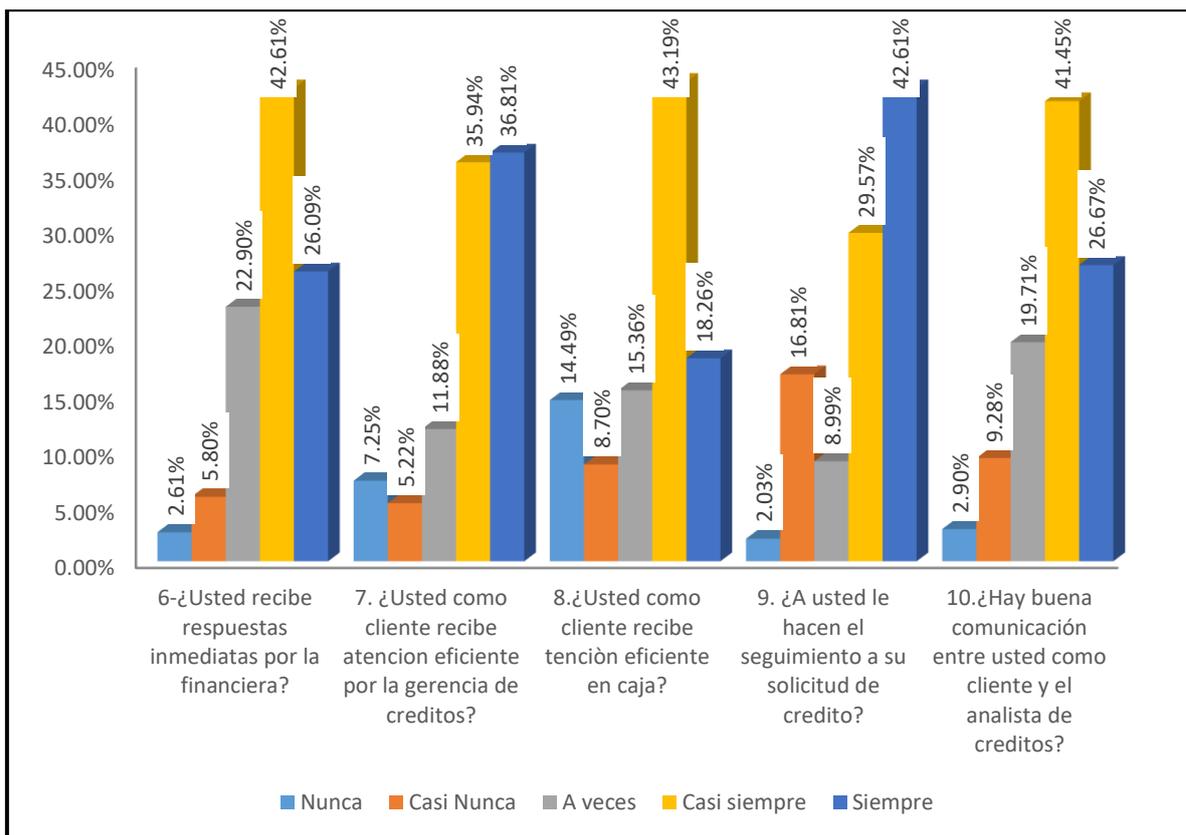


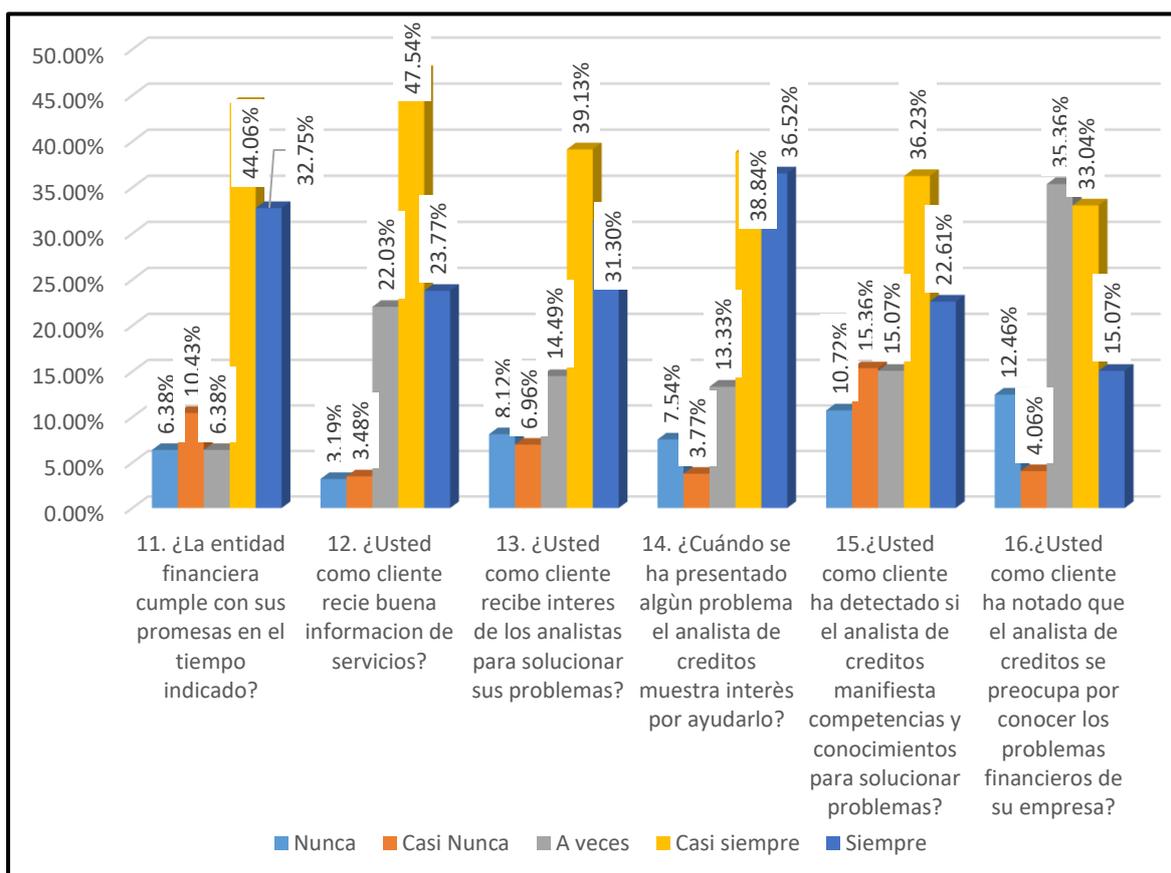
Figura 2. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría capacidad de respuesta de una financiera, Lima, 2019. Fuente: Elaboración propia 2019.

En la tabla 6 y figura 2, se presenta un porcentaje regular de 43% donde los encuestados casi siempre reciben respuestas inmediatas por la financiera y solo el 3% restante consideran que nunca reciben respuestas inmediatas. Por el cual se observa un porcentaje de 37% de los encuestados siempre reciben atención eficiente por la gerencia de créditos mientras que el 5% de los encuestados casi nunca reciben atención eficiente por la gerencia de créditos. Por lo cual se observa un porcentaje de 43% teniendo un nivel regular donde indican que casi siempre el cliente recibe atención eficiente en caja y el 14% nunca recibe atención eficiente en caja. En la siguiente pregunta se obtuvo un porcentaje de 43% indicando que siempre el analista le hace seguimiento a las solicitudes de crédito y el 2% afirma que nunca les hacen seguimiento a las solicitudes de crédito. Finalmente, se presenta un porcentaje regular de 41% donde casi siempre los encuestados mencionan que hay buena comunicación ente el cliente y el analista de créditos y el 3% indican que nunca hay buena comunicación entre el cliente y el analista de créditos.

Tabla 7

Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría fiabilidad de una financiera, Lima, 2019

Ítems	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
11. ¿Hay buena comunicación entre usted como cliente y el analista de créditos?	22	6.38%	36	10.43%	22	6.38%	152	44.06%	113	32.75%
12. ¿La entidad financiera cumple con sus promesas en el tiempo indicado?	11	3.19%	12	3.48%	76	22.03%	164	46.54%	82	23.77%
13. ¿Usted como cliente recibe buena información de servicios?	28	8.12%	24	6.96%	50	14.49%	135	39.13%	108	31.30%
14. ¿Hay buena comunicación entre usted como cliente y el analista de créditos?	26	7.54%	13	3.77%	46	13.33%	134	38.84%	126	36.52%
15. ¿La entidad financiera cumple con sus promesas en el tiempo indicado?	37	10.72%	53	15.36%	52	15.07%	125	36.23%	78	22.61%
16. ¿Usted como cliente recibe buena información de servicios?	43	12.46%	14	4.06%	122	35.36%	114	33.04%	52	15.07%



En la tabla 7 y de la figura 3, se presentan las frecuencias y porcentajes regular de 44% de los encuestados casi siempre la entidad financiera cuenta con sus promesas en el tiempo indicado mientras el 6% de los encuestados la entidad financiera nunca cumple

con sus promesas en el tiempo indicado, por el cual se observa un porcentaje de 48% de los encuestados a veces recibe buena información de servicio, mientras que el 3% nunca reciben buena información de servicio. Por el cual se observa un porcentaje de 39% de los encuestados a veces reciben interés del analista para solucionar sus problemas mientras el 7% casi nunca reciben interés del analista para solucionar sus problemas. En la siguiente pregunta se obtuvo un porcentaje de 39% de los encuestados a veces el analista de créditos muestra interés por ayudarlos mientras que el 4% de los encuestados casi nunca el analista de créditos muestra interés por ayudarlos. Por el cual se observa un porcentaje 36% el cliente casi siempre ha detectado si el analista de créditos manifiesta competencias y conocimientos para solucionar problemas y el 11% nunca ha detectado si el analista de créditos manifiesta competencias y conocimientos para solucionar problemas. Finalmente, se presenta un porcentaje regular de 35% donde los encuestados a veces ha notado que el analista de créditos se preocupa por conocer los problemas financieros de su empresa, mientras que el 4% casi nunca ha notado que el analista de créditos se preocupe por conocer los problemas financieros de su empresa.

Tabla 8

Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría seguridad de una financiera, Lima, 2019

Items	Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
17. ¿Se siente seguro al momento de recibir su desembolso?	16	4.64%	71	20.58%	157	45.51%	90	26.09%	11	3.19%
18. ¿El analista y/o cajero que le atiende le inspira confianza?	15	4.35%	102	29.57%	68	19.71%	74	21.45%	86	24.93%
19. ¿Los horario de atención son cómodos para usted?	40	11.59%	30	8.70%	36	10.43%	84	24.35%	155	5.22%
20 ¿Las condiciones del espacio físico para la atención son la más adecuada?	9	2.61%	119	34.49%	161	46.67%	38	11.01%	18	5.22%

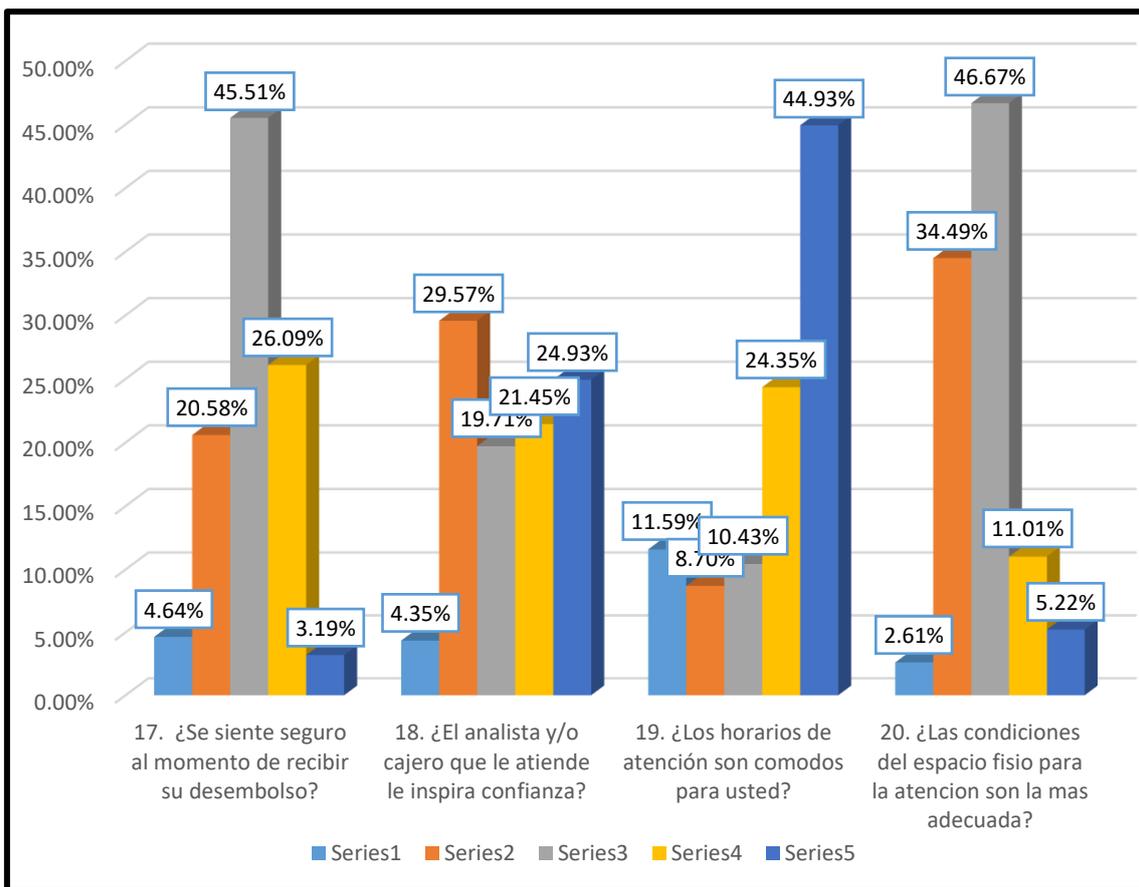


Figura 4. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría seguridad de la financiera, Lima 2019. Fuente: Elaboración propia, 2019.

En la tabla 8 y de la figura 4 se presentan las frecuencias y porcentajes regular de 46% donde el cliente a veces no se siente tan seguro al momento de recibir su desembolso mientras que el 3% de los encuestados siempre se sienten seguro al momento de recibir su desembolso, por el cual se observa un porcentaje 30% de los encuestados casi nunca el cajero que le atiende no le inspira confianza mientras que al 25% de los encuestados siempre el cajero que le atiende si le inspira confianza. Por el cual se observa un porcentaje de 45% de los encuestados afirman que siempre los horarios son cómodos para ellos mientras que el 9% casi nunca no están de acuerdo con los horarios finalmente en la siguiente pregunta se obtuvo un porcentaje de 47% a veces las condiciones del espacio físico para la atención son la más adecuada, mientras que el 34% casi nunca las condiciones del espacio físico para la atención no son la más adecuada, mientras que el 5% de los encuestados afirman que siempre las condiciones del espacio físico para la atención son la más adecuada.

Tabla 9

Pareto de la categoría Calidad de atención en la financiera, 2019

Ítem	Puntaje	%	Acumulativo	20.00%
20. ¿Las condiciones del espacio físico para la atención son la más adecuada?	289	11.48%	11.48%	20%
17. ¿Se siente seguro al momento de recibir su desembolso?	244	10.91%	22.39%	20%
18. ¿El analista y/o cajero que le atiende le inspira confianza?	185	9.18%	31.57%	20%
16. ¿Usted como cliente ha notado que el analista de créditos se preocupa por conocer los problemas financieros de su empresa?	179	8.61%	40.18%	20%
4. ¿Usted como cliente comprende la explicación brindada por el analista sobre los créditos financieros?	175	5.51%	45.69%	20%
3. ¿Usted como cliente comprende la información brindada por parte del analista de créditos?	169	5.17%	50.86%	20%
5. ¿Usted como cliente comprende la explicación brindada por la gerencia de operaciones sobre sus preguntas y dudas?	158	4.59%	55.45%	20%
1. ¿Usted es bien atendido por el analista de créditos?	158	4.48%	59.93%	20%
15. ¿Usted como cliente ha detectado si el analista de créditos manifiesta competencias y conocimientos para solucionar problemas?	142	4.36%	64.29%	20%
8. ¿Usted como cliente recibe atención eficiente en caja?	133	4.36%	68.66%	20%
2. ¿siente que el analista de créditos se preocupa por el interés que usted tiene sobre los préstamos?	115	4.14%	72.79%	20%
10. ¿Hay buena comunicación entre usted como cliente y el analista de créditos?	110	4.02%	76.81%	20%
6-¿Usted recibe respuestas inmediatas por la financiera?	108	4.02%	80.83%	20%
19. ¿Los horarios de atención son cómodos para usted?	106	3.33%	84.16%	20%
13. ¿Usted como cliente recibe interés de los analistas para solucionar sus problemas?	102	3.21%	87.37%	20%
12. ¿Usted como cliente recibe buena información de servicios?	99	3.21%	90.59%	20%
9. ¿A usted le hacen el seguimiento a su solicitud de crédito?	96	2.87%	93.46%	20%
14. ¿Cuándo se ha presentado algún problema el analista de créditos muestra interés por ayudarlo?	85	2.87%	96.33%	20%
7. ¿Usted como cliente recibe atención eficiente por la gerencia de créditos?	84	2.30%	98.62%	20%
11. ¿La entidad financiera cumple con sus promesas en el tiempo indicado?	80	1.38%	100.00%	20%

Fuente: Elaboración propia, 2019.

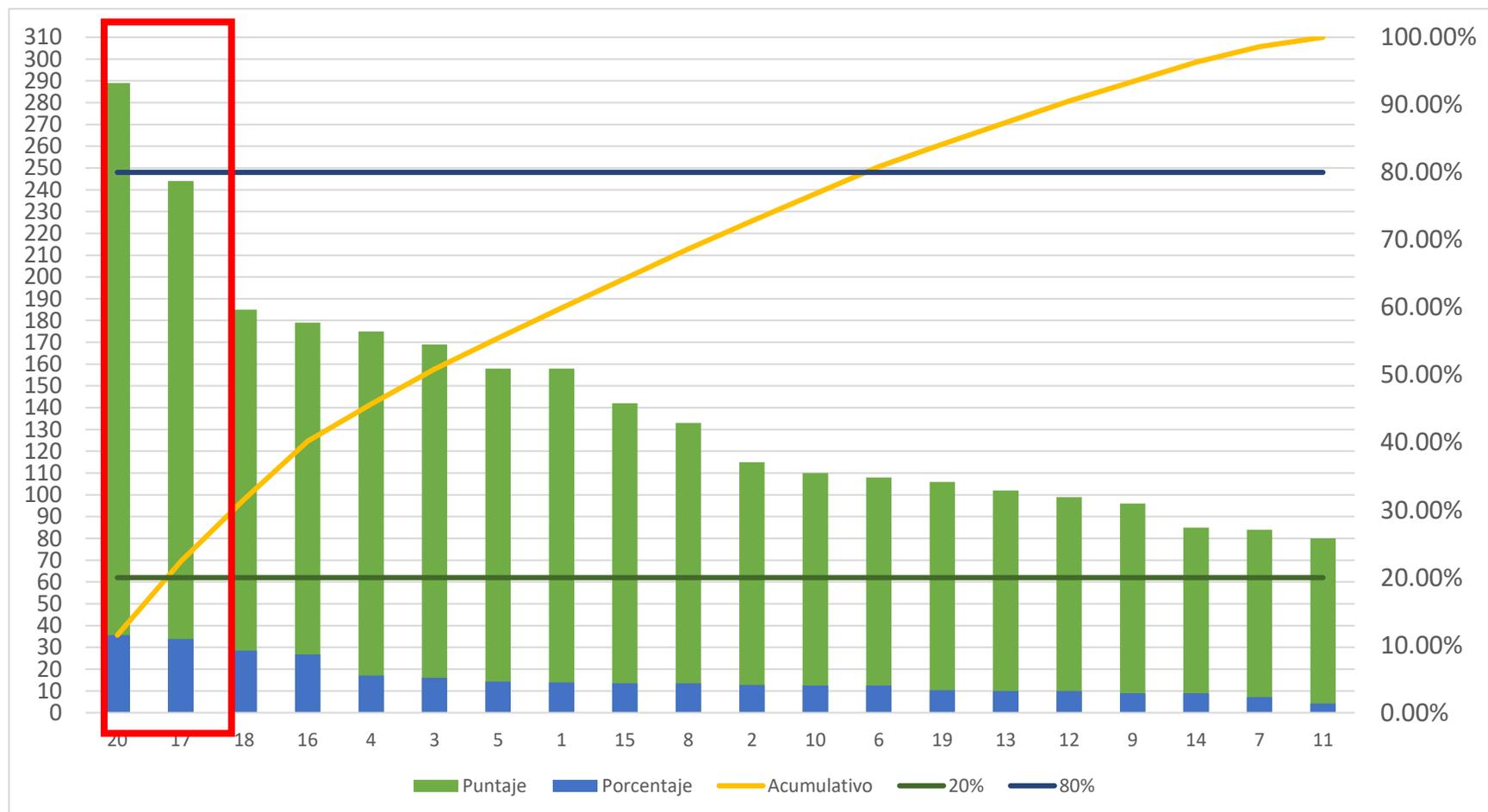


Figura 5. Pareto de la categoría seguridad en una financiera, Lima, 2019. Fuente: Elaboración propia, 2019.

De la tabla 9 y de la figura 5 se presenta los resultados del diagrama de Pareto bajo la regla del 20 % donde se identificó la predominancia de los siguientes ítems 20: Las condiciones del espacio físico para la atención son la más adecuada, 17: se siente seguro al momento de recibir su desembolso, ambas pertenecen a la sub categoría seguridad. Por lo tanto, se produce a sintetizar que los trabajadores no vienen brindando un servicio de calidad. Y de alguna manera tendrá que multiplicar sus funciones y esfuerzos para encontrar las soluciones con respecto a la atención al cliente y la seguridad para evitar que sean problemas principales en la financiera.

4.2. Análisis cualitativo

Análisis de la subcategoría empatía

La calidad de atención en la financiera la atención individualizada y preocupación por interés está buscando exceder las expectativas del cliente, dando este a conocer el compromiso queriendo darle una atención preferencial A1, siendo empáticos para así solucionar sus problemas y dudas que puedan tener, que se pueda mejorar de una manera bajo el manejo de objeciones. Finalmente, un factor importante que resalta es la comprensión de consultas dando a entender que el cliente es esencial en la financiera de tal modo ayudar en lo que son las documentaciones que requieren para dicho trámite, por lo que se debe determinar al colaborador con incentivos y capacitaciones.

Análisis de la subcategoría capacidad de respuesta.

El plazo de respuesta hace que el personal no se organice en cuanto a la citación de desembolsos y la recepción de consultas esto hace que genere molestias a los clientes, por lo que una de las causas es al momento de realizan sus pagos y desembolsos donde se genera cuello de botella en lo que es la atención en ventanilla, así mismo, en el seguimiento de solicitudes de créditos y la comunicación fluida todo analista que está detrás de un módulo debe de estar preparado para atender cualquier consulta y se realizan mediante campañas por teléfono, presenciales y visitas a clientes inactivos esto para atraer a más clientes, para así lograr la satisfacción del cliente. Mientras que la aglomeración de documentos.

Análisis de la subcategoría fiabilidad.

En la sub categoría fiabilidad en cuanto a los clientes, dando a conocer el cumplimiento de promesas como la privacidad que el cliente debe tener al momento del desembolso, la comunicación de los servicios se basa en la transparencia de la financiera con respecto a los productos que ofrece lo realizan mediante llamadas telefónicas o en campañas cuidando mucho lo que es la señalética y no ocasionar peligro al cliente, también se busca interés para solucionar como la reducción de documentación en oficina teniendo una mejora usando nada más que la tecnología logrando así que el analista que está detrás de un módulo esté preparado y llegue un cliente no se vaya con la duda. Uno de los Emergentes señala que la aglomeración de documentos puede ser engorroso y que sea retardado el trabajo, y que el espacio físico es muy pequeño lo cual es visible para todo el dinero que las personas manejan en mano.

Análisis de la subcategoría Seguridad.

Los entrevistados mencionan que la norma de la financiera es necesario para evitar problemas de lavado de activos esto se logrará cumpliendo con la parte de la documentación que se requiera con cada cliente la certeza siempre está ya que se trabaja bajo la confianza del cliente por lo que se sabe que trabajan con dinero de otras personas y se necesita saber a quién se le está entregando dicho préstamo quien es el que hace uso del dinero, resalta también la privacidad que el cliente necesita al monto de realizar su desembolso de la cual se siente inseguro. Y que el espacio influye al momento de realizar sus desembolsos.

Diagnóstico final

Los factores reflejados que se obtuvo como resultado que la financiera debe de mejorar el espacio físico para la atención al cliente ya que se observa que el espacio es muy pequeño e incómodo, mejorar con propuestas de reubicar el área de créditos y caja para que sea más viable transitar dentro de la financiera. Otro factor importante es la atención que recibe el cliente, de alguna manera incentivas a los trabajadores con metas, capacitaciones, cuponerías, de igual manera para los clientes incentivar al mejor pagador ya sea con descuentos o algún producto que ofrece la financiera. Finalmente, la pieza

fundamental que es el cliente es la comprensión de consultas hacerle entender toda información respecto a las documentaciones que se requieren para solicitar un crédito y/o desembolsar.

Los factores reflejados que se obtuvo en la financiera la atención al cliente se muestra la preocupación e interés hacia los clientes, cumpliendo las normas de la financiera para evitar problemas de lavado de activos y/o engaños las causas genera cuello de botella en las ventanillas generando molestias y retrasos a los usuarios debido a las condiciones del espacio físico para la atención al cliente no son la adecuada, se busca individualizar la atención y exceder las expectativas, donde los analistas se preocupan por el interés hacia los clientes mostrando empatía, y tratando de solucionar sus problemas y dudas, Otro factor importante es la comunicación fluida para ello se hace función de los módulos de venta en lugares estratégicos mencionando que todo analista que está detrás un módulo debe de estar preparado para atender cualquier consulta de tal manera no se vaya con la duda esto tiene relación con la pregunta donde casi siempre los encuestados mencionan que ha buena comunicación entre el cliente y el analista de créditos.

Los factores reflejados que se obtuvo existe buena comunicación entre el cliente y el analista por ello, el cumplimiento de promesas ya que el cliente es prioridad base para la financiera, esto guarda relación con la pregunta a los encuestados donde se observa un porcentaje de, como resultado que la financiera 39% de los encuestados a veces reciben interés del analista para solucionar sus problemas y cumpliendo sus promesas en el tiempo que se pacta con el cliente y no decepcionarlo. En cuanto a la preocupación para solucionar problemas demostrando la empatía y comprensión ante los problemas que tiene el cliente, mostrando la transparencia de los servicios en cuanto a los productos realizando campañas, llamadas telefónicas, y cumplir con lo que se promete esto guarda relación con la pregunta a los encuestados veces reciben interés del analista para solucionar sus problemas. Otro factor importante es la comunicación fluida para ello se hace función de los módulos de venta en lugares estratégicos mencionando que todo analista que está detrás un módulo debe de estar preparado para atender cualquier consulta de tal manera no se vaya con la duda esto tiene relación con la pregunta donde

casi siempre los encuestados mencionan que ha buena comunicación entre el cliente y el analista de créditos.

Los factores reflejados que se obtuvo como resultado en la financiera el espacio físico no es la más adecuada por lo que se genera incomodadas y desplazamiento debe de mejorar el espacio físico para la atención al cliente ya que se observa que el espacio es muy pequeño e incómodo, mejorar con propuestas de reubicar el área de créditos y caja para que sea más viable transitar dentro de la financiera.

Categoría emergente Aglomeración de documentos

Se identificó con el análisis una sub categoría que emergió y el factor de la aglomeración de documentos, acá intervienen el mal uso de los materiales sobre todo con el papel, actualmente la empresa no cuenta con mucha tecnología más que solo lo básico, dado esto se genera documentos de más que suelen quedarse sueltos y no ir a un archivo, por ello los colaboradores contando con un manual de procedimiento no siguen con exactitud sus funciones y hace que el uso de papel en blanco sea desperdiciado en vano sin contar los gastos que de genera y el cuidado del medio ambiente.

Categoría emergente	Definición básica
Aglomeración de documentos	La eficacia de los métodos que hoy en día se utiliza para gestionar la información, donde se puede consultar con una archivera que pronostica la situación de los archivos que pueden tardar muchos años.
módulo de venta	Los módulos de venta es una de las maneras de incluir un control de cobrar y ofrecer los servicios que ofrece una empresa, donde la forma de pagar puede ser en efectivo o en cheque que usualmente se utiliza, para ello menciona que si se realiza la operación mediante un cheque y la cuenta corriente de dicho cliente, donde se genera documentos de venta.

Cuadro 3. Categoría emergente. Fuente: Elaboración propia, 2019.

4.3 Propuesta

La propuesta fue desarrollada en base a los problemas detectados en la presente investigación denominada “Reingeniería para mejorar la calidad de servicio en una financiera”

4.3.1 Fundamentos de la propuesta

Similar fundamento nos ofrece la teoría de la motivación, quien sostuvo, que las personas se sienten animadas cuando realizan tareas o eventos que favorecen el logro de un objetivo o una meta, siempre y cuando estén convencidas de su valor real. La propuesta abarca una serie de acciones que deben estar interrelacionadas y desarrolladas de manera integral, Desde los procesos hasta el compromiso de todos los colaboradores (Vroom, 1964)

La teoría de los sistemas será aplicada a la propuesta de reingeniería, haciendo que todos los procesos dentro de la institución financiera funcionen interrelacionados como un sistema, por lo tanto, la suma de todos los procesos modificados, irán entrelazados uno de otros para lograr el correcto funcionamiento de la entidad financiera. Donde hace presencia la teoría general de sistemas. (Bertalanffy, 2006)

4.3.2 Problemas

En la actualidad la financiera, tiene dificultades con respecto a la Demora en la atención al cliente en ventanilla, Aglomeración de expedientes y documentos en físico, Inadecuado espacio físico para la atención al cliente que estos originan largos tiempos de espera, debido a la mala coordinación de los procesos.

4.3.3 Elección de la alternativa de solución

Reingeniería de procesos para mejorar la atención al cliente Para elegir la alternativa solución, se recopiló un conjunto de la alternativa solución, propuesta, donde se

diagnosticó el problema de las cuales se llegó a establecer de las cuales se determinó un problema general y luego se estableció la categoría solución que es el ideal para implementar la reingeniería en el área de atención al cliente.

4.3.4 Objetivos de la propuesta

Capacitar al personal sobre los servicios

Mejorar los procesos documentarios

Diseñar los canales de atención al cliente

4.3.5 Justificación de la propuesta

En este estudio se busca dar solución accesible a los problemas y dificultades de la deficiente atención al cliente en el área de analistas de créditos de la financiera, designando la reingeniería en la calidad de servicio como herramienta para dar mejoras, son cinco las etapas para elegir la propuesta de implementación, dando inicio del diagnóstico del problema, reconocer los defectos y así informar lo que está pasando, las pruebas de piloto y la etapa de solución del problema. La investigación consta con beneficios para la empresa la cual se deriva con el fin de diseñar y analizar nuevos procedimientos y reestructuración de las actividades y procesos.

La implementación de esta propuesta dará mejores alcances en la orientación a la atención al cliente, mediante la ejecución de las instalaciones y tecnología, para ello se lograra que el cliente se sienta satisfecho en todo momento y de esta manera se lograra difusión de la mejora.

A través de la reingeniería que se implantará se logrará mejorar el funcionamiento de los procesos en la calidad de servicio, mejorando el orden y coordinación de las actividades, el desempeño de los colaboradores enfrentado el cambio, gestiones que llevaran a mejorar los problemas observados por el cliente mediante la investigación realizada.

4.3.6 Desarrollo de la propuesta

Objetivo 1: Capacitar al personal sobre los servicios, para aplicar reingeniería

Para aplicar la reingeniería es una metodología se tiene en consideración 5 etapas, que permite tener resultados efectivos, los cambios radicales en los procesos de valor agregado. Teniendo en cuenta técnicas administrativas que se aplican para desarrollar y estudiar la investigación necesaria con el único fin de identificar oportunidades y rediseñar procesos básicos. Destacando que los subniveles de estas etapas puede ser variables, y que se utilizan de acuerdo al diseño que se necesite en lo extenso de la implementación.

Plan de actividades a realizar

Etapas	Actividad
Preparación	Reunir a los jefes Presentar documentos de actividades a realizar Capacitaciones y charlas periódicas
Identificación	Levantar información
Visión	Preparar a los colaboradores al cambio
Solución	Capacitación sobre la atención al cliente Charla de calidad de servicio Charla de reingeniería de la calidad de servicio
Transformación	Desarrollar planes de acción Fortalecer los puntos débiles

Cuadro 4. Detalle de actividades objetivo 1. Fuente: Elaboración propia, 2019.

Indicadores

Indicador de personal capacitado

$$\frac{N^{\circ} \text{ de Analista créditos altamente capacitado}}{N^{\circ} \text{ total de analista de créditos}} * 100$$

Cronogramas: Diagrama de Gantt

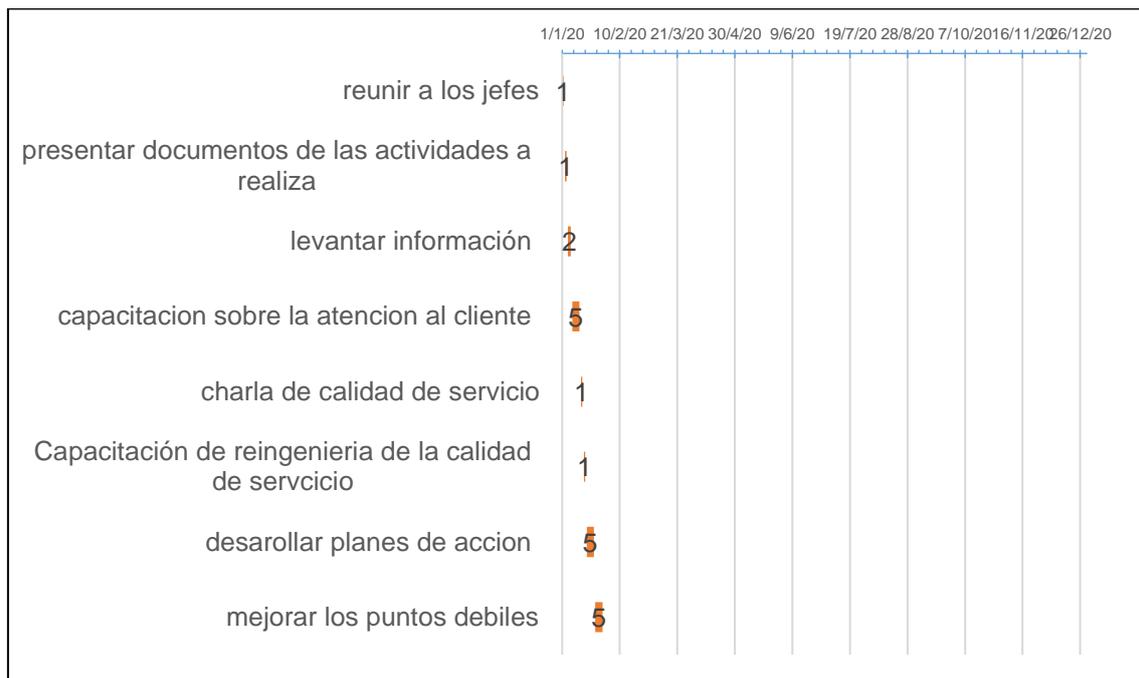


Figura 6. Gantt de actividades objetivo 1. Fuente: Elaboración propia, 2019.

Solución técnica:

Etapa de la preparación

En la presente propuesta se ejecutaran 2 charlas y 1 capacitación como propósito de recapacitar sobre que es la calidad de servicio e identificar que la constituyen, con la finalidad de desarrollar, diseñar e implementar soluciones para los diversos planes de acción, con respectiva soluciones se podrá complementar y ayudar el funcionamiento de los procesos para así llevar a cabo el desarrollo de los servicios.

Actividad 1. Reunir a los jefes

Para esta actividad se convocará a una reunión al gerente de gerencia, jefe de operaciones y el analista de créditos experto superior en la sala de comité de la misma oficina el 01/01/2020 a horas del mediodía vía correo electrónico para dar conocimiento de los que se observó y se está pensando en realizar.

Actividad 2. Presentar documentos de las actividades a realizar

En la fecha de reunión se llegará a entregar los documentos e informes sobre la reunión que se convocó, detallando lo que se observó en la financiera, los objetivos a realizar, las actividades que se proponen toda información para la mejora de la empresa, con el fin de dar lo mejor hacia los colaboradores y los clientes. Dado estos pasos esperar a la aprobación de los jefes para poder seguir en curso.

Actividad 3. Levantar información

Empezar a realizar el procedimiento para dar en marcha a las actividades en función a las fechas programadas, ya sea con las capacitaciones, charlas y las actividades a realizar, para ello se programará cada una de las actividades propuestas y empezar con el contrato de los expertos, contratar lo que se va a necesitar para las charlas capacitaciones como son las sillas para la capacidad que se ofreció, el contrato con la panadería para el coffe break y (bebidas agua gaseosa) que se entregará finalizando cada actividad.

Actividad 4. Capacitación sobre la “atención al cliente”

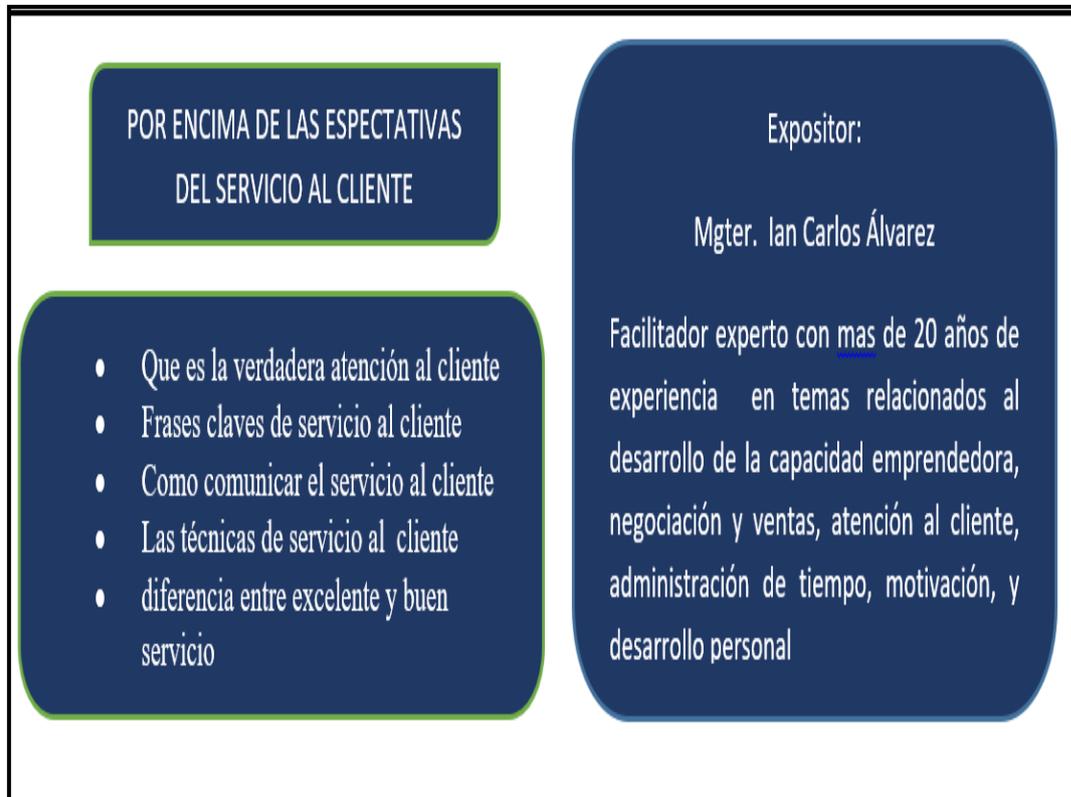


Figura 7. Capacitaciones objetivo 1. Fuente: Elaboración propia, 2019.

Actividad 5. Charla de “calidad de servicio”

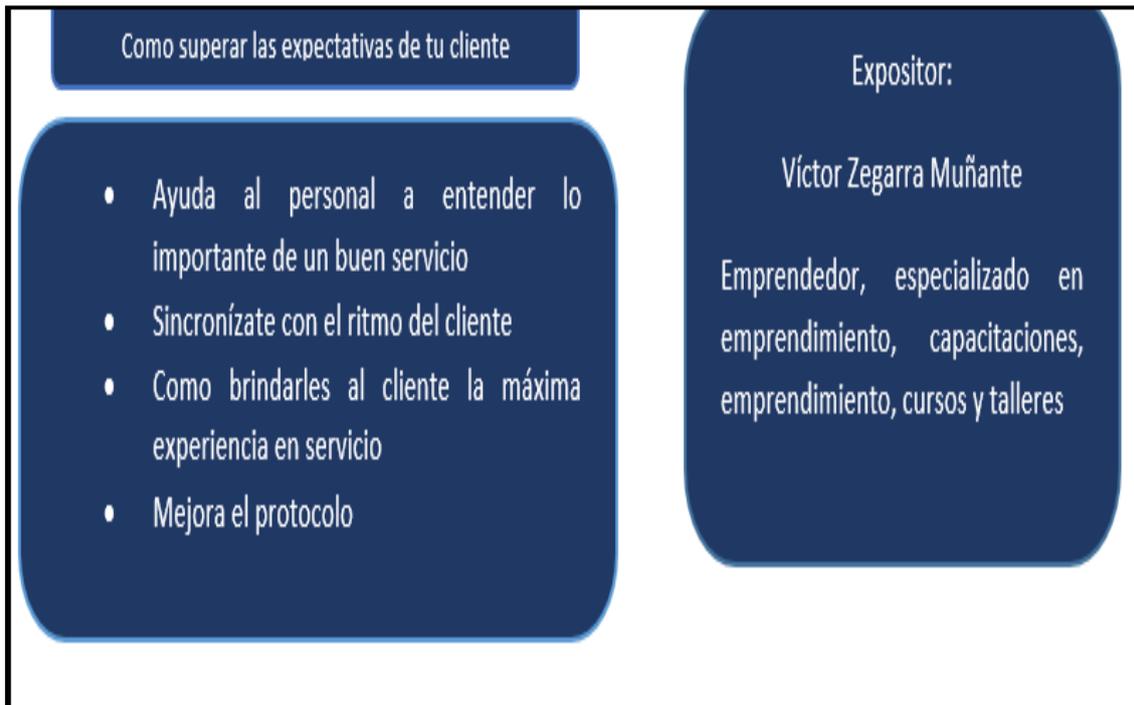


Figura 8. Charla objetivo 1. Fuente: Elaboración propia, 2019

Actividad 6. Capacitación de “reingeniería de la calidad de servicio”

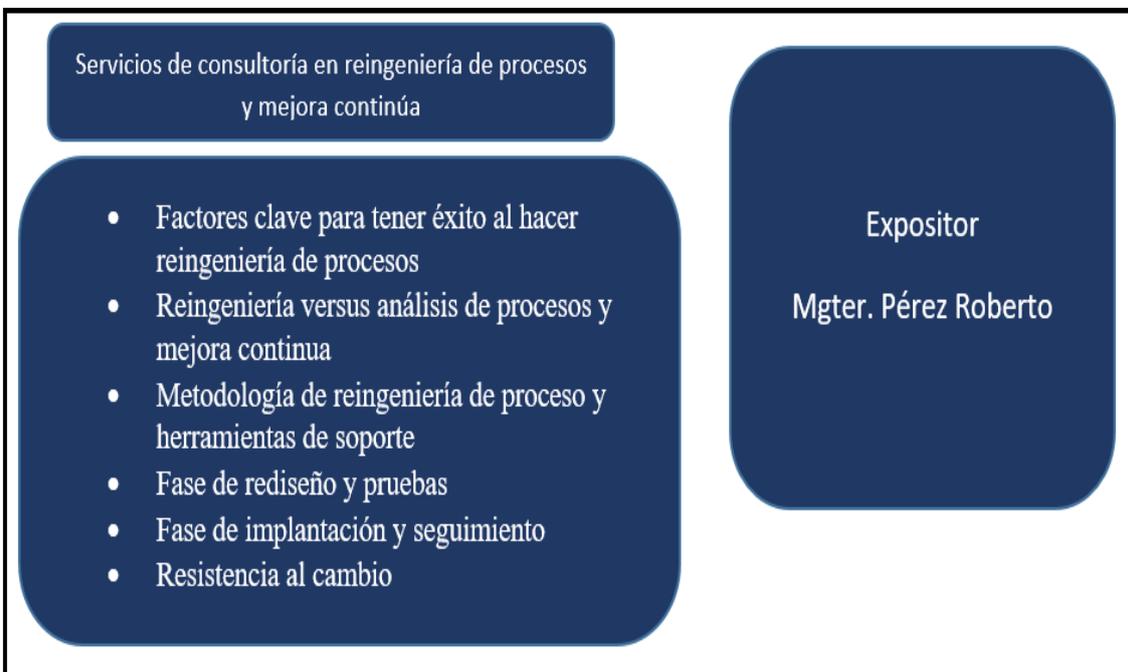


Figura 9. Charla objetivo 1. Fuente: Elaboración propia, 2019.

Actividad 7. Desarrollar planes de acción

Recibiendo las charlas y capacitaciones se tendrá que tomar en cuenta que se siga los pasos que se aprendió para así dar una mejor atención a los clientes de tal manera podrán salir satisfechos en cada consulta o pago que realicen, y para la próxima vez que regresen pues ya lo harán con mejor ánimo.

Actividad 8. Mejorar los puntos débiles

Siempre que pasa un tiempo determinado, tener una pequeña reunión en la sala de comité para recordarles que la prioridad que tenemos son los clientes, que depende de ellos nuestras funciones en la financiera, que todo esto nos hace mejores en el trabajo.

Presupuesto de inversión

Para dicha propuesta se utilizará un presupuesto de inversión de 1.521.20 soles por toda la implantación de las actividades y cronogramas que se realizaran en el salón de reuniones ya que solo será para todo el personal de la oficina donde las actividades será un motivo de mejora para el desarrollo de la reingeniería, sin olvidar que se incluirán los egresos administrativos, en materiales para lo que se utilizará en las capacitaciones, charlas y coffe breack por un costo en las tres actividades de diferentes días.

Tabla 10

Presupuesto de inversión objetivo 1

Capacitación y charlas	Cotización	Expositor experto	Total
Capacitación sobre la atención al cliente	S/ 530.00	1	S/ 540.00
Charla de calidad de servicio	S/ 400.00	1	S/ 400.00
Capacitación de reingeniería de la calidad de servicio	S/ 480.00	1	S/ 480.00
			S/ 1,420.00

Fuente: Elaboración propia

4.3.1 Objetivo 2 : Mejorar los procesos documentarios

Plan de actividades etapa de identificación

El rediseño será el primer paso para solucionar los documentos engorrosos y mejorar el rendimiento de las actividades que los colaboradores realizan, el cambio que se realizará tiene como objetivo mejorar los procesos de las actividades que realizan los analistas de crédito, atención en ventanilla y plataforma. Ofreciendo los mejores beneficios reduciendo la aglomeración de documentos, que los files estén debidamente ordenados y clasificados en archiveros bajo llave, para los bienes tarde los colaboradores, cliente y sobre todo la financiera. De tal forma para poder llevar a cabo dicho plan se detallaran las siguientes directrices.

Reducir los documentos en físico

Mejorar la comunicación entre los colaboradores

Eliminar procedimientos que generan demora

Etapa	Plan	Actividades
Identificación y solución	Identificación	Identificar las actividades que genere demora
	Definir cargos	Analizar las funciones críticas implementación de procesos administrativos
	Capacidad real	Organizar las ideas propuestas Elegir la mejor idea
	Organizar	Aplicar las actividades para realizarlos
	Tecnología	Adecuar las tecnologías para las nuevas actividades Prepararlo para los cambios

Cuadro 5. Plan de actividades de la solución administrativa objetivo 2

Fuente: Elaboración propia, 2019.

Indicadores

Indicador de personal capacitado

$$\frac{N^{\circ} \text{ de documentos aglomerados}}{N^{\circ} \text{ total de documentos aglomerados}} * 100$$

Cronogramas: Diagrama de Gantt

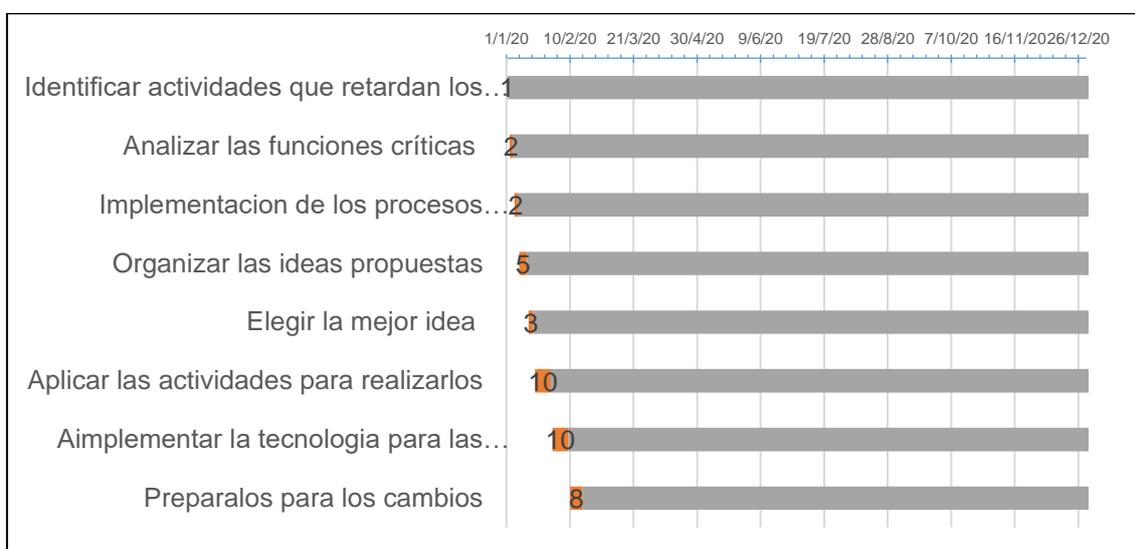


Figura 10. Gantt de actividades objetivo 2 Fuente: Elaboración propia, 2019.

La propuesta se desarrolla a través de una evaluación de problemas que se presentan en la financiera por tal motivo se busca reducir el exceso de documentos, para que la propuesta sea el eje central se debe de contar con el compromiso de la alta dirección, donde los colaboradores deben tomar conciencia del cambio que se va a realizar de tala manera difundir lo aprendido y de alguna manera alivianar los documentos engorrosos, optimizar el tiempo y sobre todo cuidar el medio ambiente. De este modo tener en cuenta a los colaboradores y así facilitarles mejor el trabajo. Ya que dejando los expedientes a la vista de todos es muy riesgoso puesto que un tercero puede tomarlos sin el consentimiento, dado que está en peligro ya que los datos e información de los clientes se encuentran en dichos documentos y puede ser riesgoso con respecto a los datos de cliente.

Actividad 1. Identificar las actividades que consumen mayor recursos

Los analistas de créditos son aquellas personas que hacen más uso de papeles, puesto que tiene que tener las documentaciones completas de los clientes para así poder dar el financiamiento y/ o prestamos que requieren, dado que salir a campo para promocionar la financiera es un gasto de volantes, pancartas.

Actividad 2. Analizar las funciones críticas

En el momento de la aprobación de un crédito es donde se empieza a realizar el llenado de los documentos para obtener la información a la persona que se le está dando el préstamo, esto se genera un cuello de botella en las horas de 4 a 6 pm dado que los clientes están a la espera de realizar el desembolso.

Actividad 3. Implementación de procedimientos administrativos

Esta actividad es para implantar los procesos administrativos para que cada uno de los colaboradores lo manejen como se pacta en los procedimientos de la financiera, por lo que se ha dejado al olvido y cada colaborador de la financiera realiza sus funciones por su propia cuenta y esto hace que se genere desorden y retrasos en la atención, implantando estos procesos para la mejora de la financiera que todos deben de seguir, para ello se detallará paso a paso los procesos para un mejor manejo en la financiera.

Procesos administrativos actuales



Figura 11. Procesos administrativos Fuente: Elaboración propia, 2019.

Procesos a implementar

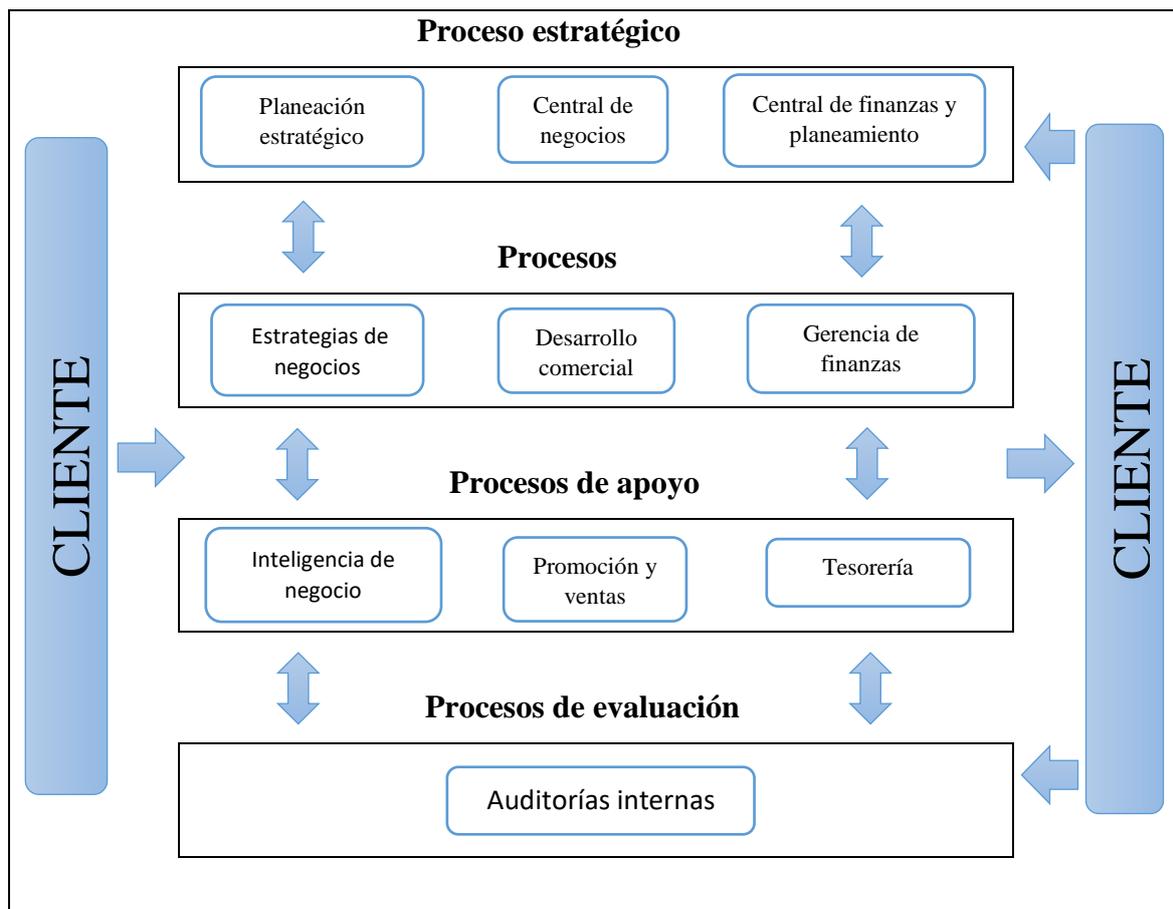


Figura 12. Implementación de procesos Fuente: Elaboración propia, 2019.

Actividad 4. Organizar las ideas propuestas

Tener en mente las ideas que se obtienen ver que no genere muchos gastos para poder aplicarlos, ideas que sean novedosas para atraer al cliente, o ideas sean útiles para la empresa, y los colaboradores puedan aplicarlos y así poco a poco tener una costumbre de cuidar los recursos naturales. Tener dispensadores de agua que no sean eléctricos ni sean descartables así evitar el aglomeramiento dentro de la oficina y evitar el consumo de electricidad.

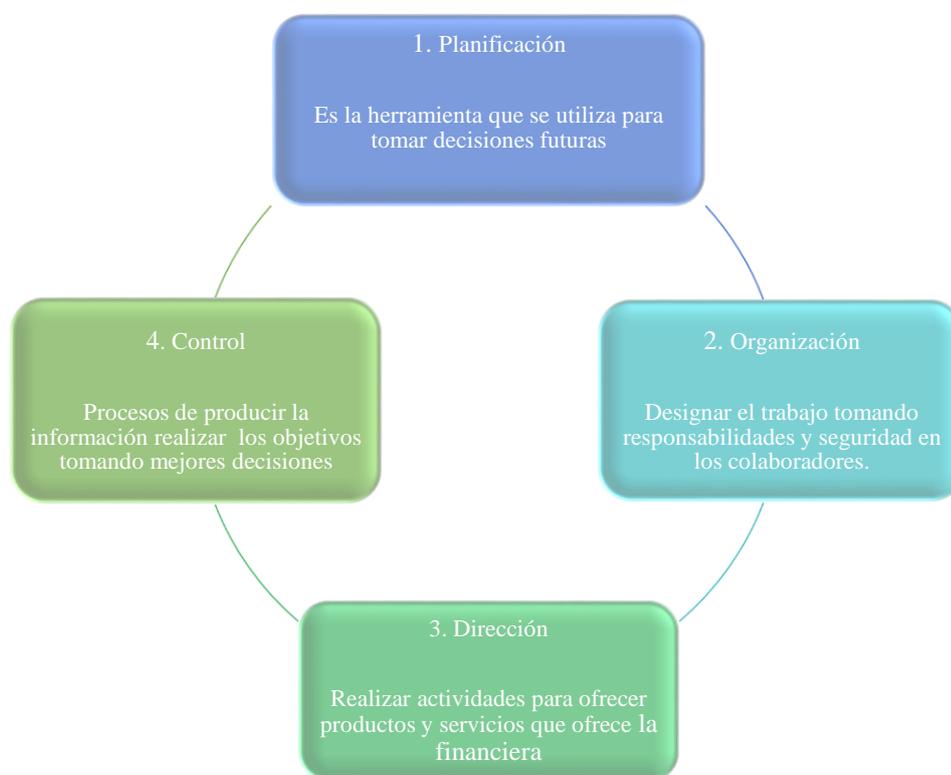
Actividad 5. Elegir la mejor idea

Que la documentación se virtualice ya existe, pero no está aplicado en la financiera de la cual es una ventaja para poder dar función a esta idea. Dado que será menos engorroso

para los analistas y demás colaboradores. Que los documentos en físico se mantengan en archiveros bajo llave y no a la mano de todo el público.

Actividad 6. Aplicar las actividades para realizarlos

Hacer campañas sin ningún tipo de volantes ni pancartas, todo hace a base del reciclado, concientizar a las personas sobre el reciclaje, estas campañas serán en beneficio de la empresa porque se promocionará los productos que la financiera ofrece, y de alguna manera las personas puedan darse cuenta de que nosotros somos un pilar para dar inicio



a este tipo de campañas que sin nada a cambio se realiza en el bien de todos.

Figura 13. Actividades a realizar Fuente: Elaboración propia, 2019

Actividad 7. Adecuar las tecnologías para las nuevas actividades

Que los colaboradores manejen las nuevas tecnologías que se aplican, estas son las que los documentos se virtualice y que las aplicaciones a implementar no lo vena difícil,

sino de una manera positiva para que la tarea sea más fácil digerirlo. Estas tecnologías serán de gran ayuda para futuros cambio que será radicales gracias a la globalización.

Los colaboradores harán uso de la nube y los sistemas para evitar la aglomeración de documentos y llevarlos la gran parte de documentos al sistema y así poder ayudar con medio ambiente.

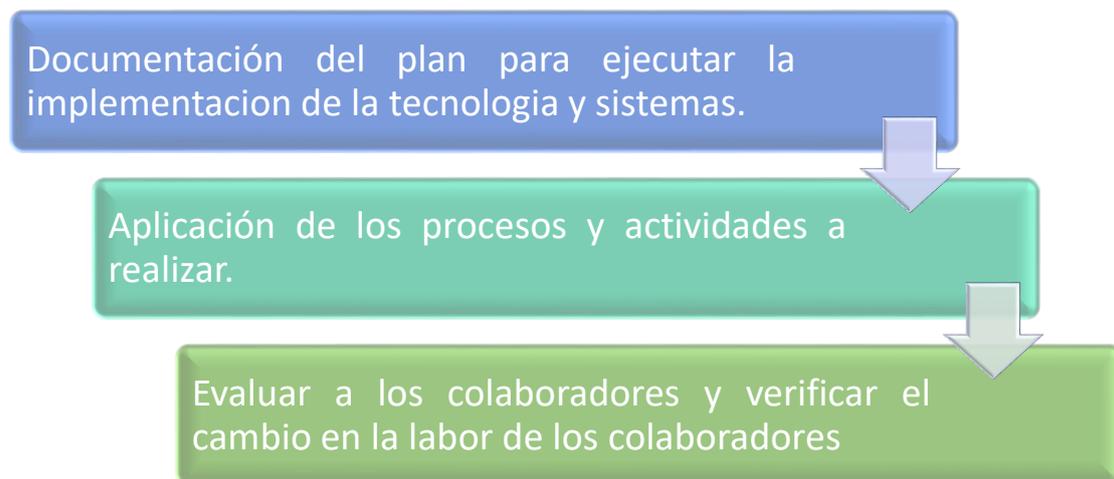


Figura 14. Tecnologías en las nuevas actividades. Fuente: Elaboración propia, 2019.

Escanea y administra los documentos con facilidad



Figura 15. Manejo de tecnología en las actividades

La organización para la actividad se debe de reunir al personal para recolectar información sobre los costos ya que nadie conoce el campo mejor que ellos mismos en

está en actividad, el analista de créditos, plataforma y caja incluirlos porque de esta manera evitar engorrosos documentos y costos mal realizados.

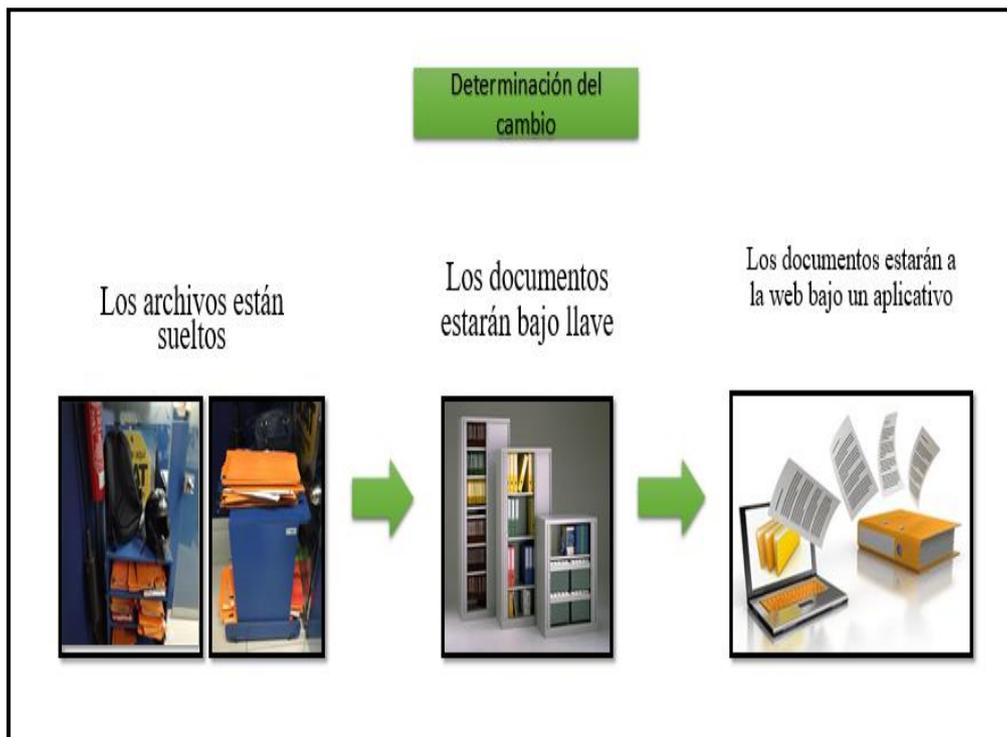


Figura 16. Determinación del cambio Fuente: Elaboración propia, 2019

Actividad 9. Prepararlos para los cambios

Estos cambios si bien es cierto que cuando uno vive en la rutina y es burocrático, les parece difícil el cambio, dado a este punto realizará ciertas actividades, charlas, y conferencias para y digiriendo lo que se propone, así ya sabiendo de lo que planea hacer empezar con las actividades a realizar, para estas actividades se harán entrega de certificados, e incentivos a nuestras metas a lograr, recalcando que estas actividades, estos cambios no solo es para la financiera sino que para todos.

Ya que dentro de un par de años es posible que ya no contemos con todos los recursos de hoy en día por el mal usos que la humanidad le da a la naturaleza, como ocurre cortar un árbol y no planta nada en remplazo, todo esto a futuro nos afectará que mejor que se empiece ahora.

Tabla 11

Presupuesto de inversión objetivo 2

procesos documentarios	cotización		Total
Instructor y capacitador	S/ 650.00	1	S/ 650.00
Manual de funciones	S/ 45.00	1	S/ 45.00
Implementar las tecnologías para las nuevas actividades	S/ 450.00	1	S/ 450.00
			S/ 1,145.00

Fuente: Elaboración propia.

4.3.2 Objetivo 3: Diseñar los canales de atención al cliente

Plan de actividades

La propuesta del estudio se basa en el proceso de un plan de actividades para mejorar la atención al cliente de las cuales fueron establecidas según los problemas encontrados en la financiera, estas actividades se orienten a mejorar la calidad de servicio, proporcionar al cliente buenas experiencias y gestionar los puntos de contacto del consumidor para conseguir la satisfacción plena del cliente, para el desarrollo del objetivo 3, se deberán de considerar estas actividades.

Actividades del objetivo 3 – propuesta

Etapa	Acción	Actividades
Transformación	Comunicación	Comunicación sobre las tareas designadas
	Orden	Organizar los documentos / archivo Mantener el orden del ambiente
	Prioridades	llenar documentos en una base de datos / nube
	Concentración	Diseñar un ambiente agradable
	infraestructura	Agregar tiket con huella digital para atención Implantar lugar exclusivo para discapacitados

Cuadro 6. Actividades mejorar los canales de atención Fuente: Elaboración propia, 2019.

Indicadores

Indicador de canales de atención

$$\frac{N^{\circ} \text{ de canales de atencion}}{N^{\circ} \text{ total canales de atencion}} * 100$$

Cronogramas: Diagrama de Gantt

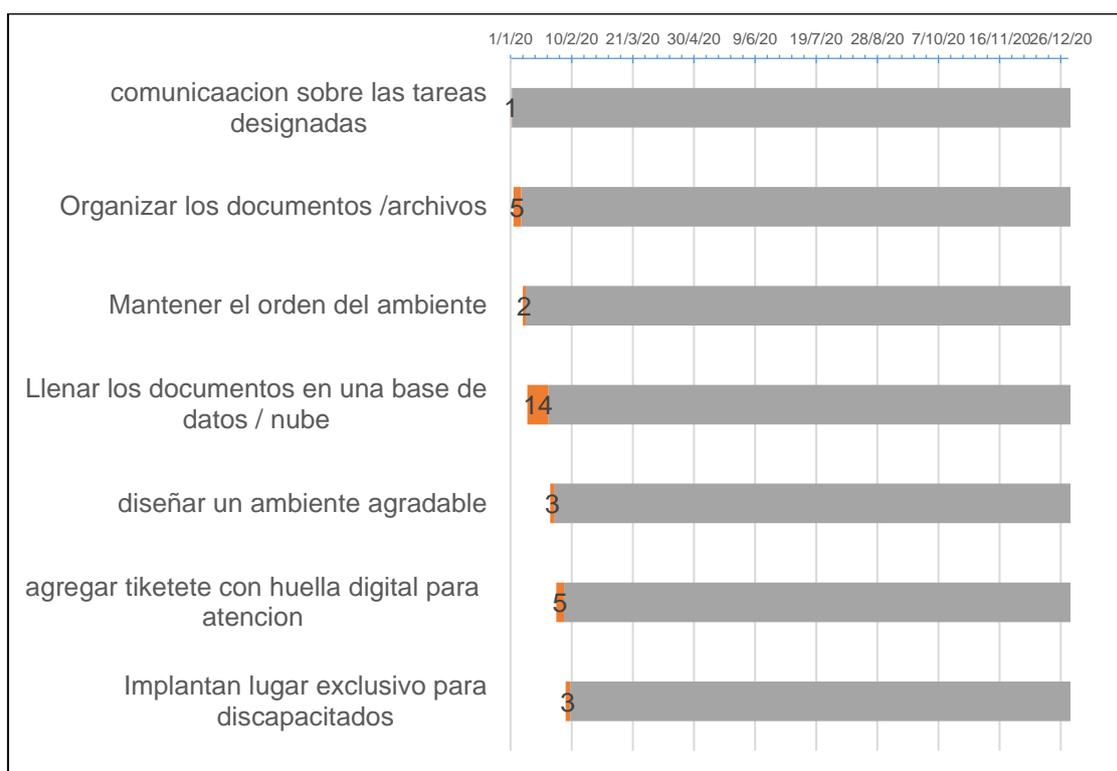


Figura 17. Gantt de actividades objetivo 3 Fuente: Elaboración propia, 2019

Actividad 1. Comunicación sobre las tareas designadas

Se convocaran a los integrantes de la financiera que sean encargados de diversas actividades para realizar las actividades y lograr el propósito de mejora en beneficio de la financiera y los colaboradores.

Actividad 2. Organizar los documentos / archivo

Los documentos serán llevados al archivero bajo llave designada a elegidas personas que estén al pendiente y a la mano. Todo documento deberá ser archivado sin dejar hojas sueltas en los escritorios puesto que estos están en riesgo ya que terceras personas pueden apoderarse sin saber el peligro que corre dicha información. en cuanto a los documentos en físicos ya que los datos corresponden a los clientes que ponen confianza entera en nosotros mismo.

Procedimientos de archivos

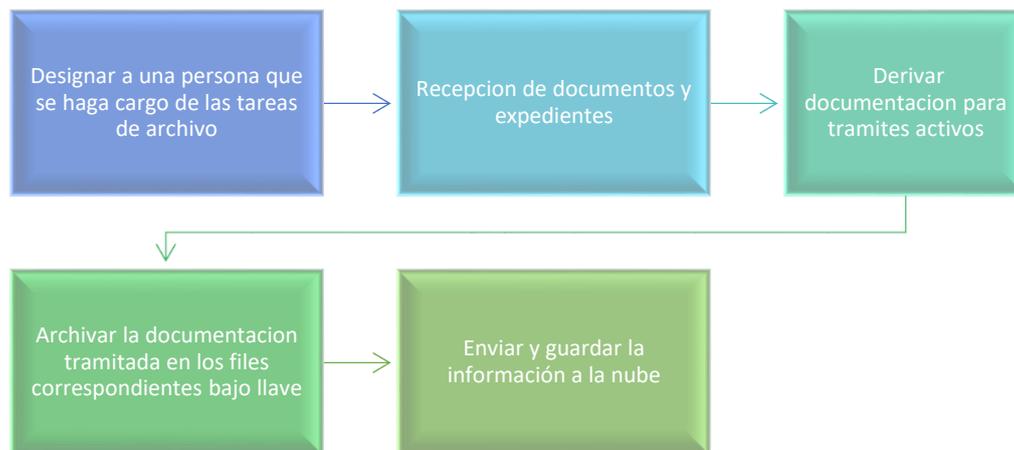


Figura 18. Procesos de manejo de expedientes Fuente: Elaboración propia, 2019

Actividad 3. Mantener el orden del ambiente

Especialmente la primera plata se mantendrá en orden ya que para el cliente que ingrese a la financiera, es visualmente captado generando un mal pensamiento o desagrado. Por ello todo paquete suelto, banners, pancartas, vitrinas, se concentraran en el tercer piso que ahí mantiene un pequeño almacén, de tal manera el lugar se notara más ligero, y limpio visualmente.

Actividad 4. Llenar documentos en una base de datos/ nube

Para realizar esta actividad previamente ya se llevó a cabo ciertas capacitaciones y charlas para poder aplicarlas sin dificultad, esto ayudara mejorar las acciones y optimizar la labor de los trabajadores. Mantener información en la nube, en las base de datos son esencial para la mejora en la financiera, ya que es prioridad cuidar el medio ambiente, y evitar los documentos engorrosos.

Actividad 5. Diseñar un ambiente agradable

Mejorar el ambiente de la caja quitando objetos inservibles para el momento, y agregando sillas cómodas y que no hagan falta, que la temperatura sea agradable de acuerdo al clima. Agregar los servicios higiénicos para el cliente ya que son ellos

quienes están a la espera de sus desembolsos, y un lugar específico para que la silla de ruedas pueda ingresar cómodamente y estar a la espera con la persona que fue acompañada.

Actividad 6. Agregar tiket digital para atención

Por lo que se pudo observar es que los clientes que ingresan no son bien atendidos, por diversos motivos, los cuales se está implementando el ticket digital para la atención con el analista que esté disponible para así derivarlo donde corresponda, ya que queremos evitar el gasto de papel, en este sentido no se entregará ningún papel para que se atienda, en la pantalla del televisor virtualmente aparecerá el nombre y a qué número de ventanilla podrá acercarse.



Figura 19. Implementación de tiket virtual Fuente: Elaboración propia, 2019

Actividad 7. Implantar lugar exclusivo para discapacitados

Se implantará los servicios higiénicos para el público exclusivo para los discapacitados ya que los clientes son parte fundamental de la empresa, y se podrá sentir mejor ubicado en la zona para evitar que corra el riesgo de ser empujado o golpeado. Este servicio higiénico estará habilitado para el público en general, sin restricciones, para ello tomará un par de días para habilitarlo donde se realizará mínimos cambios como realizar algunos movimientos de escape del mal olor, implementar inodoros especiales y

pasamanos para mayor seguridad del cliente, de esta manera se sentirá más a gusto en los ambientes de la financiera.

Tabla 12

Presupuesto de inversión objetivo 3

Implementación de la oficina	Cotización	Cantidad	Total
archivero de madera	S/ 389.00	2	S/ 778.00
Silla de espera	S/ 360.00	3	S/ 1,080.00
tiket digital	S/ 560.00	1	S/ 560.00
agarradera rebatible para baño de discapacitado	S/ 350.00	2	S/ 700.00
plomero express	S/ 90.00	1	S/ 90.00
			S/ 3,208.00

Fuente: Elaboración propia, 2019.

4.4 Discusión

El objetivo de estudio fue solucionar el problema de la atención al cliente en ventanilla en la financiera, la aglomeración de expedientes y documentos en físicos, que no eran debidamente ubicados ni utilizados debido a la falta de interés por los colaboradores de la financiera, a través de las propuestas realizadas les permitirá mejorar la calidad de atención al cliente y los productos que ofrecen y ser más reconocida competitiva en el rubro financiero.

El trabajo de campo permitió conocer el nivel de satisfacción en cuanto a la calidad de servicio y atención al cliente que brinda la financiera donde puntos débiles por parte de los colaboradores de la financiera fueron notados por los usuarios. Con respecto a la interrogante, en la sub categoría empatía.

Se alcanzó un porcentaje regular de aceptación hacia la financiera, donde se aceptó que la empresa solamente se concentra en dar financiamientos, préstamos y realizar sus desembolsos, sin un esfuerzo de innovar o crear conciencia de la forma en la que estaban siendo atendidos a los clientes y que ellos sean observados por los usuarios mismos. Las personas encuestadas en su mayoría afirmaron que siempre eran atendidos y se les daba una línea de crédito, pero al momento de realizar sus desembolsos se tardaban más de lo debido y que la espera no era algo de su agrado, por lo que va de la mano con la calidad de atención no era bien aceptada.

Con respecto a la sub categoría empatía, se demuestra de cómo es la atención en financiera en la cual se plantearon interrogantes en un cuestionario para los clientes frecuentes en la financiera y poder saber de cómo realmente se siente al recibir la atención. Se obtuvieron la opinión mejorada para la propuesta de solución en cuanto a la calidad de atención con la capacitación y charlas que se proponen y de esta manera que los colaboradores pongan conciencia en el trabajo que realizan ya que los clientes son pieza fundamental para la financiera, tales como se observan en los antecedentes que se investigó se podrá observar las charlas y capacitaciones ponen en mejoría a los colaboradores y atener más empatía con respecto a los clientes.

En la interrogante para conocer más a fondo la reingeniería que es uno de los temas que resaltan en la investigación dando presente el rediseño de cómo puede funcionar la financiera observando los puntos débiles que se tienen con respecto a la atención a la seguridad y a la aglomeración de documentos, por lo que se propone cambiar la infraestructura del local por lo que se ve puesta la demanda de clientes y que queda diseñar y/o agregar espacios que se requieren para las personas discapacitadas, facilidades de movilizarse dentro de la financiera, por tanto ello se menciona con Zaratiegui, 1999 donde la base fundamental de la reingeniería es la atención al cliente y que la mayoría de las empresas no logran alcanzar las expectativas y la satisfacción del usuario.

En la interrogante, sobre la seguridad dentro de la financiera es un caso particular que todo banco tiene lamentablemente fuera del local se corre el peligro ya sea de robos, asaltos que enfrentan los usuarios viendo este peligro que se corre, se propone poner más cautela con respecto al tema donde los desembolsos que realizan los usuarios hacerlo en manera privada y que a elección de ellos puedan llevar el dinero en físico, cheque, o en la tarjeta que usualmente lo obtienen con un mínimo costo en tal sentido que toda red de seguridad para la financiera deberá de tener una función y trabajo en equipo puesto que depende de todos los colaboradores realizan una función eficiente

Los factores reflejados que se logró obtener en la financiera sobre la atención al cliente se demuestra el interés y la preocupación para con los clientes, haciendo cumplir las normas que se marcan en la financiera y de esta manera evitar el lavado de activos ya que la demanda de clientes genera un cuello de botella en las ventanilla y caja donde el cliente recibe sus desembolsos y de la misma manera genera los pagos que tienen para realizar todo este embrollo ha generado molestias y retrasos a los usuarios todo esto se debe a las condiciones del espacio físico para la atención al cliente que se demuestra que no son la más adecuada. Otro factor importante es la comunicación fluida que tienen con respecto a los clientes donde muchos de los clientes no comprenden en la forma en que expresan los colaboradores a los clientes y que ellos solo aceptan para no dar más molestias ni interrupciones, por ello todo analista que está detrás de un módulo debe de estar preparado para atender cualquier consulta de tal manera no se vaya con la duda marcando una buena relación entre el cliente.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

5.1 Conclusión

Posteriormente de haber elaborado la triangulación mediante el análisis cualitativo y cuantitativo de la entrevista y las encuestas, se pudo elaborar la propuesta, en las cuales se pudo finalizar con la parte de la discusión de los resultados encontrados, dicho lo mencionado se llegó a una conclusión.

Primera: Se propuso capacitar al personal sobre los servicio para aplicar reingeniería y mejorar los problemas que enfrentan como es la atención al cliente mediante lo colaboradores del área de analistas de créditos de la financiera, en el que se determinaron dos categorías de investigación que tuvo como respaldo teorías que a través de diferentes estudios que se obtuvo con respecto a la categoría problema.

Segunda: Se diagnosticó la situación existente de la calidad de servicio en la financiera mediante la realización de los instrumentos cualitativos y cuantitativos encuestas y entrevistas que pronto se llevaron a cabo y se pudo comprobar que las causas que originan los problemas que se relacionan con la mala atención al cliente, asimismo se puso conocer la opinión de los clientes que son los que dieron a conocer su molestia.

Tercera: Se conceptualizó la reingeniería en la calidad de servicio en la atención al cliente en la parte interior de la financiera, en la recolección de información con datos e investigaciones que se relacionaron sobre todo bajo la metodología aplicada, tales fueron como las categorías que se estudiaron y las categorías emergentes.

Cuarta: Se diseñó la propuesta para el desarrollo de la ingeniería dentro del área de analista de créditos con la cual se obtuvo tres objetivos en la que se pudo realizar actividades para mejora de parte de la empresa tanto como del cliente.

5.2 Sugerencias

Primera: Se propone con los resultados que se obtuvieron en las encuestas y entrevistas debido a que se muestran las opiniones verdaderas mediante esto utilizar porque sirve para obtener el diagnóstico más cierta del problema que se llegó a plantear, con la finalidad de crear nuevas herramientas y actividades para el desarrollo y el funcionamiento de la empresa aplicando la reingeniería

Segundo: Para lograr los objetivos con la propuesta se sugiere realizar las capacitaciones para los colaboradores formar grupos para realizar actividades en sinergia, donde se deban de cumplir las tareas designadas y llevar un control de todas las actividades.

CAPÍTULO VI
REFERENCIAS

- Álvarez, C. (2013). *Diseño de un plan estratégico para mejorar el servicio a los clientes, fortaleciendo las competencias y la motivación de los empleados de la empresa Partner Media Cali*. Universidad Autónoma de Occidente. Colombia.
- Álvarez, R. (2015). *Evaluación de la calidad del servicio percibida en entidades bancarias a través de la escala Servqual*. Universidad de Cienfuegos, Cuba.
- Baquerizo, J. (2018). *Una herramienta para resolver problemas de servicio al cliente en el sector financiero*. Universidad de Especialidades Espíritu Santo. Guayaquil.
- Bustamante, M., Llorens, S., Acosta., H (2014). *Empatía y calidad de servicio: el papel clave de las emociones positivas en equipos de trabajo*. España. Fundación Sypal.
- Blanco, A., Rivero, V. (2009). *Calidad de servicio percibida por los clientes residenciales en las oficinas de atención al cliente (OAC) de una empresa telefónica. Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*. Universidad de Carabobo. Venezuela.
- Cao, R., (2002). *Introducción a la simulación ya la teoría de colas*. España. Netbiblo.
- Cárdenas, A. (2018). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente del Banco Continental, Los Olivos, 2018*. Universidad Cesa Vallejo. Perú.
- Castillo, L. (2009). *La holística y la investigación. Investigaciones de las ciencias sociales*. Universidad Católica Santa Rosa. Venezuela.
- Castillo Guevara, J. (2007). *La gestión de documentos de archivo en la nueva economía: su importancia en el Sistema Bancario Nacional*. Ciencias de la Información.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Colombia. McGraw Hill.

- Díaz, A., González, O., y Castro, R. (2008). *La determinación de la capacidad de aprendizaje de una organización mediante indicadores tangibles*. Impacto en su capacidad de respuesta y adaptación al cambio. Ingeniería industrial.
- Guerrero, M. Focke, K. Rossini, F. (2010). *Redes de Seguridad Financiera: Aspectos conceptuales y experiencias recientes en América Latina y el Caribe*. Inter-American Development Bank.
- Gómez, F. (2008). *Aplicación de teoría de colas en una entidad financiera: herramienta para el mejoramiento de los procesos de atención al cliente*. Colombia. Universidad EAFIT.
- Hernández, Fernández y Baptista (2010). *Metodología de la investigación*. México. McGraw-Hill
- Hurtado, J. (2000). *Metodología de la investigación holística*. Caracas. Fundación Sypal
- Martínez, B. (2006). *Finanzas para no financieros*. FC editorial.
- Núñez, S., Jhonny, F., Gutiérrez, B., y Romila, E. (2018). *La calidad del servicio como elemento estratégico para fidelizar al cliente del Banco de Crédito del Perú en Chíncha Alta, 2016*. Universidad privada San Juan Bautista, Perú.
- Pérez, G. (2014). *La Gestión del Talento Humano y su incidencia en la Calidad del Servicio al Cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda*. Universidad Técnica de Ambato. Ecuador.
- Quiliche, M. (2016). *Propuesta de un diseño de mejora del proceso de atención de clientes para mejorar la calidad del servicio de una entidad Bancaria Cajamarca 2016*. Universidad Privada del Norte. Perú.

Rivera, A. (2018). La calidad de los servicios de una empresa de autotransporte para satisfacer y motivar al cliente. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*. 87

Romero, K. (2018). *El nivel de satisfacción de los clientes con los nuevos canales de atención en el Banco de la Nación, Jaén*. Universidad Cesar Vallejo. Perú.

San Miguel, P. A. (2007). *Calidad*. Editorial Paraninfo.

Salazar, K. (2018) *La satisfacción del cliente y su incidencia en la prestación de servicio de la cooperativa de ahorro y crédito JEP* universidad Privada de Machala. Ecuador.

Sarduy, Y. (2007). *El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa*. Cuba. Editorial mniaScience.

Stephen, R., Timothy, J. (2009) *Comportamiento Organizacional*. México. Pearson educación.

Yépez, M. (2016). *Propuesta de un proceso de crédito para mejorar la calidad de atención al cliente del Banco de Crédito-Sede Trujillo*. Universidad nacional de Trujillo. Perú.

Von Bertalanffy, L. (2006). *Teoría general de los sistemas*: edição comemorativa.

Vroom, V. (1964). *Trabajo y motivación*. Nueva York. Esic Editorial.

Zaratiegui, R. (1999). *La gestión por procesos: Su papel e importancia*. Economía industrial.

Anexo

Anexo 1: Matriz de consistencia

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Categoría 1:				
			Sub categorías	Indicadores	Ítem	Escala	Nivel
¿Cómo mejorar la calidad de atención al cliente en una financiera, Lima 2019?	Proponer estrategias para mejorar la calidad de servicio de atención al cliente en una financiera, Lima 2019	con la implementación de estrategias mejorará en un 25 %	Empatía	1. Atención individualizada			
				2. Preocupación por interés			
				3. Comprensión de consultas			
			Capacidad de respuesta	4. Plazo de respuesta			
				5. Atención al usuario			
				6. Seguimiento de solicitudes			
				7. Comunicación fluida			
			Fiabilidad	8. Cumplimiento de promesa			
				9. Comunicación de los servicios			
				10. Interés para solucionar problema			
			Seguridad	11. Certeza			

Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Categoría 2:				
			Sub categorías	Indicadores	Ítem	Escala	Nivel
¿Cómo es la calidad de atención al cliente en una financiera, lima 2019?	Diagnosticar la calidad de atención al cliente en una financiera, Lima 2019			1.			
¿Cuáles son los factores de mayor incidencia en la calidad servicio al cliente de una financiera, lima 2019?	Explicar los factores de mayor incidencia en la calidad de servicio al cliente en una financiera, lima 2019			2.			
				3.			
¿Cómo las estrategias influyen en la calidad de atención al cliente, lima 2019?	Predecir la influencia de las estrategias en la calidad de servicio al cliente, en una financiera, Lima 2019			4.			
				5.			
Tipo, nivel y método		Población, muestra y unidad informante		Técnicas e instrumentos		Procedimiento y análisis de datos	
Sintagma: Holístico Tipo: Proyectiva Nivel: Comprensivo Método: Inductivo y Deductivo		Población: 3,384 clientes Muestra: 345 encuestados Unidad informante: Clientes y Colaboradores		Técnicas: Encuesta Instrumentos : Entrevista		Procedimiento: Análisis de datos: Porcentaje, Pareto y medidas de frecuencia	

Anexo 2: Evidencia de la propuesta Propuesta 1°

Periódico mural para los colaboradores



Actividad 4. Capacitación sobre la “atención al cliente”

POR ENCIMA DE LAS ESPECTATIVAS DEL SERVICIO AL CLIENTE

- Que es la verdadera atención al cliente
- Frases claves de servicio al cliente
- Como comunicar el servicio al cliente
- Las técnicas de servicio al cliente
- diferencia entre excelente y buen servicio

Expositor:

Mgter. Ian Carlos Álvarez

Facilitador experto con mas de 20 años de experiencia en temas relacionados al desarrollo de la capacidad emprendedora, negociación y ventas, atención al cliente, administración de tiempo, motivación, y desarrollo personal

Actividad 5. Charla de “calidad de servicio”

<p>Como superar las expectativas de tu cliente</p>	<p>Expositor:</p> <p>Víctor Zegarra Muñante</p> <p>Emprendedor, especializado en emprendimiento, capacitaciones, emprendimiento, cursos y talleres</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Ayuda al personal a entender lo importante de un buen servicio • Sincronízate con el ritmo del cliente • Como brindarles al cliente la máxima experiencia en servicio • Mejora el protocolo 	

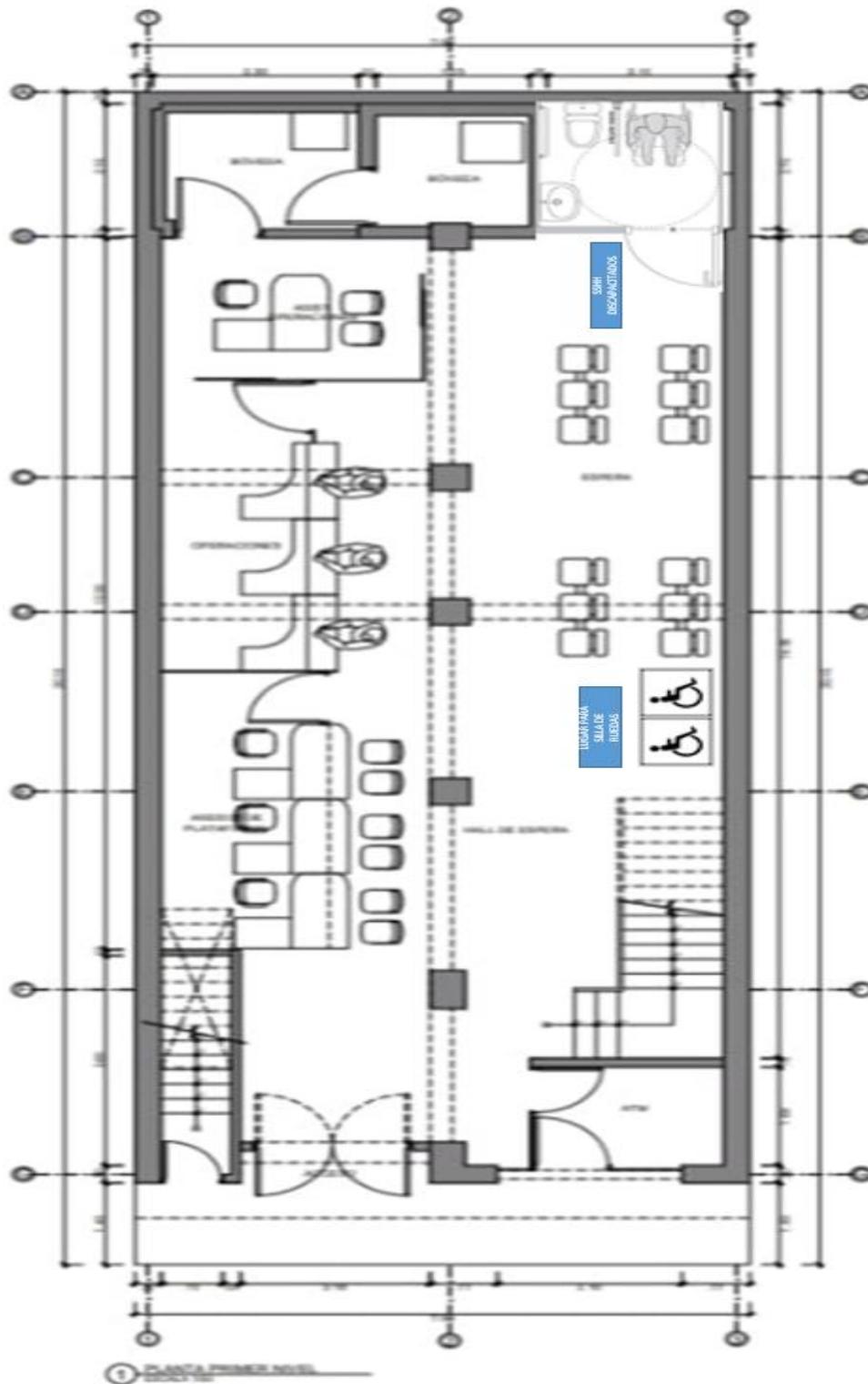
Actividad 6. Capacitación de “reingeniería de la calidad de servicio”

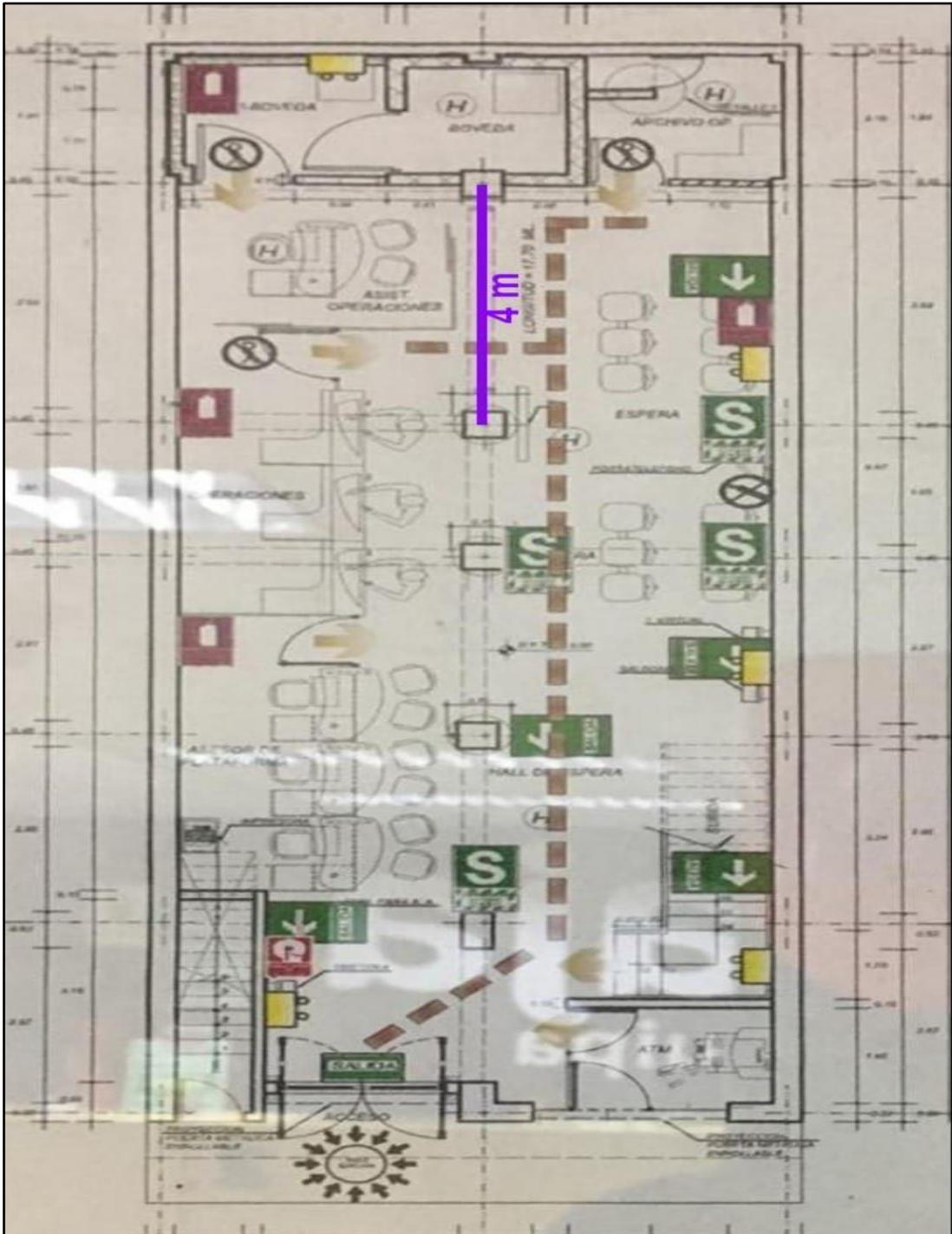
<p>Servicios de consultoría en reingeniería de procesos y mejora continua</p>	<p>Expositor</p> <p>Mgter. Pérez Roberto</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Factores clave para tener éxito al hacer reingeniería de procesos • Reingeniería versus análisis de procesos y mejora continua • Metodología de reingeniería de proceso y herramientas de soporte • Fase de rediseño y pruebas • Fase de implantación y seguimiento • Resistencia al cambio 	

Propuesta 2°

	Gestión de seguimiento y control	Página: 1/2
	Procedimientos Auditorías Internas	Versión: 01
		Emisión:
		26/06/2019
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Objetivo Establecer lineamientos para la planificación, ejecución y seguimiento a las auditorías internas, a través de las normas establecidas en financiera. ▪ Alcance Este procedimiento aplica a todas las actividades internas de la financiera aplica a todo el personal ▪ Responsabilidades Analista de créditos auxiliar de garantías jefe de plataforma gerente de agencia ▪ Definiciones labor correctiva: evitar que vuelva a ocurrir labor preventiva: una situación no deseable ▪ Descripción de las actividades ▪ Documentos de referencias ver matriz de requisitos financieros ver requisitos normativos ▪ Registros ▪ Identificación de los cambios ▪ Anexos 		
Elaborado	Nombre	Firma
Revisado	Nombre	Firma
Aprobado	Nombre	Firma

Propuesta 3°





Anexo 3: Artículo de investigación



Guayaquil, 27 de junio de 2019

Pedro Alberto Mesías Reátegui
Pietro Pablo Giusseppe Dondero Cassano
Gabriela Torres Velasque

Universidad Privada Norbert Weiner

Estimados autores, |

Nos complace comunicarles que después de analizar el resumen de su ponencia: **Estrategias para mejorar la satisfacción del cliente de una empresa de saneamiento ambiental**, el Comité Científico de la IV CONFERENCIA INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN MULTIDISCIPLINARIA considera que reúne las condiciones para ser aceptados como ponentes en el evento.

Para publicar su trabajo en Innova, deberán enviarlo hasta el 12 de julio para el proceso de revisión de la revista, para ser evaluado con el sistema de revisión de par ciego.

La conferencia se realizará, en el Hotel Sheraton de Guayaquil el 16 y 17 de julio de 2019. Para obtener información más detallada sobre la conferencia y alojamiento, por favor ingresar a la página web de la CIIM www.cim-uide.com

Nos sentiremos honrados de compartir con ustedes estos días de intercambio de experiencias y sirva además este marco, para debatir reflexiones y criterios en torno a los ejes temáticos del evento.

Gracias por participar en la Conferencia Internacional de Investigación Multidisciplinaria 2019.

Comité Científico

CIIM 2019



Anexo 4: Instrumento Cuantitativo

CUESTIONARIO DE LA CALIDAD DE ATENCION AL CLIENTE EN UNA FINANCIERA, 2019

INSTRUCCIÓN: Estimado, este cuestionario pretende conocer su opinión sobre La calidad de atención al cliente en la financiera. Dicha información es de carácter anónima, por lo que le solicito responda todas las preguntas con sinceridad, en base a sus propias experiencias.

INDICACIONES: A continuación, se le presenta una serie de preguntas las cuales deberá Ud. Responder, marcando una (x) la respuesta que considera correcta.

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

ITEMS	ASPECTOS CONSIDERADOS	VALORACIÓN				
	SUB CATEGORÍA EMPATÍA					
1	¿Usted es bien atendido por el analista de créditos?	1	2	3	4	5
2	¿Siente que el analista de créditos se preocupa por el interés que usted tiene sobre los préstamos?	1	2	3	4	5
3	¿Usted como cliente comprende la información brindada por parte del analista de créditos?	1	2	3	4	5
4	¿Usted como cliente comprende la explicación brindada por el analista sobre los créditos financieros?	1	2	3	4	5
5	¿Usted como cliente comprende la explicación brindada por la gerencia de operaciones sobre sus preguntas y dudas?	1	2	3	4	5
SUB CATEGORÍA CAPACIDAD DE RESPUESTA						
6	¿Usted recibe respuestas inmediatas por la financiera?	1	2	3	4	5
7	¿Usted como cliente recibe atención eficiente por la gerencia de créditos?	1	2	3	4	5
8	¿Usted como cliente recibe atención eficiente en caja?	1	2	3	4	5
9	¿A usted le hacen el seguimiento a la solicitud de crédito?	1	2	3	4	5

10	¿Hay buena comunicación entre usted como cliente y el analista de créditos?	1	2	3	4	5
SUB CATEGORÌA FIABILIDAD						
11	¿La entidad financiera cumple con sus promesas en el tiempo indicado?	1	2	3	4	5
12	¿Usted como cliente recibe buena información de servicios?	1	2	3	4	5
13	¿Usted como cliente recibe interés de los analistas por solucionar sus problemas?	1	2	3	4	5
14	¿Cuándo se ha presentado algún problema el analista de créditos muestra interés por ayudarlo?	1	2	3	4	5
15	¿Usted como cliente ha detectado si el analista de créditos manifiesta competencias y conocimiento para solucionar problemas?	1	2	3	4	5
16	¿Usted como cliente ha notado que el analista de créditos se preocupa por conocer los problemas financieros de su empresa?	1	2	3	4	5
SUB CATEGORÌA SEGURIDAD						
17	¿Se siente seguro al momento de recibir su desembolso?	1	2	3	4	5
18	¿El analista y/o cajero que le atiende le inspira confianza?	1	2	3	4	5
19	¿Los Horarios de atención son cómodos para usted?	1	2	3	4	5
20	¿Las condiciones del espacio físico para la atención son la más adecuada?	1	2	3	4	5

Anexo 5: Instrumento cualitativo

Concepto de entrevista	<p>La entrevista es un instrumento de recolección de datos a partir de la interacción de dos partes: el entrevistador y el entrevistado. Si bien es un cuestionario, este mecanismo supone la intervención de una persona calificada o entrenada que deberá conducir la aplicación del instrumento. Esta figura es una especie de mediador que guía la recolección de información, organiza y controla la aplicación del cuestionario y registra las respuestas.</p> <p>Las entrevistas van a requerir de un personal que pueda hacer el papel de filtro entre el instrumento de medición y el participante, pero sin alterar o modificar los datos obtenidos. Por eso es muy importante que el entrevistador conozca a la perfección el cuestionario y la finalidad del mismo, además debe comprender totalmente las preguntas y no influir para conseguir o manipular la naturaleza de una respuesta.</p> <p>Cuando son personales, las entrevistas deben contar con un moderador que no juzgue o apruebe, por medio de gestos o palabras, las opiniones expresadas por los participantes. Tampoco debe intimidar a los entrevistados. La función principal de este intermediario es guiar al participante durante la entrevista, mantener su interés y concentración para lograr la culminación exitosa del cuestionario.</p>	
Entrevistados		
Entrevistado1 (Entv.1)	Entrevistado1 (Entv.2)	Entrevistado1 (Entv.3)
Liz Medina Ángeles	Rosalía Colque Huamaní	Rolando Ccanchi Alfaro

Muchas gracias

Ficha de entrevista

Datos básicos:

Cargo o puesto en que se desempeña	
Nombres y apellidos	
Código de la entrevista	Entrevistado1 (Entv.1)
Fecha	12/04/2019
Lugar de la entrevista	Oficina de la financiera

Nro.	Preguntas de la entrevista
1	¿La calidad de servicio que se brinda al usuario es la más adecuada?
2	¿Qué medida considera en caso de que un cliente no es atendido como debe de ser?
3	¿Qué problemas frecuentes encuentra usted en las oficinas de la financiera?
4	¿Qué actividades realizan actualmente para motivar a los usuarios a acceder créditos financieros?
5	¿De qué forma la entidad cumple con los estándares de atención al cliente?
6	¿Qué expectativas futuras propone usted para la mejora continua de la financiera?
7	¿Por qué son necesarios los documentos de control y la supervisión?

Observaciones

<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
--

Anexo 6: base de datos

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1	1	2	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	1	5
2	4	4	3	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	1	5
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	5	5	5	1	4	4	1	5
4	4	4	3	3	3	3	4	1	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	5	5
5	4	4	3	3	3	3	4	1	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	1	5
6	4	5	3	3	3	5	5	3	4	4	5	5	5	3	3	3	3	4	4	1	5
7	4	2	5	5	4	4	3	4	4	4	5	5	5	3	3	3	3	4	4	5	5
8	2	2	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
9	2	2	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
10	2	2	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4
11	3	4	5	2	5	4	5	2	5	3	4	3	3	3	4	4	2	5	5	2	4
12	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	2	4	4	2	5
13	2	2	3	3	3	2	5	3	5	4	5	5	5	4	4	4	2	5	5	2	3
14	2	2	5	5	4	3	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	2	5	5	3	3
15	2	2	4	2	2	2	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	1	4	3	4	4
16	2	4	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	1	5	3	3	4
17	3	3	2	3	3	5	3	3	5	4	3	3	4	4	4	4	1	5	3	3	3
18	3	5	2	2	2	5	5	2	5	4	5	2	4	4	4	4	1	5	3	3	3
19	4	4	4	3	3	3	5	3	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	5
20	4	5	2	2	2	3	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	5
21	1	4	3	3	3	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
22	4	4	3	3	4	2	4	1	4	3	4	4	4	4	4	4	2	5	5	3	3
23	4	4	3	3	3	2	4	1	4	3	4	4	4	4	4	4	1	5	5	3	3
24	4	2	2	2	4	3	5	1	5	5	5	3	3	4	4	4	4	5	5	3	3
25	4	2	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	3
26	4	2	5	5	4	3	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	3	3
27	1	2	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	2	5
28	1	1	4	4	1	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	2	5
29	1	5	5	5	4	3	5	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4
30	4	2	5	5	4	3	5	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5	3	3
31	4	2	5	5	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4	5	3	3
32	1	2	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	2	5
33	1	2	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	3
34	4	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	3	3
35	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	3
36	5	2	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	3
37	5	2	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	2	5	4	3	3
38	3	2	2	2	4	5	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	3	3
39	4	2	4	4	3	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	2	5
40	4	5	2	2	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	2	5
41	4	1	1	1	4	1	4	5	4	2	3	3	4	2	1	4	5	4	4	2	5
42	5	2	1	1	1	1	4	4	5	4	2	3	3	4	2	1	3	4	4	3	3
43	5	2	1	1	1	1	4	4	5	4	2	3	3	4	2	1	3	4	4	3	3
44	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	3	3	4	4	3	3
45	1	2	1	1	1	4	4	4	5	4	2	3	3	4	2	1	2	5	5	4	4
46	1	2	1	1	1	4	4	4	5	4	2	3	3	4	3	1	3	4	4	2	5
47	4	5	3	3	3	4	4	2	5	5	5	4	4	5	5	5	3	4	5	2	5
48	3	3	2	2	2	4	5	3	5	3	4	5	4	4	2	1	3	4	4	3	3
49	5	5	2	2	1	3	4	5	1	2	4	4	5	5	4	3	3	4	5	2	5
50	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	3	3	4	5	2	5
51	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	4	3	3
52	4	5	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3
53	3	3	2	2	2	5	5	3	5	3	4	5	3	3	2	1	3	4	4	3	3

Anexo 7: Transcripción de las entrevistas



Ficha de entrevista

Datos básicos:

Cargo o puesto en que se desempeña	Gerente de Gerencia
Nombres y apellidos	Liz Medina Ángeles
Código de la entrevista	Entrevistado1 (Entv.1)
Fecha	12/04/2019
Lugar de la entrevista	Oficina de la financiera

Nro.	Preguntas de la entrevista
1	¿La calidad de servicio que se brinda al usuario es la más adecuada?
2	¿Qué medida considera en caso de que un cliente no es atendido como debe de ser?
3	¿Qué problemas frecuentes encuentra usted en las oficinas de la financiera?
4	¿Qué actividades realizan actualmente para motivar a los usuarios a acceder créditos financieros?
5	¿De qué forma la entidad cumple con los estándares de atención al cliente?
6	¿Qué expectativas futuras propone usted para la mejora continua de la financiera?
7	¿Por qué son necesarios los documentos de control y la supervisión?

Observaciones

<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
--

Entrevistado1 (Entv.1)

Nro.	Preguntas de la entrevista	Respuestas
1	¿La calidad de servicio que se brinda al usuario es la más adecuada?	La más adecuada sería poner un límite en la calidad de atención, pienso que siempre estamos buscando exceder las expectativas del cliente, en lo particular trata de que sea lo mejor posible la experiencia del cliente.
2	¿Qué medida considera en caso de que un cliente no es atendido como debe de ser?	Tendríamos que ver la razón de la demora de la atención, el motivo, a veces la demora de atención al cliente se da porque el cliente mismo no completa la documentación necesaria entonces habría que ver si la demora es de parte del cliente o de parte del analista, si es de parte del cliente explicarle al cliente las razones de porque le pedimos esos requisitos hay que explicarle que somos una entidad regulada por la SBS y hay normas, requisitos, características que tiene que cumplir el micro empresario, entonces tendríamos que explicarle al cliente hacerle entender y pedirle los documentos que se requieren, Si es el caso de la demora por parte del analista entonces ahí tenemos que hacer un llamado de atención al analista, generar o exigir el compromiso de que el analista atienda al cliente, como le gustaría que le atiendan a él, la premisa es tratar al cliente como te gustaría que te atiendan, se le hace ver al analista los motivos por las demoras que acciones o que planes de acciones va a corregir el analista para cambiar esa actitud y se le da la oportunidad de corregir en el caso de que las quejas sean reincidentes ahí si se tendrían que sancionar y de continuar en esa actitud tendríamos que pedir que se retire de la empresa.
3	¿Qué problemas frecuentes encuentra usted en las oficinas de la financiera?	Me parece que está orientado para un cliente, el problema o cierta incomodidad es en la tarde en la hora punta entre 4 y 6 de la tarde que es la tendencia de los microempresarios venir a pagar su cuota, que pasaj vienen a pagar la cuota y vienen a desembolsar que genera cuello de botella en lo que es atención en ventanilla, los clientes encuentran cola, cuando los clientes desembolsan hay que firmar varios documentos, el cliente que esta atrás no entiende por qué la demora, el cliente piensa que se va a acercar hace la operación y se va, pero los desembolsos demoran entonces en esa congestión es lo que podría decir en cuanto el problema
4	¿Qué actividades realizan actualmente para motivar a los usuarios a acceder créditos financieros?	
5	¿De qué forma la entidad cumple con los estándares de atención al cliente?	Ahí tenemos estándares que tenemos que cumplir lo que es la separación de las colas, la privacidad que se debe de dar cuando el cliente desembolsa y digamos la zona de atención al cliente una oficina limpia, despejada, el ambiente físico, (C.3.2) tenemos que cuidar mucho lo que es la señalética que no tengamos nada que le pueda ocasionar un peligro al cliente en cuanto a la parte física. En cuanto a lo que es la atención de los analistas hacia la información es que todos los analistas deben de estar preparados para atender cualquier consulta, todo analista que está detrás de un módulo tiene que estar reparado de conocer los productos para que cuando venga un cliente no se vaya con la duda.
6	¿Qué expectativas futuras propone usted para la mejora continua de la financiera?	Se podría decir que el acercamiento más podríamos poner módulos de venta en lugares más lejanos para tener más acercamiento con los clientes.
7	¿Por qué son necesarios los documentos de control y la supervisión?	Somos una entidad regulada, porque si somos reguladas tenemos que cumplir las normas para evitar lo que es el problema de lavado de activo, todo cliente que tiene un flujo de ingreso tenemos que pedir un sustento de donde genera el ingreso, documentos de negocio, documentos de propiedad, para ver que no hay ningún tipo de robo, es fundamental de todas micro finanzas para que no haya ningún tipo de retrasos, créditos falsos.

Ficha de entrevista

Datos básicos:

Cargo o puesto en que se desempeña	Jefe de Operaciones
Nombres y apellidos	Rosalía Colque Huamaní
Código de la entrevista	Entrevistado 2 (Entv.2)
Fecha	12/04/2019
Lugar de la entrevista	Oficina de la financiera

Nro.	Preguntas de la entrevista
1	¿La calidad de servicio que se brinda al usuario es la más adecuada?
2	¿Qué medida considera en caso de que un cliente no es atendido como debe de ser?
3	¿Qué problemas frecuentes encuentra usted en las oficinas de la financiera?
4	¿Qué actividades realizan actualmente para motivar a los usuarios a acceder créditos financieros?
5	¿De qué forma la entidad cumple con los estándares de atención al cliente?
6	¿Qué expectativas futuras propone usted para la mejora continua de la financiera?
7	¿Por qué son necesarios los documentos de control y la supervisión?

Observaciones

<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
--

Entrevistado1 (Entv.2)

Nro.	Preguntas de la entrevista	Respuestas
1	¿La calidad de servicio que se brinda al usuario es la más adecuada?	Queremos llevar a atender al 100% al cliente darle una atención preferencial A1 se podría decir
2	¿Qué medida considera en caso de que un cliente no es atendido como debe de ser?	Tratamos de darles varias soluciones no solo de uno, sino de varias formas tratar de hacerle entender por ejemplo hemos tenido varios casos de reclamos que no estaban de acuerdo con su contrato, entonces no todos comprenden de la misma forma, sino;iii entendió la primera vez, segunda y hasta tercera vez que nosotros tratamos de hacerle comprender, si en caso pudiera comprender, el cliente es el único que le podemos darle soluciones de que pueda poner en este caso su reclamo en la cual el área de reclamo ya mediante una carta, un oficio escrito por ellos se les da la respuesta.
3	¿Qué problemas frecuentes encuentra usted en las oficinas de la financiera?	Sobre todo, sucede en las tardes al momento de realizar el desembolso de crédito la mayoría de clientes son citados a la misma hora la cual en este caso si es citado a las 5pm según que vayan llegando se van colocando sus expedientes para su desembolso, eso hace que el que llegó a las 5:10 pm sea atendido a las 5:30pm así se va retrasando, antes era muchísimo más, y que se quedaban hasta tarde 7pm, se trata que se pueda mejorar.
4	¿Qué actividades realizan actualmente para motivar a los usuarios a acceder créditos financieros?	En el área de crédito son los encargados de salir a campo hacen sus activaciones tanto en los mercados o en alguna zona donde haya bastante público, mediante las campañas.
5	¿De qué forma la entidad cumple con los estándares de atención al cliente?	Mediante llamadas telefónicas que se realizan a los clientes cuando hacen desembolso, de apertura tienen unos ítems de preguntas que realizan los clientes y muy aparte que tenemos en ventanilla un POS indicando la calificación de 1 al 5 que tal les atendió los representantes de servicio.
6	¿Qué expectativas futuras propone usted para la mejora continua de la financiera?	La reducción de la documentación que se tiene, está en el proyecto de que este se pueda realizar y ya no sean custodiados en la agencia y sea llevado a un lugar establecido para que se puedan evitar tanta aglomeración de documentos.
7	¿Por qué son necesarios los documentos de control y la supervisión?	Cada uno de ellos nos lleva a una sola dirección mediante los procedimientos que la financiera nos establece a nosotros, nos manda ciertos parámetros que nosotros debemos cumplir tanto la parte documentaria como la parte de atención al cliente.



Ficha de entrevista

Datos básicos:

Cargo o puesto en que se desempeña	Analista de Créditos Experto Superior
Nombres y apellidos	Rolando Ccanchi Alfaro
Código de la entrevista	Entrevistado 3 (Entv.3)
Fecha	12/04/2019
Lugar de la entrevista	Oficina de la financiera

Nro.	Preguntas de la entrevista
1	¿La calidad de servicio que se brinda al usuario es la más adecuada?
2	¿Qué medida considera en caso de que un cliente no es atendido como debe de ser?
3	¿Qué problemas frecuentes encuentra usted en las oficinas de la financiera?
4	¿Qué actividades realizan actualmente para motivar a los usuarios a acceder créditos financieros?
5	¿De qué forma la entidad cumple con los estándares de atención al cliente?
6	¿Qué expectativas futuras propone usted para la mejora continua de la financiera?
7	¿Por qué son necesarios los documentos de control y la supervisión?

Observaciones

<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
--

Entrevistado1 (Entv.3)

Nro.	Preguntas de la entrevista	Respuestas
------	----------------------------	------------

1	¿La calidad de servicio que se brinda al usuario es la más adecuada?	La más adecuada sería poner un límite en la calidad de atención, pienso que siempre estamos buscando exceder las expectativas del cliente, en lo particular trato que sea lo mejor posible la experiencia del cliente.
2	¿Qué medida considera en caso de que un cliente no es atendido como debe de ser?	Cuando ya hay una mala experiencia, cuando no haya sido bien atendido, lo mejor es primero pedir disculpas si el caso necesario segundo es manejar lo que son las objeciones, al cliente no es darle las razones, al cliente si es cierto no es darle la razón del todo pero tratar de encontrar la forma de poder que este se vaya a gusto, que se dé cuenta de tal forma que piense de que ha ganado o que se le esté atendiendo con un favor y que, dándole a entender explicándole a una manera de que podemos mejorar de alguna manera, es manejo de objeciones, si él se queja quejarnos con él, como que darle por su lado, nunca gritarle o mandar al cliente, ser empáticos.
3	¿Qué problemas frecuentes encuentra usted en las oficinas de la financiera?	Mas personal atención directa a consulta que generalmente los analistas son directamente los que hacen el primer contacto, o en algunos casos el único contacto que hacen, a veces estamos con casos ocupados, sería bueno que hubiera un personal que únicamente se dedique a recibir las consultas de los créditos, hay muchos clientes que vienen y dicen ¿ califico para un crédito? y no van la verdad, pero vienen y a veces eso quita tiempo.
4	¿Qué actividades realizan actualmente para motivar a los usuarios a acceder créditos financieros?	Hay campañas por teléfono, presenciales, visitas a clientes inactivos para los que son clientes nuevos, es darle ventas presenciales en campo, para comenzar así, primero ver qué necesidad puede tener, si tiene mostrarle que podemos cumplirlo, si no tiene carta, darle carta le vamos diciendo que puede conseguirlo con nosotros, a los clientes que no tienen necesidad generarle una necesidad digamos le falta un carro, si le es fácil estar con los hijos viajando cosas así.
5	¿De qué forma la entidad cumple con los estándares de atención al cliente?	Con transparencia, la financiera es transparente con los productos que da, el procedimiento que hace, las cartas que muestran, yo creo que de esa forma ya está advertido.
6	¿Qué expectativas futuras propone usted para la mejora continua de la financiera?	Cuando usamos tecnología, creo yo de que una de las cosas que se debe tener en cuenta en la caja es el uso de papel, primero que es un gasto que nos da la empresa, 2 atenta con el medio ambiente y 3 es bastante, perdemos tiempo y si todo fuera virtual todo sería mucho más rápido de ingresar los datos al sistema y así cumplir con los clientes.
7	¿Por qué son necesarios los documentos de control y la supervisión?	Trabajamos con dinero de otras personas, es necesario saber quién lleva, quien está utilizando ese dinero, quien es el que utiliza el crédito digamos que hay una suplantación y otra persona está sacando el crédito a nombre de la otra persona puede que sea una farsa. El dinero que ingresa a caja, para que no sea lavado de activos, trabajamos con la confianza del cliente, el dinero es una cosa muy importante donde todo está registrado.

Grupo redes

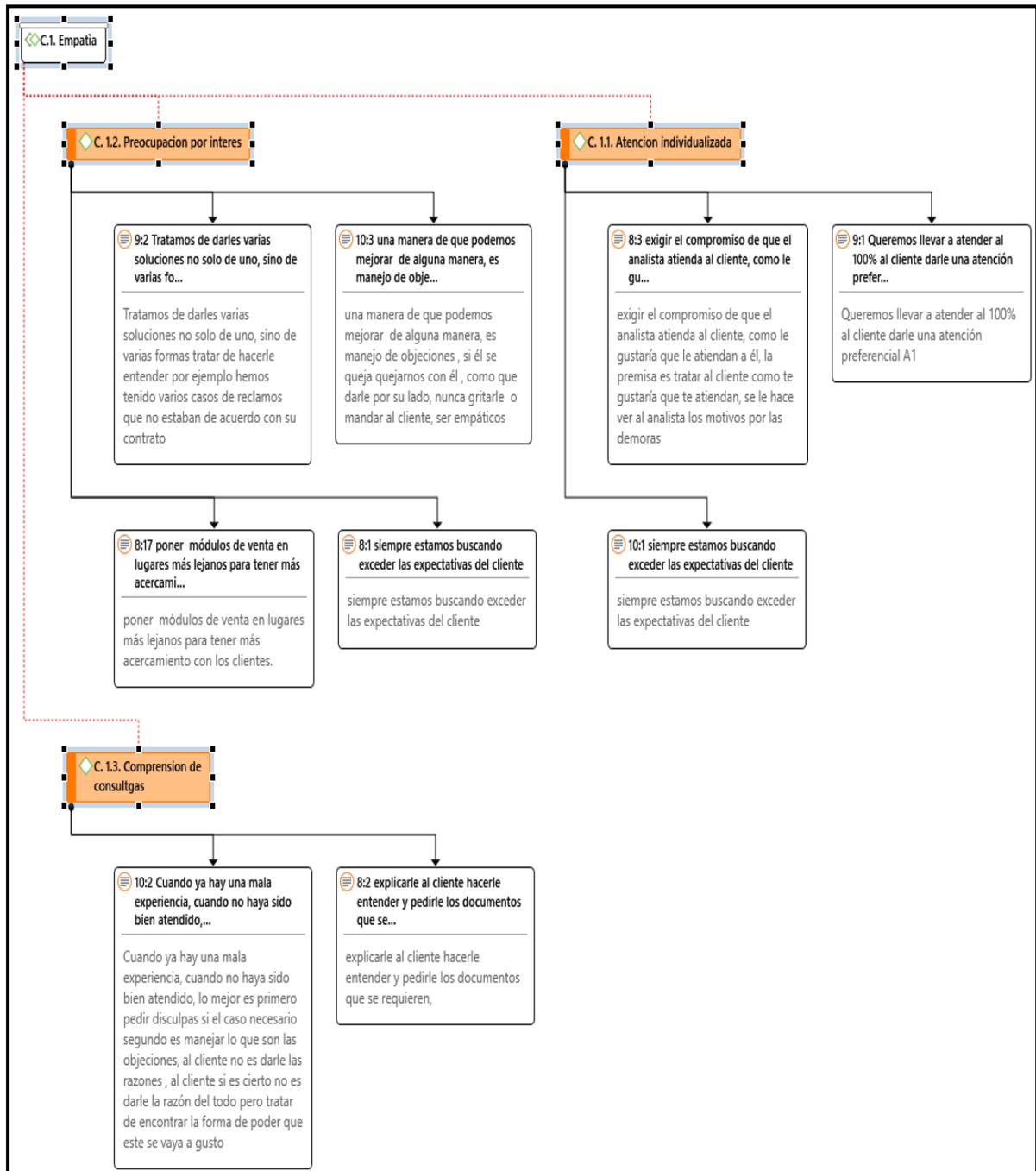


Figura 1. Calidad de atención de la subcategoría empatía.

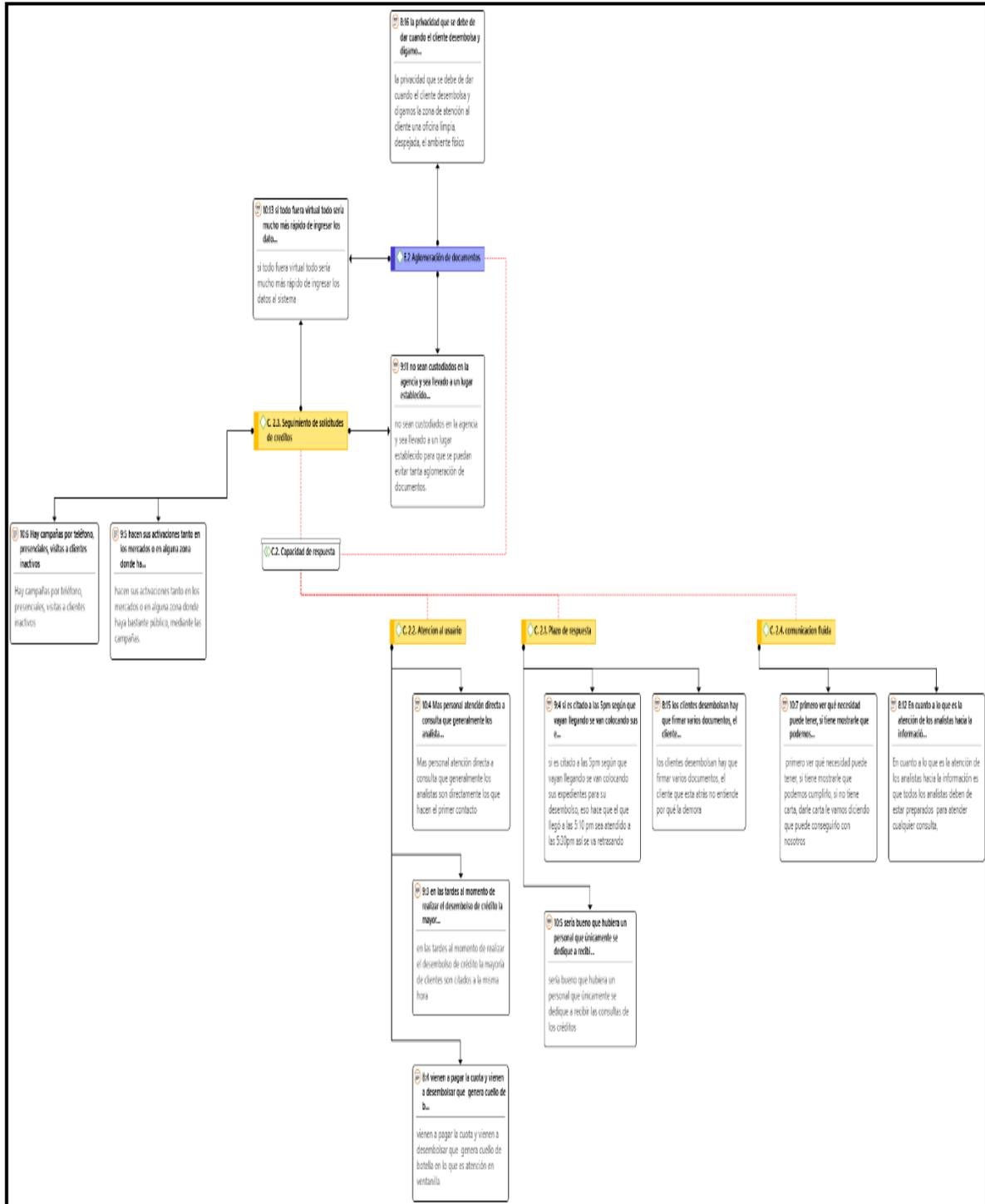


Figura 2. Calidad de atención en la subcategoría capacidad de respuesta

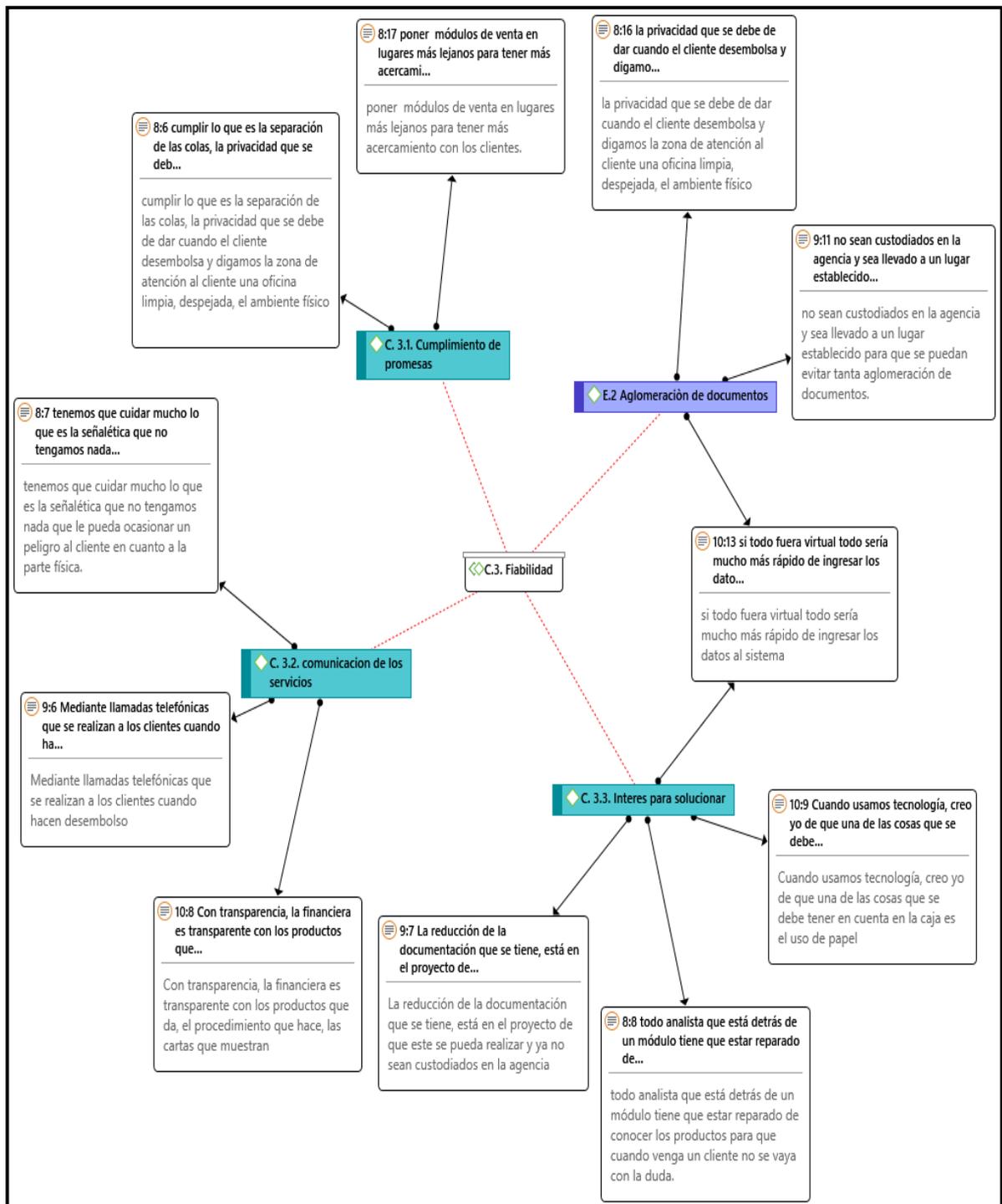


Figura 3. Calidad de atención en la subcategoría fiabilidad.

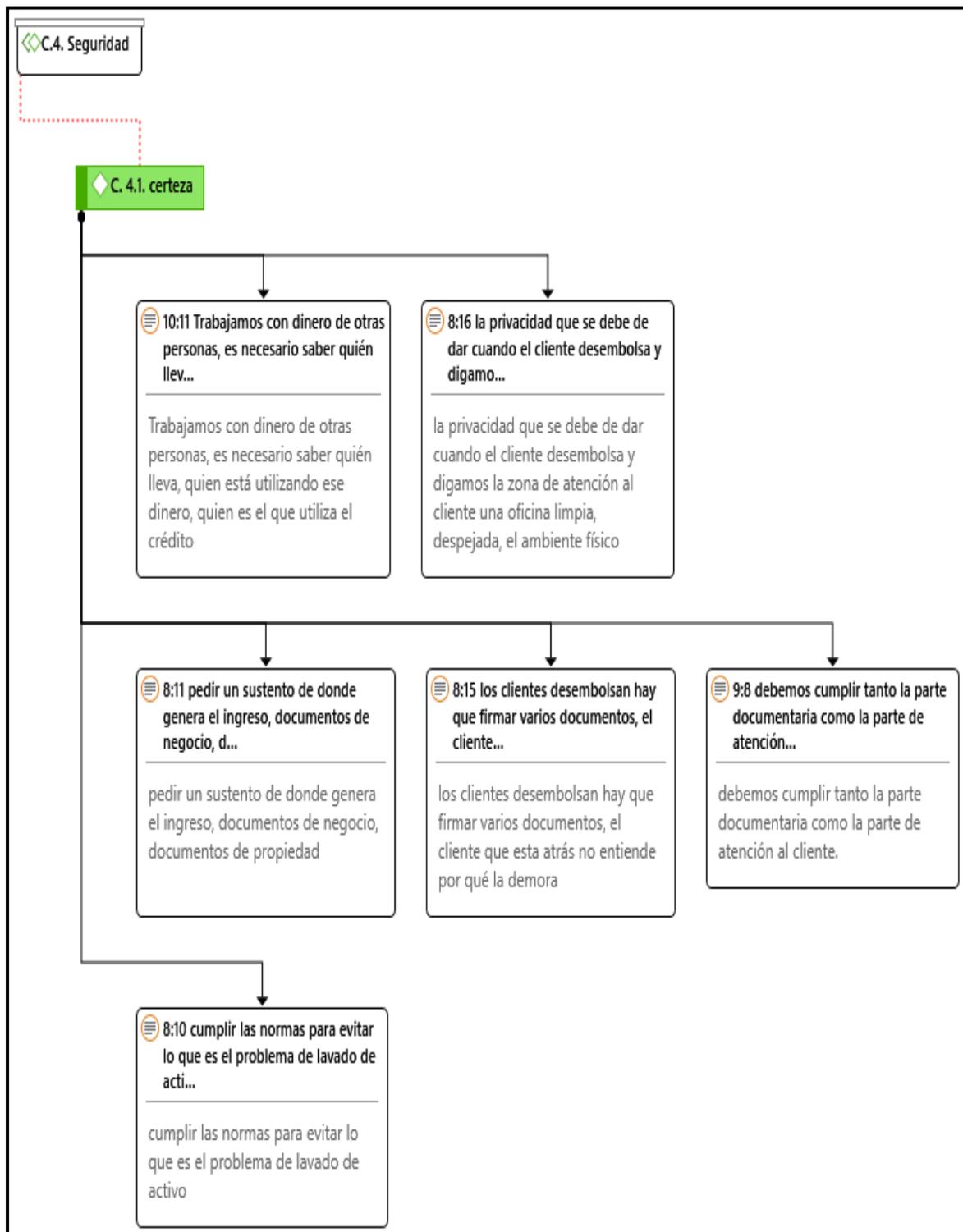


Figura 4. Calidad de atención en la subcategoría Seguridad.

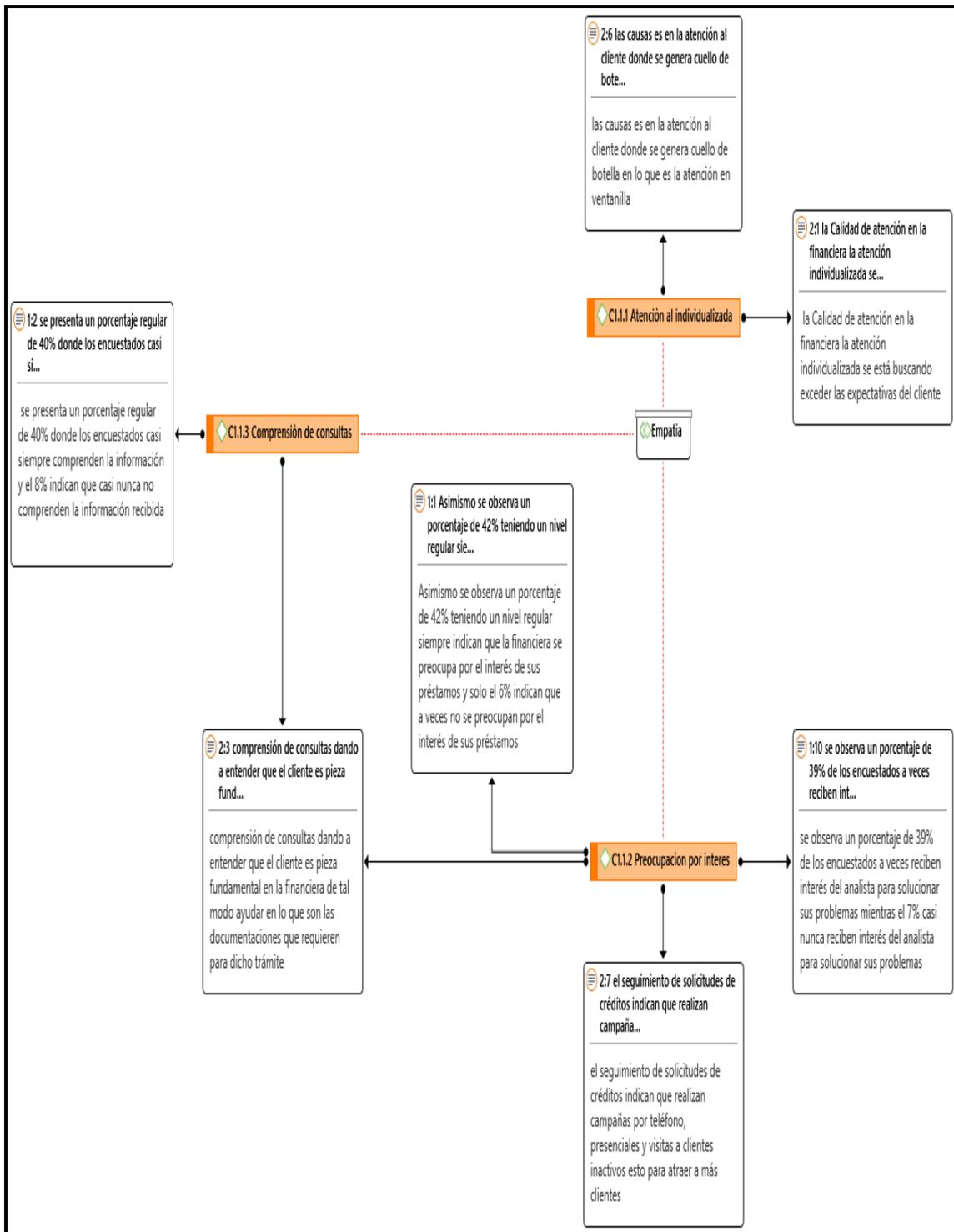
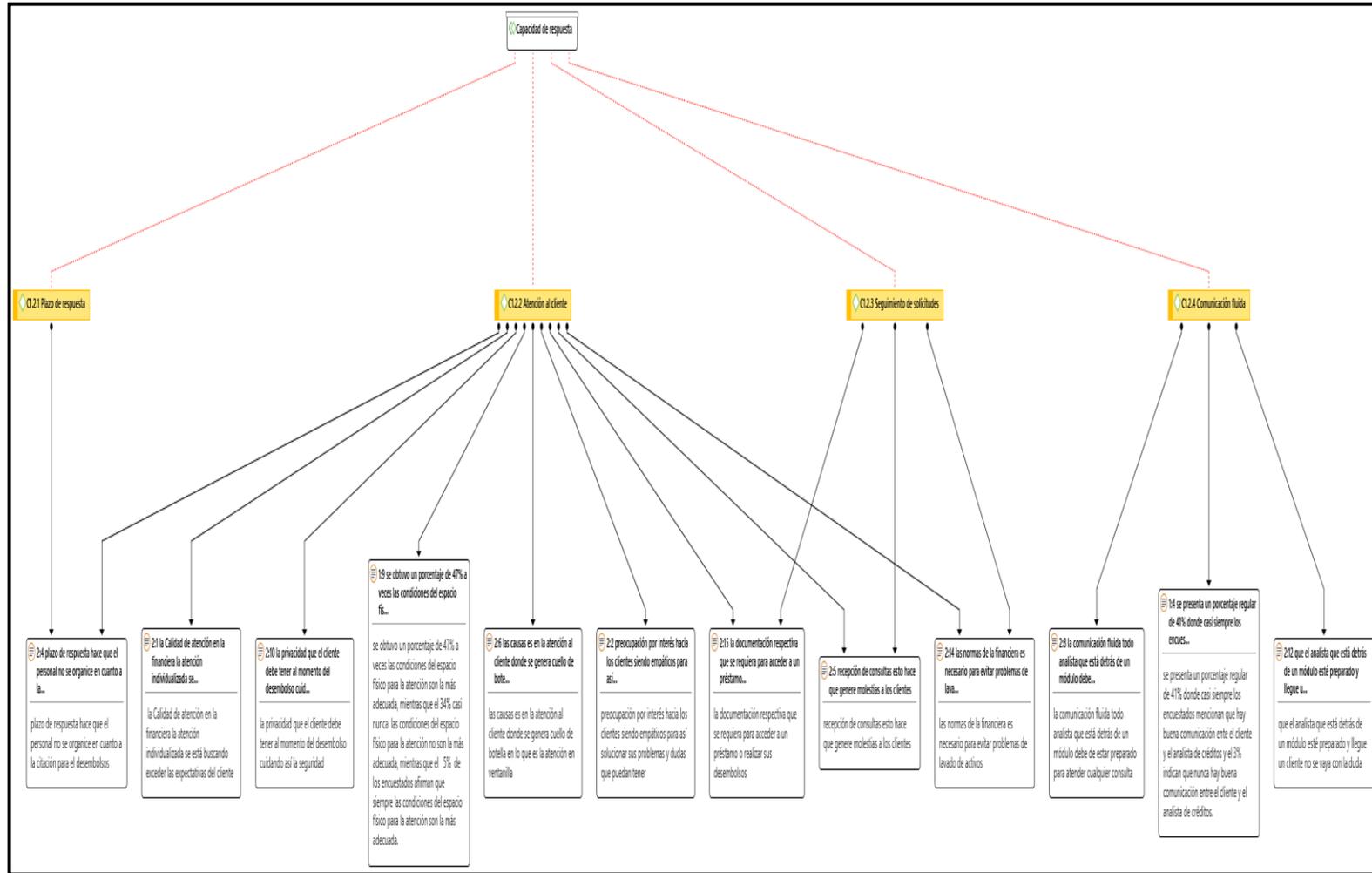


Figura 5. Calidad de atención



Figura

6.

Calidad

de

atención

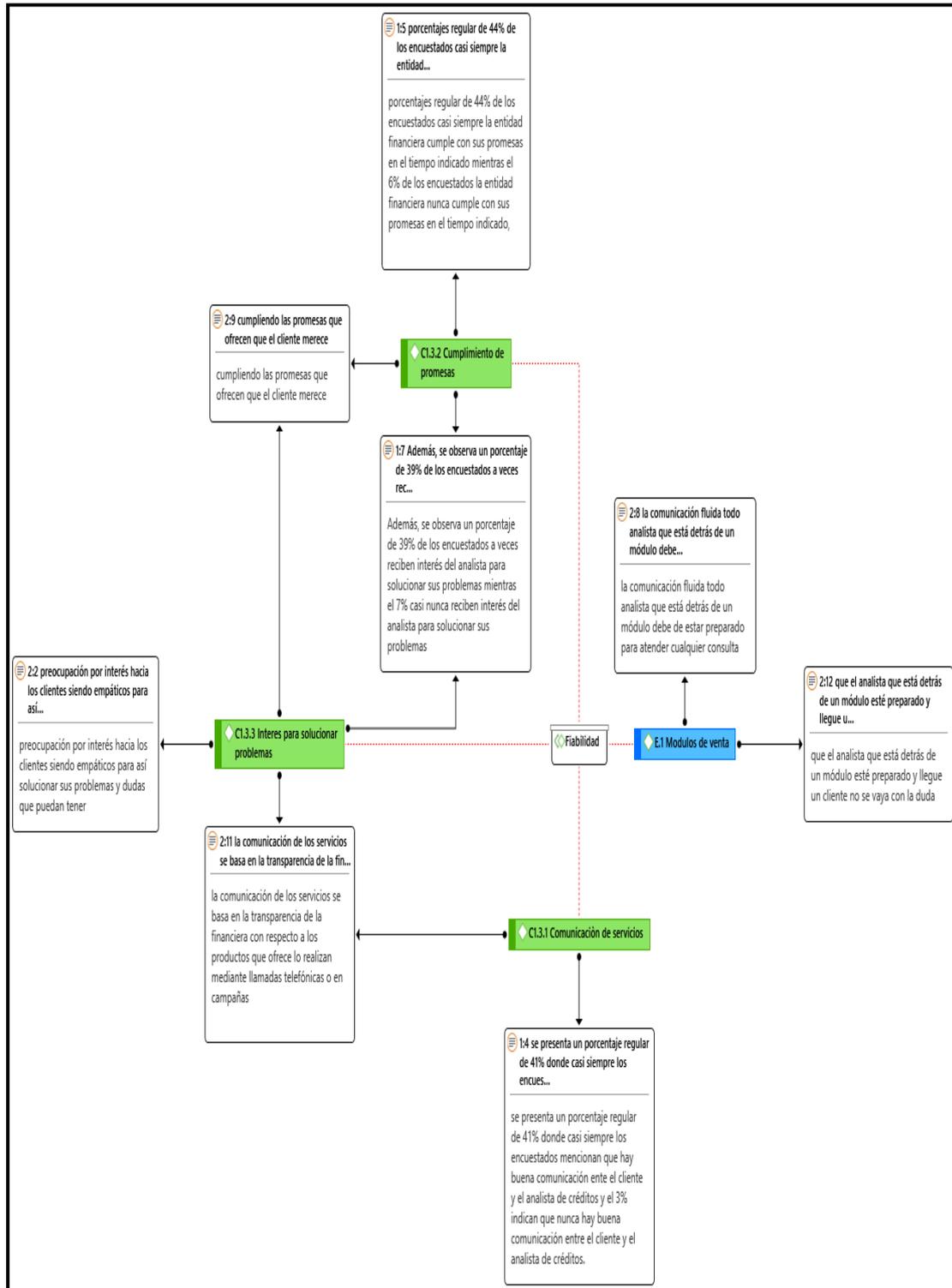


Figura 7. Calidad de atención

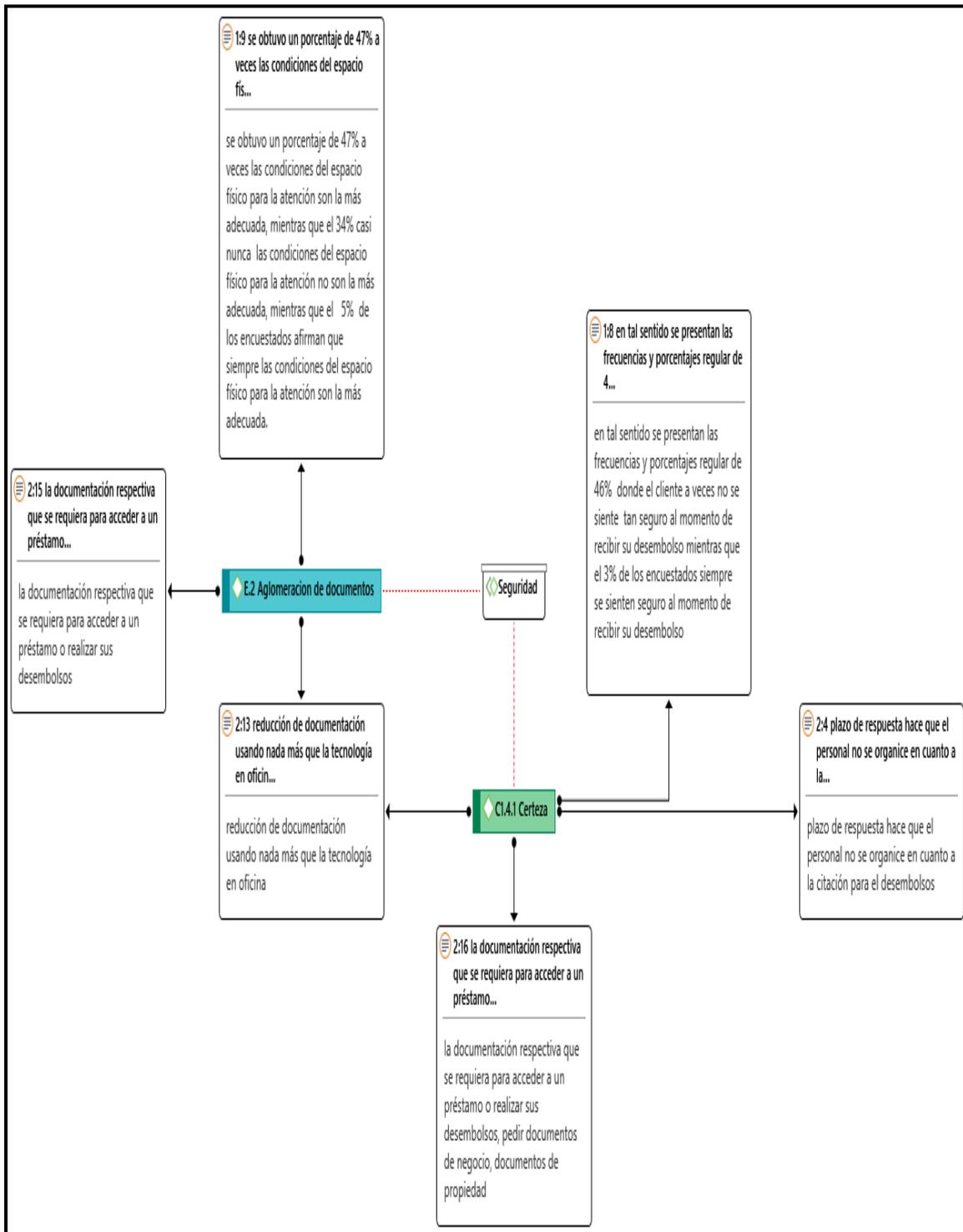


Figura 8. Calidad de atención

Anexo 8: Fichas de validación de los instrumentos cuantitativos



Facultad de Ingeniería y Negocios

Ficha de validez del cuestionario para medir la calidad de atención al cliente en una financiera, 2019

Nro.	Ítems	Suficiencia					Claridad					Coherencia					Relevancia					Observaciones Si el ítem no cumple con los criterios indicar las observaciones
		Importancia y congruencia del ítem.					Ítem adecuado en forma y fondo.					Relación del ítem con el indicador, sub categoría y categoría					Importancia y solidez del ítem.					
		1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	
Sub categoría 1: Empatía																						
Indicador 1: Atención individualizada																						
1.	¿Usted es bien atendido por el analista de créditos?	El ítem no es suficiente para medir la sub categoría e					La redacción del ítem no es clara/redundante.					No existe coherencia entre la categoría sub					La eliminación del ítem no afecta al indicador.					
Indicador 2: preocupación por interés																						
2.	¿Siente que el analista de créditos se preocupa por el interés que usted tiene sobre los préstamos?	Es necesario incrementar los ítems. son					El ítem requiere modificaciones en base al marco					Existe escasa relación entre la categoría sub					El ítem requiere aún modificaciones para ser					4
Indicador 3 : Comprensión de consultas																						
3.	¿Usted como cliente comprende la información brindada parte del analista de crédito?	Es suficiente el número de ítems. son					Es necesaria la modificación del ítem.					Existe regular relación entre la categoría sub					El ítem es relevante y debe ser incluido en el					4
4.	¿Usted como cliente comprende la explicación brindada por el analista sobre los créditos financieros de los clientes?						El ítem es claro tiene semántica v es adecuado.					Existe relación alta v exigida entre la categoría										4
5.	¿Usted como cliente comprende la explicación brindada por la gerencia de operaciones sobre sus preguntas y dudas?																					4

Validado por:

Apellidos	Illescas Rodriguez, Patricia	
Nombres	Patricia Mercedes	
Profesión	Lic. Educación	
Máximo grado obtenido	Doctora	
Especialidad	educación	
Años de experiencia	15 años	
Cargo que desempeña actualmente	coordinadora EAP. Negocios y competitividad	DNI: 07266567
		Sello y firma: 
Fecha	10/4/2019.	

Ficha de validez del cuestionario para medir la calidad de atención al cliente en una financiera, 2019

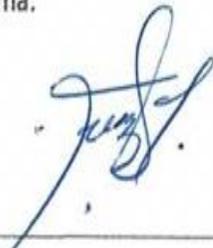
Nro.	Ítems	Suficiencia					Claridad					Coherencia					Relevancia					Observaciones Si el ítem no cumple con los criterios indicar las observaciones
		Importancia y congruencia del ítem.					Ítem adecuado en forma y fondo.					Relación del ítem con el indicador, sub categoría y categoría					Importancia y solidez del ítem.					
Sub categoría 1: Empatía		1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	
Indicador 1: Atención individualizada																						
1.	¿Usted es bien atendido por el analista de créditos?	El ítem no es suficiente para medir la sub categoría e																				
Indicador 2: preocupación por interés		No existe relación entre el ítem, sub categoría e																				
2.	¿Siente que el analista de créditos se preocupa por el interés que usted tiene sobre los préstamos?	Es necesario incrementar los ítems.																				
Indicador 3 : Comprensión de consultas		Es suficiente el número de ítems...son																				
3.	¿Usted como cliente comprende la información brindada parte del analista de crédito?	La redacción del ítem no es clara/redundante.																				
4.	¿Usted como cliente comprende la explicación brindada por el analista sobre los créditos financieros de los clientes?	El ítem requiere modificaciones en base al marco																				
5.	¿Usted como cliente comprende la explicación brindada por la gerencia de operaciones sobre sus preguntas y dudas?	Es necesaria la modificación del ítem.																				
		El ítem es claro...tiene semántica y es adecuado.																				
		No existe coherencia entre la categoría...sub																				
		Existe escasa relación entre la categoría...sub																				
		Existe regular relación entre la categoría...sub																				
		Existe relación alta y exigida entre la categoría...																				
		La eliminación del ítem no afecta al indicador.																				
		El ítem no mide de manera relevante el indicador.																				
		El ítem requiere aún modificaciones para ser																				
		El ítem es relevante y dea ser incluido en el																				

Nombres	SEGUNDO WALDEMAR RIOS RIOS.	
Profesión	ADMINISTRADOR.	
Máximo grado obtenido	DOCTOR EN EDUCACION.	
Especialidad	MARKETING E INVESTIGACION DE MERCADOS.	
Años de experiencia	10	
Cargo que desempeña actualmente	DIRECTOR DE ESTUDIOS GENERALES UNDC	DNI: 06799562
		Sello y firma: 
Fecha 11/04/14		

Ficha de validez del cuestionario para medir la calidad de atención al cliente en una financiera, 2019

Nro.	Ítems	Suficiencia					Claridad					Coherencia					Relevancia					Observaciones Si el ítem no cumple con los criterios indicar las observaciones
		Importancia y congruencia del ítem.					Ítem adecuado en forma y fondo.					Relación del ítem con el indicador, sub categoría y categoría					Importancia y solidez del ítem.					
Sub categoría 1: Empatía		1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	
Indicador 1: Atención individualizada																						
1.	¿Usted es bien atendido por el analista de créditos?	El ítem no es suficiente para medir la sub categoría e					La redacción del ítem no es clara/redundante.					No existe coherencia entre la categoría, sub					La eliminación del ítem no afecta al indicador.					
Indicador 2: preocupación por interés		Es necesario incrementar los ítems.					El ítem requiere modificaciones en base al marco					Existe escasa relación entre la categoría, sub					El ítem requiere aún modificaciones para ser					
2.	¿Siente que el analista de créditos se preocupa por el interés que usted tiene sobre los préstamos?	Es suficiente el número de ítems, son					Es necesaria la modificación del ítem.					Existe relación alta y exitosa entre la categoría,					El ítem es relevante y debe ser incluido en el					4
Indicador 3 : Comprensión de consultas																						
3.	¿Usted como cliente comprende la información brindada parte del analista de crédito?																					
4.	¿Usted como cliente comprende la explicación brindada por el analista sobre los créditos financieros de los clientes?																					
5.	¿Usted como cliente comprende la explicación brindada por la gerencia de operaciones sobre sus preguntas y dudas?																					

Validado por:

Apellidos	ESPIVUZA CESPEDES	
Nombres	JOSE FRANCISCO	
Profesión	ABOGADO	
Máximo grado obtenido	MAESTRO	
Especialidad	COMERCIO ELECTRONICO, DERECHO COMERCIO EXTERIOR	
Años de experiencia	19 AÑOS	
Cargo que desempeña actualmente	DOCENTE UNIVERSIDAD	DNI: 09801434
	WIENAC	Sello y firma: 
Fecha	04/04/19	

Anexo 9: Matrices de consistencia

1. Matriz de causa efecto para definir el problema

Causa	Sub causa	¿Por qué?	Efecto (Categoría problema)
C1. Personal	1. Estrés	1. Cansado de la misma rutina.	Mala atención en una financiera de Lima.
		2. Siempre son los mismos problemas.	
	2. Malhumorado	3. Mezcla los problemas familiares con lo laboral.	
		4. la bulla de los autos afectan mucho a la audición que genera dolor de cabeza.	
	3. Agotamiento	5. cansado de estar caminando por las calles bajo el sol	
		6. No hay comodidad en una financiera.	
C2. Equipos	4. Inadecuado uso de Recursos	7. Atención oportuna.	
		8. no aprovechan de las oportunidades	
	5. Inadecuado módulos de atención	9. Mal requerimiento del área de logística	
		10. No hay supervisión al personal	

	6. Inadecuados uso de los teléfonos	11. Usar el celular frente a los clientes	
		12. Responden llamadas inoportunas durante la atención al cliente.	
C3. Procesos	7. Ignora los pasos a seguir para la atención al cliente.	13. Solo quiere desembolsar para el cliente.	
		14. El personal atiende a los clientes, y no tiene su desembolso listo.	
	8. Deficiente atención al cliente.	15. El personal no cumple con el horario establecido para la atención correspondiente a cada cliente.	
		16. Indiferencia de los trabajadores hacia los clientes.	
	9. Pérdidas de tiempo	17. Por las largas colas.	
		18. Desinterés del analista para la atención al cliente	
C4.	10. Robos por las calles	19. Es tanto el comercio que llama a los ladrones	
		20. No hay seguridad constante	
	11. Zona peligrosa	21. Las calles es arenal que en el verano quema y mucho polvo	
		22. Zonas desoladas y peligrosas por las calles.	
	12.	23.	

2. Problema, objetivo, hipótesis

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general
¿Cómo mejorar la atención al cliente en una financiera, Lima 2019?	Proponer la implementación de estrategias para mejorar el servicio de atención al cliente en una financiera	
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicos
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo es la atención al cliente en una financiera, lima 2019? • ¿Cuáles son los factores de mayor incidencia en el servicio al cliente de una financiera, lima 2019? • ¿Cómo las estrategias influyen en la atención al cliente, lima 2019?? • 	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnosticar las Razones más frecuentes que están generando un mal servicio de atención al cliente. • Validar los instrumentos de la investigación a través de las encuestas y expertos. • Conceptualizar las categorías de estrategias de servicio que se obtenga. 	

3. Justificación

Justificación teórica		
Cuestiones	Respuesta	Redacción final
¿Qué teorías sustentan la investigación?	Esta investigación es sustentada en base a la teoría general de la administración y la teoría de las organizaciones.	Para la investigación presente se ejecutará un estudio completo que permitirá conocer las dificultades con más frecuencia que atraviesa la financiera. las teorías y métodos son relevantes porque cada una de ellas nos encamina para llevar a prestar un buen servicio al cliente sin distinción de categorías , donde los clientes están expuestos
¿Cómo estas teorías aportan a su investigación?	las teorías que se están analizando aportan a mi investigación de una manera ...	
Justificación práctica		
¿Por qué hacer el trabajo de investigación?	Para realizar un diagnóstico a fondo y	A lo largo del proyecto investigativa se podrá

	poder acceder a las muestras del estudio muestra de estudio.	conocer los resultados que permitirá dar solución a los obstáculos que enfrentan la financiera. Donde el propósito de la investigación sea favorable los cambios que enfrenten la empresa para así obtener los resultados de la mejora la calidad de servicio al cliente.
¿Cuál será la utilidad?	Realizar una mejora en la atención al cliente e interés por los usuarios.	
¿Qué espera con la investigación?		
Justificación metodológica		
¿Por qué investiga bajo ese diseño?	El presente estudio se realizará mediante la investigación holística.	Mediante la investigación holística, se logrará elaborar el ejercicio mediante un enfoque mixto, en la cual se recoleta los datos y la información necesaria.
¿El resultado de la investigación permitirá resolver algún problema?	Se resolverá el problema ya que al realizar el diagnostico profundo permitirá	

	tener las ideas claras y se podrá aplicar la propuesta estructurada.	
--	--	--

1. Matriz de teorías (PT 2 - T 5)

Teoría 1: Teoría General de los Sistemas				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Ludwing Von Bertalanffy	2006	Chiavenato, 2006. Menciona La teoría general de sistemas surgió con los trabajos del biólogo alemán Ludwig Van Bertalanffy, la teoría general de sistemas no trata de resolver problemas ni intenta soluciones prácticas, sino producir teorías y formulaciones conceptuales para aplicarlas en la realidad.	Surge mediante las investigaciones de Ludwig Von, que fue un biólogo austriaco, por haber formulado la teoría de sistemas esta analogía se puede aplicar en las empresas y el círculo que lo rodea para aplicar su funcionamiento. Con el fin de comprender la realidad de una manera más adecuada (Bertalanffy, 2006).	La teoría general de sistemas ayuda a que la ciencia sea mejor investigada de forma holística, todo con el fin de comprender la verdad de forma correcta. Buscando el orden y la capacidad de todos los conocimientos que el hombre posee y se pueda poner en práctica en las entidades y otras empresas que lo rodean con una finalidad de entender la verdad de una forma clara.
Enrique Peralta	2016	En concordancia con lo	En el estudio de las organizaciones	Se aplica en función a la empresa

		<p>anterior, el estudio de las organizaciones no fue ajeno a la aplicación de la TGS. Durante las últimas décadas se hicieron aportes importantes a la administración de empresas partiendo desde los postulados de la TGS, logrando adoptar conceptos propios de la teoría a la interpretación de los fenómenos organizacionales, llevando a una nueva comprensión de la empresa como un sistema con respectivas interrelaciones entre los elementos que la conforman y, así mismo, con el ambiente que la rodea. Esto no sólo cambia la forma como se observa a la empresa y su</p>	<p>fue entrelazado a la aplicación de la TGS. En los últimos 10 años se realizaron aportes muy importantes a la administración de empresas dando inicio desde la postulación de la TGS logrando conocer conceptos propios de la teoría, llevando a una nueva etapa de entendimiento para las empresas entre los individuos que lo conforman y lo rodean (Peralta, 2016).</p> <p>La teoría de sistemas es aplicable en general, donde lo más importante son las relaciones y se reconoce al sistema como un todo y no como las sumas de partes individuales ya que cada acción de las personas, afectan al comportamiento organizacional de</p>	<p>y los colaboradores para que entre si haya un debido entendimiento de la teoría y así poder generar las informaciones claras y que las personas puedan comprender lo que se les transmite y se expresa mediante la teoría y así poder contribuir con la entidad en la que laboran y así generar más concurriendo entre todos.</p>
--	--	---	--	--

		<p>dinámica, además puede afectar la forma como se analizan los problemas y situaciones reales que atañen a la organización, llegando a conclusiones y soluciones totalmente diferentes e innovadoras con respecto a las mismas del método mecanicista.</p>	<p>cómo analizan las situaciones reales que atañen a la organización al momento en que se aplica la teoría general de sistemas para poder lograr la mejoría de los colaboradores y hacia mismo poder hacer funcionar la organización.</p>	
Referencia:	<p>Chiavenato, I. (2006). <i>Introducción a la Teoría General de la Administración</i>. Colombia. McGraw Hill.</p> <p>Von Bertalanffy, L. (2006). <i>Teoría general de los sistemas</i>: edición conmemorativa.</p> <p>Peralta, E. (2016). <i>Teoría general de los sistemas aplicada a modelos de gestión</i>. Aglala.</p>			

Teoría 1: Teoría X e Y				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Douglas MC Gregor	2009	<p>En la teoría X se supone que las necesidades de orden inferior dominan a los individuos. En la teoría Y se</p>	<p>La teoría X y Teoría Y comprenden el comportamiento de las personas dando a conocer las ideas negativas sobre la naturaleza humana</p>	<p>Puntualizo dos modos de razonamiento de los ejecutivos con mayor cargo en la empresa del cual se designa la teoría X, no</p>

		<p>asume que nos rigen las necesidades de orden superior. El propio McGregor sostenía la convicción de que las premisas de la teoría Y son más válidas que la teoría X. Por tanto, proponía ideas como la toma participativa de decisiones, puestos de trabajo de responsabilidad y estimulantes, así como buenas relaciones en los grupos, como medios para aumentar al máximo la motivación laboral de los empleados</p>	<p>señalando premisas que se llamarían la teoría Y las premisas positivas a favor de la empresa dando a conocer como la teoría X. Se plantea refutando el primer altercado del comportamiento de las personas, en este se determinan los factores muy notables en la ejecución de un colaborador, donde la motivación y los métodos de operaciones ayuden a facilitar la empleabilidad de los recursos perceptibles (Mcgregor, 2009).</p>	<p>ponen límites de las actividades que realizan y califica a los obreros como personas que no expresan sentimientos ni dificultades que puedan tener ya sea en el trabajo o en lo personal y la teoría Y su fundamento en la teoría es que las personas quieren ser mejores maximizando sus conocimientos y habilidades y poner en práctica a la hora de operar con el fin de dar un gran aporte a las instituciones ya sean privadas o públicas (Mc Gregor, 2009).</p>
<p>Hernandez Palma Hugo Gaspar</p>	<p>2018</p>	<p>El pensador, Douglas McGregor en la escuela administrativa fue desarrollador de las relaciones humanas, con un gran auge en</p>	<p>En esta teoría existen dos formas de pensar para con los directivos de la alta gerencia de cuales dio a conocer la teoría X, donde considera a los trabajadores como</p>	<p>Se aplicaría la teoría X con el fin de que los trabajadores sepan de cómo es trabajar bajo esa teoría se determina sobre el comportamiento dando a conocer</p>

		<p>el siglo pasado, cuyas enseñanzas, son pragmáticas por cierto, que se han desarrollado en las organizaciones y alta gerencia, donde el ser humano es sujeto social que posibilita la apertura de una nueva concepción en las organizaciones, en la cual con el apoyo y colaboración de las ciencias sociales se han demostrado la necesidad de estudiar el lado humano de la organización.</p>	<p>animales con arduo trabajo que solo realizan su trabajo entre la espada y la pared, como un camino sin salida esto hace que trabajen menos, que no tengan ambición y solo realicen su trabajo rutinario y que siempre obedezcan lo dirigido y la teoría Y se sostiene del principio de que los empleados quieren pueden y necesitan el trabajo con la motivación el apoyo y sobre todo el potencial que llevan en ellos se observa que los obreros que tienen la capacidad para asumir responsabilidades, dirigir y ser líderes de esa forma contribuir con la empresa (Hernandez, 2018)</p>	<p>las ideas negativas sobre la naturaleza humana. Y sobre la teoría Y aplicarla de tal forma que los empleados sientan la voluntad y las ganas de trabajar con el apoyo de motivarlos, ayudarlos para mejorar la calidad y servicio que se brinda en las empresas</p>
Referencia:	Stephen, R., Timothy, J. (2009) <i>Comportamiento Organizacional</i> . México. Pearson educación.			

Teoría 1: Teoría de las colas				
Autor/es	Año	Cita	Paráfraseo	Aplicación en su tesis
Chiavenato	2016	<p>Chiavenato, 2006 menciona.</p> <p>Teoría de las colas La Teoría de las colas se refiere a la optimización de arreglos en condiciones de aglomeración y de espera, y utiliza técnicas de las matemáticas variadas. La Teoría de las colas es la teoría que cuida de los puntos de estrangulamiento y de los tiempos de espera, o sea, de las demoras observadas en algún punto de servicio. La mayor parte de los trabajos de Teoría de las colas se sitúa en problemas de cuellos de botella y esperas, como llamada</p>	<p>La teoría de las colas cuida los puntos de los tiempos de un usuario en ser atendido en caja, en ventanilla o en plataforma, esta acción busca la optimización de mejorar la aglomeración. En la mayoría de los estudios realizados se mencionan sobre el cuello de botella, llamadas telefónicas problemas de tráfico y atención a los clientes en las agencias financieras (Chiavenato, 2006).</p>	<p>En la teoría de las colas se mencionan los sistemas de colas que son métodos de sistemas que proporcionan servicio, los clientes llegan buscando un servicio de diferentes tipos, y después que hayan terminado salen ya habiendo recibido dicha información, se puede manejar los sistemas de este tipo tanto los sistemas de las colas, lo cual esta teoría puede usarse al poder representar una situación típica en la cual los clientes llegan esperan un tiempo determinado que en ventanilla o analista les atiendan y una vez recibida la información</p>

		<p>telefónica, problemas de tráfico, cadenas de suministros, logística y atención a clientes en agencias bancadas.²⁸ En la Teoría de las colas, los puntos de interés son: el tiempo de espera de los clientes; la cantidad de clientes en la cola; y la razón entre el tiempo de espera y el tiempo de prestación de servicio.</p>		<p>esperada puedan retirarse satisfactoriamente.(Chiavenato, 2006).</p>
		<p>Los sistemas de colas son modelos de sistemas que proporcionan servicio. Como modelo, pueden representar cualquier sistema en donde los trabajos o clientes llegan buscando un servicio de algún tipo y salen después de que</p>	<p>En esta teoría da mejoras por parte de la empresa hacia los usuarios para evitar las largas colas, ya que los clientes lo primero que esperan es ser atendido y de manera rápida, por lo que el cliente no siempre logra entender el porqué de la demora en atención. Que es lo</p>	<p>Cabe resaltar que en toda financiera siempre hay un momento en que se genera el cuello de botella en atención en ventanilla puesto que hay mucha demanda y porque no se abastece las cajas con la cantidad de clientes para ellos se busca</p>

		dicho servicio haya sido atendido. Podemos modelar los sistemas de este tipo tanto como colas sencillas o como un sistema de colas interconectadas formando una red de colas.	que pasa dentro de las funciones de los analistas y cajeros.	realizar acciones basándose en la teoría y poder optimizar mejorar en la atención al cliente dando un mejor servicio al cliente puesto que la competencia es mayor y exigente por lo que no siempre se llega a las expectativas del usuario (Cao, 2002).
Referencia:	Chiavenato, I. (2006). <i>Introducción a la Teoría General de la Administración</i> . Colombia. McGraw Hill.			

Teoría 1: Teoría de las Relaciones Humanas				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Chiavenato	2016	Ei surgimiento de la Teoría de las relaciones humanas aporta un nuevo lenguaje al repertorio administrativo: se habla de motivación, liderazgo, comunicación, organización	La teoría en las relaciones humanas contribuye el lenguaje al historial en la administración donde se habla del liderazgo, la comunicación, la motivación se refuta sobre estos temas y se dejan de lado los	Donde obtiene un papel de psicólogo y los sociólogo, donde el método no obtienen el poder sobre la dinámica del grupo, donde una de ellas es la felicidad humana que se crea

		informal, dinámica de grupo, etcétera, y se critican cori dureza y se dejan a un lado los antiguos conceptos clásicos de autoridad, jerarquía, racionalización del trabajo, departamentalización, principios generales de administración, etc	clásicos conceptos y la jerarquía y los principios generales de la administración (Chiavenato, 2006).	distintos puntos de vista, la revolución en la dirección que se destaca de forma democrática, esto ocurre en los albores de la segunda guerra mundial. Donde se resalta que las tareas y la estructura es remplazado por la capacidad de respuesta de las personas.
Chiavenato	2006	De repente, se comienza a explorar la otra cara de la moneda: el ingeniero y el técnico ceden el paso al psicólogo y al sociólogo. El método y la máquina pierden primacía ante la dinámica de grupo; la felicidad humana se concibe desde otros puntos de vista, pues el homo económico	Esta teoría es de gran ayuda a favor para con los clientes donde se busca una mejora donde se habla del liderazgo y se pueda emplear actividades para ya sea dinámicas o teóricas para tener una mejora en cuanto al comportamiento y comunicación con los clientes, puesto que ellos forman el papel importante para la financiera ya que	De tal manera se puede aplicar esta teoría para mejorar la comunicación con los clientes, dialogar en la organización. Y aplicar actividades que a realizar para que el personal capte lo que se quiere expresar y enseñar, mediante esta teoría se empleara actividades que puedan se participes los mismos clientes y

		cede el lugar al hombre social	sin ellos no estaría en función y ninguna actividad. Por lo que se toma en cuenta las exigencias que se piden de tal manera llegar a un cambio para el bien de la financiera (Chiavenato, 2006).	así formar la familia que se dice en palabras y cumplirlos en hechos.
Referencia:	Chiavenato, I. (2006). <i>Introducción a la Teoría General de la Administración</i> . Colombia. McGraw Hill.			

Teoría 5: Teoría DO				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
		El DO es resultado de los esfuerzos de la teoría del comportamiento por propiciar el cambio y la flexibilidad organizacional. La simple capacitación individual, grupal u organizacional no provoca el mundo, sino que también se necesita establecer un		

		programa coherente de cambio en toda la organización.		
Referencia:	libro			
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Referencia:		Los estudios sobre la motivación humana demostraron que se necesita otro enfoque de la administración que interpreta la nueva concepción del hombre y de la organización basada en la dinámica motivacional. Los objetivos de los individuos no siempre se conjugan con los de la organización, lo cual provoca que sus miembros muestren un comportamiento alienado e ineficiente que retrasa o impiden alcanzar los objetivos		

		de la entidad.		
--	--	----------------	--	--

2. Matriz de antecedentes (PT 2,2 – T 5,5, total 10 antecedentes – 5 Internacional 5 Nacional, se debe de trabajar mínimo 3 artículos en cada caso y 2 tesis)

Datos del antecedente internacional: 1		Redacción final
Título ARTICULO internacional	Calidad de servicio percibida por los clientes residenciales en las oficinas de atención al cliente (OAC) de una empresa telefónica.	En Venezuela, Blanco y Rivero (2009) presentaron un estudio denominado <i>Calidad de servicio percibida por los clientes residenciales en las oficinas de atención al cliente (oac) de una empresa telefónica</i> , en este estudio se pudo identificar el objetivo general a través del procedimiento multivalente a los estudios de elementos, los espacios que especifican atención al cliente es un instrumento clave para obtener una diferencia entre el competidor y el desarrollo de honradez de los usuarios. En pocas palabras la solución de lo que el cliente desea es recibir una buena servicio y de lo que el mimo recibe, desde ese efecto se puede comprender que el significado de calidad de servicio toma enserio las escenas que se viven por ello es más complicado entender y manejar la situación, por ello que las variables del instrumento se aplica en la gran parte de adecuación al caso y del modelo SERVIQUAL.
Autor	Blanco Alberto, Rivero Víctor	
Año	2009	
Objetivo	El objetivo general de esta investigaciones identificar, mediante la técnica multivalente del Análisis de Factores, las dimensiones que	

	determinan la Calidad de los Servicios en las OAC, mediante el estudio de un caso.	
Metodología	La Calidad de Servicio es una herramienta de mercadeo clave para lograr la diferenciación competitiva y el crecimiento de la lealtad de los clientes (Zeithaml y Parasuraman, 2004). En términos generales, es el resultado de comparar lo que el cliente espera de un Servicio con lo que recibe (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985, 1988); de allí se puede interpretar	

	<p>que la definición de calidad de servicio toma muy amplios significados y, en concordancia, su medición se torna más compleja y más difícil.</p>	
	<p>Tipo</p>	<p>la investigación realizada es de tipo exploratoria y constituye una aplicación de campo ya que no se va a simular la situación de Estudio sino que se va estudiar una situación real, utilizándose fuentes primarias y secundarias de información (Méndez, 2001); las fuentes primarias de la información son registros históricos de la empresa y</p>

		<p>la voz de cliente; por su parte, las fuentes secundarias están formadas por material documental, páginas web y publicaciones científicas sobre el tema. Las técnicas de recolección son principalmente encuestas a los clientes y entrevistas Realizadas al personal de las OAC.</p>
	Enfoque	
	Diseño	
	Método	
	Población	<p>El estudio fue realizado entre los meses de agosto-diciembre de 2008. Se utilizó un muestreo de</p>

		<p>conveniencia, escogiendo como población el promedio de clientes diarios que asisten a las OAC, dando como resultado una muestra de 122 personas para la OAC1 y 135 para la OAC2, con un nivel de confianza del 95% y un error del 10%.</p>	
	<p>Muestra</p>	<p>El estudio fue realizado entre los meses de agosto-diciembre de 2008. Se utilizó un muestreo de conveniencia, escogiendo Como población el promedio de clientes diarios que asisten a las OAC, dando como</p>	

		<p>resultado una muestra de 122 personas para la OAC1 y 135 para la OAC2, con un nivel de confianza del 95% y un error del 10%.</p>
	Técnicas	
	Instrumentos	<p>Esta participación del Personal fue determinante para la adaptación del instrumento que Finalmente se aplicó, basado en el Modelo SERVQUAL. En dicho instrumento se incluyeron 33 ítems –clasificados en 6 dimensiones- destinados a medir la calidad de servicio en las oficinas, colocados de manera</p>

		aleatoria para evitar posibles patrones de Respuesta en los encuestados.
	Método de análisis de datos	
Resultados		
Conclusiones		Aunque las variables del instrumento aplicado son en su mayoría una adaptación al caso de estudio del modelo SERVIQUAL, los factores o dimensiones propuestas en la presente investigaciones propuestas en la presente investigación no son las mismas, lo que evidencia el carácter dinámico de las percepciones de la

	calidad de los servicios similares.
Referencia (tesis)	Blanco, A., Rivero, V. (2009). <i>Calidad de servicio percibida por los clientes residenciales en las oficinas de atención al cliente (OAC) de una empresa telefónica. Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias.</i> Universidad de Carabobo. Venezuela.

Datos del antecedente internacional: 2		Redacción final
Título	Diseño de un plan estratégico para mejorar el servicio a los clientes, fortaleciendo las competencias y la motivación de los empleados de la empresa Partner media Cali	<p>En Colombia, Alvares (2014) realizó una investigación titulada <i>Diseño de un plan estratégico para mejorar el servicio a los clientes, fortaleciendo las competencias y la motivación de los empleados de la empresa Partner media Cali</i>, lo que se quiere es fortalecer las relaciones con los usuarios mediante un plan estratégico así tener un servicio impecable. Para optimizar los conocimientos de los empleados en el momento de emplear su trabajo y producir un buen clima organizacional en la entidad. La metodología que se utilizó para esta investigación se pudo sustentar mediante la técnica de investigación exploraría con respecto al problema la aclaración lo que resalta es recoger y reconocer los antecedentes generales con información que usualmente ocurren en las investigaciones, con opiniones que se relacionen con la examinación en futuras investigaciones, se logró crear a la empresa de la capital de Cali vive por las dificultades de tipo institucional, dentro de ello esta lo administrativo y economista, ya que no tienen una orientación en sentido de estrategia, como la formación organizacional y la atención al cliente.</p>
Autor	Carolina Alvarez Juliao	
Año	2014	
Objetivo	Diseñar un plan estratégico que permita el fortalecimiento de las relaciones con los clientes en aras un óptimo servicio, mejorando las competencias de los empleados en la realización de su trabajo y	

	<p>generando un mejor clima organizacional en la empresa.</p>	
<p>Metodología</p>	<p>La metodología utilizada para realizar este plan estratégico estuvo fundamentada en una técnica de investigación exploratoria, no intenta dar explicación respecto del problema sino solo recoger e identificar antecedentes generales, temas y tópicos respecto del problema investigado, sugerencias de aspectos relacionados que deberían examinarse en profundidad en futuras investigaciones</p>	

	Tipo	
	Enfoque	
	Diseño	
	Método	
	Población	
	Muestra	
	Técnicas	
	Instrumentos	
	Método de análisis de datos	A través de la tabulación y análisis de los datos obtenidos en las encuestas realizadas, se determina el estado actual de la empresa en cuanto a clientes se trata, su pertenencia y su retiro.
	Resultados	
	Conclusiones	Se pudo establecer que la organización en la ciudad de Cali está pasando por una crisis de tipo organizacional, administrativo y financiero, pues no hay

	un direccionamiento estratégico, organización a la hora de realizar los procesos, cultura organizacional y atención al cliente.
Referencia (tesis)	Álvarez, C. (2013). <i>Diseño de un plan estratégico para mejorar el servicio a los clientes, fortaleciendo las competencias y la motivación de los empleados de la empresa Partner Media Cali</i> . Universidad Autónoma de Occidente. Colombia.

Datos del antecedente internacional: 3		Redacción final
Título	La satisfacción del cliente y su incidencia en la presentación de servicio de la cooperativa de ahorro y crédito JEP.	En Ecuador, Salazar (2018) realizó una investigación titulada. <i>La satisfacción del cliente y su incidencia en la prestación de servicio de la cooperativa de ahorro y crédito JEP</i> . Lo que se desea es analizar la satisfacción del cliente a través de un estudio cualitativo para medir su Incidencia en la prestación de servicio en el área de caja de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Ecuatoriana Progresista. En el proceso de compilación y tratamiento de la información se emplearon las siguientes técnicas Es necesario efectuar un estudio de campo que describa de manera práctica las variables e indicadores
Autor	Salazar herrera Karina Maribel	
Año	2018	
Objetivo	Analizar la satisfacción del cliente a través de un estudio cualitativo para medir su incidencia en la	

	prestación de servicio en el área de caja de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Ecuatoriana Progresista.	<p>que relacionan la calidad del servicios y satisfacción al cliente, para tal fin se emplea la encuesta como herramienta de recolección de datos, mismos que serán analizados estadísticamente al inferir el Comportamiento de la población abordada por la satisfacción del cliente se evalúa como muy buena desde una vista externa y como primordial implementación de políticas institucionales, gracias a que la calidad en la excelencia es el pilar fundamental que caracteriza su marca en el mercado; en contraste con otras cooperativas nacional se evidencia que la falta de políticas estatales que finalizan estratégicamente la incidencia entre cooperativa de crédito-desempeño micro Económico en base al cliente como principal eslabón en la matriz productiva.</p>
Metodología	En el proceso de compilación y tratamiento de la información se emplearon las siguientes técnicas:	
Tipo		
Enfoque		
Diseño		
Método	Es necesario efectuar un estudio de campo que describa de manera práctica las variables e indicadores que relacionan la calidad del servicios y satisfacción al cliente, para tal fin se emplea la encuesta como herramienta de recolección de datos, mismos que serán analizados estadísticamente al inferir el Comportamiento de la población abordada.	

	Población	
	Muestra	
	Técnicas	
	Instrumentos	
	Método de análisis de datos	
	Resultados	
	Conclusiones	<p>La satisfacción del cliente se evalúa como muy buena desde una vista externa y como primordial implementación de políticas institucionales, gracias a que la calidad en la excelencia es el pilar fundamental que caracteriza su marca en el mercado; en contraste con otras cooperativas nacional se evidencia que la falta de políticas estatales que linealizan estratégicamente la incidencia entre cooperativa de crédito-desempeño micro Económico en base al cliente como principal eslabón en la matriz</p>

	productiva.
Referencia (tesis)	Salazar, K. (2018) <i>La satisfacción del cliente y su incidencia en la prestación de servicio de la cooperativa de ahorro y crédito JEP</i> universidad Privada de Machala. Ecuador

Datos del antecedente internacional: 4		Redacción final
Título	Evaluación de la calidad del servicio percibida en entidades bancarias a través de la escala servqual	En Cuba, Alvares (2015) realizó un estudio denominada “ <i>Evaluación de la calidad del servicio percibida en entidades bancarias a través de la escala servqual</i> ” con el objetivo de brindar inducción a los participantes de la empresa en sinergia para las medidas futuras a escoger relacionándolo con la forma de atención que se percibe en la financiera, mediante los enfoques a servicios la mejor manera de ajustar a la empresa solamente de servicios normalmente se orientan a las financieras bancarias. Enfoque a clientes los comensales que asisten a las financieras son lo que responsabilizan apreciar la eficacia de atención y los servicios que brindan de acuerdo al conocimiento. Mientras que en el diseño del instrumento que se utilizará para evaluar la forma de atender a los clientes se tomará uno de los argumentos de la investigación. Para este caso se encuentra la población y el conjunto de clientes que acuden a la financiera solicitando los servicios que ofrecen. Mediante la implantación de las tácticas en los servicios financieros otorgando los préstamos que fueron solicitados
Autor	Gonzales Alvarez Roxana	
Año	2015	
Objetivo	Dar capacitación al equipo de trabajo encargado de tomar las decisiones relativas al estudio de calidad de servicio percibida que se realiza	
Metodología		
Tipo		
Enfoque	Enfoque a servicios: El procedimiento es aplicable a organizaciones netamente de servicios, en particular se orienta a las instituciones bancarias. • Enfoque a clientes: Los clientes de los servicios de las instituciones bancarias serán responsables de evaluar la calidad del	

		servicio y, en función de su percepción, se identificarán oportunidades de mejora para garantizar un incremento de la calidad de servicio percibida	entre ellas se detectan la insatisfacción en la calidad de servicio intuido por los mismos usuarios, los procesos planteados para estimar el servicio que brinda la empresa bancaria.
	Diseño	Diseño o selección del instrumento a utilizar para medir el nivel de calidad de servicio percibida Como se comentó anteriormente, se selecciona el cuestionario Servqual para medir el nivel de calidad de servicio percibido en las instituciones bancarias. Se tomará como caso de estudio específicamente las percepciones de los clientes del Subproceso de Solicitud, Otorgamiento y Entrega de Créditos.	
	Método		
	Población	Para el estudio que se realiza se define como población (N) la cantidad de clientes que visitaron la sucursal para recibir el servicio de Solicitud, Otorgamiento y Entrega de Créditos en el segundo semestre del año 2013, y que asciende a 630.	

	Muestra	
	Técnicas	
	Instrumentos	
	Método de análisis de datos	
Resultados	La implementación del procedimiento en el Servicio de Solicitud, Otorgamiento y Entrega de Créditos permitió identificar las principales brechas de insatisfacción en la calidad del servicio percibido por los clientes, resultados que facilitaron la toma de decisiones para proyectar acciones de mejora orientadas a elevar la calidad del mismo.	
Conclusiones	El procedimiento diseñado para la evaluación de la calidad percibida de los servicios bancarios compuesto de cuatro etapas y trece pasos garantiza la evaluación y mejora de la calidad percibida mediante la escala Servqual, con un enfoque de gestión por procesos y mejora continua, haciendo uso de diversas herramientas.	
Referencia (tesis)	Álvarez, R. (2015). <i>Evaluación de la calidad del servicio percibida en entidades bancarias a través de la</i>	

	<i>escala Servqual</i> . Universidad de Cienfuegos, Cuba.
--	---

Datos del antecedente internacional: 5		Redacción final
Título	La gestión del talento humano y su incidencia en la calidad del servicio al cliente en la cooperativa de ahorro y crédito san francisco	<p>En Ecuador, Pérez (2014) realizó un estudio titulado <i>La gestión del talento humano y su incidencia en la calidad del servicio al cliente en la cooperativa de ahorro y crédito san francisco</i>, con la meta de implantar la gestión de talento humano con respecto a la las atenciones que brinda la cooperativa hacia sus clientes con características que les distingan particularmente a las personas que acuden con frecuencia y sean reconocidas a simple vista. La población esta investigación usualmente son los mismos ciudadanos que radican en la misma ciudad, en la cual se toma una parte del universo o población que se va a estudiar con la finalidad de facilitar el estudio, mientras que el análisis de datos consiste en realizar los procedimientos donde se introducirán los datos con el fin de lograr las matas de la investigación. Con el objetivo de identificar las respuestas del proceso que se realiza con las respuestas del análisis de datos bajo los procedimientos de dicha investigación, mientras que la cooperativa tiene como objetivo extender sus socios activos y tener como clientes a jóvenes que puedan lograr sus objetivos a través del ahorro y préstamos que solicitan, sin ninguna dificultad.</p>
Autor	Gabriela Gina Pérez Pintado	
Año	2014	
Objetivo	Establecer la incidencia de la gestión del talento humano en la calidad del servicio al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda.	
Metodología		
Tipo	Descriptiva: Para Hugo Cerda (1997) “tradicionalmente se define la palabra “describir” como el acto de representar, reproducir o figurar a personas,	

		animales o cosas...”; y agrega “Se deben describir aquellos aspectos más característicos distintivos y particulares de estas personas, situaciones o cosas, o sea, aquellas propiedades que las hacen reconocibles a los ojos de los demás”.
	Enfoque	
	Diseño	
	Método	
	Población	La población objeto de estudio son los socios de la cooperativa los que asciende a 16.956 y también se tomara en cuenta a los empleados que son 26.
	Muestra	Según Francisco Leiva Zea (1988:20) Consiste en una serie de operaciones destinadas a tomar una parte del universo o población que va a ser estudiado, a fin de facilitar la investigación, puesto que es obvio que en muchos

		casos es posible estudiar a la totalidad de elementos de ese universo o población
	Técnicas	
	Instrumentos	
	Método de análisis de datos	El análisis de datos consiste en la realización de las operaciones a las que el investigador someterá los datos con la finalidad de alcanzar los objetivos del estudio. Todas estas operaciones no pueden definirse de antemano de manera rígida. La recolección de datos y ciertos análisis preliminares pueden revelar problemas y dificultades que desactualizarán la planificación inicial del análisis de los datos
	Resultados	El objetivo de la interpretación es buscar un significado más amplio a las respuestas mediante su trabazón con otros conocimientos disponibles. Ambos

	<p>propósitos, por supuesto, presiden la totalidad del proceso de investigación, todas las fases precedentes han sido tomadas y ordenadas para hacer posible la realización de estos dos últimos momentos. Este aspecto del proceso se realiza confrontando los resultados del análisis de los datos con las hipótesis formuladas y relacionando dichos resultados con la teoría y los procedimientos de la investigación.</p>	
<p>Conclusiones</p>	<p>La cooperativa desea incrementar su nómina de socios activos, en sus varias modalidades de créditos, orientado a los clientes jóvenes para que puedan conseguir sus metas a través del ahorro y la inversión.</p> <p><input type="checkbox"/> La calidad del servicio</p>	

	que brinda la cooperativa es buena, la misma que requiere de ajustes en el área de recursos humanos para que una calificación de muy buena.
Referencia (tesis)	Pérez, G. (2014). <i>La Gestión del Talento Humano y su incidencia en la Calidad del Servicio al Cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Francisco Ltda.</i> Universidad Técnica de Ambato. Ecuador.

Datos del antecedente nacional: 1		Redacción final
Título	La calidad del servicio como elemento estratégico para fidelizar al cliente del banco de crédito del Perú en Chincha alta, 2016	En Chincha, Núñez, S., Jhonny, F., Gutiérrez, B., y Romila, E. (2018) realizaron la investigación <i>La calidad del servicio como elemento estratégico para fidelizar al cliente del banco de crédito del Perú en Chincha alta</i> , Determinan como la calidad del servicio influye en la fidelización al cliente del banco de crédito del Perú (BCP) en Chincha Alta, año 2016. La investigación prevé un diseño, porque a través de la investigación se puede observar que existe una relación de secuencia ordenada y lógica, A través del desarrollo de la investigación y en el desarrollo del marco teórico se ha podido resaltar de cómo se valora la ejecución y contribución que se presta en las empresas. Bancarias en el caso nuestros clientes del banco de crédito del Perú influyen en la fidelización al cliente, porque todo cliente busca calidad de atención y ello se
Autor	Sachum Nuñez, Frerddy Jhonny & Becerra Gutierrez , Etheel Romila	
Año	2018	
Objetivo	Determinar como la	

	calidad del servicio influye en la fidelización al cliente del banco de crédito del Perú (BCP) en Chincha Alta , año 2016	va reflejado en la imagen de la empresa. De acuerdo al desarrollo de la investigación, en el análisis de los indicadores de satisfacción del cliente se llegó a analizar como los estándares de calidad si tienen una influencia para la fidelización del usuario. Según conforme con los resultados tenemos que el valor del coeficiente de Pearson es igual a 0.858, con lo que se demuestra que existe una influencia directa entre el indicador satisfacción del cliente y el indicador marketing.
Metodología	La investigación prevé un diseño, porque a través de la investigación se puede observar que existe una relación de secuencia ordenada y lógica	
Tipo	Se trata de una investigación correlacional, es un tipo de estudio que tiene como propósito evaluar la relación que existe entre dos o más conceptos. Categorías o variables.	

	Enfoque		
	Diseño	Los diseños pueden ser definidos como esquematización del proceso que toma el tesista para medir las variables de la investigación.	
	Método	es aquella orientación que se centra en responder la pregunta	
	Población	los clientes que acuden diariamente a la sede del BCP en la sede de Chincha Alta , siendo aproximadamente 616 personas	
	Muestra	Al procedimiento del muestreo se decidió utilizar el muestreo es	

		probabilístico.	
	Técnicas	Utilizando como instrumento el cuestionario.	
	Instrumentos	Es un manejo requerido de un completo dominio de su estructura y de sus fines	
	Método de análisis de datos		
Resultados			
Conclusiones		A través del desarrollo de la investigación y en el desarrollo del marco teórico se ha podido resaltar como la calidad del servicio prestado por las empresas bancarias en el caso nuestro cliente del banco de crédito del Perú influyen en la fidelización	

	al cliente, porque todo cliente busca calidad de atención y ello se va reflejado en la imagen de la empresa.
Referencia (tesis)	Núñez, S., Jhonny, F., Gutiérrez, B., y Romila, E. (2018). <i>La calidad del servicio como elemento estratégico para fidelizar al cliente del Banco de Crédito del Perú en Chíncha Alta, 2016</i> . Universidad privada San Juan Bautista, Perú.

Datos del antecedente nacional: 2		Redacción final
Título	Nivel de satisfacción de los clientes con los nuevos canales de atención en el Banco de la Nación	En Jaén, Romero (2018) realizó el estudio <i>Nivel de satisfacción de los clientes con los nuevos canales de atención en el Banco de la Nación</i> , Determinar el valor de la complacencia del usuario, la exploración se enmarcó en el tipo descriptiva “cuyo objetivo principal es recopilar datos e informaciones sobre las características, propiedades, aspectos o dimensiones de las personas, agentes e instituciones de los procesos sociales” El análisis facilitó la información para identificar la regularidad del uso de los canales para la atención, con el 58.3% del consumidor, se finaliza que la gran parte de los encuestados necesita más datos de los canales de atención, para ingresar y usas
Autor	Br. Romero Palacios Kattia Sairu	
Año	2018	
Objetivo	determinar el nivel de	

		satisfacción de los clientes con los canales de atención en el banco de la Nación , Ajen	con regularidad los cajeros automáticos y agentes multired. Se consiguió que la confianza del usuario, finalizándose que la mayor parte considera que falta mejorar lo tangibles, la garantía, ser capaz de responder a las preguntas o dudas, confianza y empatía para elevar el nivel de insatisfacción de los usuarios.
Metodología			
	Tipo		
	Enfoque		
	Diseño	se utilizó un diseño no experimental, correspondiente al descriptivo simple, cuyo diagrama es	
	Método		
	Población	clientes del Banco de la Nación de Jaén cuyas edades estén comprendidas entre 25 y 40 años	
	Muestra	50 sujetos se empleó el muestreo no	

		probabilístico, en su modalidad de muestreo por accidente.
	Técnicas	Técnica de gabinete referida al trabajo teórico de la investigación mediante la cual se registró información de las fuentes diversas elaborando se fichas bibliográficas, técnica de campo, según el cuadro siguiente se utilizaron las técnicas de campo con sus respectivos instrumentos
	Instrumentos	
	Método de análisis de datos	
	Resultados	El estudio permitió identificar el nivel de

	<p>información y frecuencia de uso de los canales de atención en el banco de la Nación de Jaén , el 58,3 % de clientes los evalúan de nivel regular,</p>
Conclusiones	<p>Se concluye que la mayoría de encuestados requiere mayor información sobre los canales de atención para acceder y usar con mayor frecuencia los agentes multired, los cajeros automáticos, la banca por internet y la banca por celular.</p>
Referencia (tesis)	<p>Romero, K. (2018). El nivel de satisfacción de los clientes con los nuevos canales de atención en el Banco de</p>

	la Nación, Jaén. Universidad Cesar Vallejo. Perú.
--	---

Datos del antecedente nacional: 3		Redacción final
Título	Propuesta de un proceso de crédito para mejorar la calidad de atención al cliente del Banco de Crédito - sede Trujillo	<p>En Trujillo, Yépez (2016) presentó un estudio denominado <i>Propuesta de un proceso de crédito para mejorar la calidad de atención al cliente del Banco de Crédito sede Trujillo</i>. fomentar y plantear una idea de un sistema de un financiamiento que sea un aprovechamiento al usuario y de la entidad con el método inductivo – deductivo que va de lo más frecuente a lo más concreto y viceversa de este modo se conoce a la empresa, mientras que el método analítico permite evaluar con los datos que se recolectan para implantar los resultados en cuanto a los clientes la operatividad del banco en la sede Trujillo se desarrolla mejor la orientación a los préstamos y requisitos para un financiamiento y poder proporcionarlo. Se pudo encontrar una insuficiencia del personal para estimar los expedientes de financiamiento. Además, el sistema es muy antiguo por lo que retarda las operaciones, por lo que se ha perdido el dialogo entre las áreas que existen en la financiera por lo que se genera doble trabajo de oficina y retardar las funciones en la empresa.</p>
Autor	Dra. Violeta Claros Aguilar	
Año	2016	
Objetivo	Desarrollar y proponer una propuesta de un proceso de crédito que redunde en beneficio del cliente y el banco.	
Metodología		
	Tipo	
	Enfoque	
	Diseño	

		descriptivo - transversal.
	Método	<p>Método deductivo-inductivo: consiste en ir de lo general a lo particular y de lo particular a lo general, de manera se conoció la realidad de la empresa.</p> <p>Método analítico: permite hacer críticas analizando la información recopilada para establecer los resultados.</p>
	Población	<p>clientes del banco de crédito sede Trujillo banca minorista, compuesta por 1234 en el mes de diciembre 2015</p>
	Muestra	<p>Para elegir se usará el muestreo aleatorio simple</p>

		con una confianza de 95% y un máximo de error de 5%.
	Técnicas	
	Instrumentos	
	Método de análisis de datos	
Resultados		
Conclusiones		Para los clientes los procesos donde el funcionario del banco de crédito del Perú sede Trujillo se desenvuelve mejor es en la explicación del préstamo a otorgar y en las explicaciones sobre los requisitos para solicitar se crédito
Referencia (tesis)		Yépez, Manuel. (2016). <i>Propuesta de un proceso de crédito para mejorar la calidad de atención al cliente del</i>

	<i>Banco de Crédito-Sede Trujillo. Universidad nacional de Trujillo. Perú.</i>
--	--

Datos del antecedente nacional: 4		Redacción final
Título	Propuesta de un diseño de mejora del proceso de atención de clientes para mejorar la calidad del servicio de una entidad bancaria Cajamarca 2016	<p>En Cajamarca, Quiliche (2016) realizó el estudio <i>Propuesta de un diseño de mejora del proceso de atención de clientes para mejorar la calidad del servicio de una entidad bancaria Cajamarca 2016</i>, Diseñar la mejora de atención a los usuarios para optimizar la calidad de la ejecución que se brinda. Para la recopilación de la información que se encontró técnicas e instrumentos que faciliten la información que ayuden a examinar el estado del servicio que brinda la entidad financiera. En cuanto a la atención a los usuarios es mejor que anteriormente con respecto a la empatía que sienten por los clientes y que ahora las experiencias de los trabajadores dan una mejor atención y tiene capacidad de respuesta a las dudas e inquietudes que se presentan estos resultados de herramientas que se implementaron. El incumplimiento de instrucción de atención al cliente y la empatía que no se da como es debido hacia el cliente es la causa que perjudican la calidad y genere que las líneas telefónicas se saturen.</p>
Autor	Quiliche Villanueva, Marina Aydee	
Año	2016	
Objetivo	Diseñar la mejora de atención de clientes para mejorar la calidad del servicio de una Entidad Cajamarca 2016	
Metodología		
Tipo	El diseño a utilizar es Pre-Experimental : 01: x	

	Enfoque	
	Diseño	
	Método	
	Población	Todo el personal de la entidad bancaria, proveedores y clientes desde junio a septiembre del 2016.
	Muestra	Se aplicará una encuesta a 87 clientes el cual servirá para determinar los indicadores.
	Técnicas	
	Instrumentos	
	Método de análisis de datos	
	Resultados	
	Conclusiones	El proceso de atención al cliente ha mejorado con respecto a las principales causas de los indicadores bajos de calidad tales como respuesta a los

	<p>requerimientos, la falta de experiencia del personal, la falta de capacitación y la empatía con crecimientos de 43.68%,15.99% y 24.14% respectivamente esto gracias a las herramientas implementadas</p> <p>Las causas principales que afecta los indicadores bajos de calidad en atención al cliente es la falta de capacitación en atención al cliente, la inexperiencia del personal el cual trae en consecuencia la falta de empatía hacia el cliente, falta de líneas telefónicas</p>	
--	---	--

	que ocasionan que se saturen.
Referencia (tesis)	Quiliche, M. (2016). <i>Propuesta de un diseño de mejora del proceso de atención de clientes para mejorar la calidad del servicio de una entidad Bancaria Cajamarca 2016</i> . Universidad Privada del Norte. Perú.

Datos del antecedente internacional: 5		Redacción final
Título	Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente del banco continental, los olivos 2018	En Lima, Cárdenas (2018) realizó un estudio <i>Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente del banco continental, los olivos 2018</i> , se ha empleado el método hipotético – deductivo por la que el proceso busca llevar acabo la hipótesis nula con los datos que se obtuvieron, en cuanto a los procesos se empieza de un análisis global para legar a lo individual, también se realiza para definir entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente. Existe una conexión directa y significativa entre la calidad y satisfacción en el banco, se tomó en cuenta que los objetivos específicos se logran cumplir y determinar las relaciones entre ambas. Así se pudo mejorar todo para la entidad financiera y pueda seguir con el prestigio que lleva y no dejar caer.
Autor	Cárdenas Acosta Alisson Pamela	
Año	2018	
Objetivo	Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente del banco continental del distrito de	

		los olivos. 2018	
	Metodología	Se utilizó el método Hipotético - deductivo por que el proceso seguido buscó rechazar la hipótesis nula en base a resultados obtenidos; es decir en el proceso partimos de análisis general para llegar a lo particular.	
	Tipo	Esta investigación es de tipo aplicada, porque hemos utilizado los conocimientos científicos y las teorías de la variable de la Calidad de Servicio y la Satisfacción del Cliente para dar solución del problema en estudio.	

	Enfoque	Para este método se ha utilizado, el enfoque estadístico cuantitativo de acuerdo a los fenómenos que se representan en una realidad concreta o un solo momento único, sin cambiar o ejercer sobre ellos, el cual usa la recolección de datos para probar la hipótesis, con bases en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.	
	Diseño	El Diseño de la presente investigación es No experimental y de corte	

		transversal, ya que las variables no fueron manipuladas y la información se recogió en un tiempo determinado.
	Método	
	Población	De acuerdo con los registros proporcionados por el área, el número de cliente en un periodo del mes de enero equivale a 134 personas atendidas por ventanilla.
	Muestra	Para proceder a calcular el tamaño de muestra se usará una formula probabilística, el cual permitirá obtener el total de trabajadores a encuestar con el

		instrumento de recolección de información para nuestra investigación en estudio.
	Técnicas	Para el desarrollo de la presente investigación se realizará la aplicación de una encuesta la cual estará dirigida a los clientes que acuden a la agencia Covida del Banco Continental, ubicada en el distrito de Los Olivos.
	Instrumentos	El instrumento es un cuestionario, el cual está conformado por 25 ítems, distribuidos en dos subescalas las cuales tienen como finalidad medir la calidad de

		<p>servicio (ítems 1 al 13) y la satisfacción del cliente (ítems del 14 al 25). Así mismo la escala de respuestas es de tipo Likert, con una variabilidad de 5 alternativas de respuestas que van desde el grado “Totalmente en desacuerdo” hasta “Totalmente de acuerdo”.</p>	
	<p>Método de análisis de datos</p>	<p>Análisis Descriptivo</p> <p>Media: corresponde al promedio de los datos obtenidos de la población.</p> <p>Desviación estándar: valor correspondiente a la dispersión de la muestra</p>	

		<p>Frecuencia: dato que indica los niveles predominantes de la muestra según el número de casos registrados.</p> <p>Porcentajes: información</p>
Resultados		
Conclusiones		<p>Se cumplió con determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente del Banco Continental del distrito de Los Olivos, 2018. Ya que se comprobó la hipótesis general: Existe una relación directa y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente</p>

	<p>del Banco Continental del distrito de Los Olivos, 2018. Para la segunda conclusión, tomamos en cuenta que, si se cumplió el objetivo específico 1, que es determinar la relación entre la calidad de servicio y la expectativa del personal del Banco Continental del distrito de Los Olivos, 2018. Ya que se comprobó la hipótesis específica 1: Existe una relación directa y significativa entre la calidad de servicio y la expectativa del personal del Banco Continental del</p>	
--	---	--

	distrito de Los Olivos, 2018.
Referencia (tesis)	Cárdenas, A. (2018). <i>Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente del Banco Continental, Los Olivos, 2018</i> . Universidad Cesa Vallejo. Perú.

3. Marco conceptual (conceptos PT 5 CP, T 5 CS + CP)

Variable o categoría 1: Calidad de Servicio				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Núñez, S., Jhonny, F., Gutiérrez, B., & Romila, E.	2018	Es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de	Es la costumbre que se practica en el trabajo, el día a día, para así representar las obligaciones y exigencias de los usuarios y poder ofrecer todo lo que está en las manos para dar una buena atención, con resultados, alcanzable, apropiado, rapidez, adaptable, beneficioso, adecuado, indudable, ante situaciones inoportunas, de tal manera que los usuarios puedan	Además, para las empresas tienen la clara importancia el significado de lo que ofrecen para los usuarios, siempre van acompañados con la tecnología, las novedades por lo que se ha desarrollado y practicado un hábito organizacional para poder interpretar las necesidades que los clientes requieran y brindar

		tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido	tener más confianza y sientan ser comprendidos con una buena atención y servicio personalizada	los productos o servicios con mejora calidad.
Referencia:	Núñez, S., Jhonny, F., Gutiérrez, B., y Romila, E. (2018). <i>La calidad del servicio como elemento estratégico para fidelizar al cliente del Banco de Crédito del Perú en Chíncha Alta, 2016</i> . Universidad privada San Juan Bautista, Perú.			

Variable o categoría 1: Empatía				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Bustamante, M., Llorens Gumbau, S., & Acosta Antognoni, H.	2014	La empatía desempeña un papel central en la conducta pro social De las personas definidas como aquella conducta que beneficia a otras y se realiza voluntariamente Por tanto, cuando nos ponemos en el lugar del otro, tenemos una	Cumple un papel importante en cuanto a la conducta de las personas, observando el comportamiento que una persona tiene y beneficia a otras de la cual se realiza voluntariamente. Por tanto, en el momento que uno se pone en la posición del otro poseemos una conducta de ayuda	Además, la empatía desarrolla un papel principal en las actitudes de las personas a nivel internacional ya que se da en las diversas actividades y en la sociedad, donde es percibida la conducta que los individuos expresan frente a otras personas, si bien es cierto que

		<p>conducta de ayuda que genera emociones positivas que podamos comprender de mejor forma la situación que la persona está experimentando. Además, constituye un elemento indispensable para el desarrollo de la inteligencia emocional por cuanto implica la percepción y comprensión de las propias emociones y las de los demás (Zaccagnini, 2004)</p>	<p>que obtenemos las emociones efectivo, lo que induce a transmitir emociones positivas y poder comprender a la otra parte (Bustamante, 2014)</p>	<p>no siempre nos ponemos en el lugar del otro, pero al sentir las emociones podemos comprender la situación en que la otra persona se encuentra y darnos cuenta de las emociones de los demás y poder comprenderlos.</p>
		<p>En la actualidad gran parte del trabajo se desarrolla en interacción, física o virtual, con los demás. Esto quiere decir que los trabajadores o equipos de trabajo despliegan recursos que les permiten hacer frente a</p>	<p>Actualmente la mayor parte del estudio física o virtual se desarrolla mediante la conexión e interacción entre las personas refiriéndose a los colaboradores de la empresa dado a ello se entiende que la empatía es la capacidad de comprensión y</p>	<p>los integrantes son los que pondrán en práctica esta actividad dado que la empatía es la mejor arma para poder tratar y congeniar con los clientes puesto que ello son la parte fundamental para que</p>

		las demandas que el trabajo les exige. En este sentido, para hacer frente a estas demandas se precisa del desarrollo de recursos personales específicos relacionados con competencias emocionales y sociales.	posición en el lugar con la persona que se esté tratando no solamente fijándose por su aspecto físico o estatus social sino que ver ante todas las personas (Bustamante, 2014)	funcione la empresa de tal manera se debe de comprender a que las personas que lo necesitan y con las que se intercambia conversación.
Referencia:	Bustamante, Llorens, Acosta. (2014). <i>Empatía y calidad de servicio: el papel clave de las emociones positivas en equipos de trabajo</i> . España.			

Variable o categoría 1: Capacidad de respuesta				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Díaz, A	2018	A partir del concepto de capacidad en el que se reconoce la capacidad como la rutina o pauta organizativa que permite la coordinación y utilización de recursos con el fin de desarrollar una actividad determinada; se enuncia un concepto que define la	La capacidad se reconoce por medio de la rutina que enfrenta ante los clientes en las financieras dado que permite la coordinación de los recursos con el fin de desarrollar una actividad designada, derivándose a la capacidad de aprendizaje interacción de lo que se conoce, y la destreza brindándole	El aprendizaje organizacional es el proceso de asimilación de nuevas experiencias que le permite a la organización realizar su de su renovación sistémica; es un proceso que está sujeto a los cambios del entorno por lo que busca una mayor capacidad de reacción y

		capacidad de aprendizaje (CA) como la interrelación entre los conocimientos, habilidades y valores de la organización que le permite llevar a cabo su gestión, asimilar los cambios y renovarse a sí misma sistemáticamente.	los valores para llevar a cabo su servicio (Díaz, 2018)	pro acción ante los mismos, para hacer efectivo las capacidades que se brindan hacia los clientes (Díaz, 2018)
Referencia:	Díaz, A., González, O., y Castro, R. (2008). <i>La determinación de la capacidad de aprendizaje de una organización mediante indicadores tangibles</i> . Impacto en su capacidad de respuesta y adaptación al cambio.			
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Díaz, A	2008	La cultura organizacional es un conjunto de paradigmas que se forman a lo largo de la vida de la organización como resultado de las intervenciones entre sus miembros, de éstos con las estructuras, estrategias, sistemas, procesos y de la	En las organizaciones se forman paradigmas en toda la trayectoria que se vive en la empresa ganando mayor experiencia para con el trato hacia las personas, mediante los procesos de la organización que lo rodea es dando a conocer conjunto de referencias que serán efectivas	La determinación de la capacidad de aprendizaje mediante indicadores tangibles permite la identificación de aquellos aspectos en los que es necesario fortalecer el trabajo directivo para lograr una mejor capacidad de respuesta para

	organización con su entorno, a partir de las cuales se conforma un conjunto de referencias que serán válidas en la medida en que garanticen la eficiencia, eficacia y efectividad de la organización	con eficiencia, eficaz y efectividad de las empresas (Díaz, 2008)	que el cliente pueda comprender lo que se quiere transmitir y con el tiempo poder aplicarlo dando la mejora a la entidad.
Referencia:	Díaz, A., González, O., y Castro, R. (2008). <i>La determinación de la capacidad de aprendizaje de una organización mediante indicadores tangibles. Impacto en su capacidad de respuesta y adaptación al cambio.</i>		

Variable o categoría 1: Capacidad de respuesta				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis

Díaz, A	2008	La implantación de una cultura que incentive la innovación, experimentación y riesgo, motive al trabajador a desarrollar su capacidad y contribuya a una mejor formación de sus miembros, es una premisa fundamental para cualquier organización orientada al aprendizaje. La estrategia constituye el camino que la organización sigue para lograr sus objetivos.	La cultura que se aplica y enseña en las organizaciones es una de las maneras de crear para motivar al colaborador a desarrollar su capacidad de respuesta, y se desarrolle una mejor enseñanza para los integrantes inculcando la premisa fundamental para todas aquellas que son orientadas al aprendizaje (Díaz 2008)	La financiera establece modificaciones que la estrategia organiza las riendas que se debe de seguir para así lograr objetivos y metas que se proponen para el principal problema en el cual la organización pasa en un plano donde se demuestra la combinación óptima para solucionar las dificultades.
Referencia:		Díaz, A., González, O., y Castro, R. (2008). <i>La determinación de la capacidad de aprendizaje de una organización mediante indicadores tangibles. Impacto en su capacidad de respuesta y adaptación al cambio.</i>		

Variable o categoría 1: Fiabilidad				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas	2012	La información es fiable cuando está libre de errores	Los datos que se obtienen son verdaderos puesto que no se	La fiabilidad se mantendrá y mejorará puesto que serán

		<p>materiales y es natural, es decir, está libre de sesgos, y los usuarios pueden confiar en que es la imagen fiel de lo que pretende representar.</p> <p>La fiabilidad se refiere a la capacidad de una información de expresar con el máximo rigor las características básicas y condiciones de los hechos reflejados.</p>	<p>encuentran errores en la información, mediante esta investigación los usuarios pueden confiar en la indagación que se realice, creer en la imagen que presenta la empresa, La fiabilidad se relata a la capacidad de demostrar los datos que se tienen para mantener la información al máximo con la firmeza las características esenciales reflejados con excelencia.</p>	<p>entendibles, sencillos y sinceros dado que los clientes pueden confiar con la información que presenta la financiera, demostrando así, la capacidad de respuesta para con los clientes y de alguna manera brindar la información exacta tratando de no cometer errores que puedan perjudicar a la financiera.</p>
Referencia:	Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, (2012). <i>Marco conceptual para la información financiera.</i>			
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Gabás, T.	2012	La fiabilidad también existe, en consecuencia, que las medidas realizadas estén exentas de sesgos y de errores aleatorias imputables tanto al medidor, a	La fiabilidad todavía consta de distintos resultados para brindar la información adecuada puesto que las medidas que se analizan son las que permiten que los dato sean	En la financiera los procedimientos que realizan forma parte de la integridad y seguridad datos que es parte de una función que se llevará con

		<p>causa de su falta de precisión o de integridad, como al procedimiento de medida.</p>	<p>confiables, que estén libre de errores donde se puede donde se puede tomar aleatoriamente y demostrar que sea confiable la información como también la financiera, la fiabilidad es parte fundamental en las financieras puesto que depende de ello que la confianza que el usuario pueda brindar y ser exigente a la misma vez (Gabás, 2012).</p>	<p>riguridad y ser implacables para esto cada tiempo hay comisiones que evalúan la atención y la seguridad que se brinda por parte de la empresa así tener una opinión más clara de lo que el cliente puede exigir. Para la fiabilidad la relevancia es importante porque busca ser exigente y garantizado con una excelente información de dialogar sus características en su totalidad que sea viable e íntegro para así tener la mejora en la financiera.</p>
<p>Referencia:</p>	<p>Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, 2012. <i>Marco conceptual para la información financiera.</i></p>			

Variable o categoría 1: Seguridad				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis

Guerrero Rosa	2010	<p>La red de seguridad financiera (RSF) es un conjunto de instituciones, procedimientos y mecanismos concebidos con el objeto de contribuir a mantener la estabilidad del sistema financiero y proteger la función de intermediación que desarrollan las entidades financieras y su papel en el sistema de pagos nacional. Específicamente, busca reducir la probabilidad de quiebras de entidades financieras y, cuando a pesar de todo estas ocurren, procura evitar el contagio a otras instituciones para salvaguardar la fortaleza del sistema</p>	<p>La seguridad financiera forma parte de las instituciones, que mantienen procedimientos con un mecanismo que se obtuvo con el objeto de conservar la permanencia de sistema financiero, el sistema financiero el protector de las funciones que se desarrollan en la financiera con su función de reducir la quiebra ante los distintos mercados del mismo rubro. De tal manera no alcanzar a aquellas instituciones que toman un camino erróneo en la que el cliente no llegue a confiar (Guerrero, 2010)</p>	<p>En la financiera se tomará a cabo lineamientos que darán una mejora en las actividades que se dan con respecto a la atención al cliente guardando seguridad sobre sus informaciones puesto que de alguna manera, no se exponga a terceros, todo con la finalidad de brindar confianza y tranquilidad para los usuarios.</p>
Referencia:	Guerrero, Focke y Rossini. (2010). <i>Redes de Seguridad Financiera: Aspectos conceptuales y experiencias recientes</i>			

<i>en América Latina y el Caribe. Inter-American Development Bank.</i>				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Guerrero Rosa	2010	Principios Básicos para una Supervisión Bancaria Eficaz publicados por el Comité de Supervisión Bancaria de Basilea. Además de independencia operativa y buen gobierno corporativo, es necesario que las instituciones de regulación y supervisión cuenten con recursos humanos suficientes, adecuadamente capacitados y con esquemas de remuneración y plan de carrera acordes a sus conocimientos y responsabilidades	Los principios básicos que se toman en cuenta cuando se realiza una supervisión, es publicado por el comité de las financieras bancarias, dado que cada financiera es independiente con un buen gobierno corporativo, siendo necesarias y exigentes las supervisiones y que realicen una regulación con ayuda de los recursos humanos , que adecuadamente son capacitados acorde con los conocimientos y responsabilidades que hacen (Guerrero, 2010)	En tal sentido que toda red de seguridad para la financiera deberá de tener una función y coordinación y trabajo en equipo puesto que depende de todos los colaboradores realizar una función eficiente.
Referencia:	Guerrero, Focke y Rossini. (2010). <i>Redes de Seguridad Financiera: Aspectos conceptuales y experiencias recientes en América Latina y el Caribe.</i> Inter-American Development Bank.			

Variable o categoría 1: Reingeniería				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Garay, R.		Expresan que el término se aplica a “un enfoque para planear y controlar el cambio” y que su uso “puede ser erróneo porque implica que los procesos de negocios fueron producto del trabajo de ingeniería.... en el sentido de ser un diseño creado por profesionales y cuyo proceso haya estado determinado por las especificaciones del diseño mismo. Quizás ingeniería administrativa es una mejor expresión, pero no es de uso general”	La reingeniería consta como base fundamental un enfoque que permite el control y cambio para su utilización tanto como planear, hacer un gran cambio puede ser fallido debido a que los procesos de negocios sean producto de trabajos de ingeniería por el cual una de las recomendaciones que pueden darse es reingeniería administrativa que es el que de mejor expresión, temiendo en cuenta que el análisis del métodos es una cuestión muy confusa (Garay, Rubén)	Para la reingeniería se aplica la idea de una manera más sencilla. El proceso es la que está desarrollado por un conjunto de acciones que alcanzan un resultado o un cambio por intermedio de la elaboración de una sucesión de tareas compartidas que definen. Se define al proceso como “de otra manera actividad o grupo de actividades donde le agrega importe y suministra un output a un cliente interno o externo”.

Referencia:	Garay, R. Cátedra: Sistemas y Procedimientos Administrativos.
-------------	---

4. Matriz del método (3.1)

Sintagma: Holístico				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Leonardo Poleo Castillo.	2009	<p>Para Poleo, (2009), definía a un sintagma como:</p> <p>Para la holística es importante la generación de sintagmas, a los que se integran las diferentes posturas para tener una comprensión global del evento; el paradigma en holística implica rigidez, mientras los sintagmas tienen dinámica y flexibilidad; el paradigma es excluyente, los</p>	<p>El sintagma holístico dando apertura a nuevos caminos se dan por la integración de paradigmas, con un proceso de creatividad con carácter sintagmático, puede comprenderse con una manera determinada de ver la realidad, de tal manera se juzga y actúa de acuerdo a la teoría de modelo que se toma, el sintagma holístico se aplica en este estudio ya que es una investigación holística debido a que no brinda un diagnóstico global del estudio, esto quiere decir, que si</p>	

		sintagmas son incluyentes; de manera que la trascendencia de paradigmas está contemplada en la generación de sintagmas, pues éste explica lo que el paradigma anterior explicaba, lo que no explicaba y más. P.102	brindamos una visión macro podemos analizar cada parte que lo comprende (Castillo, 2009)	
Referencia:	Castillo, L. (2009). <i>La holística y la investigación</i> . Universidad Católica Santa Rosa, Caracas			

Enfoque: Mixto				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Sampieri	2014	Para Hurtado, (2000) Definía el enfoque mixto como: El modelo mixto Este modelo representa el más alto grado de integración o combinación	Este enfoque mixto es una mezcla del enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo estos se combinan es casi toda las etapas con una función completa, ya que es completa y se maneja de mente	Para este enfoque se deberá aumentar la magnitud en la empresa ya que solo cuenta con 30 colaboradores y así poder tener mejores resultados al momento de aplicar la

	entre los enfoques cualitativo y cuantitativo. Ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, o al menos, en la mayoría de sus etapas. Requiere de un manejo completo de los dos enfoques y una mentalidad abierta. Agrega complejidad al diseño de estudio; pero contempla todas las ventajas de cada uno de los enfoques.	abierta pero la investigación tiene su lado negativo es que requiere de una masa grande que se necesita para el proceso en el cual los dos se vinculan tanto el cualitativo y el cuantitativo (Hurtado, 2014)	conjunta del enfoque cualitativo y el enfoque cuantitativo. Al añadir nuevos enfoques de investigación, se piensa que si se puede modificar un nuevo paradigma que incorpora nuevos eventos que se han considerado no-ciencia, se incluye los elementos como los eventos de intuición, imaginación y creación (Hurtado, 2014)
Referencia:	Sampieri, R. (2008), los métodos mixtos. Hernández, r., Fernández, c., y Baptista, L. (2014). <i>Metodología de la investigación:</i>		

Tipo Proyectiva				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Jacqueline Hurtado de Barrera	2000	Para Hurtado, (2000) Definía tipo proyectiva como: La investigación proyectiva	El tipo comprensivo el estudio consiste en solucionar los problemas prácticos,	El tipo de investigación trata de conseguir las respuestas y soluciones de los

		<p>tiene que ver directamente con la invención, pero también de los procesos de planificación, de hecho, en palabras de Simón, es capaz de diseñar “todo aquel que concibe uno actos destinados a transformar situaciones existentes en otras, en efecto, la investigación proyectiva trasciende el campo del como son” las cosas para entrar en el cómo podrían o como deberían ser, e términos de necesidades, preferencias o decisiones de ciertos grupos humanos.</p>	<p>desempeñándose de cómo deberían ser las cosas para conseguir el propósito y poder funcionar correctamente, ya que depende mucho de la elaboración de una idea o un modelo que propongan los mismos integrantes de la financiera para así solucionar las dificultades y necesidades de tipo práctico, que se enfrentan actualmente, teniendo en cuenta un diagnóstico sobre las necesidades de las actividades y los procesos explicativos y las tendencias futuras que se piensan mejorar en cuanto a la atención al cliente. (Hurtado, 2000)</p>	<p>problemas, parte desde la raíz para comenzar a realizar las investigaciones y determinar los problemas que están afectando a la financiera, así como debería funcionar para lograr los objetivos y que las funciones sean correctamente aplicadas, donde la elaboración de las propuestas e ideas de esta manera buscar soluciones a las dificultades ya sea de una pequeña institución o grande (Hurtado, 2000)</p>
Referencia:	Hurtado, J. (2000). <i>Metodología de la investigación holística</i> . Caracas: Fundación Sypal.			

Nivel: Comprensivo

Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Hurtado de Barrera Jacqueline	2000	El nivel comprensivo toca el campo de las expresiones, el investigador ya no solo percibe características explícitas en el evento, o descubre aspectos menos explícitos, sino que establece conexiones entre diversos eventos, a partir de las cuales puede formular explicaciones, las explicaciones le permiten al investigador anticipar situaciones y también planificar o desarrollar propuestas de transformación en el nivel comprensivo se ubica los objetivos explicar, proceder y proponer.	El nivel comprensivo es el investigador que va a campo a buscar respuestas es el que intuye particularidad en dicho evento, donde encuentra aspectos que no sencillamente se pueden explicar, de lo contrario establece conexiones en diferentes situaciones, estos permiten el que investiga puede dar situaciones anticipadas o planificar el desarrollo con propuestas de mejoría y ubicar los objetivos, explicar, provenir y plantear (Hurtado, 2005).	Este nivel atrae las características al investigador con el fin de descubrir aspectos menos explícitos, también se conectan entre diversos eventos para comenzar a formular explicaciones de las cuales estos le permitan al desarrollador a planificarse y manejar las respuestas a los datos y objetivos con mayor facilidad y de gran ayuda así de esta manera se podrá tener un mejor resultado en las respuestas que se quiere obtener ya que pasará por distintos eventos de las cuales los datos y objetivos podrán desarrollarse con mejor

				eficacia.
Referencia:	Hurtado, J. (2000). <i>Metodología de la investigación holística</i> . Caracas: Fundación Sypal.			

Procedimiento

Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Hurtado de Barrera Jacqueline	2000	Es una decisión del investigador, la cual además depende del tipo de datos obtenidos y del objetivo final del estudio. En el caso de algunas modalidades de investigación, particularmente las descriptivas, las analíticas y las explicativas, el investigador puede estar más interesado en obtener descripciones vividas, en relacionar información y en trabajar con texto más que con números.	Se eligió la muestra representativa aplicando la fórmula del muestreo probabilístico de la población conocida. Se pudo validar el instrumento por los tres especializados pertenecientes al campo de la gestión empresarial y calidad de servicio. Se logró recolectar información empleando las encuestas a los usuarios que se aproximaron a la agencia realizando sus respectivos pagos y otros documentos, por ello también se pudo visitar a clientes en domicilio y/o negocios donde se realiza las encuestas puesto que no todos asisten a la financiera a realizar sus pagos o desembolsos.	De la misma manera se eligió a los colaboradores expertos en la rama en la entidad financiera, donde a continuación respondieron a las preguntas de dicha entrevista. Finalmente, todos los datos recolectados de la entrevista y las encuestas fueron llevados a una hoja de cálculo en Excel para realizar su posterior procedimiento y análisis respectivo. (Hurtado, 2000)

Referencia:	Hurtado, J. (2000). <i>Metodología de la investigación holística</i> . Caracas: Fundación Sypal.			

Método				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Bernal C.	2006	Bernal (2006) el método deductivo “es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. El método inicia con el análisis de lo postulados, teoremas, leyes, principios y otros de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares	Deductivo El método inductivo propone un razonamiento que consta de lo propio y personal hasta lo global, se piensa que la premisa inductiva se enfoca en el fin, se puede ver que la introducción coherente y metódico. Método inductivo da pase a globalizar los casos particulares y ayuda a mejorar el conocimiento de las realidades que se estudian (Bernal, 2006).	Con este método se podrá pensar y razonar los casos que se perciban, y poder mejorar en el funcionamiento de la empresa, con el pensamiento lógico y metodológico la redacción será aún más efectiva (Bernal, 2006
Bernal C.		Bernal, 2006 menciona que en el método inductivo se utiliza	Inductivo En el método deductivo es un	Este método parte de la

		<p>el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los Hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría.</p>	<p>método de razonamiento en la cual se analizan conclusiones de forma general para dar explicación y solución a hechos o situaciones particulares (Bernal, 2006)</p>	<p>observación de los hechos en estudio para el análisis inductivo generalizado.</p>
<p>Referencia:</p>	<p>Bernal, C. (2006). <i>Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales</i>. México: Pearson</p>			

5. Población, muestra y unidades informantes

Población				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
José Luis Ventura León	2017	La población es un conjunto de elementos que contienen ciertas características que se pretenden estudiar. Por esa razón, entre la población y la muestra existe un carácter inductivo (de lo particular a lo general), esperando que la parte observada (en este caso la muestra) sea representativa de la realidad (entiéndase aquí a la población); para de esa forma garantizar las conclusiones extraídas en el estudio.	El universo es contigua de elementos que tiene cierta particularidad en el cual se estima conocer, Se estudiará a la población con datos reales, la población y la cantidad son importantes para poder obtener un buen resultado y que represente la realidad de la situación	Asimismo, Diversas singularidades se van a analizar y el problema predominante por la que se a estudiar entre la población. Se estudiará a la población con datos reales, la población y la cantidad son importantes para poder obtener un buen resultado y que represente la realidad de la situación (Ventura, 2017).
Número de xxxx:				
Referencia:	Ventura, J. (2017). <i>Población o muestra: Una diferencia necesaria</i> . Cuba, universidad privada del norte			

Muestra				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Hurtado de barrera, Jacqueline,	2000	Diversas singularidades se van a analizar y el problema predominante por la que se a estudiar entre la población y la muestra existe un carácter inductivo por ello se representa la realidad de la población y así generar la confianza y tener resultado reales. Se estudiará a la población con datos reales, la población y la cantidad son importantes para poder obtener un buen resultado y que represente la realidad de la situación.	La muestra se crea un carácter inductivo esperando que la parte visualizada sea representativa en la efectividad de esa manera poder garantizar soluciones que se extraen de la investigación, y en la muestra existe un carácter inductivo por ello se representa la realidad de la población y así generar la confianza y tener resultado reales.	Finalmente, La muestra formara parte de la empresa en la que se va a evaluar cuantitativamente como mínimo 30 trabajadores y de la misma cantidad se va a encuetar de tal manera tendremos un resultado bastante conciso (Hurtado, 2017).
Técnica de muestreo:		$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 x(N - 1) + (z^2 \cdot p \cdot q)}$		
Número de				

Referencia:	Hurtado, J. (2000). <i>Metodología de la investigación holística</i> . Caracas: Fundación Sypal.
--------------------	--

Unidades informantes				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Jacqueline Hurtado de Barrera	2000	Las unidades de estudio se deben definir de tal modo que a través de ellas se puedan dar una respuesta completa, y no parcial o desviada, a la interrogante de la investigación, por ello debe incluir a todos los involucrados en los eventos de estudio. Por ejemplo, si lo que pretende conocer es la relación entre el estilo de autoridades de los padres y la autonomía de los hijos adolescentes, entonces las unidades serán las triadas padres- madre- hijo.	Los informantes se encargan de contribuir con los datos ya que en toda investigación es obligatorio precisar la unidad de estudio estos se deben de precisar de manera que mediante ellas se puedan obtener una respuesta útiles y completas por ello se debe de incluir a los involucrados en los hechos (Hurtado, 2000).	
Número de xxxx:				
Referencia:	Hurtado, J. (2000). <i>Metodología de la investigación holística</i> . Caracas: Fundación Sypal.			

--	--

6. Técnicas e instrumentos

Técnica/s				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Jacqueline Hurtado de Barrera	2000	Dependiendo del tipo de investigación, la clase de datos obtenidos y la escala utilizada de los eventos en estudio, se seleccionan las técnicas de análisis más adecuadas.	Viene a ser el conjunto de datos con procedimiento que facilitan al investigador realizar bien las actividades y de esa manera conseguir la información que se necesita para que el investigador pueda obtener soluciones a las dificultades en las investigaciones	Se menciona como las técnicas de la recolección de las informaciones que se observan, en las encuestas se realizan las preguntas, la entrevista, se dialoga y comparte conocimiento (Hurtado, 2000).
Referencia:	Hurtado, J. (2000). <i>Metodología de la investigación holística</i> . Caracas: Fundación Sypal.			

Instrumento/s				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis

Jacqueline Hurtado de Barrera	2000	La entrevista supone la interacción verbal entre dos o más personas. Es una conversación, en la cual una persona obtiene información de otras personas (entrevistados) acerca de una situación o tema determinado con base en ciertos esquemas o pautas.	<p>Entrevista</p> <p>Son métodos que se apoyan en la interacción personal una conversación verbal entre dos o más personas que se basa en una serie de preguntas de un tema determinado o situación y se hacen uso en el momento que se necesita para el investigador</p>	Ya que es conocida por terceras personas a si mismo sucede en el momento en que se investiga forma parte de la practica en los individuos, con el fin de encontrar respuestas, opiniones y/o sugerencias que sean útiles para dicha información (Hurtado, 2000).
		La técnica de encuestas se parece a la técnica de entrevista en que la información debe ser obtenida a través de preguntas a otras personas, se diferencian porque en la encuesta no se establecen un dialogo con el entrevistado y el grado de interacción es menor.	<p>Encuesta</p> <p>Las informaciones características sobre estas preguntas son en base a las dudas y los problemas que encontramos en la financiera para ello las preguntas tienen que ser claras y precisas para los encuestados a los usuarios de la financiera de esta manera y podrán responder con facilidad a todas las</p>	Y así poder estimar a un porcentaje de individuos que estén satisfechos o no con la atención en la financiera ya que con estos datos se llega a obtener un resultado efectivo. Esta técnica mayormente se utiliza como procedimiento de investigación, ya que nos permite obtener confiables

			preguntas, mediante este proceso los datos que se obtengan serán de toda utilidad para la investigación.	datos de manera rápida y eficaz. (Hurtado, 2000).
Referencia:	Hurtado, J. (2000). <i>Metodología de la investigación holística</i> . Caracas: Fundación Sypal.			

Confiabilidad				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
			Para comprobar las confiabilidad del instrumento, se utilizó el SPSS mediante ello se realizó el llenado en la base de datos de esa manera sea válido y sea aceptado por el Docente temático, Fernando Alexis Nolazco Labajos, mediante el metodológico se realizó la conformidad y la confiabilidad del instrumento denominado “calidad de servicio”	Fue como objetivo medir el nivel de satisfacción de la atención que brindan en la financiera, para ello se comprobó con el Alfa de Crombach se muestra el grado de confiabilidad de la propuesta.
Prueba de confiabilidad			Criterio de evaluación:	Aplicable No aplicable
Valor calculado				

Referencia:	
--------------------	--

4. Procedimiento

Paso 1	Se escogió la empresa detectando puntos críticos en el rubro financiero obteniendo el permiso correspondiente para realizar los estudios necesarios para saber cómo es la satisfacción de la atención que recibe el cliente en la financiera y así poder tomar las medidas necesarias con respecto a ello.
Paso 2	Los instrumentos que se utilizaron para la investigación con un enfoque mixto, con datos cualitativos y cuantitativos, se utilizó el uso de la técnica de la entrevista y las Encuestas con su respectivo instrumento guía y aplicable estudio. Dando validez los docentes con el conocimiento y expertos en el tema.
Paso 3	Aplicando la entrevista a tres personas que trabajan actualmente en la financiera brindando el conocimiento necesario de esta manera realizando las Encuestas a los clientes que asistieron a la financiera para realizar sus consultas de pagos y/o préstamos.
Paso 4	Teniendo todos los resultados pasará por analizar y determinar la calidad de atención al cliente.
Paso 5	Con todo los resultados que se obtuvieron , pasará a realizar los procesos que se aplicaran para mejorar la calidad de atención al cliente

5. Análisis de datos

Cuantitativo				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Sarduy Dominguez Yanetsys	2007	La investigación cuantitativa se dedica a recoger, procesar y	El análisis de datos según el enfoque cuantitativo en	

		<p>analizar datos cuantitativos o numéricos sobre variables previamente determinadas. Esto ya lo hace darle una connotación que va más allá de un mero listado de datos organizados como resultado; pues estos datos que se muestran en el informe final, están en total consonancia con las variables que se declararon desde el principio y los resultados obtenidos van a brindar una realidad específica a la que estos están sujetos.</p>	<p>investigación será una información en el que demuestre varios datos seleccionados con los datos necesarios, estos estudios que no son de gran ayuda en el resultado en el que se obtuvieron, mostrando las características de datos se utilizó el análisis de datos del estudio el software como: Excel donde se realizó tablas, grafico de barras, diagrama de Pareto, entro otros. (Sarduy, 2006)</p>	
Número de xxxx:				
Referencia:		Sarduy, Y. (2007). <i>El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa</i> . Cuba.		

Cualitativo				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Sarduy Dominguez Yanetsys	2007	La investigación cualitativa permite hacer variadas	Según el enfoque cualitativo, la investigación	

		interpretaciones de la realidad y de los datos. Esto se logra debido a que en este tipo de investigación el analista o investigador va al "campo de acción" con la mente abierta, aunque esto no significa que no lleve consigo un basamento conceptual, como muchos piensan. El hecho de tener mente abierta hace posible re direccionar la investigación en ese momento y captar otros tipos de datos que en un principio no se habían pensado.	cualitativa nos ayuda a interpretar de diversas formas de como se observa la realidad, se obtiene ya que el investigador busca la manera de conseguir respuestas de mente clara y obtener un buen resultado, en este estudio se proporciona un direccionamiento y en el mismo momento muestra nuevos métodos para entenderlo (Sarduy, 2006)	
Número de xxxx:		##		
Referencia:	Sarduy, Y. (2007). <i>El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa</i> . Cuba.			

Mixto				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Sarduy Dominguez Yanetsys	2007		El análisis de datos bajo el enfoque mixto se basa en	

			<p>diagnosticar procedimientos descriptivos y estadísticos, por lo que la evaluación va de las categorías con respecto al estudio para ello se necesitó realizar la triangulación cuantitativa y cualitativa con los datos obtenidos para conseguir resultados exactos y confiables, finalmente se utilizó el software Atlas. Ti versión 8.</p>	
Número de xxx:				
Referencia:	Sarduy, Y. (2007). <i>El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa</i> . Cuba.			

Matriz de selección de solución

Diagnóstico	Priorización de problemas	Causalidad del problema	Alternativas de Solución	Evaluación de alternativas					Puntaje Total	Categoría solución	Problemas	Objetivos de la propuesta		
				Tiempo	Costo	Impacto económica	Impacto tecnológica	Impacto social						
				0-10	0-10	0-20	0-10	0-20						
<p>Cuarenta taxi vto</p> <p>1.-Luz condicionar del espacio físico para la atención en la mar adecuada</p> <p>2.- Sazono zera al momento de recibir zudorombalar</p> <p>3.-</p> <p>4.-</p> <p>Infraestructura:</p> <p>6.-</p>	<p>A.- Demora en la atención al cliente en ventanilla.</p>		<p>1 S1 Aplicar la administración por objetivos para mejorar la aglomeración de documentos.</p>	3	3	2	3	2	2.600	<p>S3 Reinversión en la calidad de servicio</p>	<p>A.- Demora en la atención al cliente en ventanilla.</p>	<p>1.- Capacitar al personal sobre el servicio</p>		
			<p>2 S2 Capacitación de idoneidad para la atención en ventanilla de documentos</p>	2	3	3	3	4	3.100					
	<p>B.- Aglomeración de expedientes y documentar en físico.</p>	<p>A. El problema en la atención al cliente es la demora en ventanilla por ello se observa el inadecuado espacio físico para la atención al cliente por lo que se genera aglomeración de expedientes y documentar físico</p>		<p>3 S3 Reinquirir en la calidad de servicio</p>	3	3	4	3	4		3.400		<p>B.- Aglomeración de expedientes y documentar en físico.</p>	<p>2.- Mejorar la procura documentar</p>
<p>Cuarenta taxi vto</p> <p>1.-Inadecuado espacio físico</p> <p>2.- Inseguridad física al cliente al desmontar contenedor grande</p> <p>3.-Cuello de botella en ventanilla</p> <p>4.-Aglomeración de expedientes y documentar físico</p> <p>5.-</p> <p>6.-</p>	<p>C.- Inadecuado espacio físico para la atención al cliente.</p>		<p>4 S4 Diseñar un app de empujamiento de la infraestructura</p>	2	4	2	4	2	3.000			<p>C.- Inadecuado espacio físico para la atención al cliente.</p>	<p>3.- Diseñar un control de atención al cliente</p>	

Guayaquil, 27 de junio de 2019

Pedro Alberto Mesías Reátegui
Pietro Pablo Gúissepí Dondero Cassano
Gabriela Torres Velasque

Universidad Privada Norbert Weiner

Estimados autores, |

Nos complace comunicarles que después de analizar el resumen de su ponencia: **Estrategias para mejorar la satisfacción del cliente de una empresa de saneamiento ambiental**, el Comité Científico de la IV CONFERENCIA INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN MULTIDISCIPLINARIA considera que reúne las condiciones para ser aceptados como ponentes en el evento.

Para publicar su trabajo en Innova, deberán enviarlo hasta el 12 de julio para el proceso de revisión de la revista, para ser evaluado con el sistema de revisión de par ciego.

La conferencia se realizará, en el Hotel Sheraton de Guayaquil el 16 y 17 de julio de 2019. Para obtener información más detallada sobre la conferencia y alojamiento, por favor ingresar a la página web de la CIIM www.cim-uide.com

Nos sentiremos honrados de compartir con ustedes estos días de intercambio de experiencias y sirva además este marco, para debatir reflexiones y criterios en torno a los ejes temáticos del evento.

Gracias por participar en la Conferencia Internacional de Investigación Multidisciplinaria 2019.



Comité Científico

CIIM 2019

