



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**GESTION DE OPERACIONES BANCARIAS Y CALIDAD DE
SERVICIO EN LOS COLABORADORES DEL BANCO DE CREDITO
DEL PERU, AGENCIA MAGDALENA LIMA 2017**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

HILDA EVELYN REVOREDO CARDENAS

ASESOR:

MG. TERESA GONZALES MONCADA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES

LIMA – PERÚ

2017

Página del jurado

Presidente

Secretario

Vocal

Dedicatoria

Dedico esta tesis a mi hijo Juan Diego por ser motivación para superarme día a día, a mi madre por la formación de hábitos y valores que me han ayudado a salir adelante.

Agradecimiento

Agradezco en primer lugar a Dios.

A la Universidad César Vallejo SUBE, por la oportunidad de extender mis saberes y consolidar mi experiencia.

A mis profesores, (TERESA GONZALES) por la guía en este caminar académico.

Declaración de autenticidad

Yo, Evelyn Revoredo Cárdenas, con DNI N° 44410452, a efectos de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, con la tesis titulada “Gestión de operaciones bancarias y la calidad de servicio al cliente en el Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017”.

Declaro bajo juramento que:

1. La tesis es de mi autoría.
2. He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
3. La tesis no ha sido autoplagiada, es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, no copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta; fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Cesar Vallejo.

Los Olivos, 2017

.....
Evelyn Revoredo Cárdenas

D.N.I. N° 44410452

Presentación

En este trabajo de investigación titulado “Gestión de operaciones bancarias y la calidad de servicio al cliente en el Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017”, se presenta para obtener el título de Licenciada en Administración, en estricta observancia y cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académica Profesional Administración. El objetivo de la investigación es la relación que existe entre la gestión de operaciones bancarias y la calidad de servicio al cliente en el Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017. La investigación se encuentra conformada por los siguientes capítulos:

En el Capítulo I: Introducción, se describe la realidad problemática, los trabajos previos, las teorías relacionadas al tema, los problemas de la investigación, la justificación, las hipótesis y por último los objetivos.

En el Capítulo II: Método, se da a conocer el diseño de la investigación, las variables y su operacionalización, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad, métodos de análisis de datos y aspectos éticos.

En el Capítulo III: Resultados, se dan a conocer los resultados de la aplicación de los instrumentos y, respectivamente.

En el Capítulo IV: Discusión, se discuten los de los trabajos previos en contraste con las teorías relacionadas al tema con los resultados.

En el capítulo V: Conclusiones.

En el capítulo VI: Recomendaciones,

En el capítulo VII: Referencias bibliográficas, fuentes que sirvieron como base para el desarrollo de la presente investigación y los anexos utilizados, respectivamente.

Este trabajo de investigación se presenta en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo. Esperando cumplir con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Administración.

Con el cumplimiento de los aspectos en mención, se espera actuar de conformidad a las exigencias de la Universidad César Vallejo.

Evelyn Revoredo Cárdenas

Índice

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de Figuras	x
Índice de Tablas	xi
Índice de Anexos	xiii
RESUMEN	xiv
ABSTRACT	xv
I. INTRODUCCIÓN	16
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA	17
1.2. TRABAJOS PREVIOS	19
1.3. TEORIAS RELACIONADAS AL TEMA	25
1.3.1. Gestión de operaciones bancarias	25
1.3.2. Calidad de servicio	32
1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	39
1.4.1. Problema general	39
1.4.2. Problemas específicos	40
1.5. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	40
1.5.1. Justificación teórica	40
1.5.2. Justificación práctica	41
1.5.3. Justificación económica	41
1.5.4. Justificación social	41
1.5.5. Justificación metodológica	42
1.6. HIPÓTESIS	42
1.6.1. Hipótesis general	42
1.6.2. Hipótesis específicas	42
1.7. OBJETIVOS	43
1.7.1. General	43
1.7.2. Específicos	43

II. MARCO METODOLÓGICO	44
2.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	45
2.1.1. Hipotético deductivo	45
2.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	45
2.2.1. No experimental y de corte transversal	45
2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN	46
2.3.1. Tipo aplicada	46
2.3.2. Nivel descriptivo-correlacional	46
2.4. VARIABLES Y OPERACIONALIZACIÓN	46
2.4.1. Variables	46
2.4.2. Operacionalización de variables	48
2.5. POBLACIÓN Y MUESTRA	50
2.5.1. Población	50
2.5.2. Muestra	50
2.5.3. Muestreo	51
2.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD	51
2.6.1. Técnica de recolección de datos	51
2.6.2. Instrumento de recolección de datos	51
2.6.2.1. Baremos de medición para cada variable	52
2.6.3. Validez	53
2.6.4. Confiabilidad	53
2.7. MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS	55
2.8. ASPECTOS ÉTICOS	55
III. RESULTADOS	57
3.1. DATOS DESCRIPTIVOS	58
3.1.1. Datos sociodemográficos	58
3.1.2. De la variable gestión de operaciones bancarias	60
3.1.3. De la variable calidad de servicio	64
3.2. CONTRASTE DE HIPÓTESIS	70
3.2.1. Hipótesis General	70
3.2.2. Hipótesis Específica 1	71
3.2.3. Hipótesis Específica 2	73
3.2.4. Hipótesis Específica 3	74

3.2.5.Hipótesis Específica 4	76
3.2.6.Hipótesis Específica 5	77
IV. DISCUSIÓN	79
V. CONCLUSIONES	85
VI. RECOMENDACIONES	88
VII. REFERENCIAS	90
VIII.ANEXOS	94

Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Evaluación del cliente sobre la calidad de servicio	39
<i>Figura 2.</i> Género.	58
<i>Figura 3.</i> Edad.	59
<i>Figura 4.</i> Distribución de frecuencia según la variable gestión de operaciones bancarias.	60
<i>Figura 5.</i> Distribución de frecuencia según la dimensión profundidad.	61
<i>Figura 6.</i> Distribución de frecuencia según la dimensión cobertura.	62
<i>Figura 7.</i> Distribución de frecuencia según la dimensión intensidad de uso.	63
<i>Figura 8.</i> Distribución de frecuencia según la variable calidad de servicio al cliente.	64
<i>Figura 9.</i> Distribución de frecuencia según la dimensión elementos tangibles	65
<i>Figura 10.</i> Distribución de frecuencia según la dimensión fiabilidad	66
<i>Figura 11.</i> Distribución de frecuencia según la dimensión capacidad de respuesta	67
<i>Figura 12.</i> Distribución de frecuencia según la dimensión seguridad	68
<i>Figura 13.</i> Distribución de frecuencia según la dimensión empatía	69

Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Comparación de términos relacionados a la gestión de operaciones bancarias.</i>	26
Tabla 2. <i>Comparación de términos relacionados a la calidad del servicio del cliente</i>	33
Tabla 3. <i>Operacionalización de variables.</i>	48
Tabla 4. <i>Muestra poblacional de los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena.</i>	50
Tabla 5. <i>Puntuación según ítems y rangos del instrumento de gestión de operaciones bancarias.</i>	52
Tabla 6. <i>Puntuación según ítems y rangos del instrumento de calidad de servicio al cliente.</i>	52
Tabla 7. <i>Baremo para la variable gestión de operaciones bancarias</i>	52
Tabla 8. <i>Baremo para la variable calidad de servicio</i>	53
Tabla 9. <i>Validadores y resultado de expertos.</i>	53
Tabla 10. <i>Criterio de confiabilidad valores.</i>	54
Tabla 11. <i>Estadísticos de fiabilidad del instrumento para medir la variable gestión de operaciones bancarias.</i>	54
Tabla 12. <i>Estadísticos de fiabilidad del instrumento para medir la variable calidad de servicio al cliente.</i>	54
Tabla 13. <i>Género.</i>	58
Tabla 14. <i>Edad.</i>	59
Tabla 15. <i>Distribución de frecuencia según la variable gestión de operaciones bancarias.</i>	60
Tabla 16. <i>Distribución de frecuencia según la dimensión profundidad</i>	61
Tabla 17. <i>Distribución de frecuencia según la dimensión cobertura.</i>	62
Tabla 18. <i>Distribución de frecuencia según la dimensión intensidad de uso</i>	63
Tabla 19. <i>Distribución de frecuencia según la variable calidad de servicio</i>	64
Tabla 20. <i>Distribución de frecuencia según la dimensión elementos tangibles.</i>	65
Tabla 21. <i>Distribución de frecuencia según la dimensión fiabilidad.</i>	66
Tabla 22. <i>Distribución de frecuencia según la dimensión capacidad de respuesta.</i>	67

Tabla 23. <i>Distribución de frecuencia según la dimensión seguridad.</i>	68
Tabla 24. <i>Distribución de frecuencia según la dimensión empatía.</i>	69
Tabla 25. <i>Correlación entre las variables gestión de operaciones bancarias y calidad de servicio.</i>	71
Tabla 26. <i>Correlación entre la variable gestión de operaciones bancarias y la dimensión elementos tangibles de la calidad de servicio.</i>	72
Tabla 27. <i>Correlación entre la variable gestión de operaciones bancarias y la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio.</i>	73
Tabla 28. <i>Correlación entre la variable gestión de operaciones bancarias y la dimensión capacidad de respuesta de la calidad de servicio.</i>	75
Tabla 29. <i>Correlación entre la variable gestión de operaciones bancarias y la dimensión y la seguridad de la calidad de servicio.</i>	76
Tabla 30. <i>Correlación entre la variable gestión de operaciones bancarias y la dimensión empatía de la calidad de servicio.</i>	78

Índice de Anexos

Anexo 1. Matriz de consistencia.	95
Anexo 2. Instrumento de investigación.	96
Anexo 3. Validación de expertos.	100
Anexo 4. Base de datos.	¡Error! Marcador no definido.

RESUMEN

Gestión de operaciones bancarias y la calidad de servicio al cliente en el Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017, fue el título de la investigación que tuvo por objetivo identificar la relación que existe entre la gestión de operaciones bancarias y la calidad de servicio al cliente en el Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017. Contando con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico - OCDE (2010) como soporte teórico de gestión de operaciones bancarias que incluye profundidad, cobertura e intensidad de uso. Asimismo, Carrasco (2013) con calidad de servicio al cliente y sus componentes elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

La investigación fue de tipo aplicada y de diseño no experimental. La metodología utilizada incluyó al método hipotético deductivo. La población estuvo conformada por todos los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, que son un total de 16. Mediante muestreo no probabilístico, se consideró a los 16 colaboradores del Banco de Crédito del Perú Agencia Magdalena. Los datos fueron recolectados por encuesta, procesados y analizados por el software SPSS 23.

Efectuado el análisis, la investigación concluye que existe relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, alcanzando una relación de $r = 0,633$ ($p < 0,05$), señalando con ello una correlación positiva alta. El 68,75% se encuentra en un nivel regular de gestión de operaciones bancarias y el 56,3% en nivel bueno de calidad de servicio.

Palabras clave: Gestión de operaciones bancarias, Calidad de servicio.

ABSTRACT

Banking management and quality of customer service at Banco de Crédito del Perú, Magdalena Agency, Lima, 2017 is the title of the research that aimed to identify the relationship between banking and The quality of customer service in the Bank of Credit of Peru, Magdalena Agency, Lima, 2017. With the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) (2010) as a theoretical support for bank operations management that includes depth, coverage And intensity of use. Also, Carrasco (2013) with quality of customer service and its components tangible elements, reliability, responsiveness, security and empathy.

The research was of applied type and non-experimental design. The methodology used included the hypothetical deductive method. The population was made up of all the collaborators of the Bank of Credit of Peru, Magdalena Agency, that is a total of 16. By means of non-probabilistic sampling, the 16 collaborators of the Bank of Credit of Peru Agency Magdalena were considered. Data were collected by survey, processed and analyzed by SPSS software 23.

The analysis concluded that there is a significant relationship between the bank operations management and the quality of service in the collaborators of the Banco de Crédito del Perú, Magdalena Agency, reaching a ratio of $r = 0.633$ ($p < 0.05$), Indicating a high positive correlation. The 68.75% is in a regular level of management of banking operations and 56.3% in high level of quality of customer service.

Keywords: Banking management, Quality of service.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En la actualidad se dan las más importantes reformas reglamentarias desde un ámbito global. Ello genera que los bancos y firmas de valores tengan que hacer frente a diversos retos y cambios. Algunos autores como La Lumia, Bolaffio y Muratti, centran la operación bancaria en la “interposición de crédito” (Govea, 1972, pp. 52-53). Sin embargo, en el ámbito latinoamericano se ha difundido la definición del profesor Joaquín Rodríguez Rodríguez, quien afirma que “la operación bancaria es una operación de crédito realizada por una empresa bancaria en masa y con carácter profesional” (Govea, 1972, p. 20).

La clasificación más aceptada en América Latina divide a las operaciones bancarias en dos grandes grupos: las primeras, llamadas fundamentales o típicas, que corresponde en el fondo a la realización de un negocio de crédito y las otras, denominadas atípicas o neutras, o complementarias, agrupan todas las demás que prestan las entidades bancarias. En el Perú, desde 1999 a 2013 las colocaciones y depósitos de la banca múltiple han cuadruplicado, mientras que el sistema financiero (cajas, edpymes y financieras) se ha multiplicado por 4.25 y 4.7 veces en colocaciones y depósitos según Ernst & Young (EY) (Gestión, 2014).

Estudiar gestión de operaciones bancarias en el sector bancario es de importancia porque permite crear valor a través de la calidad de servicio al cliente que se presta a los usuarios. Asimismo, es de importancia estudiar cómo vienen realizando el personal la tarea productiva en la atención.

En la actualidad existe una cierta unanimidad en que el atributo que contribuye, fundamentalmente, a determinar la posición de la empresa en el largo plazo es la opinión de los clientes sobre el producto o servicio que reciben. Las primeras investigaciones sobre el tiempo de operaciones financieras datan de la primera década del siglo XX.

Respecto a la calidad de servicio al cliente, se ha tenido presente que los clientes se formen una opinión positiva, por lo que la empresa debe satisfacer

sobradamente todas sus necesidades y expectativas. Es lo que se ha dado en llamar calidad del servicio; por tanto, si satisfacer las expectativas del cliente es tan importante como se ha dicho, entonces es necesario disponer de información adecuada sobre los clientes que contenga aspectos relacionados con sus necesidades, con los atributos en los que se fijan para determinar el nivel de calidad conseguido. De esta forma, la calidad del servicio se convierte en un elemento estratégico que confiere una ventaja diferenciadora perdurable en el tiempo a aquellas que tratan de alcanzarla.

En el Perú, la Asociación de Bancos (Asbanc) señaló que se realizan al día más de tres millones de operaciones financieras en todo el país. En ese sentido, el Perú registra el menor número de reclamos por servicios financieros en comparación con los países miembros de la Alianza del Pacífico, bloque integrado por Chile, México y Colombia (Rivera y Mas, 2015, p. 31).

El Banco de Crédito del Perú inició sus actividades el 9 de abril de 1889, adoptando una política crediticia inspirada en los principios que habrían de guiar su comportamiento institucional en el futuro. Tiene por visión: “Ser el Banco líder en todos los segmentos y productos que ofrecemos” y por misión: “Promover el éxito de nuestros clientes con soluciones financieras adecuadas para sus necesidades, facilitar el desarrollo de nuestros colaboradores, generar valor para nuestros accionistas y apoyar el desarrollo sostenido del país” (Banco de Crédito del Perú, 2016).

El problema que se da en el Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, se presenta en el área operativa como centro de atención al cliente. En esta área se brindan los siguientes servicios: (a) Informar a los clientes sobre los servicios y beneficios que ofrece el banco, (b) absolver consultas y atender requerimientos de los clientes en materia de créditos de consumo, (c) gestionar los reclamos de los clientes en cuanto a operaciones bancarias, (d) vender y realizar la activación de cuentas, entre otros.

El cliente constituye el elemento vital para la banca privada por lo que se debe considerar lo importante que es brindar un óptimo servicio de calidad a fin de lograr la satisfacción de los clientes. La problemática de la gestión de las operaciones bancarias y la calidad de servicio al cliente en el Banco de Crédito del Perú resalta por la creciente demanda de los servicios financieros. Por ello, la presente investigación tiene por objetivo determinar de qué manera el tiempo de operaciones financieras incide en la calidad de servicio al cliente en el Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017, considerando que tal incidencia es relevante para el crecimiento sostenido de la empresa.

Por ello, se ha considerado como problema es el siguiente: ¿Qué relación existe entre la gestión de operaciones bancarias y la calidad de servicio al cliente en el Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017?

1.2. Trabajos previos

A nivel internacional, las investigaciones que incluyen a las variables con los fines de estudio son las siguientes:

Torres, L. (2014) en su estudio titulado *Las operaciones financieras bancarias y los tributos que las gravan*, para optar la maestría en Administración y Dirección de empresas en la Universidad Politécnica de Cartagena. Propuso por objetivo determinar las operaciones financieras bancarias a fin de establecer derechos y obligaciones para las partes involucradas. Es una investigación de diseño no experimental y de nivel descriptivo correlacional. Concluye que los Bancos tienen por objetivo fundamental captar los fondos o recursos financieros tanto a nivel exterior como local, un mínimo tipo de interés y en plazos lo más extensos posibles, lo que garantiza que el capital captado permanezca el mayor tiempo posible en la entidad financiera. Se describe el sistema financiero español y su estado actual, señalando que está conformado por simples intermediarios financieros de los fondos captados, para lo cual realiza campañas promocionales de productos y servicios. Debido a la crisis se encuentran en reestructuración. El aumento de los activos de las entidades de crédito, por la adquisición de bienes

inmuebles de los Bancos por impago sobre los préstamos hipotecarios concedidos, influye en la disminución de recursos bancarios, generando efectos directos sobre empresas y personas.

Esta investigación apoya al estudio actual en el conocimiento de las operaciones bancarias y su funcionamiento, permitiendo contextualizar la situación financiera de la entidad.

Martínez, F. (2012) en su estudio titulado *Servicio al cliente en las agencias bancarias de La Mesilla, Huehuetenango*, para optar la Licenciatura en Administración de Empresas, Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango, Guatemala. Presentó como objetivo establecer el nivel en que se realiza el servicio al cliente en las agencias bancarias de La Mesilla, Huehuetenango. El tipo de investigación realizada fue básica, de diseño no experimental. La población estuvo conformada por catorce 199 personas, entre colaboradores y clientela de cuatro agencias bancarias: Banrural, Banco Industrial, G & T Continental, Banco inmobiliario. La muestra fue probabilística.

Los instrumentos fueron tres cuestionarios, una para gerentes, otra para colaboradores y una diseñada para los clientes. Concluye que según la percepción de la clientela, se determinó que el servicio al cliente tiene características de regular y un buen servicio. No existe un buen nivel comunicación entre usuario, empleados y gerente. El tiempo de espera de los usuarios llegó a establecerse en rangos entre 5 y 10 minutos y de 10 a 15 minutos, tiempo que ha sido considerado por los clientes como suficiente para la atención de sus transacciones. Asimismo, señala que dentro de los aspectos positivos a destacar en las agencias bancarias son la cordialidad en el trato, el contar con aire acondicionado, estar dispuestos a escuchar y el orden para el uso del servicio.

Esta investigación brinda alcances teóricos del servicio del cliente en las agencias bancarias como ayuda para alcanzar la competitividad en el mercado,

mejorando la labor de los colaboradores y con enfoque en las necesidades del personal.

Chauca, A. y Marchán, P. (2010) en su estudio titulado *Implementación estratégica de calidad en servicio y atención al cliente*, para optar la Licenciatura en Administración de Empresas, Universidad de Cuenca, Ecuador. Propuso como objetivo analizar la importancia del servicio y atención al cliente para la mejora continua del Hospital "Monte Sinaí". El tipo de investigación realizada fue básica, de diseño no experimental. La población estuvo conformada por clientes que acuden al hospital. La muestra fue no probabilística.

Sobre el instrumento aplicado, éste consistió en entrevistas con preguntas abiertas. Concluye que el 71,43% opina que la infraestructura es muy buena, 85,87% observa una actitud normal con los clientes, un 85,71% destaca que la atención es muy buena en los turnos de noche. De esta manera, en base a políticas, normas y reglas, el hospital ha mantenido su posicionamiento a nivel de mejores servicios hospitalarios, con excelente infraestructura y mejor talento humano para las áreas.

La investigación brindó a al presente estudio alcances teóricos, pues describe los elementos que intervienen en la organización, identificando los factores que influyen en el cliente en pro de mejorar la calidad de servicio y la satisfacción.

Morocho, R. M.; Rey, X. (2010) en su estudio titulado *Análisis de la calidad en el servicio al cliente que presta la Banca privada en la ciudad de Loja. Propuesta de mejoramiento*, para optar el grado de Ingenieras en Administración en Banca y Finanzas, Universidad Nacional de Loja, Loja, Ecuador. Tuvo por objetivo realizar un diagnóstico de la calidad de servicio al cliente respecto a los productos y servicios bancarios, para luego aplicar indicadores específicos que posibiliten evaluar los productos y servicios, y finalmente proponer una alternativa de mejoramiento de la calidad en el servicio al cliente que presta la banca privada de la ciudad de Loja. Tipo de investigación básica, diseño no experimental. La

población estuvo conformada por un total de 383 clientes de los bancos privados de la ciudad de Loja, distribuidas en 10 Bancos.

El instrumento fue un cuestionario de 8 preguntas para aplicarla a los clientes de cada uno de los bancos privados de la ciudad de Loja tales como: Banco del Austro, Banco Bolivariano, Banco Centro Mundo, Banco de Guayaquil, Banco de Loja, Banco de Machala, Banco del Pichincha, Banco Produbanco, Banco Rumiñahui, Banco Unibanco. Concluye que la calidad en el servicio que presta la banca privada de la ciudad de Loja es calificada por parte de su cliente en general como bueno ya que los clientes se sienten seguros y confiados al momento de realizar sus operaciones financieras y además el ser parte fundamental al aportar diariamente con el crecimiento de la misma. Sin embargo existen ciertos aspectos y factores de importancia que deben ser mejorados, para lo cual se tiene que buscar las mejores alternativas a fin de brindar un servicio efectivo, eficiente y de calidad a los clientes.

La investigación contribuyó al estudio de los indicadores de gestión que se utilizan en el presente estudio y que son responsabilidad básica de la gerencia o administración de las entidades financieras.

A nivel nacional, las investigaciones halladas que abordaron ambas variables de investigación son:

Suárez, R. (2015) en su estudio titulado *El nivel de calidad de servicio de un Centro de Idiomas aplicando el modelo Servqual Caso: Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao período 2011-2012*, para acceder al grado académico de Magíster en Administración en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Propuso por objetivo determinar el nivel de calidad del Centro de Idiomas. El tipo de investigación fue básica, de diseño no experimental, así como descriptivo correlacional. La población la conformaron los estudiantes de idiomas, del curso de inglés, portugués e italiano en el período de agosto 2011 hasta julio 2012, que fueron un total de 14, 509 estudiantes. La muestra fue de 374 estudiantes.

El instrumento aplicado fue un cuestionario con las dimensiones del modelo Servqual: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, elementos tangibles. Llegó a las siguientes conclusiones: El centro de idiomas muestra un nivel de calidad del servicio obtenido en un promedio ponderado de 3.39 según expectativas y percepciones. Entre fiabilidad y satisfacción del cliente presentó asociación de 0,937, con la capacidad de respuesta 0,966, con la seguridad 0,944, con la empatía 0,976, con los elementos tangibles 0,942.

El estudio en mención sirvió para contrastar sus resultados con los obtenidos en la presente investigación. Asimismo, la teoría en cuanto al modelo teórico aplicado Servqual es de utilidad para comprender la variable calidad de servicio al cliente.

Vela, R.; Zavaleta, L. (2014) en su estudio titulado *Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas Claro Tottus-Mall, de la ciudad de Trujillo 2014*, para optar la Licenciatura en Administración, Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, Perú. Tuvo como objetivo establecer la influencia que existe entre la calidad del servicio y el nivel de ventas en tiendas de cadenas Claro Tottus - Mall de la ciudad de Trujillo. Tipo de investigación básica, diseño no experimental. La población estuvo conformada por 600 clientes que acuden a comprar equipo (celulares, básicos, Smartphone), solicitar servicios fijos (cable, internet, teléfono) y otros servicios en tiendas de cadenas Claro Tottus - Mall de la ciudad de Trujillo. La muestra estuvo conformada por 340 clientes que acuden a tiendas de cadenas Claro Tottus - Mall de la ciudad de Trujillo, seleccionados de la población objeto de estudio.

El instrumento fue el reporte de ventas 2013 y 2014 de tiendas de cadenas claro Tottus – Mall de la ciudad de Trujillo. Entre sus conclusiones se encuentran las siguientes: La calidad del servicio brindada en la cadena de Tiendas Claro Tottus influye de manera directa en el nivel de ventas lo cual implica que si existe una buena calidad de servicio esto repercute en el incremento del nivel de ventas.

La investigación brindó a la presente investigación alcances desde la evaluación realizada a los factores que influyen en la calidad de servicio y que repercuten en las ventas; a efectos de generar acciones que constituyan valor para los clientes, generando confianza y prestigio en la marca.

Pintado, M. E. y Rodriguez, A. M. (2014) en su estudio titulado *Propuesta de mejora en el servicio de atención al cliente en la empresa de servicios Chan Chan S. A. en la ciudad de Trujillo*, para optar la Licenciatura en Administración, Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, Perú. Señaló por objetivo proponer la mejora del servicio de atención al cliente de la empresa en la ciudad de Trujillo identificando los problemas de la atención. Tipo de investigación aplicada, diseño no experimental. La población estuvo conformada por los clientes y colaboradores de la empresa. La muestra considerada es el área de atención al cliente de la empresa.

Se utilizaron como instrumentos encuestas a clientes y trabajadores, y una entrevista al gerente para identificar los problemas en la atención al cliente. Entre sus conclusiones, se tienen los siguientes: Las necesidades de mejora se hallaron en el recojo, envío, distribución y almacenaje de mercadería. Un porcentaje alto de clientes señaló que no se hacía uso de tecnología para respaldar la calidad de servicio al cliente. Asimismo, se presentaron dificultades en la atención telefónica, generando incomodidad en los clientes.

La investigación sirvió al presente estudio con su propuesta de mejora en el proceso de atención al cliente evaluando sus procesos para reducir el tiempo de espera y brindar una atención con calidad, para evitar quejas y generar confianza en los clientes.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Gestión de operaciones bancarias

Gestión de operaciones bancarias son “los instrumentos financieros que canalizan la inversión hacia actividades de mayor rendimiento, con positivas repercusiones para el crecimiento” (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, 2010, p. 159).

Asimismo, Gestión de operaciones bancarias consiste en las acciones que “Son las realizadas por las entidades financieras para obtener beneficio y ser rentables.” (Navarro, E.; Muñoz, 2015, p. 23).

Gestión de operaciones bancarias son el “compromiso entre dos partes con relaciones comerciales habituales por el que ambas acuerdan ir anotando el importe de las operaciones que realicen entre sí para liquidarlas todas juntas en la fecha en que señalen. (Cruz, 2015, p. 39).

Son “los instrumentos financieros que canalizan la inversión hacia actividades de mayor rendimiento, con positivas repercusiones para el crecimiento” (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, 2010, p. 159).

La gestión de operaciones bancarias son las que característicamente se celebran entre el banco y sus clientes, o bien, entre dos o más bancos entre sí. Consiste principalmente en aquellos instrumentos que vinculan al banco con el cliente para la obtención de beneficios mutuos. El Banco de Crédito del Perú ofrece así productos y servicios con la finalidad de obtener rentabilidad para la propia organización como para los clientes.

Tabla 1. *Comparación de términos relacionados a la gestión de operaciones bancarias.*

Atributos	Gestión de operaciones bancarias	Planificación estratégica	Administración operativa
Concepto	Gestión de operaciones en Banca Los procesos y transacciones de operaciones bancarias se ejecutan correctamente, lo que minimiza el riesgo y maximiza la calidad del servicio. Una función central de Operaciones es controlar y administrar el procesamiento de operaciones realizadas por las distintas divisiones del banco. Operaciones es una división en ingresos. Las operaciones se ven como el motor del banco. Su trabajo también tiene que tener lugar las 24 horas del día los 7 días de la semana, en diferentes mercados y diferentes husos horarios. (Ashraf, 2016, p. 1)	La Planificación Estratégica es un proceso que conduce al capital humano a establecer metas organizacionales, definir estrategias y políticas para el logro de esas metas, desarrollar planes para asegurar la implantación de las estrategias y así obtener los fines buscados. (Leal, Bolívar y Castillo, 2011, p. 180)	Administración de Operaciones continúan mostrando básicamente el enfoque reduccionista clásico, es decir, un capítulo de pronósticos, otro de capacidad, otro de distribución de planta, otro de métodos y tiempos, uno de programación, otro de balance de líneas, uno de control de inventarios, otro de planificación de requerimientos de materiales, uno de control de proyectos, uno de compras, otro de la filosofía “justo a tiempo” y uno de control de calidad, por ejemplo, sin llegar a plantearse alguna metodología que permita integrar estas áreas o que facilite la interacción de operaciones con las otras áreas funcionales (Zúñiga, 2005, p. 3)

Fuente: Elaboración propia.

Los componentes que permitieron realizar la medición de gestión de operaciones bancarias, según diversos autores, son:

Profundidad

Para la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico - OCDE (2010, p. 162), profundidad es la “proporción de crédito o depósitos en relación con el PIB”.

Para Vera, Hernández y Osorio (2013, p. 26), “por profundidad se entiende la dimensión asociada a la importancia relativa que tiene el sistema financiero sobre la economía como un todo”.

Morales y Yañez (2006, p. 10) señala que profundidad es la “Dimensión asociada a la importancia relativa agregada del sistema financiero sobre la

economía. Los indicadores más comunes de profundidad son total de depósitos y captaciones sobre PIB y total de activos bancarios sobre PIB”.

De esta manera, se tiene que la profundidad como dimensión de la gestión de las operaciones bancarias consiste en la forma en la que ingresa el Banco al sistema económico financiero, conformada por los depósitos y captaciones de moneda, como elementos capaces de generar rentabilidad.

Cobertura

Vera, Hernández y Osorio (2013, p. 26) señalan que “La cobertura está referida a la distribución de los servicios financieros entre los distintos grupos de usuarios o por zonas geográficas”.

Morales y Yañez (2006, p. 10) indican que cobertura es la:

Dimensión asociada a la distribución de los servicios financieros entre los distintos grupos de usuarios. En este ámbito, los indicadores más comunes son medidas tales como: número de medios de pago sobre la población, número de ATMs y/o sucursales por cada 100 mil habitantes, entre otros.

Para la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2010, p. 162), se define cobertura a la capacidad de cubrir la atención, “tales como el número de cajeros automáticos o de sucursales bancarias por habitante” (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, 2010, p. 162).

Entonces, la cobertura permite observar el cómo están distribuidos los servicios bancarios entre los clientes de una zona geográfica determinada en una relación de intercambio y a la vez como parte de un sistema económico financiero.

Intensidad de uso

Según Vera, Hernández y Osorio (2013, p. 26), “la intensidad de uso

corresponde a una dimensión vinculada a la frecuencia y cantidad de transacciones bancarias realizadas por una población de referencia”.

Morales y Yañez (2006, p. 10) señalan que intensidad de uso es:

Dimensión vinculada a la cantidad de transacciones bancarias realizadas por una población de referencia. Algunos ejemplos de tales indicadores son: el número de créditos (o captaciones) por cada 100 mil habitantes, el número de transacciones realizadas con medios de pago bancarios distintos de cheques y efectivos por habitante, el número de créditos sobre la fuerza de trabajo, entre otros.

“La intensidad de uso del sistema financiero, tales como el número de préstamos o de transacciones no realizadas en efectivo” (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, 2010, p. 162).

En cuanto a la intensidad de uso se refiere a la frecuencia en la que son realizadas las transacciones por parte de los clientes con el Banco sirviéndose de él en sus diferentes productos y servicios.

Los indicadores por dimensiones de la variable gestión de operaciones bancarias según OCDE (2010) se definen a continuación. Por la dimensión profundidad se tienen los siguientes indicadores: Importancia del sistema financiero, total de depósitos, total de captaciones y total de activos bancarios.

Importancia del sistema financiero: Refiere a la eficiencia de la gestión de operaciones bancarias y la importancia que conceden los colaboradores a la información que ofrecen. Asimismo, señala a la gerencia y su acción de auditar los procedimientos para identificar el nivel de fidelización o decisión de los clientes.

Total de depósitos: Hace referencia al total de depósitos de los clientes y sus incidencias en los créditos, la confianza de los clientes en la agencia y en las gestiones financieras que desarrolla en la organización.

Total de captaciones: Consiste en el servicio de calidad que impulsan los colaboradores ante la captación de un cliente nuevo procurando la buena gestión de operaciones.

Total de activos bancarios: Refiere a los activos bancarios ofrecidos por la agencia como tarjetas de créditos, crédito hipotecario, crédito vehicular, crédito personal, seguros que gozan de captación de los clientes, así como la aceptación y el target al cual se dirigen con productos específicos.

Por la dimensión cobertura, los indicadores son: Medios de pago y sucursales.

Medios de pago: Alude a los canales por los cuales se realiza el pago de algún servicio. Por ello, se destaca la diversidad de medios de pago que facilita el cumplimiento de sus obligaciones, su facilidad de uso y la preferencia de los clientes para realizar operaciones bancarias.

Sucursales: Refiere a cómo los clientes recurren a las sucursales para considerar una decisión financiera, en busca de asesoría y la atención al cliente en momentos de mayor demanda del servicio, y cómo se involucran en los procedimientos de atención, ante una “situación compleja o de insatisfacción” para prevenir que se afecte la cobertura de servicio.

Por la dimensión intensidad de uso, los indicadores son: Cantidad de transacciones bancarias, créditos ofertados y medios de pago efectivos.

Cantidad de transacciones bancarias: Se trata del servicio de la agencia con los clientes potenciales y corporativos en referencia al tiempo en sus transacciones.

Créditos ofertados: El banco ofrece promociones y productos de mayor competitividad que en el mercado financiero, incrementando las transacciones de los clientes. Los clientes toman sus decisiones financieras consultando a la asesora de ventas. El banco oferta productos que atiendan a los diversos sectores económicos de la población. Para obtener un crédito financiero estoy de acuerdo con el interés y comisión que brinda el banco.

Medios de pago efectivos: Consiste en la efectividad de los medios de pagos efectivos ante los créditos ejecutados ofrecidos por el banco.

Corrientes teóricas

Dentro de las corrientes teóricas para la gestión de operaciones bancarias existen modelos clásicos que estudian las operaciones de la gestión bancaria mediante el control, cuyo objetivo es describir cuáles son los indicadores de gestión y de detección de problemas.

Modelos de control de base estadístico-matemática

Según Cibrán, Huarte y Beltrán (2008), este modelo fue formulado a través de ratios financieros. Los trabajos de investigación en este modelo se desarrollaron en la década de los años 70 y fueron ampliados en los 80.

Modelo CAMEL

Desarrollado inicialmente en Estados Unidos y luego en Inglaterra y España. Es un modelo para la gestión de operaciones bancarias basadas en el control y la supervisión en el sector. A través de él, se califica con una valoración comprendida entre 1 y 5 puntos la situación general del banco, articulando con ese fin el procedimiento que consiste en la aplicación de cinco variables que son: solvencia, liquidez, calidad de los activos, calidad de gestión y rentabilidad), las que son ponderadas por un coeficiente determinado en relación a su nivel de importancia en la entidad estudiada (Cibrán, Huarte y Beltrán, 2008).

Condiciones necesarias para la bancarización

Según Morales y Yañez (2006, p. 6) se tienen las siguientes condiciones para la bancarización:

Estabilidad macroeconómica

La evidencia empírica muestra que la inestabilidad macroeconómica es la principal causa de las crisis financieras. En este sentido, el primer desafío para la bancarización es la estabilidad macroeconómica, esto es, la mantención de disciplina fiscal, equilibrio externo e inflación decreciente. Esta función le corresponde a las autoridades económicas y al Instituto Emisor.

Marco institucional

La necesidad de un marco institucional adecuado se refiere a la importancia de contar con un sistema legal que establezca con claridad: los derechos de propiedad, las responsabilidades de los gobiernos corporativos, las bases para una disciplina de mercado efectiva, procedimientos para la solución eficiente de problemas en los bancos y mecanismos para garantizar un nivel adecuado de protección sistémica (o una red de seguridad pública).

Supervisión efectiva

La supervisión financiera moderna se basa en el establecimiento de regulaciones de tipo prudencial, en la implantación de esquemas de fiscalización basados en la solvencia y en la gestión de riesgos y en la transparencia como mecanismo que propicia la disciplina de mercado.

Clasificación de las operaciones bancarias

Según Navarro y Muñoz (2015, p. 23), las operaciones bancarias se dividen en dos:

Operaciones bancarias de activos

El activo de una empresa son sus bienes y derechos económicos o de cobro, es decir, los medios con los que la empresa genera riqueza. En este caso las operaciones financieras de activo son las realizadas por las entidades

financieras para obtener beneficio y ser rentables. Los productos financieros de activo son aquellos que conceden a las entidades financieras un derecho de cobro sobre sus clientes. Aquí se encuentra los préstamos y créditos, las operaciones de descuento, las de arrendamiento financiero y la concesión de avales y garantías como principales operaciones de activo. También realiza operaciones como el *factoring* completo y el *confirming*.

Operaciones bancarias de pasivos

En tanto las operaciones bancarias supongan una obligación de pago y, por tanto, un pasivo.

1.3.2. Calidad de servicio

Sobre la calidad del servicio se tienen los siguientes conceptos:

“La calidad del servicio es el principal factor de referencia para que las empresas proporcionen satisfacción a sus clientes y eleven, por tanto, sus niveles de competitividad” (Carrasco, 2013, p. 69)

Complementando la calidad de servicio con orientación al cliente: “La atención al cliente es el conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que recibe” (Pérez, 2010, p. 6).

La calidad de servicio es “el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes (necesidades que no han sido atendidas por ninguna empresa pero que son demandadas por el público) de los clientes” (Editorial Vértice, 2010, p. 1).

Mariño, Rubio y Rodríguez (2010) señalan que “la calidad de servicio es el resultado de la comparación entre las expectativas y las percepciones del servicio por parte de los clientes” (p. 5).

Asimismo, a este concepto se asocian términos como fidelización del cliente y excelencia del servicio. A fin de diferenciarlos, en la tabla 2 se consideran sus definiciones.

Tabla 2. *Comparación de términos relacionados a la calidad del servicio del cliente.*

	Calidad de servicio	Fidelización del cliente	Excelencia del servicio
Concepto	Es “el ajuste del servicio entregado a los consumidores con sus expectativas.” (Duque, 2005, p. 68)	La fidelización de clientes pretende que los compradores o usuarios de los servicios de la empresa mantengan relaciones comerciales estables y continuas, o de largo plazo con ésta. (Mesón, 2011, p. 30)	La excelencia en servicio, solo es posible cuando la satisfacción de las expectativas del cliente ha sido superada. (Tigani, 2006, p. 13)
Medición	El proceso de medición de la calidad del servicio implica que dadas sus características se establezcan diferentes dimensiones de evaluación que permitan un juicio global de ella. Estas dimensiones son elementos de comparación que utilizan los sujetos para evaluar los distintos objetos	Se mide mediante técnicas para evaluar los programas de fidelización. Mide preferencias en cuanto producto o servicios, pérdida y ganancia de clientes.	Se mide determinando la oferta de valor adecuada.

Fuente: Elaboración propia.

Las dimensiones de la calidad de servicio al cliente son las siguientes:

Elementos tangibles

“Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y medios de comunicación (folletos, carteles, etc.)” (Carrasco, 2013, p. 71).

“Representan las características físicas y apariencia del proveedor, es decir, de las instalaciones, equipos, personal y otros elementos con los que el cliente está en contacto al contratar el servicio”. (Gabriel, 2003, p. 12)

“Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación” (Duque, 2005, p. 72)

Puede entenderse que para la calidad del servicio al cliente, la infraestructura como todos los elementos que se pueden ver y que se requieren

para la prestación del servicio son esenciales para la satisfacción del cliente.

Fiabilidad

“Habilidad para realizar el servicio de modo preciso y fiable” (Carrasco, 2013, p. 71).

“Considerando que la fiabilidad se refiere a la habilidad de los empleados para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa, indica el nivel de importancia de la fiabilidad como dimensión de la calidad de servicio de su organización”. (Mariño, Rubio y Rodríguez, 2010, p. 14)

“Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa” (Duque, 2005, p. 72)

La fiabilidad constituye así la forma en la cual se dará al cliente el servicio que se indicó cuidando de cumplir a entera satisfacción del cliente los pormenores de lo ofrecido.

Capacidad de respuesta

“Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido” (Carrasco, 2013, p. 71).

Mariño, Rubio y Rodríguez (2010, p. 14) definen capacidad de respuesta como:

Considerando que la capacidad de respuesta se refiere a la disposición y a la voluntad, por parte de los empleados, para ayudar a los clientes y para proporcionar un servicio rápido, indica el nivel de importancia de la capacidad de respuesta como dimensión de la calidad de servicio de su organización.

“Disposición para ayudar a los clientes y para prestarles un servicio rápido” (Duque, 2005, p. 72)

La capacidad de respuesta se refiere de este modo a cómo la organización está dispuesta a servir en todo momento al cliente otorgándole atención para responder a su necesidad manifiesta o no.

Seguridad

La seguridad es entendida como “Conocimientos y atención mostrados por los empleados y habilidad para generar credibilidad y confianza” (Carrasco, 2013, p. 71).

Mariño, Rubio y Rodríguez (2010, p. 14) definen seguridad como:

Considerando que la seguridad se refiere a los conocimientos y a la atención mostrada por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza, indica el nivel de importancia de la seguridad como dimensión de la calidad de servicio de su organización.

La seguridad consiste en el “conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza” (Duque, 2005, p. 72)

Respecto a la seguridad, se concibe como el cuidado de todos los aspectos no solo relativos a la comodidad del cliente para que dar credibilidad a la organización sino en la certeza de la información que se le otorga, motivo por el cual el cliente llega a confiar en lo que se le ofrece.

Empatía

“Capacidad de comprender los deseos de los clientes, mediante un proceso de atención individualizada” (Carrasco, 2013, p. 71).

“Considerando que la empatía se refiere a la atención individualizada que ofrecen los empleados a sus clientes, indica el nivel de importancia de la empatía como dimensión de la calidad de servicio de su organización”. (Mariño, Rubio y Rodríguez, 2010, p. 14)

“Muestra de interés y nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes” (Duque, 2005, p. 72)

La empatía, entonces, consiste en prestar atención únicamente al cliente cuando se le atiende, adelantándose a sus deseos o preguntas, asumiendo una posición en la cual adoptamos su lugar y conforme a lo que gusta o prefiere uno se procede a la atención.

Los indicadores por dimensiones de la variable calidad de servicio, según Carrasco (2013) se definen seguidamente. Por la dimensión elementos tangibles se tienen los siguientes indicadores: Equipamiento de aspecto moderno, instalaciones visualmente atractivas, apariencia del personal, y elementos tangibles atractivos.

Equipamiento de aspecto moderno: Involucra la infraestructura de la agencia, la capacitación recibida por los colaboradores y el buen manejo del equipo y los materiales para el desempeño de sus labores.

Instalaciones visualmente atractivas: Refiere a los elementos exhibidos en la organización como folletería y otras en atención a las preferencias del cliente. Asimismo al ambiente limpio, luminoso y espacioso.

Apariencia del personal: Hace referencia a la vestimenta del personal y su preparación para la atención de los clientes.

Elementos tangibles atractivos: Alude a las instalaciones atractivas para la captación y servicios prestados al cliente.

Por la dimensión fiabilidad, los indicadores son: La realización del servicio correctamente y a la primera, la disposición de los empleados para ayudar a los clientes y la confianza transmitida a los clientes, por parte de los empleados.

La realización del servicio correctamente y a la primera: Se trata del servicio efectuado de forma correcta y en la primera ocasión que supone la atención del servicio.

La disposición de los empleados para ayudar a los clientes: Es la disposición que ofrecen los colaboradores para brindar información y apoyo que requiera el cliente.

La confianza transmitida a los clientes por parte de los empleados: Consiste en la confianza que se brinda a los clientes durante la ocasión de alcanzar información frente a cualquier consulta o duda.

Por la dimensión capacidad de respuesta, los indicadores son: La realización del servicio en el tiempo prometido, el ofrecimiento de un servicio rápido y la disposición de los empleados para responder a las preguntas de los clientes.

La realización del servicio en el tiempo prometido: Consiste en la conformidad expresa de un cliente con la atención recibida y el servicio eficiente de los colaboradores.

El ofrecimiento de un servicio rápido: Considera a los colaboradores en el ofrecimiento de una atención rápida a los clientes.

La disposición de los empleados para responder a las preguntas de los clientes: Es la capacidad de respuesta concreta y eficiente por parte de los colaboradores.

Por la dimensión seguridad, los indicadores son: La seguridad que proporcionan los empleados a los clientes en la realización de sus transacciones, la amabilidad de los empleados con los clientes y el conocimiento de los empleados para responder a las preguntas de los clientes.

La seguridad que proporcionan los empleados a los clientes en la realización de sus transacciones: Alude a la capacidad de los colaboradores para transmitir seguridad a los clientes al momento de la atención.

La amabilidad de los empleados con los clientes: Se trata de la vigilancia y cuidado en la amabilidad que se presta a los clientes durante la atención del servicio.

El conocimiento de los empleados para responder a las preguntas de los clientes: Consiste en la respuesta a las preguntas de los clientes de forma rápida, eficiente y segura por parte de los colaboradores.

Por la dimensión empatía, los indicadores son: La atención personalizada que los empleados ofrecen a los clientes, la preocupación de los empleados por los intereses de los clientes y la comprensión de las necesidades específicas de los clientes, por parte de los empleados.

La atención personalizada que los empleados ofrecen a los clientes: Se trata de la prestación del servicio conforme a los requerimientos percibidos del cliente por parte del colaborador.

La preocupación de los empleados por los intereses de los clientes: Refiere a la prestancia de los colaboradores para obtener información a fin de disolver las dudas y lograr que el cliente esté conforme con la respuesta brindada.

La comprensión de las necesidades específicas de los clientes, por parte de los empleados: Es la capacidad de observar y ayudar a los clientes a obtener productos de acuerdo a sus requerimientos solicitados.

Modelo teórico Servqual

Se trata de un modelo teórico publicado por vez primera en 1988, habiendo sufrido numerosas modificaciones en el tiempo. El modelo fue definido por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), quienes con sus aportes crearon el

modelo SERVQUAL (Service Quality). Estos autores proceden de la Escuela Norteamericana de Calidad de Servicio.

Este modelo es considerado además una técnica de investigación comercial para medir la calidad del servicio que se ofrece al cliente. De esta manera ofrece información relacionada a las opiniones, comentarios y sugerencias de los clientes. Dentro de este modelo, se encuentran las dimensiones: Elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

En la Figura 1 se muestra el modelo y la evaluación del cliente según la calidad de servicio.

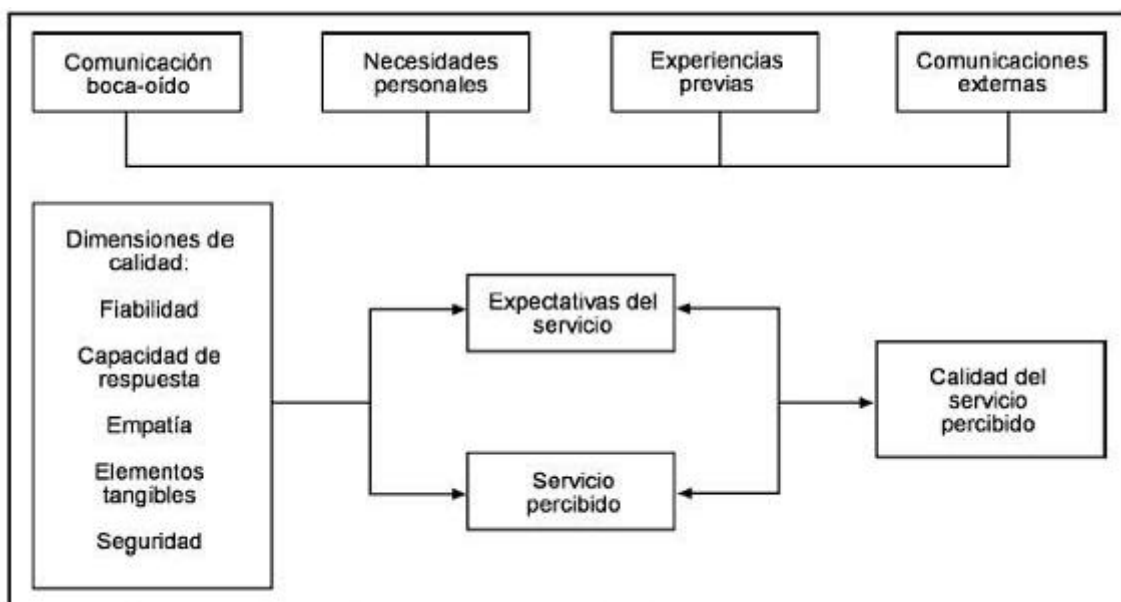


Figura 1. Evaluación del cliente sobre la calidad de servicio.

Fuente: Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993, p. 26)

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Problema general

¿Qué relación existe entre la gestión de operaciones bancarias y la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017?

1.4.2. Problemas específicos

- ¿Qué relación existe entre la gestión de operaciones bancarias y los elementos tangibles de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017?
- ¿Qué relación existe entre la gestión de operaciones bancarias y la fiabilidad de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017?
- ¿Qué relación existe entre la gestión de operaciones bancarias y la capacidad de respuesta de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017?
- ¿Qué relación existe entre la gestión de operaciones bancarias y la seguridad de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017?
- ¿Qué relación existe entre la gestión de operaciones bancarias y la empatía de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017?

1.5. Justificación del estudio

Entre las razones que se consideraron para la realización de la presente investigación se encuentran las siguientes que fueron agrupadas en teóricas, prácticas, económicas, sociales y metodológicas:

1.5.1. Justificación teórica

Valderrama (2014, p. 140) dice que la justificación teórica “se refiere a la inquietud que surge en el investigador por profundizar en uno o varios enfoques teóricos que tratan el problema que se explica”. De esta manera, la investigación se enmarcó dentro del ámbito de la gestión de banca y la atención al cliente. Se consideró por ello las teorías Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico - OCDE (2010) como soporte teórico de gestión de operaciones bancarias que incluye profundidad, cobertura e intensidad de uso. Asimismo, la teoría de Carrasco (2013) con calidad de servicio al cliente y sus componentes elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, porque existe necesidad de identificar la relación que existe entre la gestión de

banca y la atención a los clientes de forma oportuna. A partir de esta información, es posible examinar la asociación existente entre la gestión de operaciones bancarias con la calidad de servicio al cliente. De este modo, los alcances teóricos podrán ser considerados en futuras propuestas por la organización a fin de otorgar valor a los procesos que realiza.

1.5.2. Justificación práctica

Valderrama (2014, p. 140) señala que la justificación práctica “se manifiesta en el interés del investigador por acrecentar sus conocimientos, obtener el título académico o, si es el caso, por contribuir a la solución de problemas concretos”, destacando así la importancia de conocer en la práctica la gestión de operaciones bancarias y la calidad de servicio ofrecida relación al producto bancario desde sus características en el campo de la acción. La investigación beneficia al Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, durante el año 2016, por lo que los resultados de la investigación fueron puestos a su disposición, así también beneficia a organizaciones de similar realidad en el contexto peruano, para que sus alcances puedan ponerse en práctica.

1.5.3. Justificación económica

Krajewski y Ritzman (2000, p. 144) consideran como justificación económica “referentes a fuentes de ventajas competitivas, adecuación a prioridades competitivas, presencia de capacidades fundamentales y estrategias de actuar”. A partir de los resultados, la presente investigación brinda alcances para incrementar la competitividad en la que se encuentran inmersas las empresas desde la gestión de operaciones bancarias y su relación con la calidad de servicio, lo que significó ver oportunidades de mayor rentabilidad para la el Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena.

1.5.4. Justificación social

La justificación social, según Carrasco (2016, p. 120), se da “en cuanto constituye base esencial y punto de partida para realizar proyectos de mejoramiento social”. De esta forma, la investigación realizada beneficia al Banco de Crédito del Perú, a las organizaciones bancarias y a las personas que laboran en Bancos y

Financieras, para aplicar las herramientas que permitan identificar cómo se encuentra la gestión de operaciones bancarias actuales y la calidad del servicio que se brinda, de tal modo que puedan verse oportunidades de mejora para beneficio mutuo, para la organización y el cliente.

1.5.5. Justificación metodológica

Valderrama (2014, p. 140) afirma que el carácter metodológico de una investigación “hace alusión al uso de metodologías y técnicas específicas”. A fin de lograr los objetivos propuestos, se realizará un estudio cuantitativo en el que se elaborará un instrumento para medir la variable “gestión de operaciones bancarias” y la variable “calidad de servicio al cliente”. Con esa finalidad se elaborarán instrumentos para efectuar la medición de cada variable. Mediante la aplicación de esta metodología se permitirá a las agencias bancarias considerar la calidad a través de la revisión de los tiempos de operación en la atención al cliente que se brinda.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis general

Existe relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

1.6.2. Hipótesis específicas

- Existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y los elementos tangibles de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.
- Existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la fiabilidad de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.
- Existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la capacidad de respuesta de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

- Existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la seguridad de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.
- Existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la empatía de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

1.7. Objetivos

1.7.1. General

Determinar la relación que existe entre la gestión de operaciones bancarias y la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

1.7.2. Específicos

- Determinar la relación que existe entre la gestión de operaciones bancarias y los elementos tangibles de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.
- Determinar la relación que existe entre la gestión de operaciones bancarias y la fiabilidad de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.
- Determinar la relación que existe entre la gestión de operaciones bancarias y la capacidad de respuesta de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.
- Determinar la relación que existe entre la gestión de operaciones bancarias y la seguridad de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.
- Determinar la relación que existe entre la gestión de operaciones bancarias y la empatía de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

II. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Método de investigación

2.1.1. Hipotético deductivo

Como método se utilizó el hipotético-deductivo. Hipotético porque utiliza una hipótesis y deductivo porque “Cuando el asunto estudiado procede de lo general a lo particular, el método es DEDUCTIVO” (Pizano, 2006, p. 170). Es decir, para determinar la relación ente la gestión de operaciones bancarias y la calidad de servicio se plantearon hipótesis y se realizó la revisión de la teoría correspondiente a las variables para luego aplicarlas a un caso específico, que es la organización Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena.

2.2. Diseño de investigación

2.2.1. No experimental y de corte transversal

El diseño de estudio fue no experimental, puesto que no se realizó manipulación alguna de las variables, observándose los hechos o fenómenos de manera natural. Sobre el diseño no experimental, Valderrama (2014) dice que: “La investigación no experimental es investigación sistemática y empírica, en la que las variables independientes no se manipulan, porque ya están dadas”. (p. 67) El estudio fue no experimental debido a que se recolectó la información tal cual se mostró en la realidad del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena.

La investigación tiene por enfoque el cuantitativo porque “brinda una gran posibilidad de réplica y un enfoque sobre puntos específicos de tales fenómenos, además de que facilita la comparación entre estudios similares” (Hernández et al, 2014, p.18). Es decir, los alcances obtenidos en esta investigación pueden ser replicados a organizaciones similares.

El corte es transversal porque buscó “indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población” (Valderrama, 2014, p. 69). Lo que significa que los instrumentos fueron aplicados en un momento determinado, es decir, se alcanzaron las encuestas a los colaboradores en un período comprendido en tres días.

2.3. Tipo de investigación

2.3.1. Tipo aplicada

El tipo de investigación es aplicada porque “se encuentra íntimamente ligada a la investigación básica, ya que depende de sus descubrimientos y aportes teóricos para llevar a cabo la solución de problemas, con la finalidad de generar bienestar a la sociedad” (Valderrama, 2014, p. 164). El estudio fue aplicado porque se utilizó la teoría de las variables gestión de operaciones bancarias y calidad de servicio, a fin de construir los instrumentos para la recolección de información y posterior procesamiento y discusión.

2.3.2. Nivel descriptivo-correlacional

El nivel de investigación fue descriptivo correlacional, “porque auscultaremos las diferentes teorías científicas existentes en relación al problema de estudio. Estas teorías constituirán los soportes teórico-científicos del marco teórico; luego, formulamos las hipótesis y contrastaremos con la realidad problemática para arribar a conclusiones teóricas” (Valderrama, 2014, p. 164). En tal sentido, se buscó la medición de cada variable de forma independiente, gestión de operaciones bancarias y calidad de servicio, y luego se midió la asociación entre ambas.

2.4. Variables y operacionalización

2.4.1. Variables

Gestión de operaciones bancarias

Son “los instrumentos financieros que canalizan la inversión hacia actividades de mayor rendimiento, con positivas repercusiones para el crecimiento” (OCDE, 2010, p. 159).

Dimensiones de gestión de operaciones bancarias

Profundidad

Cobertura

Intensidad de uso

Calidad de servicio

“La calidad del servicio es el principal factor de referencia para que las empresas proporcionen satisfacción a sus clientes y eleven, por tanto, sus niveles de competitividad” (Carrasco, 2013, p. 69).

Dimensiones de calidad de servicio

Elementos tangibles

Fiabilidad

Capacidad de respuesta

Seguridad

Empatía

2.4.2. Operacionalización de variables

Tabla 3. Operacionalización de variables.

VARIABLE	DENIFICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO	ESCALA	NIVELES DE RANGO
GESTIÓN DE OPERACIONES BANCARIAS	Son “los instrumentos financieros que canalizan la inversión hacia actividades de mayor rendimiento, con positivas repercusiones para el crecimiento” (OCDE, 2010, p. 159).	La gestión de operaciones bancarias involucra a la profundidad con los indicadores importancia del sistema financiero, total de depósitos, total de captaciones, total de activos bancarios; cobertura con medios de pago y sucursales; intensidad de uso, con cantidad de transacciones bancarias, créditos ofertados y medios de pago efectivos. Para ambas se utilizó el instrumento cuestionario.	Profundidad: “proporción de crédito o depósitos en relación con el PIB” (OCDE, 2010, p. 162).	<ul style="list-style-type: none"> • Importancia del sistema financiero. • Total de depósitos. • Total de captaciones. • Total de activos bancarios. 	1,2 3,4 5, 6, 7,8,9	Cuestionario	(5) Siempre (4) Casi siempre (3) A veces (2) Casi nunca (1) Nunca	Malo (68 - 80) Regular (81 - 93) Bueno (94 - 106)
			Cobertura: Se define por indicadores, “tales como el número de cajeros automáticos o de sucursales bancaria por habitante” (OCDE, 2010, p. 162).	<ul style="list-style-type: none"> • Medios de pago. • Sucursales. 	10, 11 12,13, 14,15,	Cuestionario	(5) Siempre (4) Casi siempre (3) A veces (2) Casi nunca (1) Nunca	
			Intensidad de uso: “La intensidad de uso del sistema financiero, tales como el número de préstamos o de transacciones no realizadas en efectivo” (OCDE, 2010, p. 162).	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de transacciones bancarias. • Créditos ofertados. • Medios de pago efectivos. 	16 17,18,19,20 21,22	Cuestionario	(5) Siempre (4) Casi siempre (3) A veces (2) Casi nunca (1) Nunca	
CALIDAD DE SERVICIO	“La calidad del servicio es el principal factor de referencia para que las empresas proporcionen satisfacción a sus clientes y eleven, por tanto, sus niveles de	La Calidad de Servicio se evalúa tomando en cuenta los elementos tangibles; fiabilidad; capacidad de respuesta; seguridad; empatía, en la búsqueda de análisis menores de sus características por percepción mediante un cuestionario de respuestas	Elementos tangibles: “Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y medios de comunicación (folletos, carteles, etc.)” (Carrasco, 2013, p. 71).	<ul style="list-style-type: none"> • Equipamiento de aspecto moderno • Instalaciones visualmente atractivas • Apariencia del personal • Elementos tangibles atractivos 	1,2, 3 4,5 6,7,8 9,10	Cuestionario	(5) Siempre (4) Casi siempre (3) A veces (2) Casi nunca (1) Nunca	Malo (100 -115) Regular (116-131) Bueno (132- 148)
			Fiabilidad: “Habilidad para realizar el servicio de modo	<ul style="list-style-type: none"> • La realización del servicio correctamente y a la primera 	11	Cuestionario	(5) Siempre (4) Casi siempre	

competitividad” (Carrasco, 2013, p. 69)	cerradas.	preciso y fiable” (Carrasco, 2013, p. 71).	<ul style="list-style-type: none"> • La disposición de los empleados para ayudar a los clientes 	12		(3) A veces (2) Casi nunca (1) Nunca	
			<ul style="list-style-type: none"> • La confianza transmitida a los clientes, por parte de los empleados 	13			
		Capacidad de respuesta: “Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido” (Carrasco, 2013, p. 71).	<ul style="list-style-type: none"> • La realización del servicio en el tiempo prometido 	14,15	Cuestionario	(5) Siempre (4) Casi siempre (3) A veces (2) Casi nunca (1) Nunca	
			<ul style="list-style-type: none"> • El ofrecimiento de un servicio rápido • La disposición de los empleados para responder a las preguntas de los clientes 	16,17 18,19			
Seguridad: “Conocimientos y atención mostrados por los empleados y habilidad para generar credibilidad y confianza” (Carrasco, 2013, p. 71).	<ul style="list-style-type: none"> • La seguridad que proporcionan los empleados a los clientes en la realización de sus transacciones 	20,21	Cuestionario	(5) Siempre (4) Casi siempre (3) A veces (2) Casi nunca (1) Nunca			
	<ul style="list-style-type: none"> • La amabilidad de los empleados con los clientes • El conocimiento de los empleados para responder a las preguntas de los clientes 	22,23 24,25					
Empatía: “Capacidad de comprender los deseos de los clientes, mediante un proceso de atención individualizada” (Carrasco, 2013, p. 71).	<ul style="list-style-type: none"> • La atención personalizada que los empleados ofrecen a los clientes 	26,27	Cuestionario	(5) Siempre (4) Casi siempre (3) A veces (2) Casi nunca (1) Nunca			
	<ul style="list-style-type: none"> • La preocupación de los empleados por los intereses de los clientes • La comprensión de las necesidades específicas de los clientes, por parte de los empleados 	28,29 30, 31					

Fuente: Elaboración propia.

2.5. Población y muestra

2.5.1. Población

La población “trata de los elementos o individuos en los cuales se ha considerado ciertos criterios de inclusión para, posteriormente, obtener una muestra” (Valderrama, 2015, p. 183). La población de estudio estuvo conformada por todos los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, que son un total de 16.

2.5.2. Muestra

Según Valderrama (2015, p. 184), la muestra “es un subconjunto representativo de un universo o población”. La muestra estuvo conformada por 16 colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena.

Tabla 4. *Muestra poblacional de los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena.*

No.	Total	Sub Total
Colaboradores.	16	16
TOTAL	16	16

Fuente: Banco de Crédito del Perú (2016).

Los criterios de inclusión fueron:

- Todos los colaboradores que acudan a realizar sus operaciones diarias el día de la aplicación del instrumento y que acepten voluntariamente a participar.

Los criterios de exclusión:

- Colaboradores que no acepten voluntariamente a participar de la aplicación del instrumento.

2.5.3. Muestreo

El muestreo fue no probabilístico o propositivo. Al respecto, señala Valderrama (2015, p. 354) que este muestreo “está guiado por uno o varios fines, más que por técnicas estadísticas que buscan representatividad”.

2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Hernández et al. (2014), señala que recolectar datos “implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico” (p. 274). En el caso específico de esta investigación, los datos se recolectaron a través de la aplicación de la técnica encuesta, elegida para recolectar los datos mediante los instrumentos que son los cuestionarios.

2.6.1. Técnica de recolección de datos

La técnica fue la encuesta que “es una técnica para la investigación social por excelencia, debido a su utilidad, versatilidad, sencillez y objetividad de los datos que con ella se obtiene” (Carrasco, 2016, p. 314). Para ello, se consideraron a las variables gestión de operaciones bancarias y calidad de servicio.

2.6.2. Instrumento de recolección de datos

El instrumento que se utilizó para la recolección de datos fue el cuestionario, cuyas preguntas “se elaboran en atención a las variables del problema de investigación, así como en estrecha relación con los indicadores e índices que se han derivado de ellas”. (Carrasco, 2016, p. 318)

Para la medición de la variable gestión de operaciones bancarias, se elaboró un cuestionario que constó de 22 preguntas cerradas, con cinco opciones de respuesta (1-5), las cuales fueron categorizadas en: (1) Nunca, (2) casi nunca, (3) a veces, (4) casi siempre y (5) siempre. En la tabla 5 se muestran las puntuaciones según ítems y rangos por dimensión de la variable gestión de operaciones bancarias.

Tabla 5. *Puntuación según ítems y rangos del instrumento de gestión de operaciones bancarias.*

Dimensiones	Número de ítems
Profundidad	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
Cobertura	10, 11, 12, 13, 14, 15,
Intensidad de uso	16, 17 18, 19, 20, 21, 22

En cuanto a la medición de la variable calidad de servicio al cliente, se creó un cuestionario que constó de 31 preguntas cerradas, con cinco opciones de respuesta (1-5), categorizadas en: (1) Nunca, (2) casi nunca, (3) a veces, (4) casi siempre y (5) siempre. En la tabla 6 se muestran las puntuaciones según ítems y rangos por dimensión de la variable calidad de servicio.

Tabla 6. *Puntuación según ítems y rangos del instrumento de calidad de servicio al cliente.*

Dimensiones	Número de ítems
Elementos tangibles	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10,
Fiabilidad	11, 12, 13,
Capacidad de respuesta	14, 15, 16, 17, 18, 19,
Seguridad	20, 21, 22, 23, 24, 25,
Empatía	26, 27, 28, 29 31

2.6.2.1. Baremos de medición para cada variable

Tabla 7. *Baremo para la variable gestión de operaciones bancarias*

Variable 1	Dimensión 1	Dimensión 2	Dimensión 3
65-106	13-30	27-43	19-35

Tabla 8. *Baremo para la variable calidad de servicio*

Variable 2	Dimensión 1	Dimensión 2	Dimensión 3	Dimensión 4	Dimensión 5
100-148	25-50	8-15	19-30	14-25	19-30

2.6.3. Validez

En este trabajo de investigación se utilizará la validez de contenido, utilizando juicios de expertos. La validez de contenido, según Hernández, et al. (2014) “se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que se pretende medir” (p. 200).

En ese sentido, se aplicó la validación de contenido mediante juicio de expertos para los instrumentos que miden ambas variables. Los expertos brindaron la validación por medio de certificado de validez que se encuentran en el Anexo 3.

Tabla 9. *Validadores y resultado de expertos.*

N°	Validadores	Resultados
1	Dra. Gonzales Moncada , Teresa	Es aplicable
2	Dr. Cama Sotelo, Manuel	Es aplicable
3	Dr. Torres Oporto, Héctor	Es aplicable
	Conclusión	Es aplicable

Fuente: Elaboración propia.

2.6.4. Confiabilidad

Para medir el nivel de confiabilidad del instrumento de medición las variables gestión de operaciones bancarias y calidad de servicio al cliente, se midieron la consistencia interna mediante el Alfa de Cronbach. Al respecto, Hernández et al. (2014), “La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales” (p. 200).

Los valores considerados en la confiabilidad del Alfa de Cronbach sigue los criterios que se muestran en la tabla:

Tabla 10. *Criterio de confiabilidad valores.*

Valores	Criterio
-1 – 0	No es confiable
0.01 – 0.49	Baja confiabilidad
0.50 – 0.75	Moderada confiabilidad
0.76 – 0.89	Fuerte confiabilidad
0.90 - 1	Alta confiabilidad

Fuente: Frías-Navarro (2014).

De esta manera, se obtuvieron los resultados que se muestran seguidamente:

Tabla 11. *Estadísticos de fiabilidad del instrumento para medir la variable gestión de operaciones bancarias.*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,810	22

Por lo tanto, la fiabilidad o consistencia interna del instrumento es de 0,810 y, conforme a la escala de valoración del Alfa de Cronbach, se determinó que el instrumento de medición es de consistencia muy alta.

Tabla 12. *Estadísticos de fiabilidad del instrumento para medir la variable calidad de servicio al cliente.*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,928	31

Para este caso, la fiabilidad o consistencia interna del instrumento es de 0,928 y, conforme a la escala de valoración del Alfa de Cronbach, se determinó que el instrumento de medición es de consistencia muy alta.

2.7. Métodos de análisis de datos

Para el presente trabajo se utilizó un análisis estadístico descriptivo inferencial, porque se va a contrastar las hipótesis. Con tal propósito se utilizó el programa estadístico SPSS, versión 23, llevándose a este aplicativo los datos para ser procesados y analizados en sus aspectos descriptivos para establecer sus niveles y en su aspecto inferencial con uso del coeficiente Rho de Spearman.

De tal forma, que se aplicó el estadístico Rho de Spearman, nombre utilizado para designar el coeficiente de correlación de Spearman, que cuantifica la correlación, cuyos valores están comprendidos entre -1 y 1. Este coeficiente es una medida de asociación lineal que utiliza los rangos, números de orden, de cada grupo de sujetos y compara dichos rangos.

La fórmula del Rho de Spearman, que es el coeficiente de correlación para medir la asociación entre las variables de la presente investigación, siendo la siguiente:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

en donde $d_i = r_{xi} - r_{yi}$ es la diferencia entre los rangos de X e Y.

El Rho de Spearman sirvió así para medir la correlación entre dos variables, que son la gestión de operaciones bancarias y la calidad de servicio.

2.8. Aspectos éticos

Para la realización del presente estudio, se tomó en consideración el derecho intelectual de los autores cuyos libros fueron revisados para el conocimiento de la teoría relacionada a gestión de operaciones bancarias y calidad de servicio. Asimismo, con tal finalidad, se cuidó de citar bajo la modalidad APA los nombres de estos autores.

Así también, siendo la investigación una acción por el que se conoce y se da a conocer información relacionada a la empresa, se protege en todo momento datos concernientes a la empresa que no son relevantes para este estudio.

III. RESULTADOS

3.1. Datos descriptivos

3.1.1. Datos sociodemográficos

Tabla 13. Género.

Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Masculino	6	37,5	37,5
Femenino	10	62,5	100,0
Total	16	100,0	

Fuente: Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

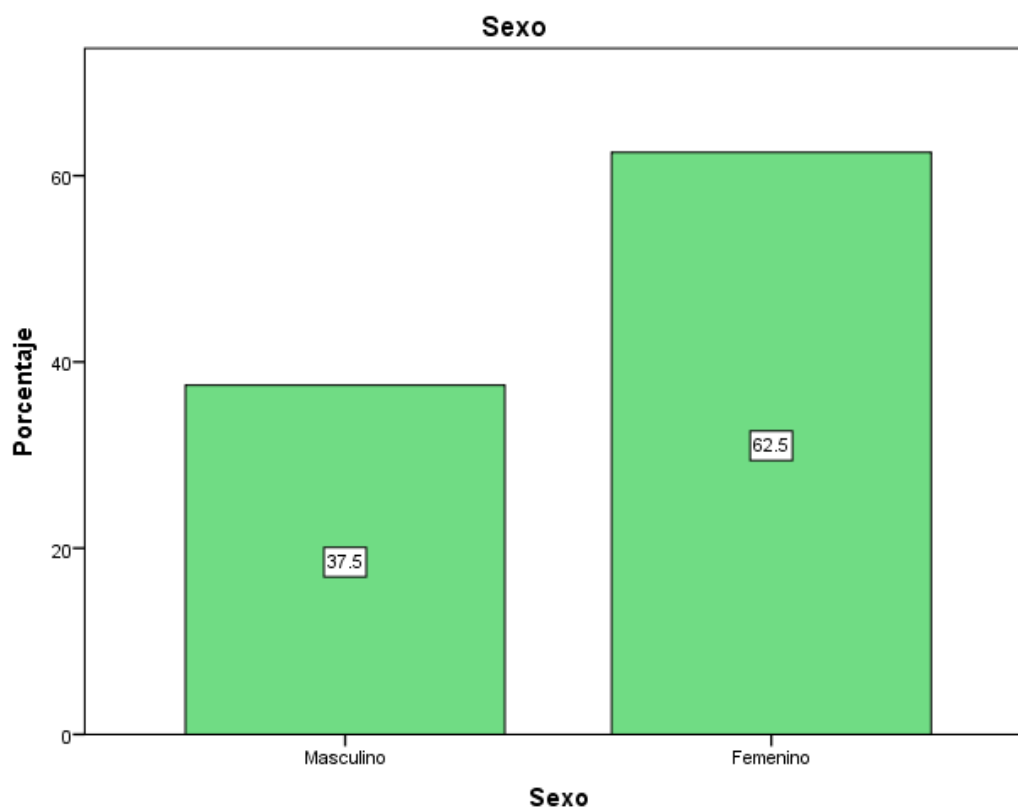


Figura 2. Género.

Fuente: Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

De acuerdo al género, mediante distribución de frecuencia, se puede apreciar que del total de 16 colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017, 10 colaboradores (62,5%) corresponden al sexo femenino; mientras 6 colaboradores (37,5%) pertenecen al sexo masculino.

Tabla 14. *Edad.*

Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
De 20 a 30 años	11	68,8	68,8
De 31 a 40 años	5	31,3	100,0
Total	16	100,0	

Fuente: Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

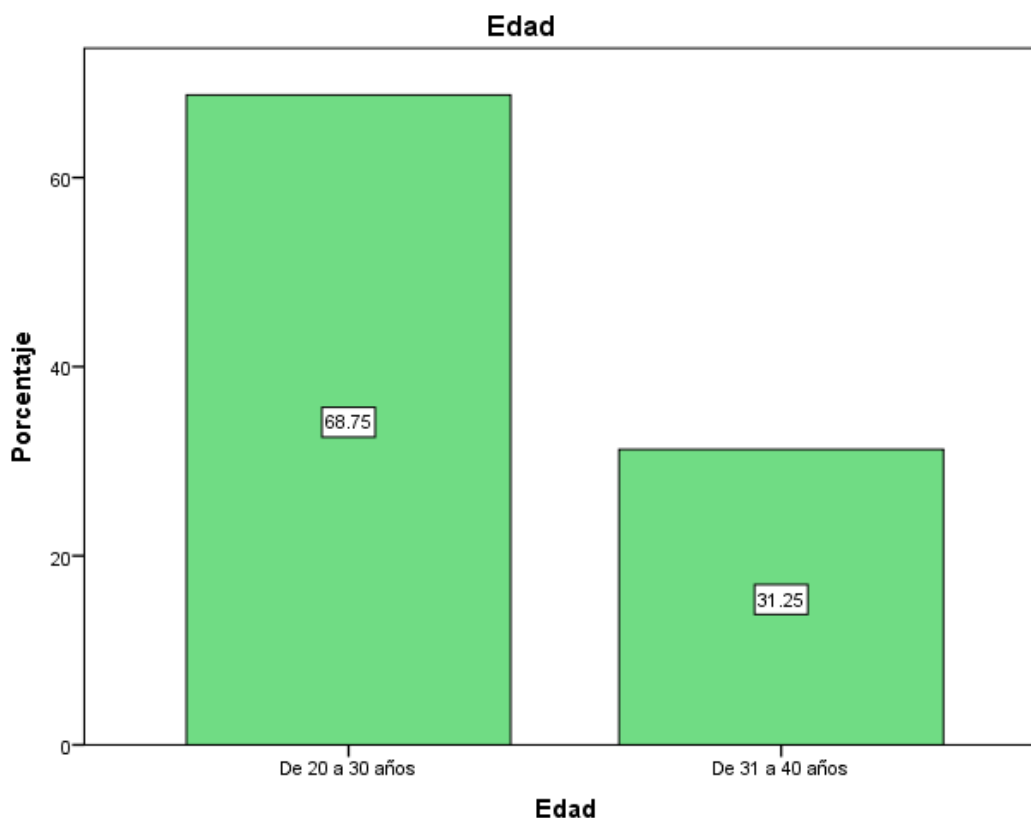


Figura 3. *Edad.*

Fuente: Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

Por edad, según distribución de frecuencia, se tiene que del total de 16 colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017, 11 colaboradores (68,75%) se encuentran en el rango de 20 a 30 años; y 5 colaboradores (31,25%) se hallan entre los 31 y 40 años de edad.

3.1.2. De la variable gestión de operaciones bancarias

Tabla 15. *Distribución de frecuencia según la variable gestión de operaciones bancarias.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nivel malo	3	18,8	18,8
Nivel regular	11	68,8	87,5
Nivel bueno	2	12,5	100,0
Total	16	100,0	

Fuente: Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

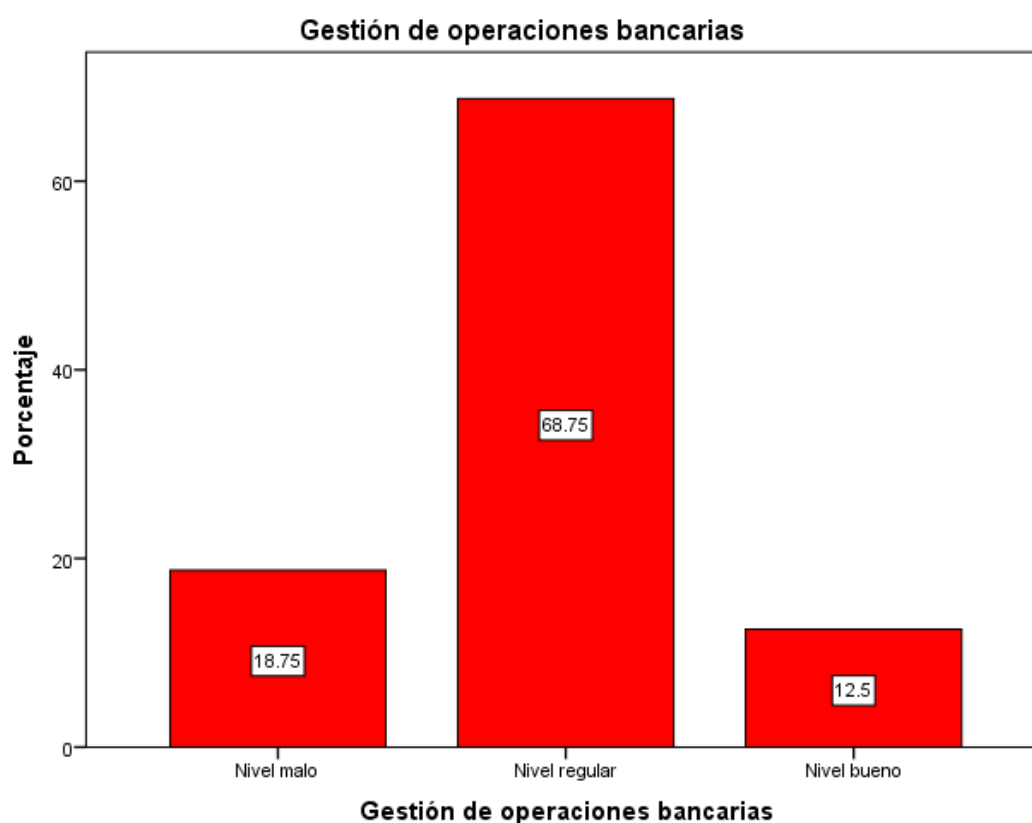


Figura 4. *Distribución de frecuencia según la variable gestión de operaciones bancarias.*

Fuente: Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

La primera variable gestión de operaciones bancarias, de acuerdo a la distribución de frecuencia, se tiene que del total de 16 colaboradores de la Agencia Magdalena del Banco de Crédito del Perú, 11 colaboradores (68,8%)

perciben que la gestión de operaciones bancarias se encuentra en el nivel regular; 3 colaboradores (18,8%) consideran que se la gestión se halla a nivel medio; y 2 colaboradores asumen que se encuentra a un nivel bueno.

Tabla 16. *Distribución de frecuencia según la dimensión profundidad.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nivel malo	5	31,3	31,3
Nivel regular	2	12,5	43,8
Nivel bueno	9	56,3	100,0
Total	16	100,0	

Fuente: Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

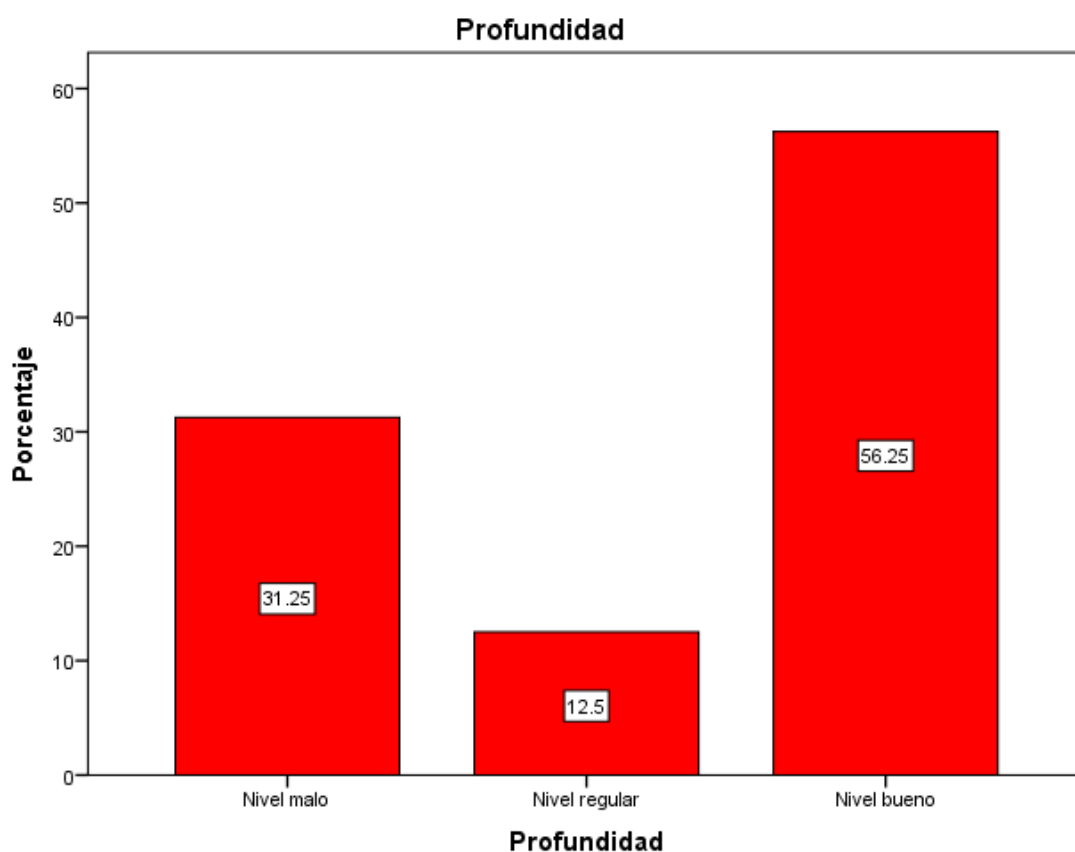


Figura 5. *Distribución de frecuencia según la dimensión profundidad.*

Fuente: Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

En la distribución de frecuencia según la dimensión profundidad de la gestión de operaciones bancarias, de acuerdo a la distribución de frecuencia, se tiene que del total de 16 colaboradores de la Agencia Magdalena del Banco de

Crédito del Perú, 9 colaboradores (68,8%) perciben que la gestión de operaciones bancarias se encuentra en el nivel bueno; 5 colaboradores (31,3%) consideran que se la gestión se halla a nivel malo; y 2 colaboradores asumen que se encuentra a un nivel regular.

Tabla 17. *Distribución de frecuencia según la dimensión cobertura.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nivel malo	2	12,5	12,5
Nivel regular	11	68,8	81,3
Nivel bueno	3	18,8	100,0
Total	16	100,0	

Fuente: Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

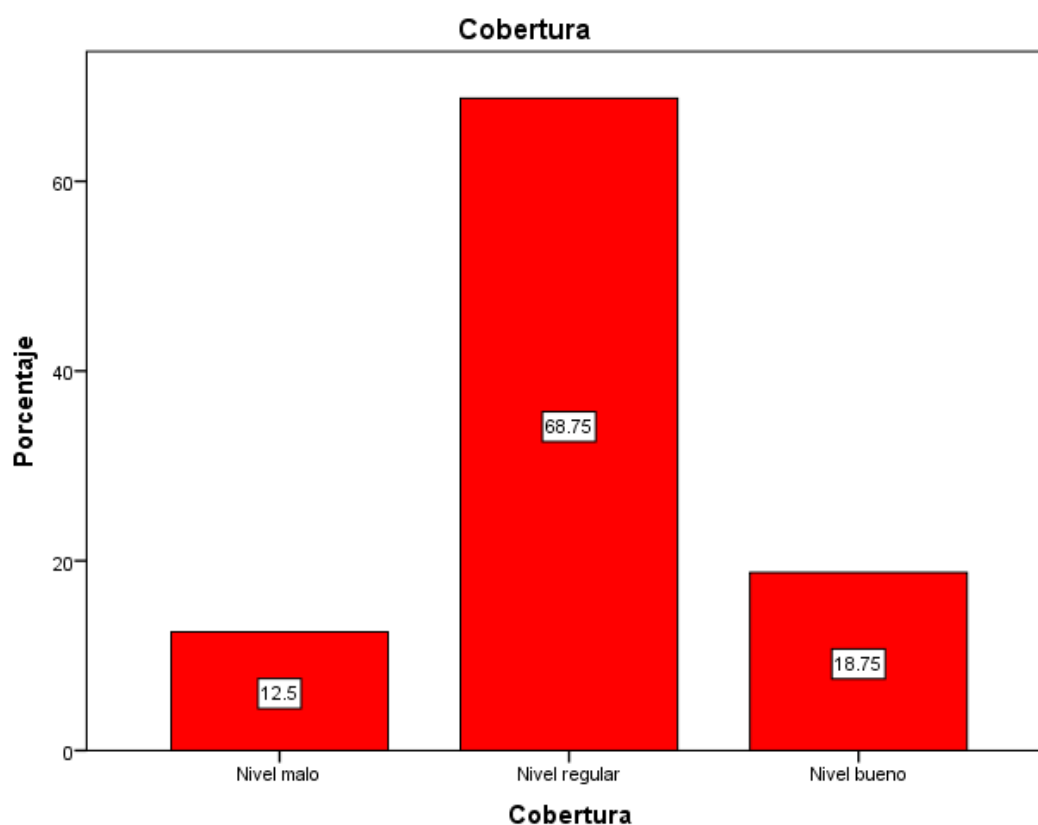


Figura 6. *Distribución de frecuencia según la dimensión cobertura.*

Fuente: Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

En la distribución de frecuencia según la dimensión cobertura de la gestión de operaciones bancarias, de acuerdo a la distribución de frecuencia, se tiene que del total de 16 colaboradores de la Agencia Magdalena del Banco de Crédito del

Perú, 11 colaboradores (68,8%) perciben que la gestión de operaciones bancarias se encuentra en el nivel regular; 3 colaboradores (18,8%) consideran que se la gestión se halla a nivel medio; y 2 colaboradores (12,5%) asumen que se encuentra a un nivel bueno.

Tabla 18. *Distribución de frecuencia según la dimensión intensidad de uso.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nivel malo	7	43,8	43,8
Nivel regular	5	31,3	75,0
Nivel bueno	4	25,0	100,0
Total	16	100,0	

Fuente: Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

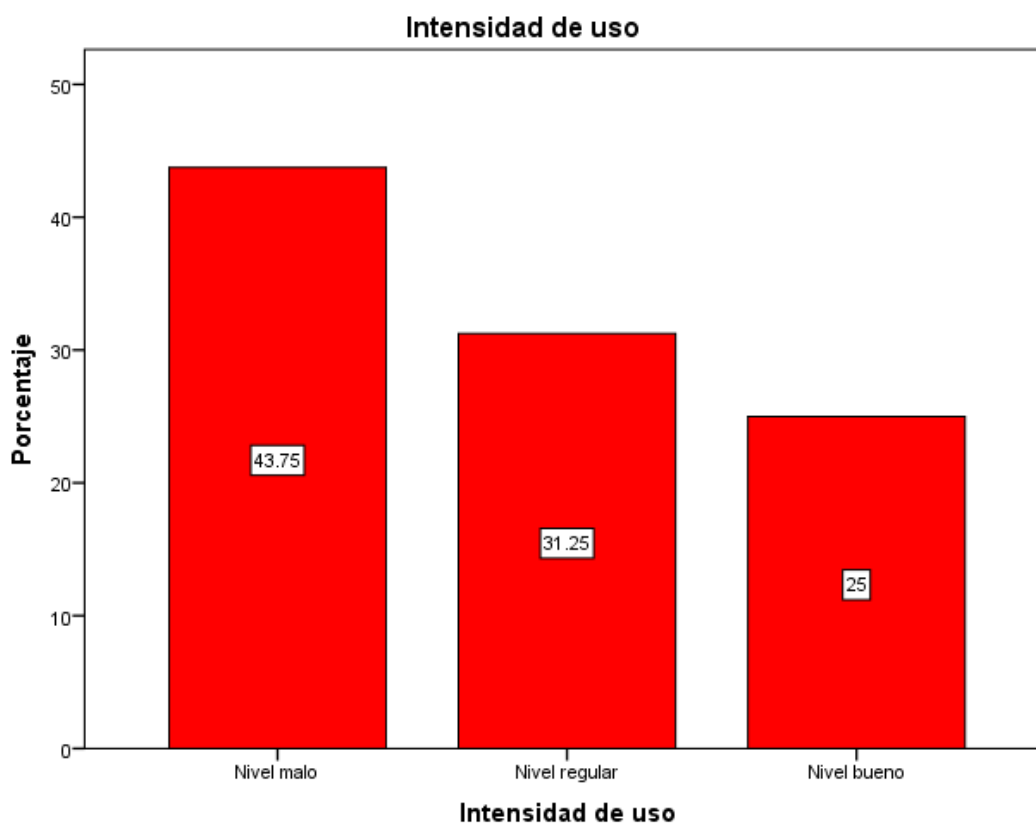


Figura 7. *Distribución de frecuencia según la dimensión intensidad de uso.*

Fuente: Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

En la distribución de frecuencia según la dimensión intensidad de uso de la gestión de operaciones bancarias, de acuerdo a la distribución de frecuencia, se

tiene que del total de 16 colaboradores de la Agencia Magdalena del Banco de Crédito del Perú, 7 colaboradores (43,8%) perciben que la gestión de operaciones bancarias se encuentra en el nivel malo; 5 colaboradores (31,3%) consideran que se la gestión se halla a nivel regular; y 4 colaboradores (25%) asumen que se encuentra a un nivel bueno.

3.1.3. De la variable calidad de servicio

Tabla 19. *Distribución de frecuencia según la variable calidad de servicio*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nivel malo	2	12,5	12,5
Nivel regular	5	31,3	43,8
Nivel bueno	9	56,3	100,0
Total	16	100,0	

Fuente: Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

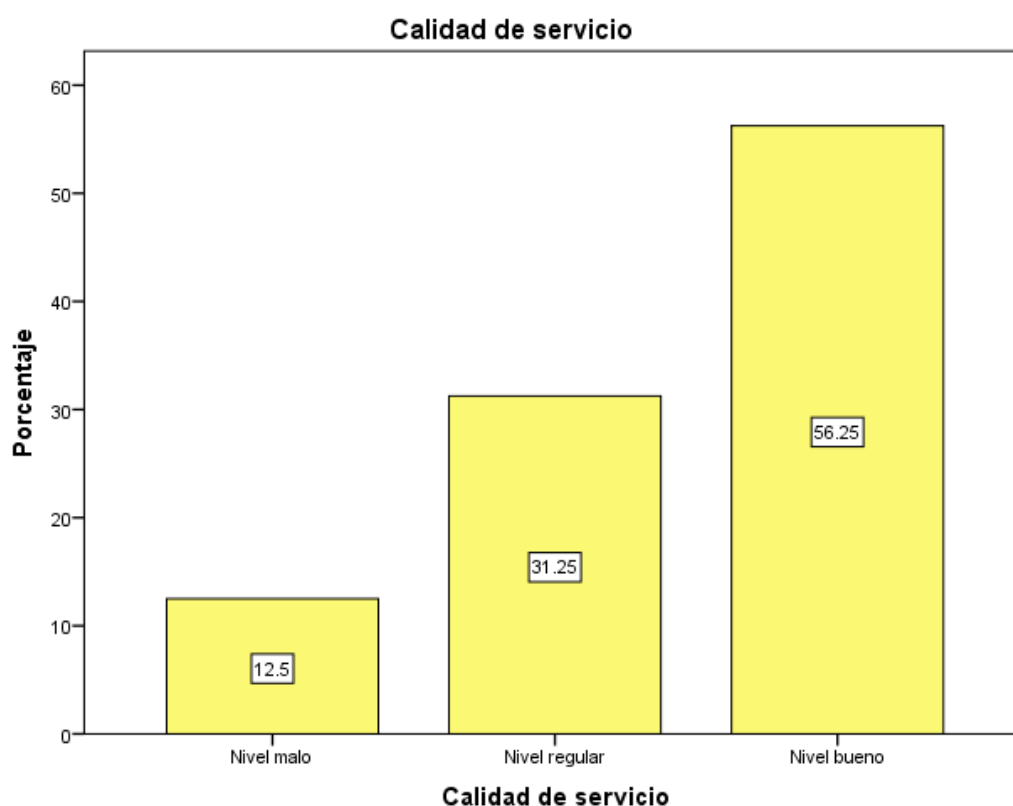


Figura 8. *Distribución de frecuencia según la variable calidad de servicio.*

Fuente: Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

La segunda variable calidad de servicio, de acuerdo a la distribución de frecuencia, se tiene que del total de 16 colaboradores de la Agencia Magdalena del Banco de Crédito del Perú, 9 colaboradores (56,3%) perciben que la calidad de servicio se encuentra en el nivel bueno; 5 colaboradores (31,3%) consideran que se la gestión se halla a nivel regular; y 2 colaboradores (12,5%) asumen que se encuentra a un nivel malo.

Tabla 20. *Distribución de frecuencia según la dimensión elementos tangibles.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nivel malo	4	25,0	25,0
Nivel regular	6	37,5	62,5
Nivel bueno	6	37,5	100,0
Total	16	100,0	

Fuente: Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

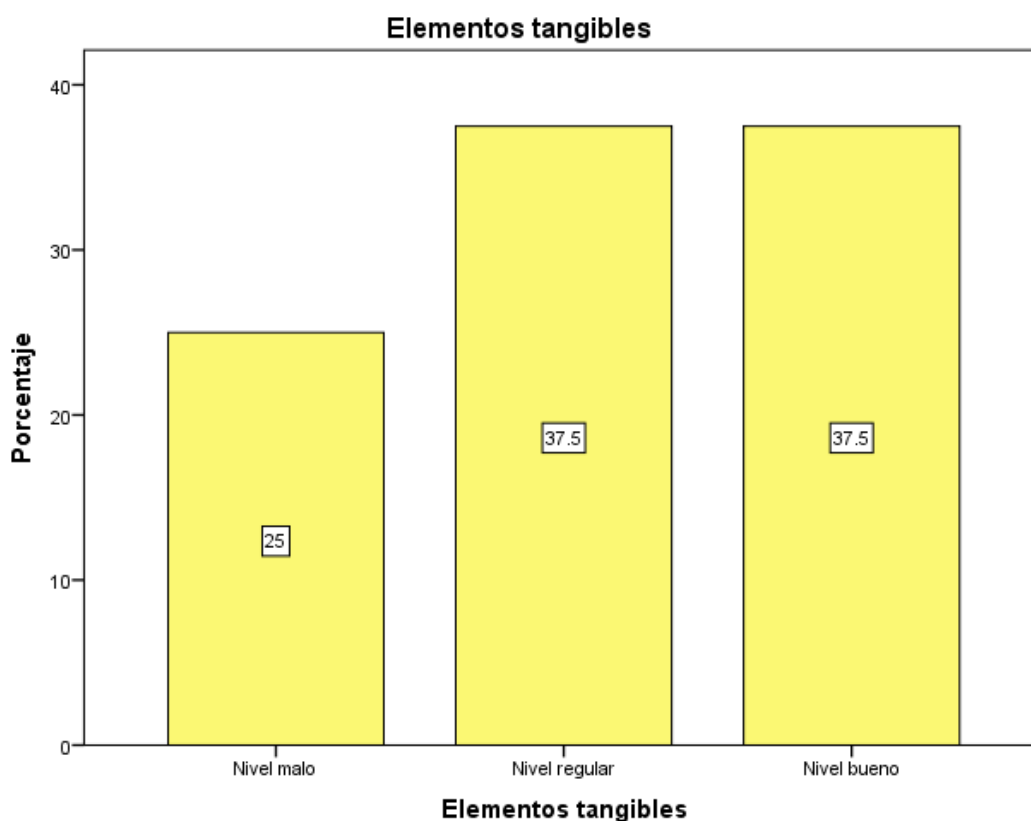


Figura 9. *Distribución de frecuencia según la dimensión elementos tangibles.*

Fuente: Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

En la distribución de frecuencia según la dimensión elementos tangibles de la calidad de servicio, se aprecia que del total de 16 colaboradores, 6 colaboradores (37,5%) perciben que los elementos tangibles se encuentran en el nivel bueno; 6 colaboradores (37,5%) consideran que se la gestión se halla a nivel regular; y 4 colaboradores (25%) asumen que se encuentra a un nivel malo.

Tabla 21. *Distribución de frecuencia según la dimensión fiabilidad.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nivel malo	4	25,0	25,0
Nivel regular	3	18,8	43,8
Nivel bueno	9	56,3	100,0
Total	16	100,0	

Fuente: Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

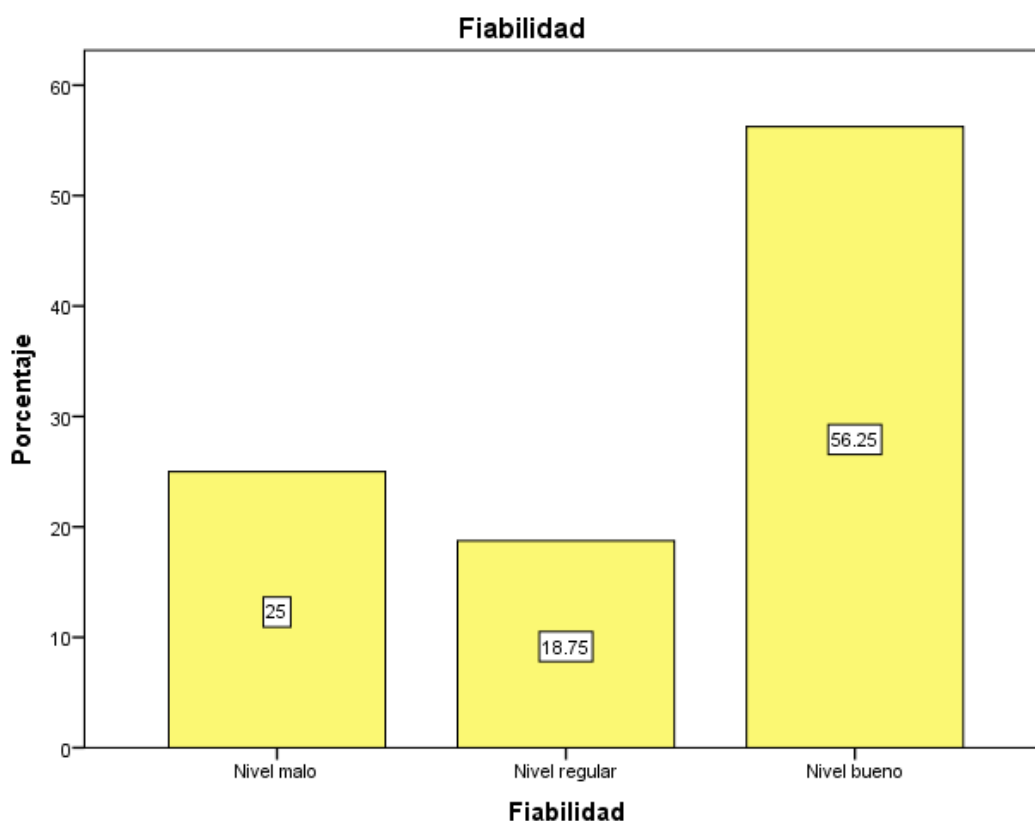


Figura 10. *Distribución de frecuencia según la dimensión fiabilidad.*

Fuente: Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

En la distribución de frecuencia según la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio, se aprecia que del total de 16 colaboradores, 9 colaboradores (56,3%) perciben que la fiabilidad se encuentran en el nivel regular; 4 colaboradores (25%) consideran que se la gestión se halla a nivel medio; y 3 colaboradores (18,8%) asumen que se encuentra a un nivel bueno.

Tabla 22. Distribución de frecuencia según la dimensión capacidad de respuesta.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nivel malo	2	12,5	12,5
Nivel regular	9	56,3	68,8
Nivel bueno	5	31,3	100,0
Total	16	100,0	

Fuente: Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

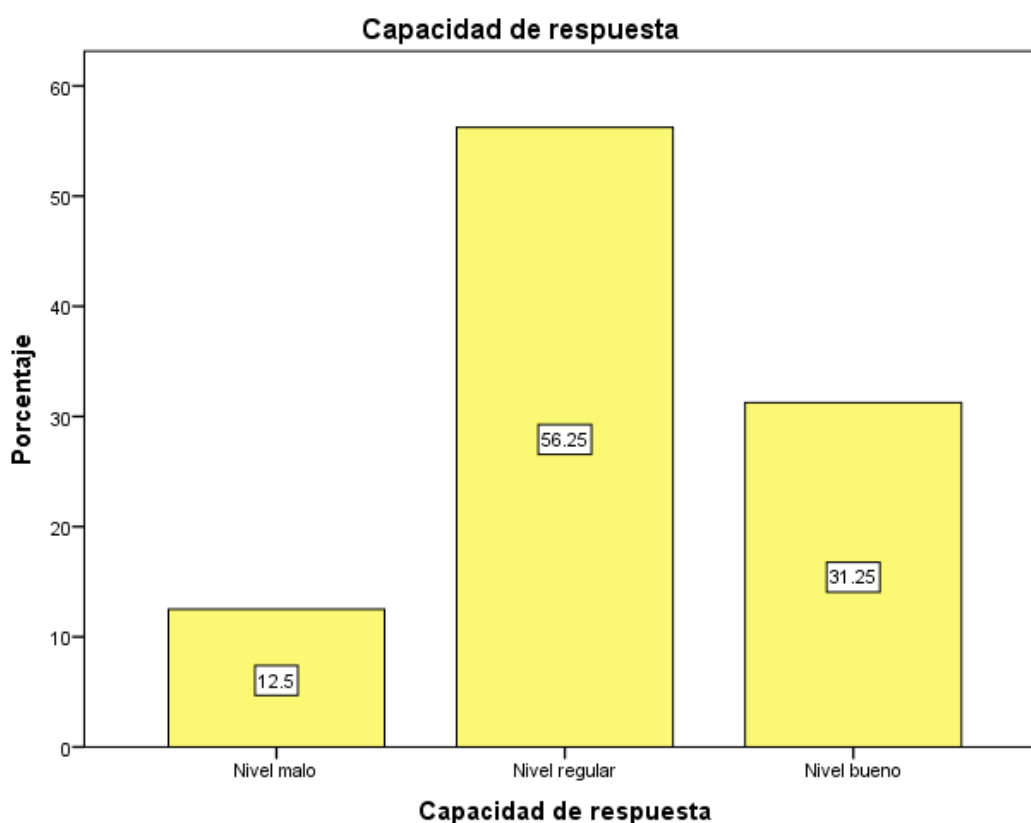


Figura 11. Distribución de frecuencia según la dimensión capacidad de respuesta.

Fuente: Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

En la distribución de frecuencia según la dimensión capacidad de respuesta de la calidad de servicio, se aprecia que del total de 16 colaboradores, 9 colaboradores (56,3%) perciben que la capacidad de respuesta se encuentra en el nivel regular; 5 colaboradores (31,3%) consideran que se la gestión se halla a nivel bueno; y 2 colaboradores (12,5%) asumen que se encuentra a un nivel malo.

Tabla 23. *Distribución de frecuencia según la dimensión seguridad.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nivel malo	4	25,0	25,0
Nivel regular	2	12,5	37,5
Nivel bueno	10	62,5	100,0
Total	16	100,0	

Fuente: Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

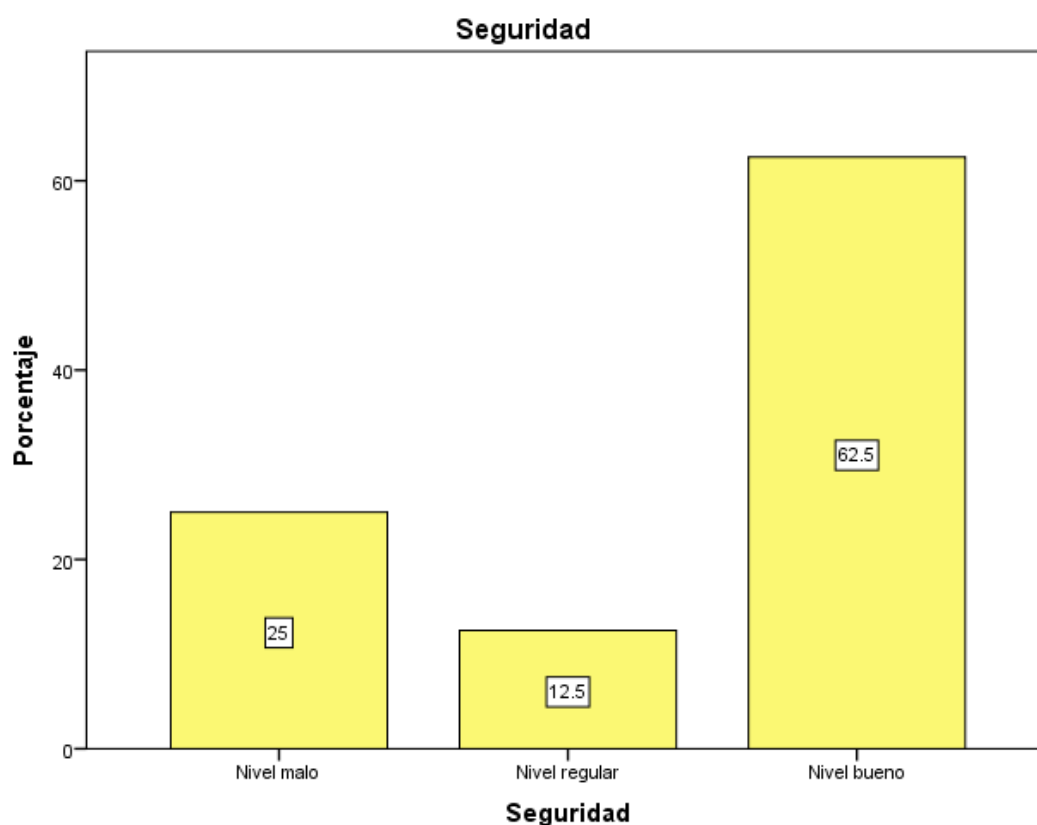


Figura 12. *Distribución de frecuencia según la dimensión seguridad.*

Fuente: Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

En la distribución de frecuencia según la dimensión seguridad de la calidad de servicio, se aprecia que del total de 16 colaboradores, 10 colaboradores (62,5%) perciben que la seguridad se encuentran en el nivel bueno; 4 colaboradores (25%) consideran que se la gestión se halla a nivel malo; y 2 colaboradores (12,5%) asumen que se encuentra a un nivel regular.

Tabla 24. *Distribución de frecuencia según la dimensión empatía.*

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nivel malo	1	6,3	6,3
Nivel regular	7	43,8	50,0
Nivel bueno	8	50,0	100,0
Total	16	100,0	

Fuente: Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

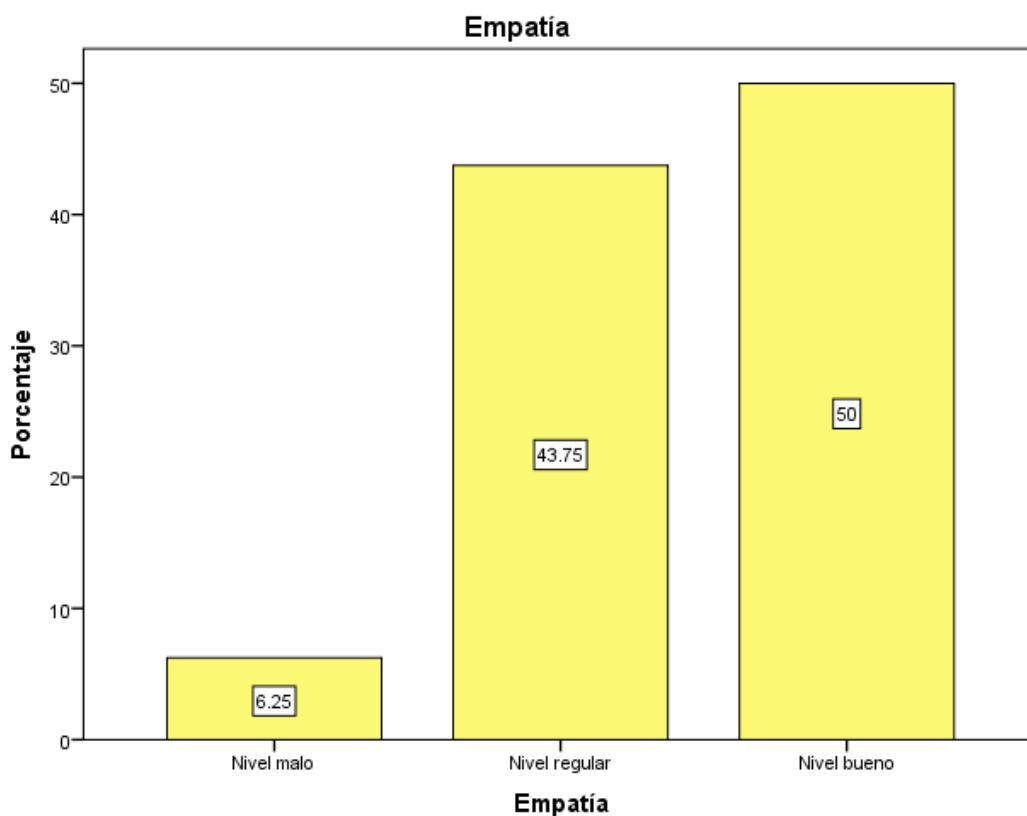


Figura 13. *Distribución de frecuencia según la dimensión empatía.*

Fuente: Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

En la distribución de frecuencia según la dimensión empatía de la calidad de servicio, se aprecia que del total de 16 colaboradores, 8 colaboradores (50%) perciben que la empatía se encuentra en el nivel bueno; 7 colaboradores (43,8%) consideran que se la gestión se halla a nivel regular; y 1 colaborador (6,3%) asume que se encuentra a un nivel malo.

3.2. Contraste de hipótesis

3.2.1. Hipótesis General

Existe relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

Hipótesis nula (H_0)

H_0 : No existe relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

Hipótesis alternativa (H_1)

H_1 : Existe relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

Nivel de significancia = 0,05

Regla de decisión: Si p valor < 0,05 en este caso se rechaza el H_0

Si p valor > 0,05 en este caso se acepta el H_0

Tabla 25. *Correlación entre las variables gestión de operaciones bancarias y calidad de servicio.*

			Gestión de Operaciones Bancarias	Calidad de Servicio
Rho de Spearman	Gestión de Operaciones Bancarias	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000	,633**
		N	16	16
	Calidad de Servicio	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,633**	1,000
		N	16	16

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

El resultado del coeficiente de correlación de Spearman dio 0,633, determinándose que existe una correlación significativa entre las variables gestión de operaciones bancarias y calidad de servicio; y según lo señalado para efectos de establecer la correlación, se cuenta con un nivel de significancia (sig = 0.008) que es menor que el p valor 0,05; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1) que dice existe relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la calidad de servicio al cliente en el Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017. Con dicho resultado se evidencia una correlación alta, por lo que en consecuencia, existe en la muestra de colaboradores una tendencia a que a mayor nivel de la variable gestión de operaciones bancarias sea mayor el nivel de calidad de servicio.

3.2.2. Hipótesis Específica 1

Existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y los elementos tangibles de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

Hipótesis nula (H_0)

H_0 : No existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y los elementos tangibles de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

Hipótesis alternativa (H_1)

H_1 : Existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y los elementos tangibles de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

Nivel de significancia = 0,05

Regla de decisión: Si p valor < 0,05 en este caso se rechaza el H_0

Si p valor > 0,05 en este caso se acepta el H_0

Tabla 26. *Correlación entre la variable gestión de operaciones bancarias y la dimensión elementos tangibles de la calidad de servicio.*

			Gestión de Operaciones Bancarias	Elementos Tangibles
Rho de Spearman	Gestión de Operaciones Bancarias	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 16	,614* ,011 16
	Elementos Tangibles	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,614** ,011 16	1,000 16

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

El resultado del coeficiente de correlación de Spearman dio 0,614, determinándose que existe una correlación significativa entre la variable gestión de operaciones bancarias y la dimensión elementos tangibles de la calidad de servicio; y según lo señalado para efectos de establecer la correlación, se cuenta con un nivel de significancia ($\text{sig} = 0.011$) que es menor que el p valor 0,05; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1) que dice existe relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias los elementos tangibles en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017. Con dicho resultado se evidencia una correlación alta, por lo que en consecuencia, es posible decir que existe en la muestra de colaboradores una tendencia que a mayor nivel de la variable gestión de operaciones bancarias sea mayor el nivel de elementos tangibles de la calidad de servicio.

3.2.3. Hipótesis Específica 2

Existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la fiabilidad de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

Hipótesis nula (H_0)

H_0 : No existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la fiabilidad de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

Hipótesis alternativa (H_1)

H_1 : Existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la fiabilidad de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

Nivel de significancia = 0,05

Regla de decisión: Si p valor < 0,05 en este caso se rechaza el H_0

Si p valor > 0,05 en este caso se acepta el H_0

Tabla 27. *Correlación entre la variable gestión de operaciones bancarias y la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio.*

			Gestión de operaciones bancarias	Fiabilidad
Rho de Spearman	Gestión de operaciones bancarias	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 16 ,203	,203 16 1,000
	Fiabilidad	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,450 16	

Interpretación:

El resultado del coeficiente de correlación de Spearman dio 0,203, determinándose que no existe una correlación significativa entre las variables gestión de operaciones bancarias y calidad de servicio; y según lo señalado para

efectos de establecer la correlación, se cuenta con un nivel de significancia ($\alpha = 0.05$) que es mayor que el p valor 0,05; por lo tanto, se rechaza la alternativa (H_1) y se acepta la hipótesis nula (H_0) que dice no existe relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la dimensión fiabilidad de la calidad de servicio en el Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017. Con dicho resultado se demuestra que no hay correlación.

3.2.4. Hipótesis Específica 3

Existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la capacidad de respuesta de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

Hipótesis nula (H_0)

H_0 : No existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la capacidad de respuesta de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

Hipótesis alternativa (H_1)

H_1 : Existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la capacidad de respuesta de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

Nivel de significancia = 0,05

Regla de decisión: Si p valor < 0,05 en este caso se rechaza el H_0

Si p valor > 0,05 en este caso se acepta el H_0

Tabla 28. *Correlación entre la variable gestión de operaciones bancarias y la dimensión capacidad de respuesta de la calidad de servicio.*

			Gestión de operaciones bancarias	Capacidad de respuesta
Rho de Spearman	Gestión de operaciones bancarias	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 16 ,547*	,547* 16
	Capacidad de respuesta	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,028 16	1,000 16

* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación:

El resultado del coeficiente de correlación de Spearman dio 0,547, determinándose que existe una correlación significativa entre la variable gestión de operaciones bancarias y la dimensión capacidad de respuesta de la calidad de servicio; y según lo señalado para efectos de establecer la correlación, se cuenta con un nivel de significancia (sig = 0.028) que es menor que el p valor 0,05; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1) que dice existe relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la capacidad de respuesta en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017. Con dicho resultado se evidencia una correlación media, por lo que en consecuencia, existe en la muestra de colaboradores una tendencia a que a mayor nivel de la variable gestión de operaciones bancarias sea mayor el nivel de capacidad de respuesta de la calidad de servicio.

3.2.5. Hipótesis Específica 4

Existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la seguridad de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

Hipótesis nula (H_0)

H_0 : No existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la seguridad de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

Hipótesis alternativa (H_1)

H_1 : Existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la seguridad de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

Nivel de significancia = 0,05

Regla de decisión: Si p valor < 0,05 en este caso se rechaza el H_0

Si p valor > 0,05 en este caso se acepta el H_0

Tabla 29. *Correlación entre la variable gestión de operaciones bancarias y la dimensión y la seguridad de la calidad de servicio.*

			Gestión de operaciones bancarias	Seguridad
Rho de Spearman	Gestión de operaciones bancarias	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 16 ,718**	,718** ,002 16
	Seguridad	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,002 16	1,000 16

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

El resultado del coeficiente de correlación de Spearman dio 0,633, determinándose que existe una correlación significativa entre las variables gestión

de operaciones bancarias y calidad de servicio; y según lo señalado para efectos de establecer la correlación, se cuenta con un nivel de significancia ($\text{sig} = 0.000$) que es menor que el p valor $0,05$; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1) que dice existe relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la calidad de servicio al cliente en el Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017. Con dicho resultado se evidencia una correlación alta, por lo que en consecuencia, existe en la muestra de colaboradores una tendencia a que a mayor nivel de la variable gestión de operaciones bancarias sea mayor el nivel de calidad de servicio.

3.2.6. Hipótesis Específica 5

Existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la empatía de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

Hipótesis nula (H_0)

H_0 : No existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la empatía de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

Hipótesis alternativa (H_1)

H_1 : Existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la empatía de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017.

Nivel de significancia = $0,05$

Regla de decisión: Si p valor $< 0,05$ en este caso se rechaza el H_0

Si p valor $> 0,05$ en este caso se acepta el H_0

Tabla 30. *Correlación entre la variable gestión de operaciones bancarias y la dimensión empatía de la calidad de servicio.*

			Gestión de operaciones bancarias	Empatía
Rho de Spearman	Gestión de operaciones bancarias	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000	,020
		N	16	,941
	Empatía	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,020	1,000
		N	,941	16

Interpretación:

El resultado del coeficiente de correlación de Spearman dio 0,020, determinándose que existe una correlación significativa entre las variables gestión de operaciones bancarias y la dimensión empatía de la calidad de servicio; y según lo señalado para efectos de establecer la correlación, se cuenta con un nivel de significancia (sig = 0.941) que es mayor que el p valor 0,05; por lo tanto, se rechaza la hipótesis alternativa (H₁) y se acepta la hipótesis nula (H₀) que dice no existe relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la empatía de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017. Con tal resultado no se encontró relación.

IV. DISCUSIÓN

En este capítulo, después de haberse logrado los resultados, y luego de ser comparados con los estudios que conforman los antecedentes de investigación, se confirman con las hipótesis que fueron planteadas.

La hipótesis general dice que existe relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017. El coeficiente de correlación de Spearman dio 0,633 ($p < 0,05$) determinándose así que existe una correlación significativa entre las variables gestión de operaciones bancarias y calidad de servicio al cliente. El valor hallado es muestra de una correlación alta, en consecuencia, puede decirse que existe en la muestra de clientes encuestados una tendencia a que un mayor nivel de la variable gestión de operaciones bancarias se incremente el nivel de calidad de servicio al cliente.

El resultado concuerda con Suárez, R. (2015) en su estudio titulado *El nivel de calidad de servicio de un Centro de Idiomas aplicando el modelo Servqual* Caso: Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao período 2011-2012, llegó a la conclusión que el centro de idiomas alcanzó un nivel de calidad del servicio en un promedio ponderado de 3.39 según expectativas y percepciones. Entre fiabilidad y satisfacción del cliente presentó asociación de 0,937, con la capacidad de respuesta 0,966, con la seguridad 0,944, con la empatía 0,976, con los elementos tangibles 0,942. Según los resultados encontrados se tiene que la Agencia Magdalena del Banco de Crédito gestiona las operaciones a favor del cliente y éste identifica la calidad del servicio al cliente prestado. Por ello, se tiene un nivel regular de gestión de operaciones bancarias con 68,75% y un nivel bueno de la calidad de servicio al cliente con 76,11%.

El estudio contrasta con Torres, L. (2014) en su estudio titulado *Las operaciones financieras bancarias y los tributos que las gravan*, quien describe el sistema financiero español y su estado actual, señalando que está conformado por simples intermediarios financieros de los fondos captados, para lo cual realiza campañas promocionales de productos y servicios, explicando que el aumento de activos obliga la disminución de recursos afectando los productos a

brindar a los clientes, aunque esto se debe más a la tendencia económica en Europa a la gestión de operaciones bancarias realizadas. En el Perú, esta misma tendencia se presenta, pero los poderes del Estado vigilan el equilibrio económico de estos productos en el sistema financiero.

La primera hipótesis específica dice que existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y los elementos tangibles de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017. El coeficiente de correlación de Spearman dio 0,614, ($p < 0,05$) determinándose que existe una correlación significativa entre la variable gestión de operaciones bancarias y la dimensión elementos tangibles de la calidad de servicio. El valor hallado es muestra de una correlación alta, en consecuencia, puede decirse que existe en la muestra de clientes encuestados una tendencia a que un mayor nivel de la dimensión elementos tangibles se incremente el nivel de gestión de operaciones bancarias.

Los autores Chauca, A. y Marchán, P. (2010) en su estudio titulado *Implementación estratégica de calidad en servicio y atención al cliente*, sostuvieron que se logra fiabilidad mediante la mantención del posicionamiento, por medio de la infraestructura, las normas y reglas en todas las áreas de la institución. El Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, muestra preocupación por mantener la infraestructura para dar comodidad al cliente, manteniendo los ambientes limpios y agradables, en la que el personal también se siente cómodo. Por ello, el nivel bueno en la dimensión elementos tangibles fue de 37,5%, regular 37,5% y malo 25%.

La segunda hipótesis específica dice que existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la fiabilidad de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017. El coeficiente de correlación de Spearman dio 0,203 ($p > 0,05$) por lo que se determina que no existe una correlación significativa entre la dimensión fiabilidad y la variable gestión de operaciones bancarias. El valor hallado no muestra correlación.

Como sostienen, Vela, R. y Zavaleta, L. (2014) en su estudio titulado *Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas Claro Tottus-Mall, de la ciudad de Trujillo 2014*, los factores que influyen en la calidad de servicio repercuten en las ventas, lo que genera a la vez acciones que constituyen valor para los clientes, generando confianza y prestigio en la marca. El Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, presenta un nivel bueno en la dimensión fiabilidad siendo de 56,25%, en regular 18,75% y malo en 25%. Sin embargo, al no encontrarse correlación podría indicar que los colaboradores confían con gran reserva en los productos y servicios del banco al ser otorgados al cliente. También, debido a las intensas campañas de promoción, en lugar de brindar la confianza requerida para la atención del cliente, se disponen a informar de productos y servicios no solicitados por éste.

La tercera hipótesis específica dice que existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la capacidad de respuesta de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017. El coeficiente de correlación de Spearman dio 0,547 ($p < 0,05$) por lo que se determina que existe una correlación significativa entre la variable gestión de operaciones bancarias y la dimensión capacidad de respuesta. El valor hallado es muestra de una correlación alta, en consecuencia, puede decirse que existe en la muestra de clientes encuestados una tendencia a que un mayor nivel de la dimensión capacidad de respuesta se incremente el nivel de gestión de operaciones bancarias.

Tal como señalan Morocho, R. M. y Rey, X. (2010) en su estudio titulado *Análisis de la calidad en el servicio al cliente que presta la Banca privada en la ciudad de Loja. Propuesta de mejoramiento*, al aplicarse los indicadores de la calidad de servicio al cliente sobre los productos y servicios bancarios se pudo mejorar el servicio, mejorando a su vez la capacidad de respuesta. Para el caso del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, se tiene un nivel regular en la dimensión capacidad de respuesta fue de 56,25%, mientras se muestra buena capacidad de respuesta en un 31, 25% y mala en 12,5% para la calidad del servicio ofrecida al cliente.

La cuarta hipótesis específica dice que existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la seguridad de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017. El coeficiente de correlación de Spearman dio 0,718 ($p < 0,05$) por lo que se determina que existe una correlación significativa entre la variable gestión de operaciones bancarias y la dimensión seguridad de la calidad de servicio. El valor hallado es muestra de una correlación alta, en consecuencia, puede decirse que existe en la muestra de clientes encuestados una tendencia a que un mayor nivel de la dimensión seguridad de la calidad de servicio al cliente se incremente el nivel de gestión de operaciones bancarias.

Al respecto, Martínez, F. (2012) en su estudio titulado *Servicio al cliente en las agencias bancarias de La Mesilla, Huehuetenango*, señaló que según la percepción de la clientela, se determinó que el servicio al cliente tiene características de regular y un buen servicio, por lo que no existe un buen nivel comunicación entre usuario, empleados y gerente. Los tiempos de espera van de 5 a 15 minutos en la atención de las transacciones, lo que genera seguridad en el cliente por las transacciones a efectuar. En cuanto a la seguridad del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, se muestra un nivel bueno en esta dimensión con 62,5%, nivel regular 12, 5% y malo 25%.

La quinta hipótesis específica dice que existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la empatía de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017. El coeficiente de correlación de Spearman dio 0,020 ($p > 0,05$) por lo que se determina que no existe una correlación significativa entre la variable gestión de operaciones bancarias y la dimensión empatía de la calidad de servicio. No presenta correlación, por lo que se puede decir que los colaboradores no perciben la empatía aplicada directamente al cliente.

Sobre ello, el estudio de Pintado, M. E. y Rodriguez, A. M. (2014) titulado *Propuesta de mejora en el servicio de atención al cliente en la empresa de servicios Chan Chan S. A. en la ciudad de Trujillo*, dio por resultado un porcentaje

alto de clientes señaló que no se hacía uso de tecnología para respaldar la calidad de servicio al cliente. Asimismo, se presentaron dificultades en la atención telefónica, generando incomodidad en los clientes, por lo que no se consideraba la empatía como aspecto de la calidad del servicio ofrecido por la empresa. Tal situación podría darse en el Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, pues existe poca claridad sobre los productos y servicios ofrecidos por el banco. Ello a pesar del nivel bueno en la dimensión empatía que fue de 50%, y se explicaría en los niveles regular 43,75% y malo en 6,25%.

V. CONCLUSIONES

Se determinó que existe una relación significativa ($r = 0,633$; $p < 0,05$) entre la gestión de operaciones bancarias y la calidad de servicio en el Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017 (Tabla 24). El 68,75% se encuentra en un nivel regular de gestión de operaciones bancarias (Tabla 12 y figura 4) y el 56,3% en nivel bueno de calidad de servicio (Tabla 19 y figura 8).

Se determinó que existe una relación significativa ($r = 0,614$; $p < 0,05$) entre la gestión de operaciones bancarias y los elementos tangibles de la calidad de servicio en el Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017 (Tabla 25). La dimensión elementos tangibles fue de bueno 37,5%, regular 37,5% y malo 25% (Tabla 20 y figura 9).

Se determinó que no existe una relación significativa ($r = 0,203$; $p > 0,05$) entre la gestión de operaciones bancarias y la fiabilidad de la calidad de servicio en el Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017 (Tabla 26). La dimensión fiabilidad se presentó buena en 56,25%, regular 18,75% y malo en 25% (Tabla 21 y figura 10).

Se determinó que existe una relación significativa ($r = 0,547$; $p < 0,05$) entre la gestión de operaciones bancarias y la capacidad de respuesta de la calidad de servicio en el Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017 (Tabla 27). La dimensión capacidad de respuesta fue de un nivel regular en 56,25%, mientras se muestra buena capacidad de respuesta en un 31, 25% y mala en 12,5% (Tabla 22 y figura 11).

Se determinó que existe una relación significativa ($r = 0,718$; $p < 0,05$) entre la gestión de operaciones bancarias y la seguridad de la calidad de servicio en el Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017 (Tabla 28). La seguridad se muestra a un nivel bueno con 62,5%, nivel regular 12, 5% y malo 25% (Tabla 23 y figura 12).

Se determinó que no existe una relación significativa ($r = 0,020$; $p > 0,05$) entre la gestión de operaciones bancarias y la empatía de la calidad de servicio en el Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2017 (Tabla 29). La dimensión empatía mostró nivel bueno en 50%, nivel regular 43,75% y malo en 6,25% (Tabla 24 y figura 13).

VI. RECOMENDACIONES

En consideración a los resultados se recomienda:

Al Banco de Crédito evaluar la Calidad de Servicio al cliente con frecuencia, aplicando los instrumentos según modelo Servqual que involucra los elementos intangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía

Al Banco de Crédito, Agencia Magdalena, se sugiere supervisar el cumplimiento de los objetivos en cuanto al mantenimiento de los elementos intangibles involucrando al supervisor o encargado de la oficina que verifique que los equipos se encuentren en buen funcionamiento para la atención y que los colaboradores cumplan con los procesos establecidos por el banco (Ver tabla 19)

Al Banco de Crédito BCP, informar a quien corresponda la necesidad de mejorar las capacitaciones, en función a las necesidades laborales para prevenir las debilidades en los procesos. (Ver tabla 20)

Al Banco de Crédito, Agencia Magdalena, reducir tiempos de espera previendo los tiempos y visitas que suele tenerse diariamente en la agencia. Ello contribuirá a mejorar la percepción de los clientes en cuanto a la atención que reciben. (Ver tabla 21)

A los supervisores monitorear con mayor constancia el cumplimiento de fechas en la atención a los reclamos para disminuir la insatisfacción de los clientes. (Ver tabla 22)

Los jefes de área deben tener contacto con aquellos clientes reiterativos en los reclamos, la necesidad se justifica ante la dependencia en la toma de sus decisiones en su cargo (Ver tabla 23)

.

VII. REFERENCIAS

- Ashraf, Y. (2016). *Operation Management in Banking*. Recuperado el 11 de mayo de 2017 desde <http://www.authorstream.com/Presentation/priyank2811-2053692-banking-operation-management/>
- Banco de Crédito del Perú (2016). *Misión, Visión y Principios BCP*. Lima: Banco de Crédito del Perú.
- Carrasco, S. (2013). *Gestión de la atención al cliente/consumidor*. España: Ediciones Paraninfo S.A.
- Cibrán, P.; Huarte, C. y Beltrán, J. (2008). Los modelos de control de gestión de la actividad bancaria. Capacidad predictiva para el cumplimiento de objetivos en los procesos de crisis. Recuperado el 3 de mayo de 2016 desde <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2751733.pdf>
- Cruz, J. (2015). *Gestión y control administrativo de las operaciones de caja*. España: Ediciones Paraninfo S.A.
- Chauca, A. y Marchán, P. (2010). *Implementación estratégica de calidad en servicio y atención al cliente*. (Tesis de Licenciatura). Cuenca, Ecuador: Universidad de Cuenca.
- Duque, E. J. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15 (25), 64-80.
- Editorial Vértice (2010). *Atención al cliente*. Málaga: Publicaciones Vértice S.L.
- Frías-Navarro, D. (2014). *Apuntes de SPSS. Análisis de fiabilidad de las puntuaciones de un instrumento de medida. Alfa de Cronbach: un coeficiente de fiabilidad*. Recuperado de: <http://www.uv.es/friasnav/ApuntesSPSS.pdf>
- Gabriel, A. S. (2003). *Medición de la Calidad de Servicios*. Universidad del Cema. Recuperado el 11 de abril de 2017 desde https://www.ucema.edu.ar/posgrado-download/tesinas2003/MADE_Weil.pdf
- Gestión (2014, 21 de octubre). Una mirada al sector bancario de los últimos 15 años. Recuperado el 19 de mayo de 2016 desde <http://gestion.pe/mercados/mirada-al-sector-bancario-ultimos-15-anos->

- Govea, M. (1972). *Operaciones bancarias*. Caracas: Editorial Febreton.
- Hernández, R., Fernández, C.; Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Krajewski, J. y Ritzman, (2000). *Administración de Operaciones, Estrategias y Análisis*. México: 2000.
- Leal, D. Y. y Bolívar, M. E.; Castillo, C. O. (2011). La planificación estratégica como proceso de integración de un equipo de salud. *Revista electrónica trimestral de Enfermería, Administración-Gestión-Calidad*, 180-188. Disponible en: <http://scielo.isciii.es/pdf/eg/v10n24/administracion5.pdf>
- Mariño, R.; Rubio, L; Rodríguez, J. M. (2010). Análisis de las dimensiones y variables que configuran la calidad de servicio asociada al factor humano. Una aplicación al sector bancario Andorrano. Recuperado el 22 de abril de 2016 desde http://www.uda.ad/wp-content/uploads/2010/03/analisis_dimensiones.pdf
- Martínez, F. Y. (2012). *Servicio al cliente en las agencias bancarias de La Mesilla, Huehuetenango*. (Tesis de Licenciatura). Quetzaltenango, Guatemala: Universidad Rafael Landívar.
- Mesén, V. (2011). Fidelización de clientes: concepto y perspectiva contable. *Tec Empresarial Noviembre*, 5 (3), 29-35,
- Morales, L. y Yañez, A. (2006). La bancarización en Chile. Recuperado el 22 de abril de 2016 desde http://www.sbif.cl/sbifweb/internet/archivos/publicacion_5291.pdf
- Morocho, R. M. y Rey, X. (2010). Análisis de la calidad en el servicio al cliente que presta la Banca privada en la ciudad de Loja. Propuesta de mejoramiento. Tesis. Loja, Ecuador: Universidad Nacional de Loja.
- Navarro, E. y Muñoz, R. (2015). *Gestión administrativa para el asesoramiento de productos de activo*. España: Ediciones Paraninfo S.A.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico OCDE (2009). *Perspectivas Económicas de América Latina 2010*. Centro de Desarrollo de

la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

Pérez, V. C. (2010). *Calidad total en la atención al cliente*. España: Ideaspropias Editorial.

Pintado, M. E. y Rodríguez, A. M. (2014) en la tesis *Propuesta de mejora en el servicio de atención al cliente en la empresa de servicios Chan Chan S. A. en la ciudad de Trujillo*. (Tesis de Licenciatura). Trujillo, Perú: Universidad Privada Antenor Orrego.

Pizano, G. (2006). *Estrategias Cognitivas*. Lima. Editorial Impulso Grafico

Rivera, J. y Mas, C. (2015). *Marketing financiero: Estrategia y planes de acción para mercados complejos*. Lima: ESIC Business Marketing School.

Tigani, D. (2006). *Excelencia en Servicio*. Liderazgo 21. Disponible en: http://www.laqui.org/pdf/libros_coaching/Excelencia+en+Servicio.pdf

Torres, L. (2014). *Las operaciones financieras bancarias y los tributos que las gravan*. (Tesis de Maestría). España: Universidad Politécnica de Cartagena.

Valderrama, S. (2014). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. Lima: Editorial San Marcos.

Vela, R. y Zavaleta, L. (2014). *Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas Claro Tottus-Mall, de la ciudad de Trujillo 2014*. (Tesis de Licenciatura). Trujillo, Perú: Universidad Privada Antenor Orrego.

Zúñiga, R. (2005). Administración de operaciones. Operaciones: concepto, sistema, estrategia y simulación. Academia *Revista Latinoamericana de Administración*, 34. Disponible en: <http://conocimiento.incae.edu/~ogliaste/rla%2034.pdf>

VIII. ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia.

TITULO: GESTIÓN DE OPERACIONES BANCARIAS Y CALIDAD DE SERVICIO EN LOS COLABORADORES DEL BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ, AGENCIA MAGDALENA, LIMA, 2016

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES					
			Variable	Dimensiones	Indicadores	N° de ítems	Escala de Medición	
<p>PROBLEMA PRINCIPAL: ¿Qué relación existe entre la gestión de operaciones bancarias y la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2016?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS: ¿Qué relación existe entre la gestión de operaciones bancarias y los elementos tangibles de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2016?</p> <p>¿Qué relación existe entre la gestión de operaciones bancarias y la fiabilidad de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2016?</p> <p>¿Qué relación existe entre la gestión de operaciones bancarias y la capacidad de respuesta de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2016?</p> <p>¿Qué relación existe entre la gestión de operaciones bancarias y la seguridad de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2016?</p> <p>¿Qué relación existe entre la gestión de operaciones bancarias y la empatía de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2016?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL: Identificar la relación que existe entre la gestión de operaciones bancarias y la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2016.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS: Determinar la relación que existe entre la gestión de operaciones bancarias y los elementos tangibles de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2016.</p> <p>Establecer la relación que existe entre la gestión de operaciones bancarias y la fiabilidad de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2016.</p> <p>Determinar la relación que existe entre la gestión de operaciones bancarias y la capacidad de respuesta de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2016.</p> <p>Establecer la relación que existe entre la gestión de operaciones bancarias y la seguridad de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2016.</p> <p>Determinar relación que existe entre la gestión de operaciones bancarias y la empatía de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2016.</p>	<p>HIPOTESIS GENERAL: Existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2016.</p> <p>HIPOTESIS ESPECÍFICAS: Existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y los elementos tangibles de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2016.</p> <p>Existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la fiabilidad de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2016.</p> <p>Existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la capacidad de respuesta de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2016.</p> <p>Existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la seguridad de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2016.</p> <p>Existe una relación significativa entre la gestión de operaciones bancarias y la empatía de la calidad de servicio en los colaboradores del Banco de Crédito del Perú, Agencia Magdalena, Lima, 2016.</p>	GESTIÓN DE OPERACIONES BANCARIAS	Profundidad		<ul style="list-style-type: none"> • Importancia del sistema financiero. • Total de depósitos. • Total de captaciones. • Total de activos bancarios. 	1,2, 3,4, 5, 6, 7,8,9	(5) Siempre (4) Casi siempre (3) A veces (2) Casi nunca (1) Nunca
				Cobertura		<ul style="list-style-type: none"> • Medios de pago. • Sucursales. 	10, 11, 12, 13, 14,15,	(5) Siempre (4) Casi siempre (3) A veces (2) Casi nunca (1) Nunca
				Intensidad de uso		<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de transacciones bancarias. • Créditos ofertados. • Medios de pago efectivos. 	16, 17, 18, 19, 20, 21, 22	(5) Siempre (4) Casi siempre (3) A veces (2) Casi nunca (1) Nunca
			CALIDAD DE SERVICIO	Elementos tangibles		<ul style="list-style-type: none"> • Equipamiento de aspecto moderno • Instalaciones visualmente atractivas • Apariencia del personal • Elementos tangibles atractivos 	1,2, 3, 4,5, 6,7,8 9,10,	(5) Siempre (4) Casi siempre (3) A veces (2) Casi nunca (1) Nunca
				Fiabilidad		<ul style="list-style-type: none"> • La realización del servicio correctamente y a la primera • La disposición de los empleados para ayudar a los clientes • La confianza transmitida a los clientes, por parte de los colaboradores 	11, 12, 13.	(5) Siempre (4) Casi siempre (3) A veces (2) Casi nunca (1) Nunca
				Capacidad de respuesta		<ul style="list-style-type: none"> • La realización del servicio en el tiempo prometido • El ofrecimiento de un servicio rápido • La disposición de los empleados para responder a las preguntas de los clientes 	14,15, 16,17, 18,19,	(5) Siempre (4) Casi siempre (3) A veces (2) Casi nunca (1) Nunca
				Seguridad		<ul style="list-style-type: none"> • La seguridad que proporcionan los colaboradores a los clientes en la realización de sus transacciones • La amabilidad de los colaboradores con los clientes • El conocimiento de los colaboradores para responder a las preguntas de los clientes 	20,21, 22,23, 24,25	(5) Siempre (4) Casi siempre (3) A veces (2) Casi nunca (1) Nunca
				Empatía		<ul style="list-style-type: none"> • La atención personalizada que los empleados ofrecen a los clientes • La preocupación de los colaboradores por los intereses de los clientes • La comprensión de las necesidades específicas de los clientes, por parte de los colaboradores 	26,27, 28,29, 30, 31	(5) Siempre (4) Casi siempre (3) A veces (2) Casi nunca (1) Nunca

Anexo 2. Instrumento de investigación.

ENCUESTA SOBRE GESTIÓN DE OPERACIONES BANCARIAS Y ATENCIÓN AL CLIENTE

FINALIDAD: El instrumento tiene la finalidad de conocer su opinión sobre la gestión de operaciones bancarias y atención al cliente.

INSTRUCCIONES: La presente encuesta se lleva a cabo con fines institucionales, los datos revelados en ella serán tratados con reserva. Por favor, marque "X" donde corresponda y responda donde se requiera. Le solicitamos que lea las preguntas tranquilamente y que dé respuesta a todas ellas.

Agradecemos anticipadamente su colaboración.

SECCIÓN PRIMERA

Sexo: M F

Edad: 18-20 21-30 31-40 41-50 51-60 61- más

Distrito en el que vive: _____

SECCIÓN SEGUNDA

A continuación, le presentamos una serie de preguntas con el fin de conocer su opinión respecto de cuestiones relacionados a la gestión de operaciones bancarias en el BCP.

Nº	DIMENSIONES/ITEMS	ESCALA DE VALORACIÓN				
		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
GESTIÓN DE OPERACIONES BANCARIAS						
		1	2	3	4	5
PROFUNDIDAD						
1	La gestión de operaciones bancarias es eficiente, los colaboradores dan información de todo tipo de servicio ofrecido	1	2	3	4	5
2	Periódicamente, la gerencia audita los procedimientos para identificar el nivel de fidelización o decisión de los clientes	1	2	3	4	5
3	El total de depósito de los clientes se afecta cuando se registra incremento en sus créditos	1	2	3	4	5
4	Los clientes de la agencia confían en el banco, por ellos las gestiones financieras de todo tipo se desarrolla en la organización	1	2	3	4	5
5	Los colaboradores ejercen un servicio de calidad ante la captación de un cliente nuevo	1	2	3	4	5
6	El total de captación de clientes es alto por la buena gestión de operaciones	1	2	3	4	5

7	La agencia ofrece productos como tarjetas de créditos, crédito hipotecario, crédito vehicular, crédito personal, seguros que gozan de captación de los clientes.					
8	En determinadas campañas dirigidas a un producto específico se gozan de aceptación.					
9	El cliente del sector C y D están dirigidos a cierto tipo de servicio como: pago de servicio, depósito, retiro, cobro de cheques y su estancia esporádica.					
COBERTURA						
10	El cliente cuenta con diversidad de medios de pago que facilita el cumplimiento de sus obligaciones	1	2	3	4	5
11	Los clientes usan como medio de pago los medios online que el banco facilita y capacita	1	2	3	4	5
12	La preferencia de los clientes para realizar operaciones bancarias, es recurrir a la agencia, pues desconfían del procedimiento online	1	2	3	4	5
13	Para considerar una decisión financiera, los clientes recurren al banco por asesoría y expresan su satisfacción	1	2	3	4	5
14	Ante la demanda de clientes en determinadas horas y días, el gerente de oficina cobertura la atención de más ventanillas.	1	2	3	4	5
15	Los supervisores se involucran en los procedimientos de atención, ante una "situación compleja o de insatisfacción" para prevenir que se afecte la cobertura de servicio.	1	2	3	4	5
INTENSIDAD DE USO						
16	El servicio de la agencia se ve afectado pues los clientes potenciales y corporativos demandan mayor tiempo en sus transacciones afectando al cliente menor en su atención	1	2	3	4	5
17	El banco ofrece promociones y productos de mayor competitividad que en el mercado financiero, incrementando las transacciones de los clientes	1	2	3	4	5
18	Los clientes toman sus decisiones financieras consultando a la asesora de ventas	1	2	3	4	5
19	El banco oferta productos que atiendan a los diversos sectores económicos de la población.	1	2	3	4	5
20	Para obtener un crédito financiero estoy de acuerdo con el interés y comisión que brinda el banco	1	2	3	4	5
21	Los medios de pagos efectivos ante los créditos ejecutados ofrecidos por el banco son efectivos pues los niveles de morosidad son bajos	1	2	3	4	5
22	Los colaboradores son competentes y comunicativos, informan los medios de pagos al cliente con claridad y transparencia	1	2	3	4	5

SECCIÓN TERCERA

A continuación, le presentamos una serie de preguntas con el fin de conocer su opinión respecto de cuestiones relativas a la atención al cliente en el BCP.

Nº	DIMENSIONES/ITEMS	ESCALA DE VALORACIÓN				
CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE						
		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
		1	2	3	4	5
ELEMENTOS TANGIBLES						
1	El personal encargado de la limpieza mantiene la agencia limpia y en orden	1	2	3	4	5
2	Los colaboradores reciben capacitación cuando un equipo moderno es instalado en la oficina	1	2	3	4	5
3	Los colaboradores cuentan con el equipo y materiales necesarios para el desempeño de sus labores	1	2	3	4	5
4	Los elementos exhibidos en el banco (folletos y similares) son visualmente atractivos para el cliente	1	2	3	4	5
5	El cliente es atendido en un ambiente limpio, luminoso y espacioso	1	2	3	4	5
6	Los colaboradores en el proceso de capacitación reciben una inducción pertinente sobre el protocolo y pautas a seguir para brindar una información certera	1	2	3	4	5
7	Consideras adecuado el periodo de renovación de los uniformes de los colaboradores	1	2	3	4	5
8	Los clientes identifican fácilmente el puesto de los colaboradores por el uniforme	1	2	3	4	5
9	Se cuenta con instalaciones atractivas para la captación y servicios prestados al cliente	1	2	3	4	5
10	Consideras que el aforo es adecuado durante las horas de mayor afluencia	1	2	3	4	5
FIABILIDAD						
11	La realización del servicio bancario es rápida y eficiente	1	2	3	4	5
12	Los colaboradores cuentan con disposición rápida para ayudar a los clientes ante cualquier consulta o duda	1	2	3	4	5
13	Los colaboradores transmiten confianza a los clientes al momento de explicar al detalle o minuciosamente cualquier duda	1	2	3	4	5
CAPACIDAD DE RESPUESTA						
14	Cuando un cliente no está conforme con la atención, el supervisor ejecuta un monitoreo operativo y más eficiente a los colaboradores	1	2	3	4	5
15	Los clientes en cola demuestran su impaciencia cuando los colaboradores se demoran en una atención	1	2	3	4	5
16	Existen clientes que no son tolerantes aun teniendo atención preferencial o pertenecer a banca exclusiva	1	2	3	4	5
17	Todos los colaboradores ofrecen una atención rápida a los clientes	1	2	3	4	5
18	El cliente demuestra malestar cuando no obtuvo una	1	2	3	4	5

	respuesta concreta y eficiente por parte de los colaboradores					
19	Los colaboradores son amonestados, sancionados o rotados a otras oficinas cuando no ofrecen una adecuada atención a los clientes	1	2	3	4	5
SEGURIDAD						
20	Los colaboradores transmiten seguridad a los clientes al momento de la atención	1	2	3	4	5
21	Los colaboradores cumplen con las normas establecidas por el banco de no hacer uso del celular durante la atención al cliente	1	2	3	4	5
22	El gerente de agencia monitorea con frecuencia las pautas establecidas por el banco a seguir durante la atención	1	2	3	4	5
23	Los colaboradores se encuentran a disposición de los clientes para ayudarlos a realizar operaciones en el cajero automático	1	2	3	4	5
24	Los colaboradores responden todas las preguntas de los clientes de forma rápida, eficiente y segura	1	2	3	4	5
25	Los colaboradores están informados y capacitados de todos los productos y servicios que ofrece el banco para responder las preguntas del cliente	1	2	3	4	5
EMPATÍA						
26	La atención brindada por los colaboradores a los clientes es personalizada	1	2	3	4	5
27	Si un cliente no está conforme con la atención, el gerente efectúa una atención personalizada	1	2	3	4	5
28	Los colaboradores se esfuerzan o buscan obtener información para disolver las dudas y lograr que el cliente esté conforme con la respuesta brindada	1	2	3	4	5
29	El cliente percibe que el colaborador es empático ante cualquier duda que tiene al momento de realizar una operación	1	2	3	4	5
30	Los colaboradores buscan la manera de ayudar a los clientes a obtener productos de acuerdo a sus requerimientos solicitados	1	2	3	4	5
31	El cliente está de acuerdo con los intereses que el banco establece para obtener un producto	1	2	3	4	5

Anexo 3. Validación de expertos.

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del validador: Dr / Mg. Compañes H. Teresa
- 1.2 Cargo e institución donde labora: SUBE
- 1.3 Especialidad del validador: Metodología
- 1.4 Nombre del instrumento y finalidad de su aplicación: _____
- 1.5 Título de la investigación: _____
- 1.6 Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

1 CRITERIOS	2 INDICADORES	Deficiente 00 – 20%	Regular 21 – 40%	Buena 41 – 60%	Muy Buena 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.				/	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				/	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				/	
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				/	
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				/	
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos – científicos.				/	
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				/	
8. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				/	
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				/	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					65%	

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento

Primera variable: GESTION DE OPERACIONES

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	/		
Item 2	/		
Item 3	/		
Item 4	/		
Item 5	/		
Item 6	/		
Item 7	/		
Item 8	/		
Item 9	/		
Item 10	/		
Item 11	/		
Item 12	/		
Item 13	/		
Item 14	/		
Item 15	/		
Item 16	/		
Item 17	/		
Item 18	/		
Item 19	/		
Item 20	/		
Item 21	/		
Item 22	/		

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento

Segunda variable: CALIDAD DE SERVICIO

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	/		
Item 2	/		
Item 3	/		
Item 4	/		
Item 5	/		
Item 6	/		
Item 7	/		
Item 8	/		
Item 9	/		
Item 10	/		
Item 11	/		
Item 12	/		
Item 13	/		
Item 14	/		
Item 15	/		
Item 16	/		
Item 17	/		
Item 18	/		
Item 19	/		
Item 20	/		
Item 21	/		
Item 22	/		
Item 23	/		
Item 24	/		
Item 25	/		
Item 26	/		
Item 27	/		
Item 28	/		
Item 29	/		
Item 30	/		
Item 31	/		

- III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 65 % V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD.
() El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:



Firma del Experto Informante.

DNI. N° _____ Teléfono N° _____

25228455

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del validador: Dr / Mg. Manuel Salvador Causa Sotelo
 1.2 Cargo e institución donde labora: Coordinador
 1.3 Especialidad del validador: Doctor en Adm./Mg en Educación / Economista
 1.4 Nombre del instrumento y finalidad de su aplicación: _____
 1.5 Título de la investigación: _____
 1.6 Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

1 CRITERIOS	2 INDICADORES	Deficiente 00 – 20%	Regular 21 – 40%	Buena 41 – 60%	Muy Buena 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.				/	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				/	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				/	
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				/	
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				/	
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos – científicos.				/	
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				/	
8. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				/	
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				/	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					65%	

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento

Primera variable: GESTION DE OPERACIONES

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	/		
Item 2	/		
Item 3	/		
Item 4	/		
Item 5	/		
Item 6	//		
Item 7	//		
Item 8	/		
Item 9	//		
Item 10	//		
Item 11	/		
Item 12	/		
Item 13	/		
Item 14	//		
Item 15	/		
Item 16	/		
Item 17	//		
Item 18	//		
Item 19	/		
Item 20	//		
Item 21	//		
Item 22	//		

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento

Segunda variable: CALIDAD DE SERVICIO

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	/		
Item 2	/		
Item 3	/		
Item 4	/		
Item 5	/		
Item 6	/		
Item 7	/		
Item 8	/		
Item 9	/		
Item 10	/		
Item 11	/		
Item 12	/		
Item 13	/		
Item 14	/		
Item 15	/		
Item 16	/		
Item 17	/		
Item 18	/		
Item 19	/		
Item 20	/		
Item 21	/		
Item 22	/		
Item 23	/		
Item 24	/		
Item 25	/		
Item 26	/		
Item 27	/		
Item 28	/		
Item 29	/		
Item 30	/		
Item 31	/		



III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 65 % V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD.

- () El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:

Firma del Experto Informante.

DNI. N° 10248111 Teléfono N° _____

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del validador: Dr / Mg. TORRES OPORTO HÉCTOR M
- 1.2 Cargo e institución donde labora: DOCENTE
- 1.3 Especialidad del validador: ADMINISTRADOR
- 1.4 Nombre del instrumento y finalidad de su aplicación: _____
- 1.5 Título de la investigación: _____
- 1.6 Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

1 CRITERIOS	2 INDICADORES	Deficiente 00 – 20%	Regular 21 – 40%	Buena 41 – 60%	Muy Buena 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.				/	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				/	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				/	
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				/	
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				/	
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos – científicos.				/	
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				/	
8. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				/	
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				/	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					70%	

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento

Primera variable: GESTION DE OPERACIONES

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	/		
Item 2	/		
Item 3	/		
Item 4	/		
Item 5	/		
Item 6	/		
Item 7	/		
Item 8	/		
Item 9	/		
Item 10	/		
Item 11	/		
Item 12	/		
Item 13	/		
Item 14	/		
Item 15	/		
Item 16	/		
Item 17	/		
Item 18	/		
Item 19	/		
Item 20	/		
Item 21	/		
Item 22	/		

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento

Segunda variable: CALIDAD DE SERVICIO

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		
Item 13	✓		
Item 14	✓		
Item 15	✓		
Item 16	✓		
Item 17	✓		
Item 18	✓		
Item 19	✓		
Item 20	✓		
Item 21	✓		
Item 22	✓		
Item 23	✓		
Item 24	✓		
Item 25	✓		
Item 26	✓		
Item 27	✓		
Item 28	✓		
Item 29	✓		
Item 30	✓		
Item 31	✓		



Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento

- III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 70 % V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD.
- () El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
- () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'M. J. H.', is written over a horizontal line.

Firma del Experto Informante.

DNI. N° 07967149 Teléfono N° 999049068