



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Calidad de Servicio en el Sector de las Microfinanzas,
San Martín de Porres - Lima 2018**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestro en Administración de Negocios - MBA**

AUTOR

Br. William David Delgado Ordoñez

ASESOR

Dr. César Humberto Del Castillo Talledo

Sección

Ciencias empresariales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Modelos y Herramientas Gerenciales

LIMA – PERÚ

2018



DICTAMEN DE LA SUSTENTACIÓN DE TESIS

EL / LA BACHILLER (ES): **DELGADO ORDOÑEZ , WILLIAM DAVID**

Para obtener el Grado Académico de *Maestro en Administración de Negocios - MBA*, ha sustentado la tesis titulada:

CALIDAD DE SERVICIO EN EL SECTOR DE LAS MICROFINANZAS, SAN MARTIN DE PORRES - LIMA 2018

Fecha: 30 de enero de 2019

Hora: 4:15 p.m.

JURADOS:

PRESIDENTE: Dr. Willian Flores Sotelo

Firma:

SECRETARIO: Dra. Gonzales Huaytahuilca Roxana Beatriz

Firma:

VOCAL: Dr. Del Castillo Talledo, César Humberto

Firma:

El Jurado evaluador emitió el dictamen de:

..... APROBADO POR UNANIMIDAD

Habiendo encontrado las siguientes observaciones en la defensa de la tesis:

.....
.....
.....

Recomendaciones sobre el documento de la tesis:

.....
.....
.....

Nota: El tesista tiene un plazo máximo de seis meses, contabilizados desde el día siguiente a la sustentación, para presentar la tesis habiendo incorporado las recomendaciones formuladas por el jurado evaluador.

Dedicatoria

Este trabajo de investigación lo dedico a mi familia en especial; ya que hicieron posible en apoyarme en todo momento, para poder terminarlo a pesar de las dificultades que se atravesaron en el camino para poder lograr la meta que me tracé.

El Autor

Agradecimiento

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de poder terminar con éxito mis objetivos trazados, desde el inicio a mi esposa, mis hijos, mis padres, de igual forma a la casa de estudios que me dió la gran oportunidad de alcanzar este logro, al asesor que con su esfuerzo y sus conocimientos me encaminó para poder terminar esta investigación, que espero sirva para otros alumnos esta tesis para que también puedan lograr su sueños.

Declaración Jurada de Autenticidad

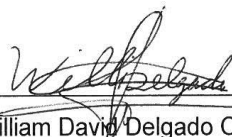
Yo William David Delgado Ordoñez, estudiante de la escuela de Post Grado de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI. 40069726, con la tesis titulada "Calidad de servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martín de Porres – Lima 2018"

Declaro bajo juramento que: La tesis es de mi autoría, he respetado las normas internacionales citadas y referencias para las fuentes consultadas. Por lo tanto, la presente tesis no ha sido plagiada en total o parcialmente.

La tesis no ha sido auto plagiado, es decir no ha sido publicada y presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional. Los datos presentados en los resultados que se presentan en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

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

Los Olivos, 30 de Enero del 2019



William David Delgado Ordoñez

DNI: 40069726

Presentación

Señores miembros del jurado:

Pongo a su disposición la tesis titulada “Calidad de servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martín de Porres – Lima 2018”, en cumplimiento a las normas establecidas en el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Grado de Maestro en Administración de Negocios.

El presente estudio consta de siete capítulos de los cuales está dividido de la siguiente manera: el capítulo 1 es la Introducción donde se especifica la realidad problemática, trabajos previos, teorías relacionadas al tema, formulación del problema, justificación del estudio, objetivos, en el capítulo 2 podemos ver el diseño de investigación, variable, operacionalización, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez, fiabilidad, método de análisis de datos, en el capítulo 3 se muestran los resultados obtenidos mediante la estadística, en el capítulo 4 encontramos la discusión, en el capítulo 5 se encuentra la conclusión, en el capítulo 6 las recomendaciones la cual debe de recomendar, en el capítulo 7 se ubican las fuentes bibliográficas.

Señores miembros del jurado esperamos que esta investigación sea evaluada y merezca su aprobación.

Atentamente

El autor

Índice

Caratula	i
Páginas de jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración jurada de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Resumen	xii
Abstract	xiii
I. Introducción	14
1.1. Realidad Problemática	15
1.2. Trabajos Previos	18
1.2.1 Antecedentes Internacionales	18
1.2.2 Antecedentes Nacional	20
1.3. Teorías relacionadas al tema	23
1.3.1. La gestión de las deficiencias en la calidad de servicio	23
1.3.2. Causas de las deficiencias en el servicio	25
1.3.3. Modelos de Medición de la calidad de servicio	26
1.3.4. Dimensiones del Modelo Servqual	29
1.4. Formulación del Problema	30
1.4.1 Problema General	30
1.4.2. Problema Específico	30
1.5. Justificación del Estudio	31
1.5.1 Justificación Teórica	31
1.5.2. Justificación Práctica	32
1.5.3. Justificación Metodológica	32
1.6. Objetivos	32
1.6.1. Objetivo General	32

1.6.2. Objetivo Específico	32
II. Método	34
2.1. Diseño de la Investigación	35
2.1.1 Tipo de Estudio	35
2.1.2. Diseño de Investigación	35
2.1.3. Enfoque de la investigación	35
2.1.4. Nivel de la investigación	36
2.2. Variable, Operacionalización	36
2.2.1. Variable	36
2.2.2. Operacionalización de la Variable	37
2.3. Población y Muestra	38
2.3.1. Población	38
2.3.2. Muestra	38
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	39
2.4.1.-Técnicas e instrumentos de recolección	39
2.4.2. Instrumento de recolección	39
2.4.3. Validez	40
2.4.4. Fiabilidad	41
2.5. Método de análisis de datos	42
III. Resultados	43
3.1. Análisis e interpretación de resultados	44
3.1.1. Resultados Descriptivos	44
IV. Discusión	54
V. Conclusión	57
VI. Recomendación	61
VII. Referencias Bibliográficas	64
ANEXOS:	69
A.1.Matriz de Consistencia	70
A.2. Operacionalidad de la variable	71
A.3. Instrumento de Investigación y definición conceptual	72
A.4. Validez de contenido del instrumento	78

A.5. Variable: Calidad de Servicio	93
A.6. Tabla de Frecuencia	97
A.7. Codificación de Resultados	99
A.8. Criterio de Fiabilidad de Valores	100
A.9. Esquema del Artículo científico	101
A.10. Dictamen Final	108
A.11. Acta de Originalidad de Tesis	109
A.12. Pantallazo del Turnitin	110
A.13. Formulario de Autorización para la Publicación Electrónica	111
A.14. Autorización de la Versión Final del Trabajo de Investigación	112

Índice de Tablas

Tabla 1	Tabla de frecuencia – CSEXPETT – Agrupado	44
Tabla 2	Tabla de frecuencia – CSPERETT – Agrupado	45
Tabla 3	Tabla de frecuencia – CSEXPFIT – Agrupado	46
Tabla 4	Tabla de frecuencia – CSPERFIT – Agrupado	47
Tabla 5	Tabla de frecuencia – CSEXPVRT – Agrupado	48
Tabla 6	Tabla de frecuencia – CSPERCRT – Agrupado	49
Tabla 7	Tabla de frecuencia – CSEXPSET – Agrupado	50
Tabla 8	Tabla de frecuencia – CSPERSET – Agrupado	51
Tabla 9	Tabla de frecuencia – CSEXPVMT – Agrupado	52
Tabla 10	Tabla de frecuencia – CSPERVMT – Agrupado	53

Índice de Figuras

Figura 1 El sistema microfinanciero peruano	16
Figura 2 Porcentaje de reclamos por segmento de empresas	17
Figura 3 Porcentaje de reclamos por tipo de producto microfinanciero	17
Figura 4 Modelo de las deficiencia	24
Figura 5 Modelo para la medición y mejora continua de la calidad de servicio	25
Figura 6 Modelo ampliado de las deficiencias	26
Figura 7 CSEXPETT: Calidad de servicio expectativa de los Elementos Tangibles total	44
Figura 8 CSPERETT: Calidad de servicio percepción de la empatía total	45
Figura 9 CSEXPFIT: Calidad de servicio expectativa de la fiabilidad total	46
Figura 10 CSPERFIT: Calidad de servicio percepción de la fiabilidad total	47
Figura 11 CSEXP CRT: Calidad de servicio expectativa de la capacidad de respuesta total	48
Figura 12 CSPERCRT: Calidad de servicio percepción de la capacidad de respuesta total	49
Figura 13 CSEXPSET: Calidad de servicio expectativa de la seguridad total	50
Figura 14 CSPERSET: Calidad de servicio percepción de la seguridad total	51
Figura 15 CSEXP EMT: Calidad de servicio expectativa empatía total	52
Figura 16 CSPEREMT: Calidad de servicio percepción empatía total	53

Resumen

El estudio de la investigación es Calidad de Servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martín de Porres – Lima 2018 cuyo objetivo general fue de caracterizar la calidad de servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martín de Porres - Lima 2018, el modelo que se empleó es SERVQUAL, la cual se basa en la diferencia de las Expectativas y Percepción, de las cuales cuenta con 5 dimensiones que son: Elementos Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad, Empatía.

La investigación es de tipo descriptiva, su diseño no experimental para la variable que se estudia. La población que se tomó fue a los clientes de Mibanco de la agencia San Martín de Porres, la muestra fue mediante el muestreo probabilístico la cual se tomó a 346 clientes obtenidos de las entidades de Mibanco; por ende la recolección de datos que se aplicó fue el cuestionario tipo Likert, la herramienta utilizada fue el programa SPSS Versión 22 como procesador de datos.

Finalmente se llegó a la conclusión que no existe una buena percepción entre los elementos tangibles, seguridad y empatía por lo que se necesita mejorar estos indicadores la cual arroja dichos resultado al momento de pasar la información al programa y la cual debe de tomar acciones para corregir y poder perfeccionar la calidad del servicio que se tiene actualmente dentro de la organización para poder generando mayor confianza con sus clientes.

Palabras claves: Calidad de Servicio, Elementos Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad, Empatía.

Abstract

The study of the research is Quality of Service in the Microfinance sector, San Martin de Porres - Lima 2018 whose general objective was to characterize the quality of service in the Microfinance sector, San Martin de Porres - Lima 2018, the model that was used is SERVQUAL, which is based on the difference of Expectations and Perception, of which it has 5 dimensions that are: Tangible Elements, Reliability, Response Capacity, Security, Empathy

The research is of a descriptive type, its non-experimental design for the variable under study. The population that was taken was to the clients of Mibanco of the agency San Martin de Porres, the sample was by means of the probabilistic sampling which was taken to 346 clients obtained from the entities of Mibanco; therefore, the data collection that was applied was the Likert questionnaire, the tool used was the SPSS Version 22 program as a data processor.

Finally, it was concluded that there is no good perception among the tangible elements, security and empathy for what is needed to improve these indicators which yields said results when passing the information to the program and which should take actions to correct and be able to improve the quality of the service that is currently held within the organization to be able to generate greater confidence with its customers.

Keywords: Quality of Service, Tangible Elements, Reliability, Response Capacity, Security, Empathy.

I.- Introducción

1.1. Realidad Problemática

El sector micro financiero ha evolucionado en el ámbito universal, de las cuales dichas instituciones Microfinancieras se extendieron a diferentes lugares que dieron su origen, en un primer momento se inició como algo lejano, ahora se ha convertido en un sector importante que ofrecen alternativas financieras (Delfiner, Pailhe, Perón, 2006, p. 70).

En nuestra querida patria los créditos bancarios no contaban con acceso para las personas de pocos recursos, la situación fue cambiando con el transcurrir de los tiempos, ahora existe una variedad de empresas dedicadas al sector que ofrecen todo tipo de crédito financiero que pueden ser en dinero, ahorros y otros productos bancarios, llegando ahora a lugares donde antes no se financiaba, la cual el mercado está creciendo donde existe ahora mayor competencia (Conger, Inga, Webb, 2009, p. 13).

Estudio Informalidad 360 grados elaborado por Semana económica e Ipsos Perú (agosto 2016), sobre una base de cuatrocientos treinta y cuatro empresas no formales, aquellos empresarios que están formalizados ellos solamente representan el 43% que pudieron conseguir, teniendo aun un alto porcentaje que aún no cuenta con el acceso al sistema. El problema se resume en la falta de acceso al crédito para todo emprendedor ubicado en las zonas rurales y periurbanas, debido a que no se ha diseñado productos específicos para este tipo de clientes. Por lo general, el sector informal está más enfocado en solicitar capital de trabajo y no financiamiento para activo fijo. Este tipo de empresarios pide préstamos más pequeños que los microempresarios más formalizados. (El microfinanciero 2017, pp. 5-6).

El análisis se concentra en las empresas Microfinancieras nacionales supervisadas por los organismos de control que es la SBS, divididas por Cajas Municipales, Cajas Rurales, Edpymes, Mibanco. Teniendo otras entidades

controladas que son: Cooperativas y ONG. (Huayta, Garcia, Sotomayor 2017, p.3).

El reporte del 30/06/2017 en el sector micro financiero del Perú estaba dividido en 208 empresas financieras, 38 controladas y monitoreadas por la SBS que representa el 18.3%, 158 Cooperativas monitoreadas por la SBS pero supervisadas por la FENACREP representadas por 76%, 12 a empresas no reguladas que representa el 5.8%.(Equilibrium Clasificadora de Riesgos S.A 2017, p. 9).

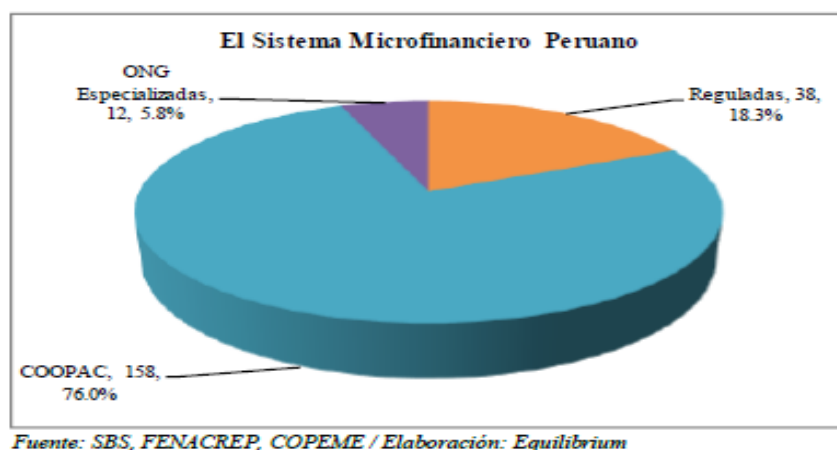


Figura 1. El sistema microfinanciero peruano.

En el análisis de la experiencia de los clientes, se pudo observar que los reclamos sustentados ante los organismos competentes que es el Indecopi, cuya finalidad es custodiar y salvaguardar al consumidor en cualquier sector competente incluso el sistema financiero, las cuales cuentan con facultad para sancionar, las cuales el ente cada mes hace reportes de los reclamos reportados en el grafico se muestra un reporte acumulado del año 2017 de los cuales cuenta con una totalidad de 31,055 cuyo porcentaje es del 44% que corresponde al sector micro financiero (Ey Building a Better Working World, 2017, p. 21).

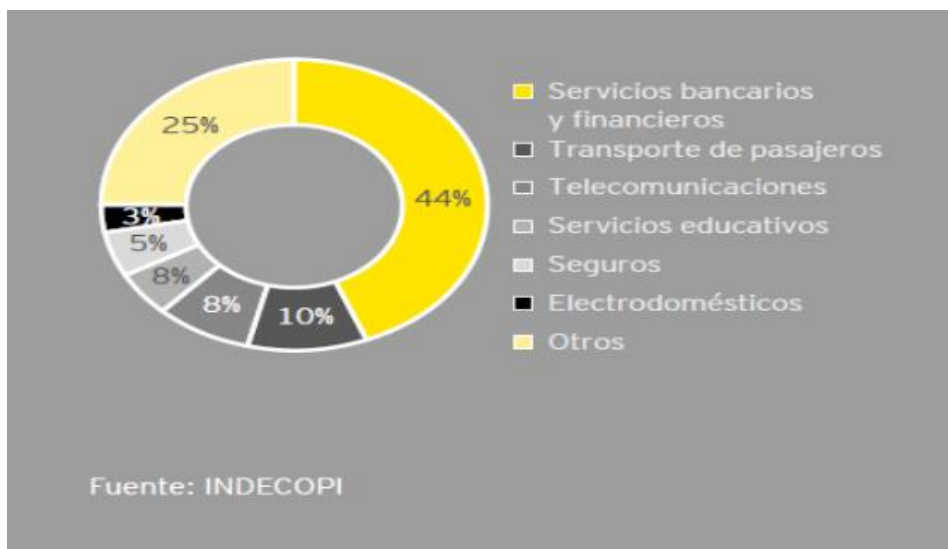


Figura 2. Porcentaje de reclamos por segmento de empresa

La superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) cuenta con los detalles de los reclamos de las instituciones financieras de acuerdo al tipo de producto que puedan tener como consumo, ahorros, tarjetas de débito, productos para las MYPE y otros. En los cuadros se cuenta con los porcentajes de los reclamos financieros. Es de suma importancia que mejore la experiencia de los clientes en estos sectores y que puedan contribuir a la reducción de los reclamos (Ey Building a Better Working World, 2017, p. 21).

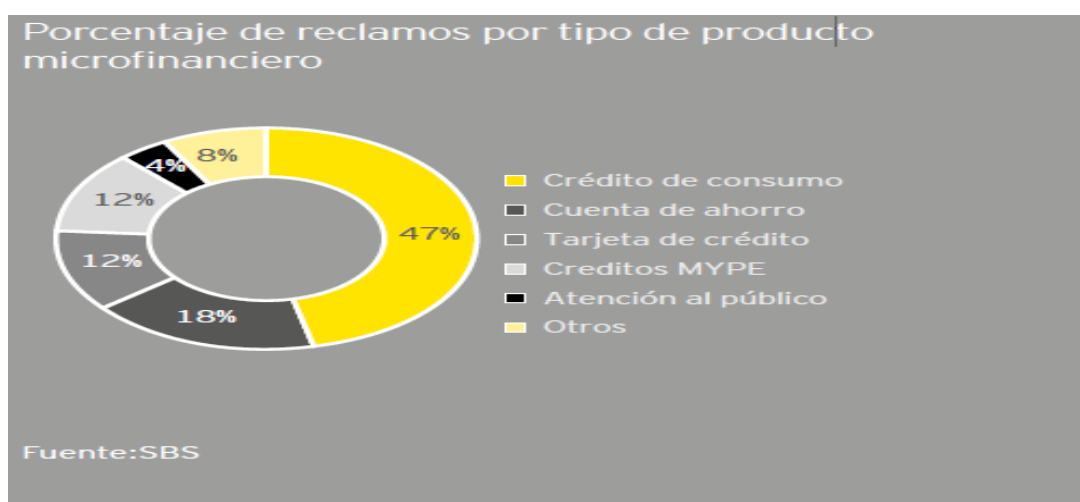


Figura 3. Porcentaje de reclamos por tipo de producto microfinanciero

Mibanco apertura en Lima en 1998, cuya base se forjó de la experiencia de ACP, cuya empresa civil era sin necesidad lucrativa, por más de 43 años estuvo funcionando en el rubro de las Mypes. Inicios del año 2014, Mibanco fue comprado por la empresa Edyficar por lo cual se absorbieron y manteniendo como vigente la empresa Mibanco aún en el mercado actual. (www.mibanco.com.pe).

1.2. Trabajos Previos

1.2.1. Antecedentes Internacionales:

Huilcarema (2018) en su investigación *Modelo de gestión de la calidad del servicio de la agencia condomine de la cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema Ltda*, para obtener el Académico de Magíster en Administración de las organizaciones de la economía social y solidaria, Dirección Post Grado, Universidad Tecnológica Indoamérica, Ambato Ecuador. El objetivo principal que menciona estuvo en diseñar una muestra de gestión de calidad, Cooperativa Ahorro y Crédito Fernando Daquilema en la agencia condomine. Su Tipo de Investigación aplicada pues su finalidad es caracterizar la realidad de la gestión de la calidad en la agencia Condomine de la Cooperativa Fernando Daquilema. Su diseño de investigación descriptiva; ya que determina la calidad del servicio agencia Condomine de la Cooperativa Fernando Daquilema. Su población está conformada por todos los socios de la agencia Condomine de la Cooperativa Fernando Daquilema de la provincia Chimborazo. Al cierre del año 2016 la cooperativa cuenta con 6254. La muestra fue conformada por 362 socios. Como conclusión se tiene que la gestión de calidad se transforma en la organización fundamental en el logro de competitividad de las organizaciones pues entre sus beneficios se encuentran la reducción de costos, evaluación correcta de resultados en la organización, mejoramiento en el clima de las organizaciones, correcta utilización de los recursos e inversiones, posibilidades de cumplimiento de las metas, mayor responsabilidad social, entre otros.

Torres y Luna (2017) en su investigación *Evaluación de la percepción de la calidad de los servicios bancarios mediante el modelo SERVPERF*, Su objetivo indagar qué percepción tienen los clientes con relación a los servicios que ofrecen los bancos en oaxaqueña. Basándose al modelo SERVPERF, valora las percepciones de los clientes en cinco maneras: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. Conclusiones valorar a los clientes de ambas entidades, explicar a los consumidores dichas expectativas muy bajas en concordancias a variables socioeconómicas puntuales. Diferencias primordiales con relación a la valoración de muchos grupos y diferentes maneras de estudiarlo.

Berdugo, Barbosa y Prada (2016) en su trabajo *Variables relevantes para la medición de la calidad percibida del servicio bancario*, Su objetivo era encontrar las variables que precisan la calidad que perciben acerca de los servicios, a través del análisis de los modelos empleados en el área mediante una metodología de distribución que cuenta con veinticuatro artículos científicos. Dicha clasificación contiene modelo, variable, fecha propuesta y aplicación. Cuyo estudio desde el enfoque del cliente del sector financiero, concluyendo el método de identidad, estudio y división de variables empleadas en el cálculo de la calidad del servicio financiero. Obteniendo una lista de variables con definiciones sugeridas por otros autores adaptándolo a la situación bancaria en el cálculo de las empresas.

González (2015) en su trabajo *Evaluación de la calidad del servicio percibida en entidades bancarias a través de la escala Servqual*. El objetivo Caracterizar la institución bancaria objeto de estudio. Se creó e implanto un método en la evaluación de la calidad encontrada en los servicios bancarios basado según Servqual. La recolección de información llegaron a utilizar métodos como: entrevistas, opiniones, trabajo que involucró todo un grupo y visualización directa. Concluye que al comparar las percepciones y las expectativas los resultados resultan bajas en la fiabilidad y Capacidad de respuesta donde se muestra un déficit de calidad en el servicio.

De la Fuente y Díaz (2013) en su trabajo *Análisis de los factores determinantes de la calidad percibida del servicio prestado por una cooperativa de ahorro y crédito*: cuyo objetivo fue determinar los factores que determinan la calidad percibida por los socios de una cooperativa de ahorro y crédito, para entender cuál es la forma que estos producen motivación y fidelidad para la financiera. Dicha investigación planteo la teórica que une diferentes puntos y factores subyacentes, afirmando a través del método de ecuaciones estructurales. Cuya población está conformado por clientes jóvenes de la cooperativa, la muestra corresponde a 195 encuestados y validados. Conclusiones que se llegaron reflejan que los elementos más destacados en la calidad percibida son la cara de la empresa y el trato del personal, se determina que la complacencia se está en gran medida detallada por la calidad que se percibe del servicio prestado por la cooperativa analizada.

1.2.2. Antecedentes Nacionales:

Bermúdez (2017) en su investigación *La calidad de servicio y gestión de reclamos en Instituciones financieras del distrito de Tarapoto, 2015-2016*, para obtener el grado académico de Magister en Administración de Negocios – MBA, Escuela de Post Grado, Universidad César Vallejo, Tarapoto, Perú. El objetivo primordial fue encontrar si existía correlación entre la calidad del servicio y la gestión de reclamos en la ciudad y los años de estudios. Cuyo diseño basado en una relación descriptiva correlacional. Cuya población fue de 140 reclamos efectuados de los usuarios a las entidades bancarias: BCP, Internacional del Perú, Mibanco y Continental ante Indecopi durante los años que se están estudiando. Para la muestra fueron tomadas en cuenta aquellos reclamos que fueron atendidos por cada institución mencionada, la muestra se realizó por muestreo de tipo No Probabilístico por conveniencia. Como conclusión la calidad de servicio y la gestión de reclamos en la banca de la localidad de Tarapoto en los años 2015 y 2016 no se relacionan, debido a que las empresas están tramitando

sus reclamos de manera individual por lo que quiere decir que a las instituciones no les interesa plantear políticas adecuadas en la gestión de los reclamos.

Mayurí (2017) presenta en su trabajo *Clima Organizacional y Calidad de Servicio en la División Comercial del BCP en el Distrito de Comas, 2016*, para obtener el grado de Maestro en Administración de Negocios MBA, Escuela de Post Grado, Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú”. El objetivo principal consistió en definir la asociación que se encuentra entre el clima organizacional y la calidad de servicio en la parte de negocios del BCP - Comas año 2016. Tipo de investigación que se utilizó es básica. Su diseño no experimental descriptivo correlacional. Cuya población fue conformada por 135 empleados del área comercial del BCP de Comas año 2016. Su muestra fue de tipo probabilístico y estuvo compuesto por 100 empleados del área comercial del BCP en Comas en el año 2016. Conclusión la existencia de una correlación directa fuerte entre las variables clima organizacional y la calidad de servicio en el área de negocios del BCP en Comas año 2016, cuya relación afirma que a más dificultad en el clima institucional, más dificultad en la calidad de servicio de los empleados.

Angulo (2016) en su trabajo *Estrategias competitivas en la atención al cliente para mejorar la calidad de servicio de la caja Huancayo agencia Pichanaki – 2014*, para obtener el grado académico de Magister en Administración mención Finanzas, Escuela de Post Grado de la Facultad de Ciencias de la Administración, Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo, Perú”. Su objetivo fue expresar las estrategias competitivas en la atención al cliente para perfeccionar la calidad de servicio de la Caja Huancayo Agencia Pichanaki - 2014. El tipo de investigación se realizó de manera descriptiva e explicativa. Su tipo de diseño de investigación fue descriptivo correlacional. La población estadísticamente considerada en la elaboración fueron todos los clientes de la Caja Huancayo Agencia Pichanaki – 2014. Para la muestra se determinó aleatoriamente a 125 clientes siendo ellos nuestra muestra para la investigación. Se llegó a la conclusión que las estrategias competitivas influyen en un 93% en la atención al cliente para perfeccionar la calidad de servicio en la caja Huancayo agencia Pichanaki año 2014, por lo que se consideró dentro de estas estrategias al

liderazgo, diferenciación y segmentación. La calidad de servicio que se ofrece dependerá en gran magnitud para que los usuarios regresen por el servicio.

Espíritu (2016) señala en su investigación *La Calidad del Servicio y su influencia en la Colocación de Créditos del Programa de Micro finanzas de la Fundación por el desarrollo de Huánuco 2016*, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad de Huánuco, Huánuco, Perú". Su objetivo principal fue especificar de qué forma la calidad del servicio afecta las colocaciones de los créditos del Programa de Microfinanzas de la Fundación de Huánuco - 2016. El tipo de investigación fue descriptivo correlacional buscando precisar características, propiedades y los perfil de personas. Su diseño No experimental transeccional de tipo correlacional. Cuya población fue de 318 clientes con los que cuenta el programa de créditos de la Fundación en Huánuco en el año 2015. Su muestra se eligió mediante el muestreo probabilístico, ya que todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidos las cuales se obtuvieron definiendo las características en la población y tamaño de dicha muestra. Como conclusión se determinó que las dimensiones de la calidad del producto influyen significativamente en las colocaciones de crédito de la Fundación.

Martínez (2015) en su estudio *Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes en el Scotiabank – Agencia Huánuco periodo 2013*, para obtener el grado académico de Magister en Banca y Finanzas, Escuela de Post Grado, Universidad Nacional Hermilio Valdizan, Huánuco, Perú. Su objetivo general fue establecer cómo está influyendo la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes en el Scotiabank - Huánuco 2013. Su estudio realizado aplicada. El estudio se realizó con el diseño no experimental, transversal. Dicha Población fue constituida por 2,450 clientes del Scotiabank de la agencia de Huánuco en el año 2013. Su muestra fue conformada por el muestreo probabilístico. Como conclusión se llegó que el análisis de fuentes bibliográficas permitiendo detectar técnicas para mejorar la calidad, las cuales deberían ser aplicadas a los procedimientos las cuales contribuirán a la satisfacción del usuario

especialmente los cercanos con el sector financiero. Otra conclusión que la ruta elaborada es la más adecuada para evaluar la calidad del servicio, porque partir de su dedicación se obtendrá un sin número de mejoría.

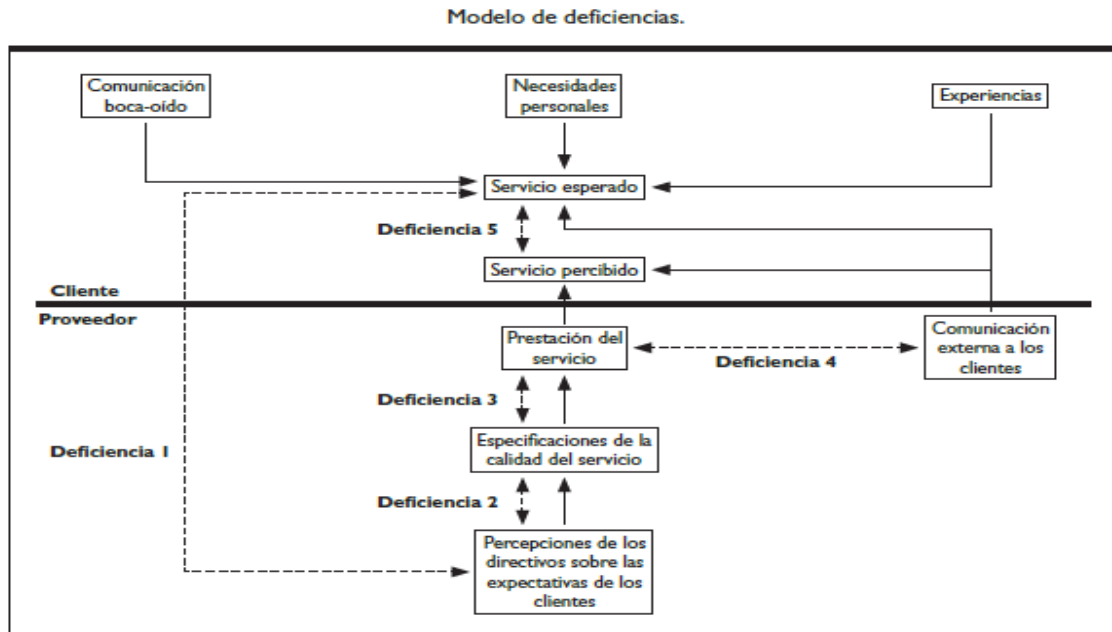
1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. La gestión de las deficiencias en la calidad de servicio

1.3.1.1. Deficiencias en la calidad de servicio

Camison, Cruz y González (2006). Manifestó que:

Desde la mirada empresarial es importante identificar las causas que conllevan a una corporación a la reducción de la calidad, argumentar las causantes de la falta de calidad para hallar salidas y estipular los mecanismos necesarios para mejorar la calidad de servicio. Una compañía que ofrece un servicio de buena calidad debería seguir el mismo camino de antes para que realice un proceso consecutivo, controlando y verificando consecutivamente la percepción que tienen los usuarios acerca de la calidad de sus servicios. Parasuraman, Zeithaml y Berry diseñaron un modelo teórico que relaciona los problemas que perciben los usuarios con las dificultades internas actuales en la corporación como se ve en la (Figura 4). (P.904) Este diseño presenta una serie de contradicciones o dificultades que perjudican la posibilidad de ofertar un servicio que sea observable por los usuarios como de alta condición sirviendo como marco principal cual es la forma estructurada que permita la atención, medida y mejora de la calidad de servicio. (p. 901)



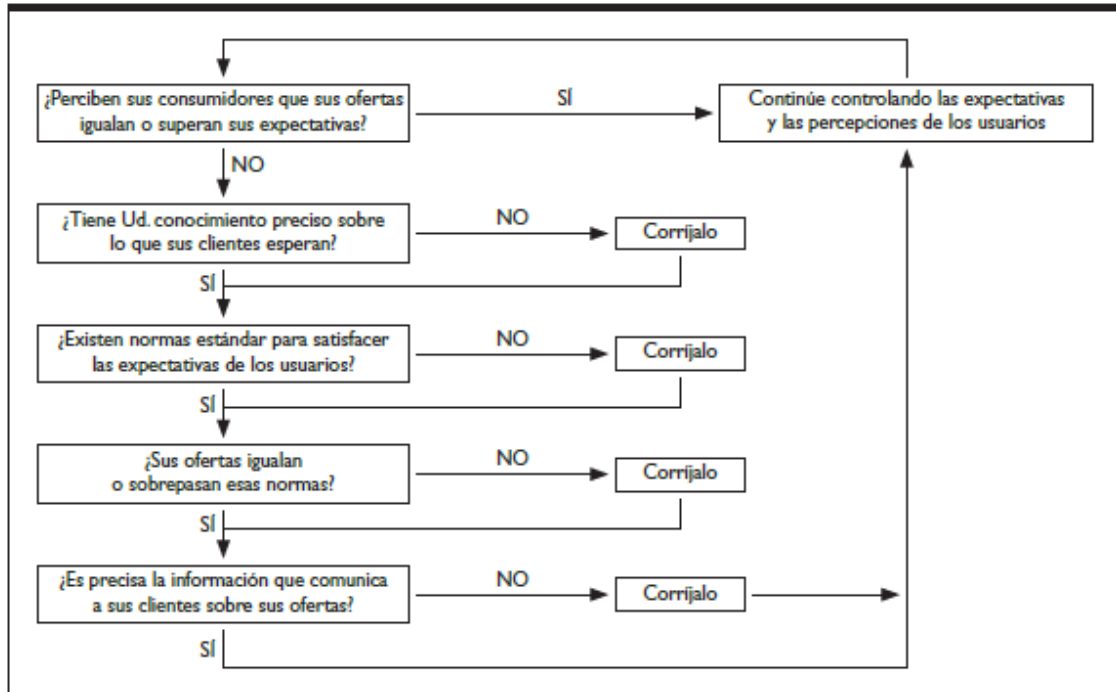
Fuente: Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985).

Figura 4. Modelo de las deficiencias.

Camison, Cruz, González (2006). Señaló que:

La escasa calidad se asigna a cinco deficiencias que son: *Defecto (1)* Disconformidad de las expectativas entre consumidores y las percepciones de los funcionarios; *Defecto (2)* Desacuerdo de las percepciones de los funcionarios y las determinaciones o modelo de calidad; *Defecto (3)* Desacuerdo entre las determinaciones de la calidad y prestaciones del servicio; *Defecto (4)* Disconformidad entre el beneficio del servicio y el diálogo externo; *Defecto (5)* Disconformidad entre lo esperado y percibido desde la perspectiva del cliente; Los primeros cuatro defectos se arman en la organización e intervienen apareciendo en los defectos 5. El último defecto se llama *deficiencia percibida por los consumidores en la calidad del servicio*. Hace hincapié a la desigualdad, ya que es similar a la calidad de servicio percibida. Refleja, desde la perspectiva del cliente, la disconformidad entre el servicio esperado y el servicio percibido. La compañía debería reducir los defectos 1 a 4 y sostenerlo lo más abajo posible con el objetivo que no se presente la debilidad 5. (La Figura 5) Proceso latente en donde las

empresas pueden usar para medir y mejorar la calidad de los servicios. (p. 903,905).



Fuente: Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993: 53).

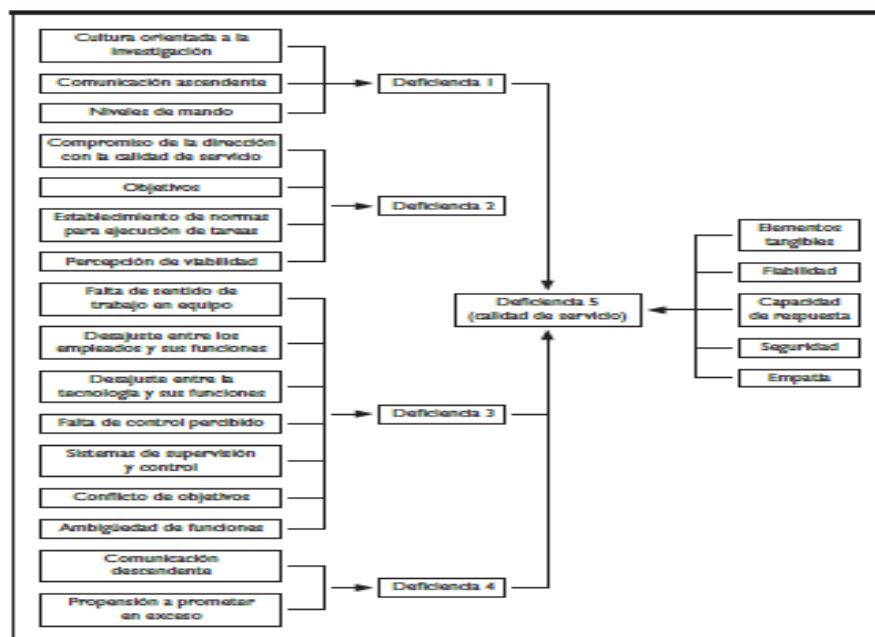
Figura 5. Modelo del proceso para la medición y mejora continua de la calidad de servicio.

1.3.2. Causas de las deficiencias en el servicio

Camison, Cruz y González (2006). Señaló que:

Las posibles razones de las deficiencias que se pueden generar dentro de una organización, su análisis tienen que ser de mucha utilidad para el progreso de la calidad en cualquier institución. Causas primordiales son: Defecto (1) poca cultura dirigida a la investigación, falta de diálogo y muchos niveles de mando. Defecto (2) poco compromiso acatado por la dirección con la calidad de servicio, pésima especificación de objetivos, dudoso o carente establecimiento de normas estándar para la solución de tareas y percepción de inviabilidad para cumplir las expectativas del cliente. Defecto (3): carencia del trabajo en equipo, desacuerdo entre los

trabajadores y sus funciones, desacuerdo con la tecnología y las funciones, carencia de control reflejado, equipos de supervisión y dirección inadecuados, problemas funcionales y equívoco de las funciones. Defecto (4): carencias en las comunicaciones dentro de la organización y predisposición de la empresa a asegurar en demasía a sus clientes. El perfil extendido de la calidad de servicio corrobora diferentes factores de la organización y su vínculo con la calidad del servicio (Figura 6). (p. 905,906)



Fuente: Zeithaml, Berry y Parasuraman (1988).

Figura 6. Modelo ampliado de las deficiencias.

1.3.3. Modelos de Medición de la Calidad de Servicio:

1.3.3.1. Modelo SERVQUAL

Según Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988). Señalo que:

Las consecuencias de sus estudios dieron resultado a la primera incógnita que un servicio es de calidad cuando las percepciones igualan o superan las expectativas que se tenían en un comienzo. Por consiguiente, para el análisis de la calidad de servicio será indispensable saber de las necesidades y las percepciones en su

totalidad de los clientes. Sin esta controversia la calidad de servicio no se puede medir adecuadamente. Deben comprender perfectamente los pasos de iniciación y tratar de no imaginarse falsas posibilidades que proporcionen resultados a corto plazo, pero no a largo plazo. (Citado por Camison, Cruz, González 2006. (p. 918).

1.3.3.2.- Modelo SERVPERF

Cronin y Taylor (1992). Definió que:

Es una relación para la determinar la calidad basada en las percepciones del cliente sobre el servicio dado. Se utiliza las 22 afirmaciones en referencia a las percepciones al desempeño sacadas del modelo SERVQUAL. Disminuye, por consiguiente, a la mitad las mediciones con referencia al SERVQUAL y lo transforma en un medio mucho más manejable y menos costoso de utilizar. Además, mejora las limitaciones que surgen de la utilización de expectativas para medir la calidad percibida. (Citado por camison et al., 2006, p. 918).

1.3.3.3. Modelo del desempeño Evaluado (EP)

Teas (1993). Señaló que:

Es el afán de completar las carencias que tiene el instrumento SERVQUAL. Este autor no está de acuerdo con el concepto de expectativas y pone en duda la estructura de medición P-E del instrumento SERVQUAL, ya que un aumento de la diferencia entre percepciones y expectativas puede no reflejar necesariamente un aumento de los niveles de calidad percibida. El modelo determina la calidad del servicio percibida como la conexión relativa entre el producto y las condiciones ideales del producto para el consumidor. (Citado por camison et al., 2006, p. 918).

1.3.3.4. Modelo de la calidad Normalizada (NQ)

Teas (1993). Manifestó que:

El modelo EP, se propone al modelo de la Calidad Normalizada (NQ) como una opción al modelo SERVQUAL. Este ejemplar relaciona la calidad que se percibe del objeto que se estudia y la calidad percibida de otro individuo que se toma como una referencia, que hace la función de las expectativas en el modelo de operativización P-E. (Citado por Camisón et al., 2006, p. 918).

1.3.3.5. Modelo Malcolm Baldrige

Camison, Cruz y González (2006). Señaló:

El modelo Malcolm Baldrige dice que los dirigentes de la organización deben estar enfocados al rumbo estratégico y a los consumidores. Además deben guiar, argumentar y tramitar el desempeño enfocándose a resultados. Las medidas y los indicadores del desempeño y el conocimiento organizativo deben ser la base sobre la que construir las estrategias clave. Estas tácticas deben estar relacionadas con los procesos y alineación de los recursos. Por tanto, se logrará una mejora en la ejecución general de la organización y la satisfacción de los clientes y de los grupos de interés. (p, 704).

1.3.3.6. Modelo Deming Prize

Camison, Cruz y González (2006). Señaló:

Se desea que cada organismo haga una autoevaluación, sepa su situación actual, trace sus retos y objetivos y el camino para llegar hasta ellos, mejorando y transformándose a lo largo de dicho camino. Debido a que lo que se quiere lograr es que cada empresa realice su auto-evaluación y designe sus objetivos y procesos en función de su estado y de su oportunidad. (p. 732).

1.3.3.7. Modelo Iberoamericano de la Calidad

Vargas y Aldana (2014). Definió:

El modelo se basa en la autoevaluación de la corporación tomando en cuenta para su desempeño nueve conceptos, que se ubican en cinco facilitadores: liderazgo, gestión, estrategia, política, desarrollo de las ciudadanos, recursos asociados y cuatro criterios: resultados de clientes, desarrollo de las personas, sociedad, generales. (p. 190).

1.3.3.8. Modelo ISO 9001

Vargas y Aldana (2014). Manifestó:

Las normas ISO - 9001 se basa en la gestión por procesos, donde los lleva a la organización para entender los requerimientos del consumidor y satisfacerlos, tener en cuenta los procesos que aportan algo importante, tener resultados de desempeño y eficiencia de procesos y orientarse a la mejora continua, apoyada en la medida deseada. Los procesos deben estar conformados en el marco de planificar, hacer, verificar y actuar (PHVA). (p. 192).

1.3.4. Dimensiones del Modelo Servqual:

1.3.4.1. Dimensiones de la Variable Calidad de Servicio.

Dimensión 1: Elementos Tangibles

Según Camison, Cruz y González (2006). Manifiesta que son: "Equipamiento de aspecto moderno o modernidad de equipos, instalaciones físicas, apariencia intachable de los empleados, elementos tangibles, mantenimiento" (p. 920).

Dimensión 2: Fiabilidad

Según Camison et al. (2006). Señala que son: servicio prometido, afinidad en la solución de conflictos, hacer el servicio inmediatamente, terminar en el momento determinado (compromisos adquiridos), evitar equivocarse" (p. 920).

Dimensión 3: Capacidad de Respuesta

Según Camison et al. (2006). Determina que son: “Empleados comunicativos, Empleados rápidos (servicio rápido), Empleados dispuestos a ayudar (voluntad), Empleados que responden (disponibilidad)” (p. 920).

Dimensión 4: Seguridad

Según Camison et al. (2006). Determina que son: “Empleados que transmitan confianza, clientes que estén satisfechos con la empresa (credibilidad), empleados agradables, empleados correctos (cortesía de los empleados)” (p. 920).

Dimensión 5: Empatía

Según Camison et al. (2006). Determina esto: “Trato personalizado al cliente, horario adecuado, atención individualizada de los trabajadores, interés por la satisfacción de los clientes, empatía por las exigencias de los clientes, comunicación” (p. 920).

1.4. Formulación del Problema**1.4.1. Problema General:**

¿Cómo se caracteriza la calidad de servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martín de Porres - Lima 2018?

1.4.2. Problemas Específicos:**Problema Específico 1:**

¿Cómo están caracterizados los elementos tangibles de la calidad de servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martín de Porres - Lima 2018?

Problema Específico 2:

¿Cómo está caracterizado la fiabilidad de la calidad de servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres - Lima 2018?

Problema Específico 3:

¿Cómo está caracterizado la capacidad de respuesta de la calidad de servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres - Lima 2018?

Problema Específico 4:

¿Cómo está caracterizado la seguridad de la calidad de servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres - Lima 2018?

Problema Específico 5:

¿Cómo está caracterizado la empatía en la calidad de servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres - Lima 2018?

1.5. Justificación del Estudio**1.5.1. Justificación Teórica**

Esta tesis denominada Calidad de Servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres – Lima 2018 se basa de libros teóricos, los antecedentes internacionales y antecedentes nacionales lo que permite nutrir los conocimientos teóricos sobre la utilización de poder contar con mejoras en la calidad de servicio y pueda servir como una fuente para que se pueda cumplir con los objetivos trazados, ya que mi autor principal teórico Gestión de la calidad: Enfoques, modelos y sistemas cuyos autores son Camisón, Cruz y González habiendo realizado una búsqueda en fuentes bibliográficas siendo el idóneo por la calidad que cuenta de manera práctica y teórica.

1.5.2. Justificación Práctica

El trabajo de investigación tiene como fin el dar a conocer que existen mecanismos en la calidad de servicios que ayuden a fortalecer y mejorar eficazmente el trabajo de los analistas de créditos para una rápida evaluación, también para la parte de operaciones que se encargan de la información, cobro a los clientes y recepción de reclamos, pudiéndose aplicar las herramientas y procedimientos encontrados en las empresas para poder reducir y controlar las deficiencias encontradas en la realidad problemática.

1.5.3.- Justificación Metodológica

La metodología es de tipo descriptiva, la cual describe, caracteriza a las personas, a los grupos, comunidades, procesos, objetos. En general es pretender medir o recoger información de manera independiente o global sobre los conceptos o las variables a las que se refieren.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo General:

Caracterizar la calidad del servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martín de Porres - Lima 2018.

1.6.2. Objetivos Específicos:

Objetivo Específico 1:

Caracterizar los elementos tangibles de la calidad del servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martín de Porres - Lima 2018.

Objetivo Específico 2:

Caracterizar la fiabilidad de la calidad de servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martín de Porres - Lima 2018.

Objetivo Específico 3:

Caracterizar la capacidad de respuesta de la calidad de servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martín de Porres - Lima 2018.

Objetivo Específico 4:

Caracterizar la seguridad en la calidad de servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martín de Porres - Lima 2018.

Objetivo Específico 5:

Caracterizar el uso de la empatía en la calidad de servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martín de Porres - Lima 2018.

II.- Método

2.1. Diseño de Investigación:

2.1.1. Tipo de Estudio

El estudio es Básica.

2.1.2. Diseño de la Investigación

Investigación no experimental:

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014). Señala:

El diseño no experimental podría definirse como una investigación que se efectúa sin la manipulación deliberada de las variables. En otras palabras se refiere a los estudios en que no manipulamos las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. (p. 152)

Investigación transeccional o transversal

Según Hernández et al. (2014). Manifiesta: “Que los diseños de investigación transaccional o transversal recogen datos en el momento dado, en un tiempo preciso” (p. 154)

En conclusión el diseño que se emplea es no experimental de corte trasversal que es la recolección de datos, sin la manipulación de las variables.

2.1.3. Enfoque de la Investigación

Su enfoque es cuantitativo.

Enfoque cuantitativo

Según Hernández et al. (2014). Define que: “Usa la recolección de los datos para verificar hipótesis en base a la medición numérica y al análisis estadístico, para establecer modelo de comportamiento y confirmar teorías” (p. 4).

2.1.4. Nivel de investigación

Diseño transeccional descriptivo.

2.1.4.1. Diseños Transeccionales Descriptivos

Según Hernández et al. (2014). Indicaron que: “Tienen como objetivo principal investigar las categorías o categorías de una o más variables en una población, estos estudios son solamente descriptivos” (p. 155).

2.2. Variable, Operacionalización de las variables:

2.2.1. Variable: Calidad de Servicio.

Calidad

Editorial Vértice (2008). Manifestó que: “Es un conjunto de cualidades de un producto y/o servicio que tienen similitud con su capacidad para satisfacer sus necesidades empresariales, cuyas necesidades todavía aún no pudieron ser atendidas pero que son requeridos por el público” (p.1)

Servicio

Editorial Vértice (2008). Manifestó que: “Conjunto de beneficios que el cliente espera contar del producto o del servicio principal como resultado del precio, la imagen y el prestigio del mismo” (p.3)

Calidad de Servicio

Camison, Cruz, González (2006). Manifestó que:

La calidad de servicio está conformado por la cercanía entre el servicio esperado y el servicio percibido. La calidad mide el nivel en que las cosas deseadas por el usuario son percibidos por la persona, teniendo una apreciación del servicio recibido. (p.193).

Pérez (2007). Señalo que:

La calidad de servicio necesita controlar minuciosamente las preferencias de los clientes, aumentar la rentabilidad mediante la obtención de nuevos clientes y la fidelización de los existentes. Si la calidad del servicio está presente, la rentabilidad vendrá por si sola. Además se necesita que los resultados de la calidad puedan ser medibles y que las posturas de las personas que prestan el servicio se orienten a conseguir la excelencia. (p.28).

2.2.2. Operacionalización de las variables

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas	Niveles y Rango	
CALIDAD DE SERVICIO	Elementos Tangible	Instalaciones Físicas	1	Likert	Alta	
		Mantenimiento	2			
		Modernidad de Equipos	3			
		Personal	4,5			
	Fiabilidad	Servicio Prometido	6,7	Likert	Media	
		Compromisos Adquiridos	8			
	Capacidad de Respuesta	Servicio Rápido	9,10	Likert		
		Disponibilidad	11,12			
		Voluntad	13,14			
	Seguridad	Credibilidad	15,16	Likert		Baja
		Confianza	17,18			
		Atención de los Empleado	19			
Empatía	Atención Individualizada	20	Likert			
	Comunicación	21,22,23				

2.3 Población y Muestra.

2.3.1. Población.

Según Hernández et al. (2014). Señala que: “Es la agrupación de todos los elementos que coinciden con un determinado objetivo común” (p. 174)

La población que se está tomando son los clientes que están conformado por la Empresa de Mibanco conformado por 3,400 clientes ubicados en la Agencia San Martin de Porres – Lima 2018.

2.3.2. Muestra

Según Hernández et al. (2014). Manifiesta que: “Toda muestra está conformado por un grupo de personas que pertenecen a una determinada población por lo cual se tomaran una parte representativa para determinar dicha muestra” (p.173)

Para hallar la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

Muestra(n):

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Donde:

$n =$ Muestra (346)

$N =$ Población (3,400)

$p =$ prob. de éxito (50%)

$q =$ prob. de fracaso (50%)

$d =$ Nivel de Error 5%

$z =$ Nivel de confianza 95%(1.96)

Aplicando la fórmula, se pudo hallar la muestra que corresponde a 346 clientes que corresponde a Mibanco que se debe encuestar para poder aplicar el estadístico SPSS Versión 22, la cual se aplicó el muestreo probabilístico aleatorio simple.

2.4. Técnica del instrumento de recolección de los datos: validación y confiabilidad:

2.4.1. Técnica de recolección de datos.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014). Señala: “Que la recolección mediante un plan nos proporciona reunir ciertos datos para el propósito requerido” (p. 198)

Encuesta

Según Bernal (2010). Define: “Técnicas que permite recolectar información y es la más utilizada para elaboración de encuestas mediante preguntas que permitan recolectar la información deseada” (p.194).

En conclusión se ha establecido un formulario de preguntas para poder recabar la información requerida; ya que está diseñada para los clientes de Mibanco de la agencia San Martín de Porres – Lima 2018 ubicado en la Av. Perú.

2.4.2. Instrumento de recolección.

Según Hernández et al. (2014). Señala que: “instrumento usado frecuentemente para registrar los datos obtenidos que se requiere estudiar” (p. 199).

En consecuencia la recolección se realizará mediante el cuestionario elaborado a base de preguntas las cuales se medirá en la escala Likert para la determinación

de las puntuaciones y cuadros estadísticos que se elaboraran, mediante las expectativas y Perspectivas del cliente.

Cuestionario

Bernal (2010). Define que: “Es un conjunto de preguntas establecidas con el fin de contar los resultados del proyecto a investigar. Esta diseñado para recolectar información del análisis del estudio y del problema de investigación” (p.250).

La investigación tuvo un cuestionario de 46 preguntas divididos en 23 de Expectativas y 23 de Percepción por lo cual fueron encuestados a 346 clientes de la empresa de Mibanco de la agencia San Martin de Porres, la encuesta estará basada mediante la escala Likert mediante 5 alternativas de respuesta tal como está en el siguiente cuadro.

Escala Likert

A	Totalmente De acuerdo	5
B	De acuerdo	4
C	Indiferente	3
D	En desacuerdo	2
E	Totalmente en desacuerdo	1

2.4.3. Validación

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014). Manifiesta que: “La validez de expertos mide las variables que se van a estudiar, el cual contadora con personas plenamente calificadas para la validación del instrumento” (p. 204)

Bernal (2010). Define:

“La validez está relacionada con el juicio de expertos, la cual consiste en contar una idea precisa de la variable que se medirá y evaluará si las preguntas o los artículos del instrumento son realmente medibles” (p.248).

En consecuencia el instrumento será pasado a verificación de expertos, por lo cual será validado por Magister o Doctorados de la Universidad Cesar Vallejo encargados de verificar dichos contenidos detallados.

Validación de expertos

N°	Validador		Resultado
Especialista 1	Dr.	Cojal Loli Bernardo	Aplicable
Especialista 2	Dr.	Garro Aburto Luzmila	Aplicable
Especialista 3	Mg	Zarate Ruiz Gustavo	Aplicable

Formula de fiabilidad de Crombach:

Detalle:

α : Crombach

k :# ítems

S_i^2 : Varianza de cada ítem

S_T^2 : Varianza total.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right)$$

2.4.4. Confiabilidad

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014). Señala: “Es un instrumento que permite medir el grado de aplicación repetida a un mismo objeto para determinar si produce resultados idénticos”. (p. 200)

En conclusión esta investigación se encuentra sustentada con técnicas e instrumentos y que se desarrollarán bajo el consentimiento y confidencialidad que se amerite, además se citó de los textos y documentos consultados, para que así este trabajo de investigación tenga respaldo, credibilidad y transparencia dirigido al cumplimiento de los parámetros requeridos.

George y Mallery (2003). “Sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach” (p. 231)

Criterio de confiabilidad valores.

Crombrach	Interno
$x \geq 0,9$	Excelente
$0,9 > x \geq 0,8$	Bueno
$0,8 > x \geq 0,7$	Aceptable
$0,7 > x \geq 0,6$	Cuestionable
$0,6 > x \geq 0,5$	Pobre
$0,5 > x$	Inaceptable

2.5. Método de análisis de datos

El presente trabajo está diseñado mediante los procesamientos del programa informático SPSS versión 22, lo cual procesara la información de la recolección realizada por las encuestas hechas y procesadas mediante el sistema. Cuyos resultados obtenidos se presentarán en tablas y figuras de barras elaboradas mediante los resultados obtenidos de toda la información elaborada.

III.- Resultados

3.1. Resultados Descriptivos

Tabla 1

CSEXPETT - Agrupado

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Bajo	34	9,8	9,8	9,8
	Medio	138	39,9	39,9	49,7
	Alto	174	50,3	50,3	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos - Anexo

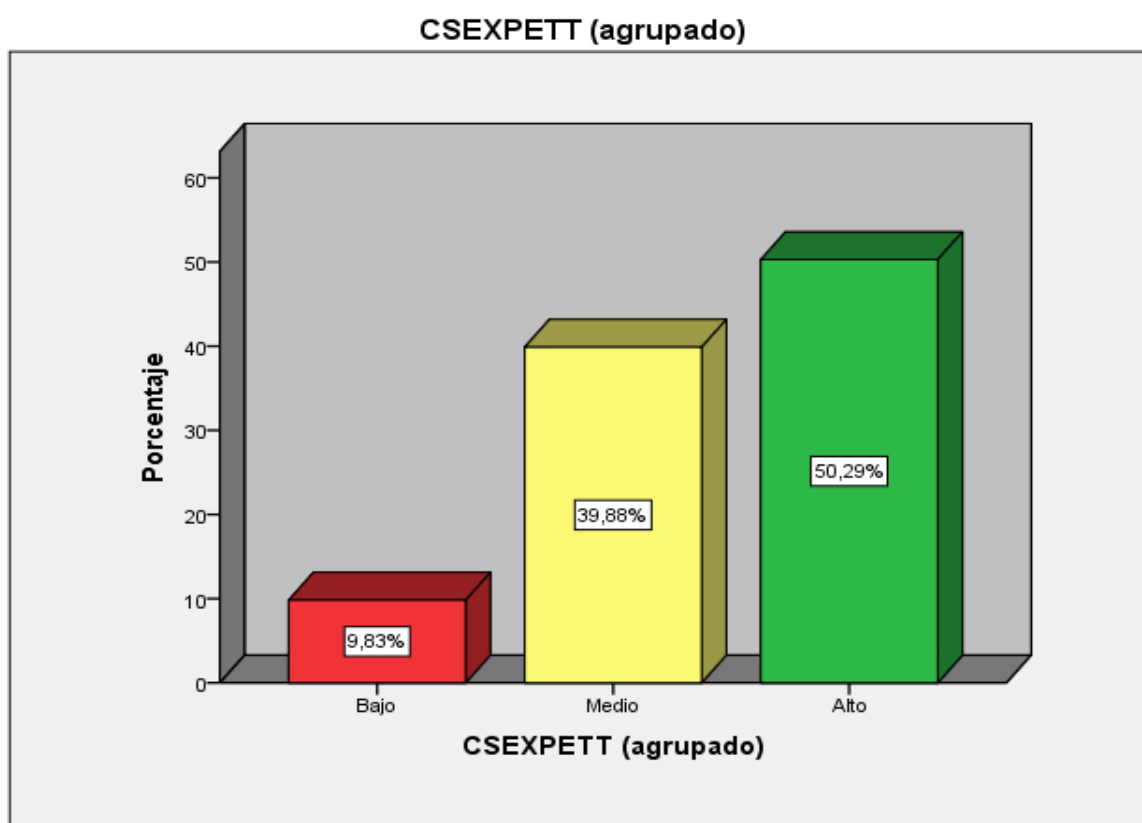


Figura 7. CSEXPETT: Calidad de Servicio Expectativa de los Elementos Tangibles Total Agrupado.

Análisis y Presentación

Según Tabla 1 y Figura 7 con relación a la Expectativa de los elementos tangibles total agrupado se tiene que el nivel es alto en 50.29% y medio en 39.88% mientras que en bajo en 9.83%, manteniendo un alta expectativa.

Tabla 2

CSPERETT - Agrupado

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Bajo	69	19,9	19,9	19,9
	Medio	138	39,9	39,9	59,8
	Alto	139	40,2	40,2	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos - Anexo

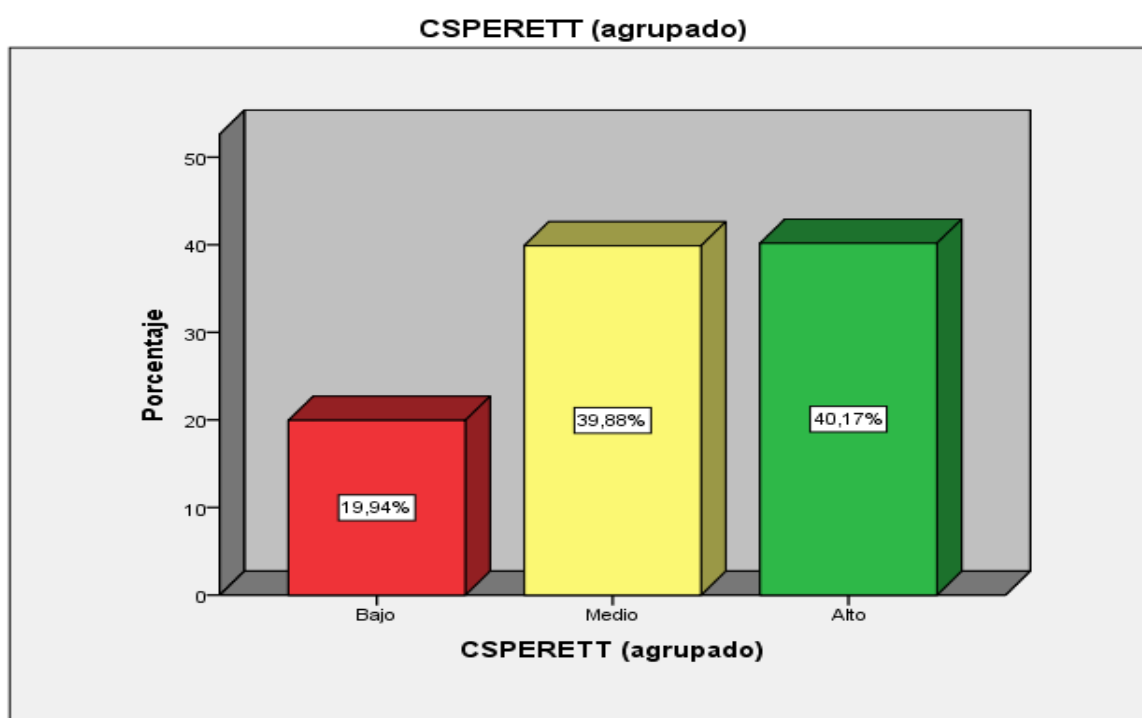


Figura 8. CSPERETT: Calidad de Servicio Percepción de los Elementos Tangibles Total. Agrupado.

Análisis y Presentación

Según Tabla 2 y Figura 8 con relación a la Percepción de los elementos tangibles total agrupado se puede apreciar que disminuye en 40.17% manteniéndose el medio en 39.88% y aumentando el nivel bajo en 19,94%, demostrando que está bajando la calidad, pregunta 4 que es el personal de la institución se identifica de manera adecuada al momento que llegó a su negocio y en la pregunta 5 El personal de la institución estuvo capacitado para resolver sus consultas

Tabla 3

CSEXPFIT - Agrupado

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Bajo	138	39,9	39,9	39,9
	Medio	138	39,9	39,9	79,8
	Alto	70	20,2	20,2	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos - Anexo

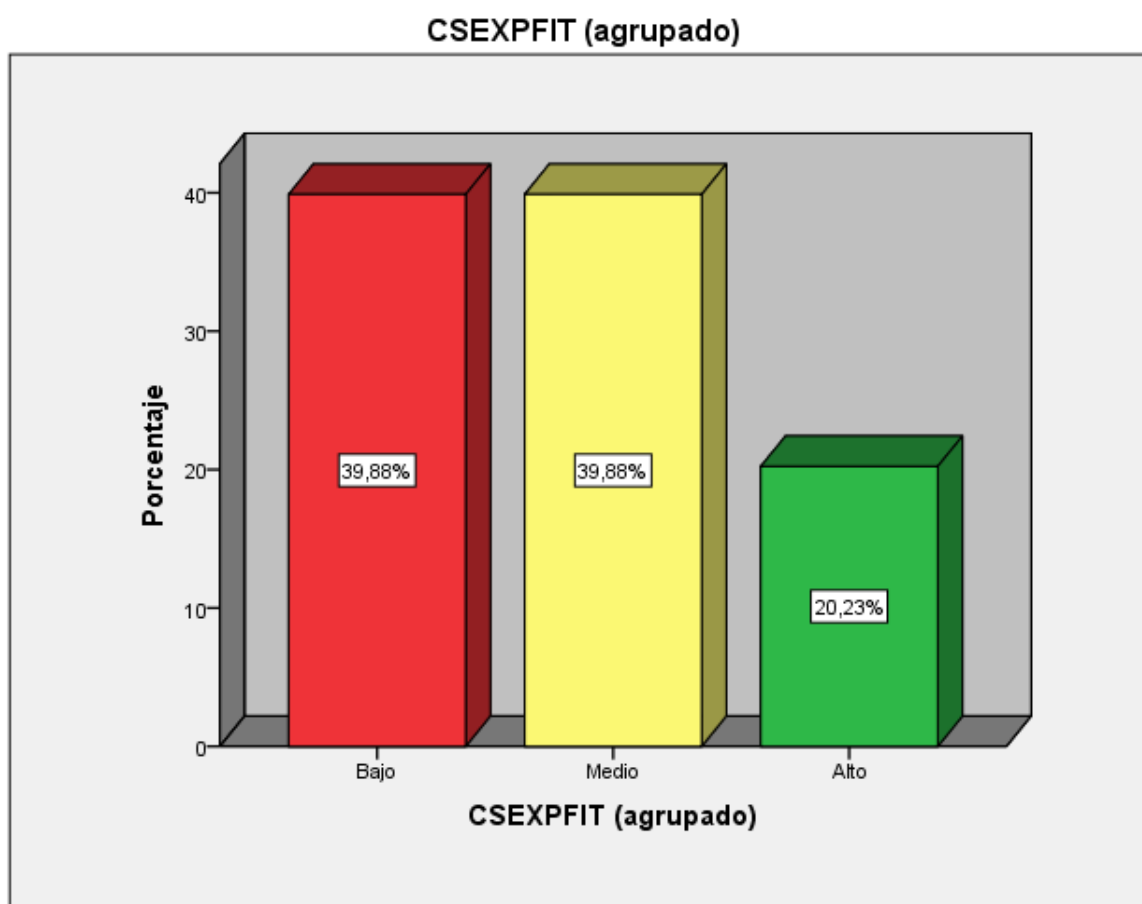


Figura 9. CSEXPFIT: Calidad de Servicio Expectativa de la Fiabilidad Total Agrupado.

Análisis y Presentación

Según Tabla 3 y Figura 9 se puede apreciar con relación a la Expectativa de la fiabilidad total agrupado que se tiene el nivel medio y bajo se encuentra en 39.88% mientras que en alto en 20.23%, manteniendo un parámetro mediano y bajo según sus expectativas.

Tabla 4

CSPERFIT (agrupado)

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Bajo	103	29,8	29,8	29,8
	Medio	173	50,0	50,0	79,8
	Alto	70	20,2	20,2	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos - Anexo

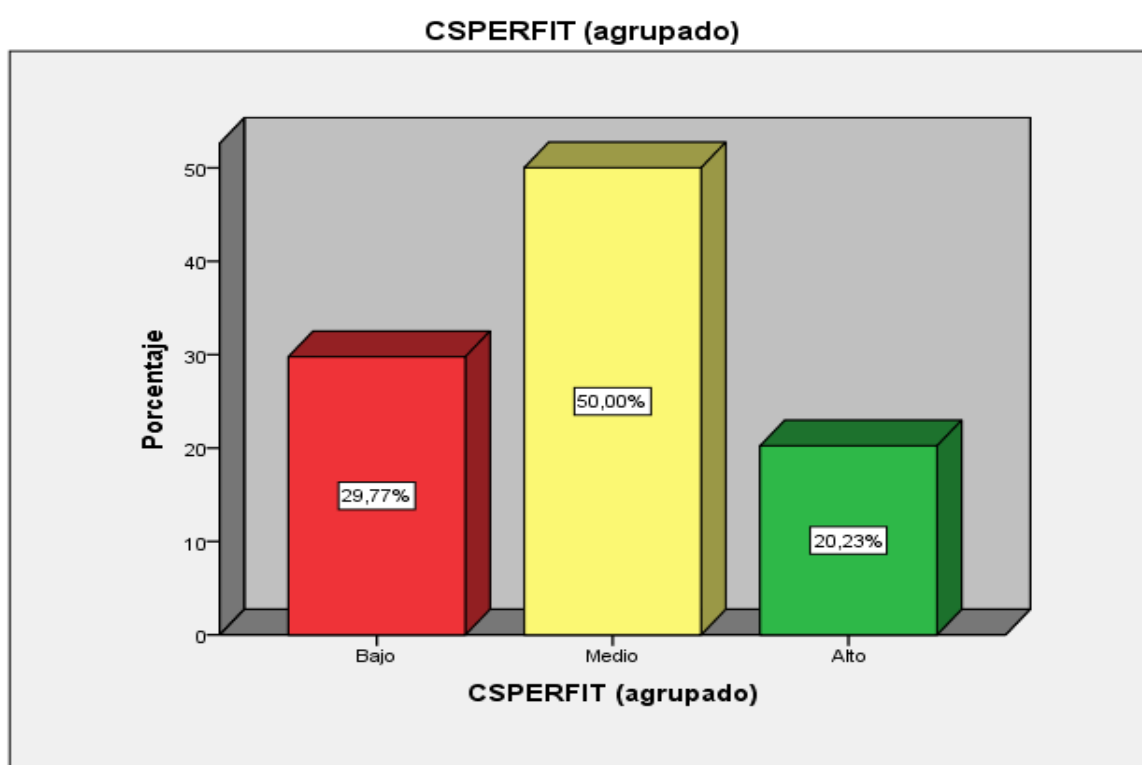


Figura 10. CSPERFIT: Calidad de Servicio Percepción de la Fiabilidad Total Agrupado.

Análisis y Presentación

Según Tabla 4 y Figura 10 podemos apreciar en cuanto a la Percepción de la fiabilidad total agrupado se tiene que el nivel bajo disminuyo en un 29.77%, mientras que el nivel medio aumento en 50% y el nivel alto se mantiene con 20.23% esto quiere decir que la percepción es mediana con relación a la fiabilidad debido a lo más relevantes que son en la pregunta 7 Los analistas de créditos cumplen lo ofrecido y en la pregunta 8 Los empleados brindan la información precisa en relación con las tasas de interés.

Tabla 5

CSEXPCRT - Agrupado

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Bajo	103	29,8	29,8	29,8
	Medio	139	40,2	40,2	69,9
	Alto	104	30,1	30,1	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos - Anexo

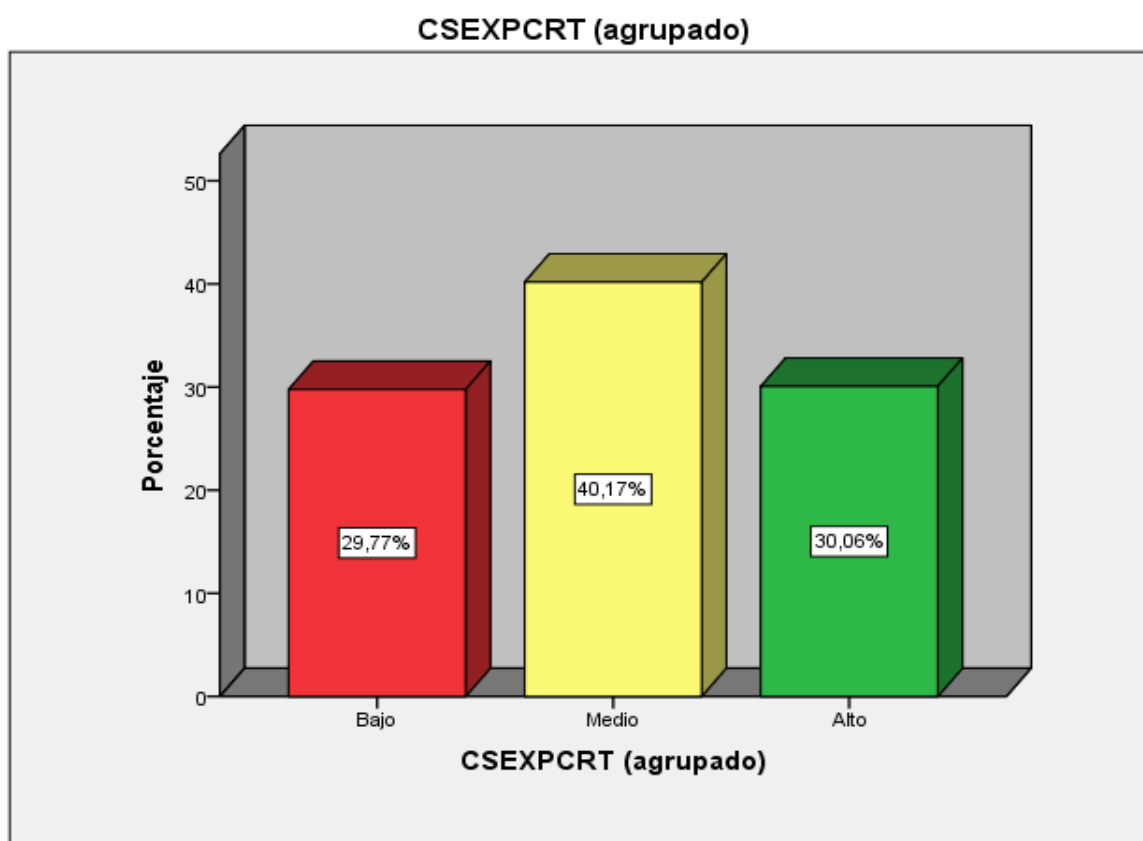


Figura 11. CSEXPCRT: Calidad de Servicio Expectativa de la Capacidad de Respuestas Total Agrupado

Análisis y Presentación

Según Tabla 5 y Figura 11 podemos apreciar con relación a la Expectativa de la capacidad de respuestas total agrupado que se tiene el nivel medio se encuentra en 40.17% mientras que en alto en 30.06% ; el nivel bajo en 29.77%, generando una buena expectativa.

Tabla 6

CSPERCRT - Agrupado

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Bajo	104	30,1	30,1	30,1
	Medio	104	30,1	30,1	60,1
	Alto	138	39,9	39,9	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos - Anexo

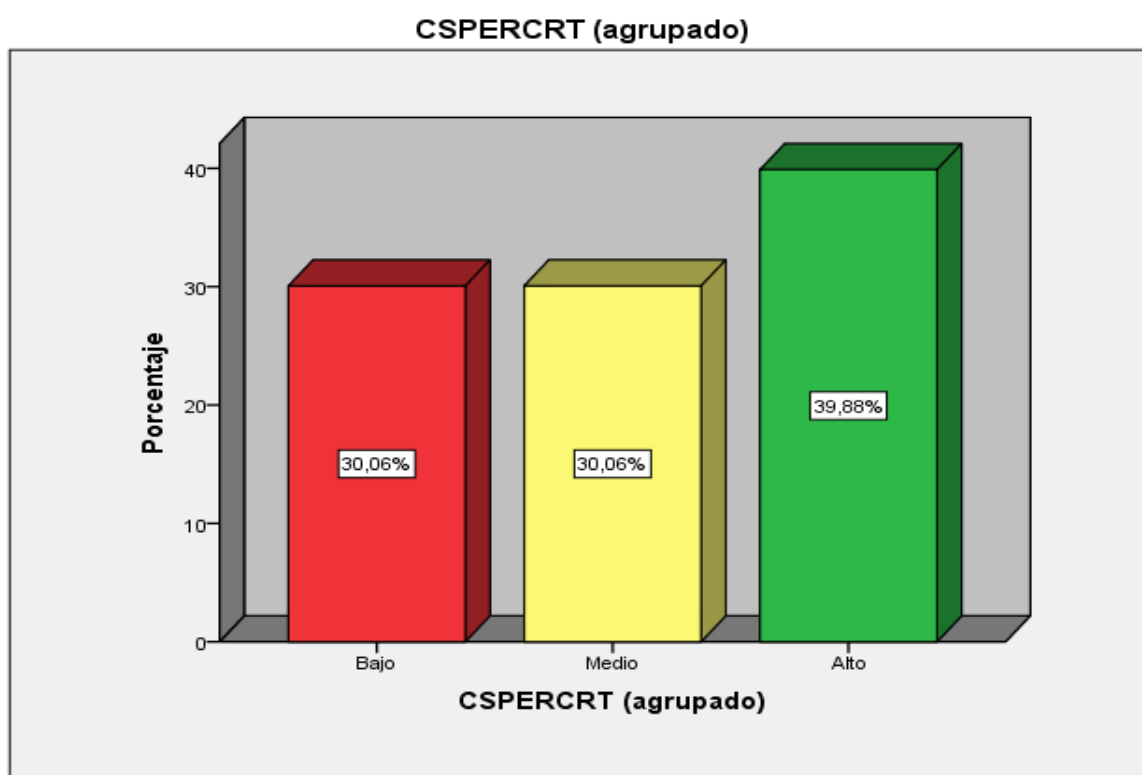


Figura 12. CSPERCRT: Calidad de Servicio Percepción de la Capacidad de Respuestas Total Agrupado.

Análisis y Presentación

Según Tabla 6 y Figura 12 podemos apreciar con relación a la Percepción de la capacidad de respuestas total agrupado se tiene que el nivel alto aumento en un 39.88% y el nivel bajo en 30.06%, mientras que el nivel medio disminuyó en 30.6% esto quiere decir que la percepción en este punto está dividido pero ante todo prevaleciendo el nivel alto de percepción.

Tabla 7

CSEXPSET - Agrupado

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Bajo	69	19,9	19,9	19,9
	Medio	207	59,8	59,8	79,8
	Alto	70	20,2	20,2	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos - Anexo

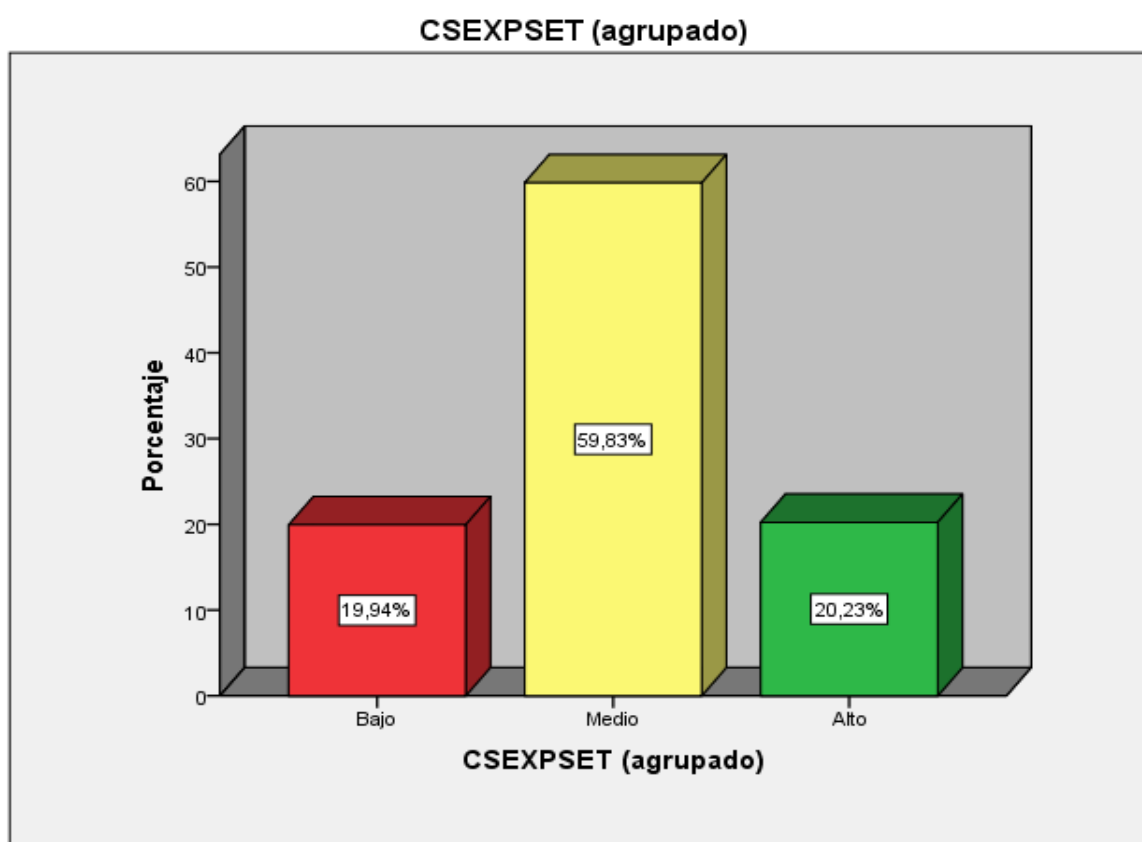


Figura 13. CSEXPSET: Calidad de Servicio Expectativa de la Seguridad Total Agrupado.

Análisis y Presentación

Según Tabla 7 y Figura 13 podemos apreciar con relación a la Expectativa de la seguridad total agrupado que se tiene el nivel medio se encuentra en 59.83% mientras que en alto en 20.23% mientras que el nivel bajo en 19.94%, generando una expectativa media.

Tabla 8

CSPERSET - Agrupado

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Bajo	171	49,4	49,4	49,4
	Medio	105	30,3	30,3	79,8
	Alto	70	20,2	20,2	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos - Anexo

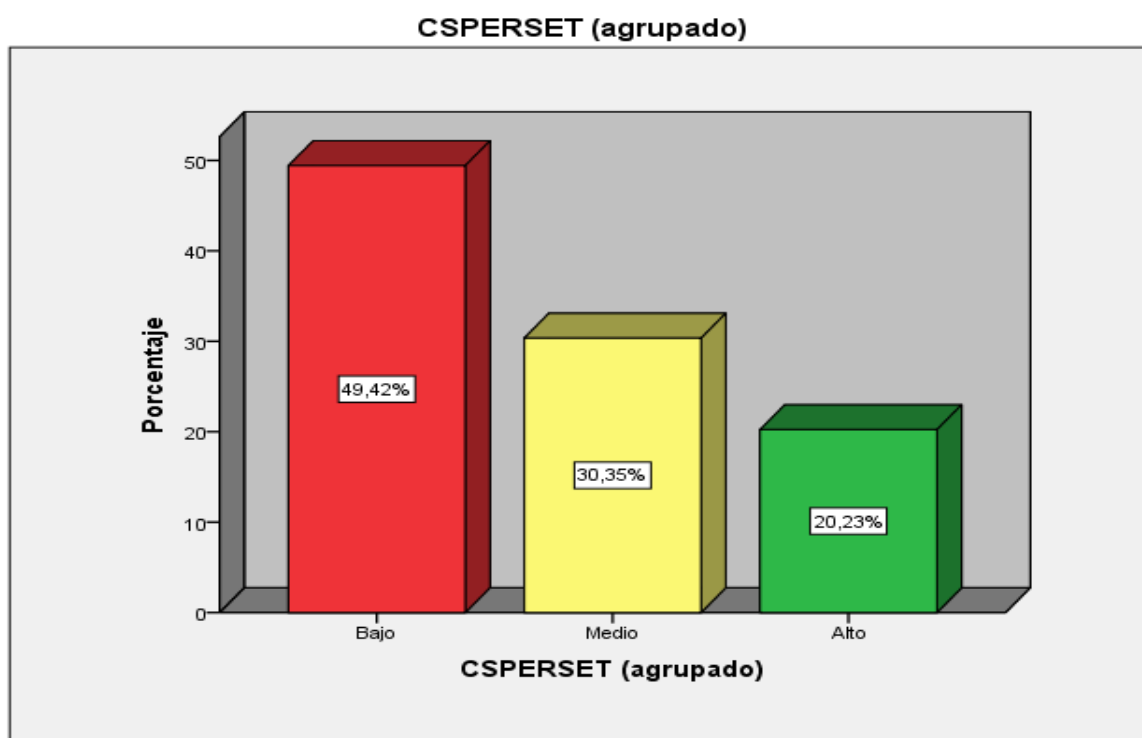


Figura 14 CSPERSET: Calidad de Servicio Percepción de la Seguridad Total Agrupado.

Análisis y Presentación

Según Tabla 8 y Figura 14 se puede apreciar con relación a la Percepción de la seguridad total agrupado que se tiene el nivel bajo aumenta en 49.42%, mientras que el nivel medio baja a 30,25%, mientras que el alto mantiene su porcentaje en 20.23%, demostrando que está bajando la calidad de servicio lo cual lo más relevante es la pregunta 15 que es si cuenta con la credibilidad necesaria en relación a las tasas que paga por sus ahorros en su institución y la pregunta 16 la credibilidad de la institución define la buena atención.

Tabla 9

CSEXPEMT - Agrupado

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Bajo	103	29,8	29,8	29,8
	Medio	35	10,1	10,1	39,9
	Alto	208	60,1	60,1	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos - Anexo

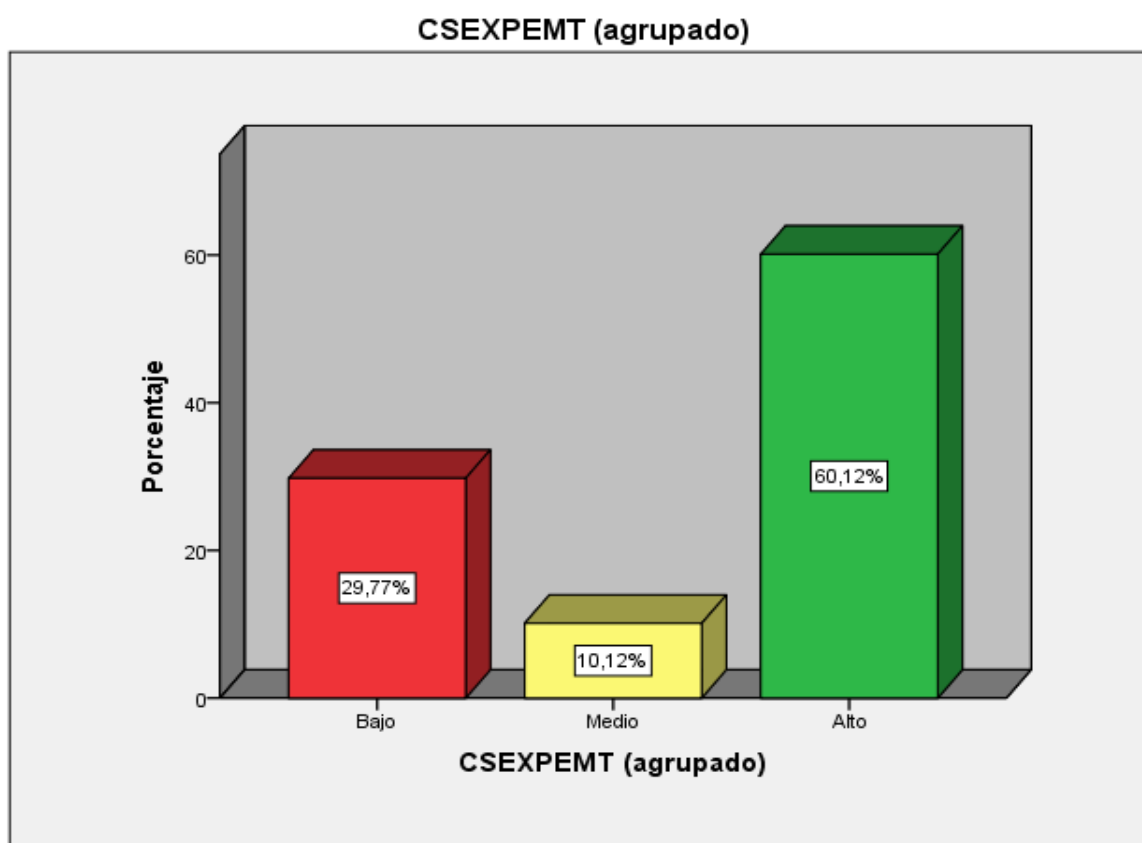


Figura15. CSEXPEMT: Calidad de Servicio Expectativa de la Empatía Total Agrupado.

Análisis y Presentación

Según Tabla 9 y Figura 15 podemos apreciar con relación a la Expectativa de la empatía total agrupado que se tiene el nivel alto se encuentra en 60.12% mientras que en bajo en 29.77% mientras que el nivel medio en 11.12%, generando expectativa alta.

Tabla 10

CSPEREMT - Agrupado

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Bajo	103	29,8	29,8	29,8
	Medio	208	60,1	60,1	89,9
	Alto	35	10,1	10,1	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

Fuente: Base de datos - Anexo

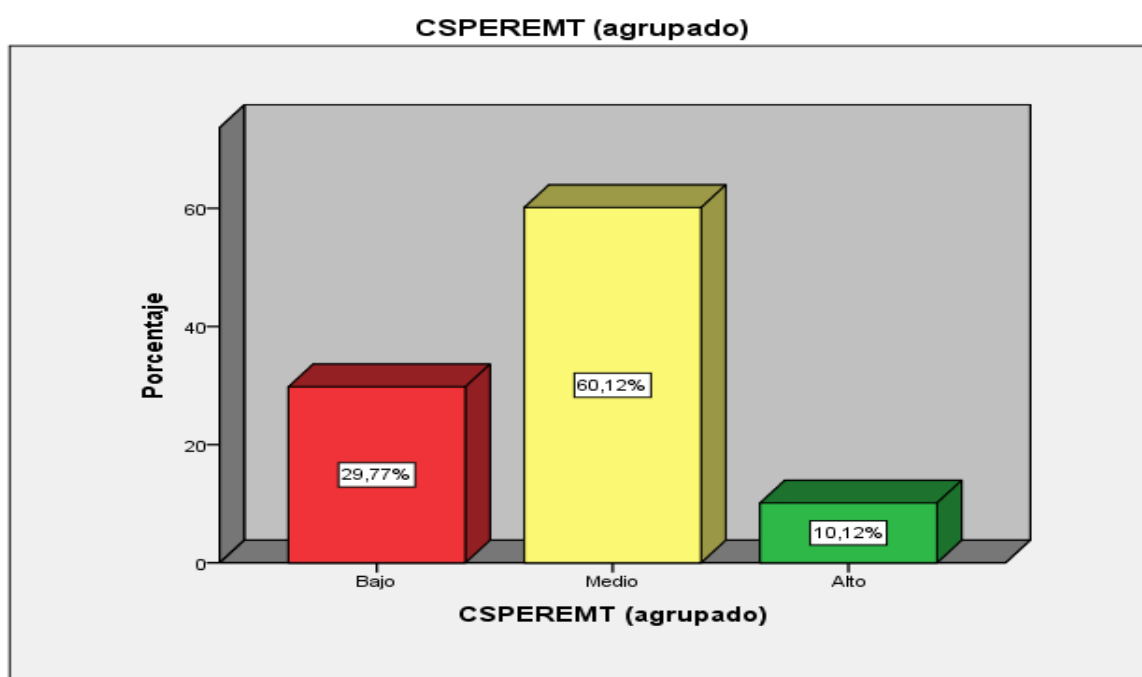


Figura 16. CSPEREMT: Calidad de Servicio Percepción de la Empatía Total Agrupado.

Análisis y Presentación

Según Tabla 10 y Figura 16 podemos apreciar con relación a la Percepción de la empatía total agrupado que se tiene alto descendió a 10.12%, mientras que el nivel medio aumento a 60.12%, y el nivel bajo se mantiene en 29.77%, demostrando que está bajando la calidad de servicio lo cual lo más relevante es la pregunta 22 que es la institución se comunica con usted desde el primer retraso de su cuenta y la pregunta 23 que el horario de atención al público usuaria es la adecuada para ser atendido.

IV.- Discusión

4.1 Discusión:

Según González (2015) Evaluación de la calidad del servicio percibida en entidades bancarias a través de la escala SERVQUAL, Para este autor su objetivo fue Caracterizar la institución bancaria objeto de estudio, se consideró un enfoque cuantitativo, cuyo diseño es no experimental transversal, cuya población corresponde a los clientes de las entidades bancarias cuya muestra se hayo mediante el muestreo probabilístico, cuya muestra estuvo conformado por 84 usuarios de la institución de una población de 630, utilizando técnica de cuestionario y validación de expertos, Se concluye que las percepciones de los clientes no superaban las expectativas y donde las dimensiones más críticas son la Fiabilidad y la Capacidad de Respuesta. Por consiguiente al tener los resultados de la investigación realizada se concluye que para nuestro estudio su objetivo es caracterizar la calidad de servicio en el sector de las Microfinanzas, utilizando un enfoque cuantitativo, cuyo diseño es no experimental no transversal, cuya población está en base a los clientes de las Mibanco, cuyo muestra realizo mediante el muestreo probabilístico obteniendo un muestreo de 346 clientes de Mibanco, cuya técnica empleada fue de encuesta mediante el cuestionario y pasando por el juicio de expertos, en conclusión según resultados obtenidos la fiabilidad total agrupado fue medido en base a las expectativas y percepción la cual se llevó a la conclusión: según la Figura 9 se puede observar que cuenta con una expectativa de la fiabilidad total agrupado que tiene el nivel entre mediano y bajo en 39.88% y el sector alto en 20.23%; en cuanto a la percepción de los clientes se puede apreciar en la figura 10 que el nivel medio aumento en 50% mientras que el alto se mantiene en 20.23% y disminuyendo el nivel bajo en 19,94%, manteniendo un parámetro medio con relación a la fiabilidad debido a lo más relevantes que son en la pregunta 7 Los analistas de créditos cumplen lo ofrecido y en la pregunta 8 Los empleados brindan la información precisa en relación con las tasas de interés seguridad total agrupado de la calidad del servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres – Lima 2018 fue medido en base a las expectativas y percepción la cual se llevó a la conclusión: según Figura 13 que la expectativa de la seguridad total agrupado que se tiene, en cuanto al nivel medio se encuentra en 59.83% mientras que en alto en 20.23%

mientras que el nivel bajo en 19.94%, mientras según Figura 14 se puede apreciar con relación a la Percepción de la seguridad total agrupado que se tiene el nivel bajo aumenta en 49.42%, mientras que el nivel medio baja a 30,25%, mientras que el alto mantiene su porcentaje en 20.23%, demostrando que está bajando la calidad de servicio lo cual lo más relevante es la pregunta 15 que es si cuenta con la credibilidad necesaria en relación a las tasas que paga por sus ahorros en su Institución y la pregunta 16 la credibilidad de la institución define la buena atención. En término general se coincide con los autores camisón, cruz y González. La calidad de servicio está conformado por la cercanía entre el servicio esperado y el servicio percibido. La calidad mide el nivel en que las cosas deseadas por el usuario son percibidos por la persona, teniendo una apreciación del servicio recibido.

V.- Conclusiones

5.1 Conclusiones

Concluido el procedimiento de análisis y recolección de datos con relación al trabajo efectuado, se hallaron los resultados finales que me están permitiendo concluir con las siguientes conclusiones:

Primero.- Caracterización de cómo está la calidad del servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres – Lima 2018, con relación a los clientes de mibanco de la agencia San Martin está dividido en una variable que es calidad de servicio y a la vez esto está dividido por cinco dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía por lo cual se concluye que no existe una buena percepción entre los elementos tangibles, seguridad y empatía por lo que se necesita mejorar estos indicadores la cual arroja dichos resultado al momento de pasar la información al programa y la cual debe de tomar acciones para corregir y poder perfeccionar la calidad del servicio que se tiene actualmente.

Segundo.- Caracterización como está estructurado los elementos tangibles totales agrupado de la calidad del servicio del sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres – Lima 2018 fue medido en base a las expectativas y percepción la cual se llevó a la conclusión: según la Figura 7 se puede visualizar que cuenta con una expectativa de los elementos tangibles total agrupado en un nivel alto en 50.29%, mientras que el nivel medio está en 39.88% y el sector bajo en 9.83%; en cuanto a la percepción de los clientes se puede apreciar en la Figura 8 que el nivel alto disminuye en 40.17% mientras que el medio se mantiene en 39.88% y aumentando el nivel bajo en 19,94%, demostrando que está bajando el nivel de la calidad especialmente en la encuesta 4: El personal de la institución se identifica de manera adecuada al momento que llego a su negocio y en la pregunta 5: El personal de la institución estuvo capacitado para resolver sus consultas

Tercero.- La caracterización de la fiabilidad total agrupado de la calidad del servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres – Lima 2018 fue medido en base a las expectativas y percepción la cual se llevó a la conclusión:

según la Figura 9 se puede observar que cuenta con una expectativa de la fiabilidad total agrupado que tiene el nivel entre mediano y bajo en 39.88% y el sector alto en 20.23%; en cuanto a la percepción de los clientes se puede apreciar en la figura 10 que el nivel medio aumento en 50% mientras que el alto se mantiene en 20.23% y disminuyendo el nivel bajo en 19,94%, manteniendo un parámetro medio con relación a la fiabilidad debido a lo más relevantes que son en la pregunta 7 Los analistas de créditos cumplen lo ofrecido y en la pregunta 8 Los empleados brindan la información precisa en relación con las tasas de interés.

Cuarto.- Caracterización la capacidad de respuestas totales agrupado de la calidad del servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres – Lima 2018 fue medido en base a las expectativas y percepción la cual se llevó a la conclusión: según Figura 11 se puede apreciar con relación a la expectativa de la capacidad de respuestas total agrupado que se tiene el nivel medio se encuentra en 40.17% mientras que en alto en 30.06 mientras que el nivel bajo en 29.77%, en cuanto a la percepción de los clientes se puede apreciar en la figura 12 que el nivel alto aumento en un 39.88% y el nivel bajo en 30.06%, mientras que el nivel medio disminuyo en 30.6% esto quiere decir que la percepción en este punto está dividido pero ante todo prevaleciendo el nivel alto de percepción.

Quinto.- La caracterización de la seguridad total agrupado de la calidad del servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres – Lima 2018 fue medido en base a las expectativas y percepción la cual se llevó a la conclusión: según Figura 13 que la expectativa de la seguridad total agrupado que se tiene, en cuanto al nivel medio se encuentra en 59.83% mientras que en alto en 20.23% mientras que el nivel bajo en 19.94%, mientras según Figura 14 se puede apreciar con relación a la Percepción de la seguridad total agrupado que se tiene el nivel bajo aumenta en 49.42%, mientras que el nivel medio baja a 30,25%, mientras que el alto mantiene su porcentaje en 20.23%, demostrando que está bajando la calidad de servicio lo cual lo más relevante es la pregunta 15 que es si cuenta con la credibilidad necesaria en relación a las tasas que paga por sus ahorros en su

Institución y la pregunta 16 la credibilidad de la institución define la buena atención.

Sexto.- La caracterización de la empatía total agrupado de la calidad del servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martín de Porres – Lima 2018 fue medido en base a las expectativas y percepción la cual se llevó a la conclusión: Según Figura 15 que la Expectativa de la Empatía total agrupado que se tiene, en cuanto al nivel alto se encuentra en 60.12% mientras que en bajo en 29.77% mientras que el nivel medio en 11.12%, mientras según Figura 16 se puede apreciar con relación a la Percepción de la empatía total agrupado que se tiene el nivel alto descendió a 10.12%, mientras que el nivel medio aumento a 60.12%, y el nivel bajo se mantiene en 29.77%, demostrando que está bajando la calidad de servicio lo cual lo más relevante es la pregunta 22 que es la institución se comunica con usted desde el primer día atraso de su cuenta y la pregunta 23 que el horario de atención al público usuario es adecuada para ser atendido.

VI.- Recomendaciones

6.1 Recomendaciones:

Primero.- Por consecuencia después de haber aplicado y obtenido los resultados mediante las encuestas para caracterizar como está la calidad del servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martín de Porres Lima 2018, las recomendaciones que se pueden dar son las siguientes: Poder efectuar capacitaciones con los empleados de la institución para la mejora de la calidad de servicio, también poder realizar focus group entre grupos de empleados afín de detectar las debilidades y revertirlo para poder seguir mejorando las condiciones de la calidad de servicio, realizar talleres de atención al público para que esto cale en los empleados del banco permitiendo las mejoras necesarias, realizar encuestas de 360 grados cada 3 meses que permitan detectar a tiempo los problemas que puedan ocasionar una calidad de servicio débil, realizar una capacitación a todo el personal del banco del área de negocios y plataforma comercial para mejorar mediante talleres prácticos la forma de atención general a los clientes.

Segundo.- Con relación a los elementos tangibles totales en la parte de la percepción que se tomaron según las encuestas realizadas se puede verificar que existe aún un nivel bajo de la parte de percepción que es con relación al personal recomendando que debería realizarse una capacitación a los empleados de la empresa para poder atender y mejorar los indicadores de calidad.

Tercero.- Con relación a la fiabilidad totales en la parte de la percepción que se tomaron según las encuestas realizadas se puede verificar que existe aún un nivel en la parte de percepción que es con relación al servicio prometido y compromisos adquiridos recomendando que debería realizarse focus group entre grupos de empleados afín de detectar estos temas debilidades y revertirlo para poder mejorar las condiciones de la calidad de servicio.

Cuarto.- Con relación a la capacidad de Respuesta totales en la parte de la percepción que se tomaron según las encuestas realizadas se puede verificar que existe aún un nivel bajo por parte de percepción que es con relación con el

servicio rápido y la disponibilidad recomendando que se debe de realizar talleres de atención al público para que esto cale en los empleados del banco para poder generar mejorar la calidad de servicio.

Quinto.- Con relación a la seguridad totales en la parte de la percepción que se tomaron según las encuestas realizadas se puede verificar que existe aún un nivel bajo por parte de percepción que es con relación a la credibilidad recomendando que debería efectuarse dentro de la empresa cada 3 meses realizar una encuesta de 360 grado que permitan detectar a tiempo los problemas que puedan ocasionar una calidad de servicio débil.

Sexto.- Con relación a la empatía totales en la parte de la percepción que se tomaron según las encuestas realizadas se puede verificar que existe aún un nivel bajo por parte de percepción que es con relación a la comunicación recomendando realizar una capacitación a todo el personal del banco para mejorar mediante talleres prácticos que deberían de ayudar a una mejor comunicación con los clientes.

VII.- Referencias Bibliográficas

- Angulo, K. (2016). Estrategias competitivas en la atención al cliente para mejorar la calidad de servicio de la caja Huancayo agencia Pichanaki – 2014, para obtener el grado académico de Magister en Administración mención Finanzas, Escuela de Post Grado de la facultad de ciencias de la administración, Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo, Perú”.
- Berdugo, C., Barbosa, R y Prada, L (2016). Variables relevantes para la medición de la calidad percibida del servicio bancario. *Dyna* 83(197), pp 213-222. <http://dx.doi.org/10.15446/dyna.v83n197.55426>
- Bermúdez, M. (2017). La Calidad de Servicio y Gestión de Reclamos en Instituciones Financieras del distrito de Tarapoto, 2015-2016, para obtener el grado académico de Magister en Administración de Negocios – MBA, Escuela de Post Grado, Universidad Cesar Vallejo, Tarapoto, Perú
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. (3 era Ed). Bogotá, Colombia: Pearson Educación.
- Camison, C., Cruz, S y González, T (2006). *Gestión de la calidad: Enfoques, modelos y sistemas*. Madrid, España: Pearson Educación S.A.
- Conger, L., Inga, P., Webb, R (2009). *El árbol de la mostaza historia de las microfinanzas en el Perú*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Delfiner, M., Pailhe, C., Perón, S (2006). Microfinanzas: Un análisis de experiencias y alternativas de regulación. Volumen (4), pp. 63-118. <https://bit.ly/2OFAMZ6>

Editorial Vértice (2008). *La calidad en el servicio al cliente*. (2da Ed). Madrid, España: Publicaciones Vértices.

Equilibrium Clasificadora de Riesgos S.A (2017). Análisis del Sistema Microfinanciero Peruano. Recuperado de <https://bit.ly/2ymOUwq>

El Microfinanciero (2017). Las microfinancieras tienen oportunidades para crear más instrumentos de ahorro. Número (37). Recuperado de <https://bit.ly/2lvnWaf>

Ey Building a Better Working World (2017). La experiencia del cliente en el sector microfinanciero (Nuevas tendencias y regulaciones 2017). Recuperado de <https://go.ey.com/2NhkRLJ>

Espíritu, L. (2016). La Calidad del Servicio y su influencia en la Colocación de Créditos del Programa de Micro finanzas de la Fundación por el desarrollo de Huánuco 2016, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad de Huánuco, Huánuco, Perú.

Fuente, H y Díaz, I (2013). Análisis de los factores determinantes de la calidad percibida del servicio prestado por una cooperativa de ahorro y crédito una aplicación basada en modelos de ecuaciones estructurales. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, vol. 21 N° 2, 2013, pp. 232-247. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052013000200007>

George, D y Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 update*. (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon.

- González, R (2015). Evaluación de la calidad del servicio percibida en entidades Bancarias a través de la escala Servqual. *Ciencia e Ingeniería Neogranadina*, 25 (1), pp. 113 – 135. <https://doi.org/10.18359/rcin.439>
- Hernández,R., Fernández, C., Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ta Ed). Mexico: Mc Graw Hill / Interamericana Editores, S.A.
- Huayta, K., Garcia, A., Sotomayor, N (2017). Análisis de la competencia que enfrentan las instituciones microfinancieras peruanas y el impacto sobre su estabilidad financiera. Recuperado de <https://bit.ly/2jAfXAS>
- Huilcarema, P. (2018). Modelo de gestión de la calidad del servicio de la agencia condamine de la cooperativa de ahorro y crédito Fernando Daquilema Ltda, para obtener el grado Académico de Magister en Administración de las organizaciones de la economía social y solidaria, universidad tecnológica Indoamérica, Ambato Ecuador.
- Martínez, E. (2015). Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes en el Scotiabank – Agencia Huánuco periodo 2013, para obtener el grado académico de Magister en Banca y Finanzas, Escuela de Post Grado, Universidad Nacional Hermilio Valdizan, Huánuco, Perú.
- Mayurí, P. (2017). Clima Organizacional y Calidad de Servicio en la División Comercial del BCP en el Distrito de Comas, 2016, para obtener el grado de Maestro en Administración de Negocios MBA, Escuela de Post Grado, Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.

Mibanco – Banco de la Microempresa S.A (2018) Historia de la unión recuperado de: <https://www.mibanco.com.pe/categoria/historia-de-la-union>

Perez, V. (2007). *Calidad total en la Atención del cliente*. (1er Edición). México: Ideas Propias.

Torres, J. y Luna, I. (2017). Evaluación de la percepción de la calidad de los servicios bancarios mediante el modelo SERVPERF. *Contaduría y Administración* 62 (2017) 1270–1293.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.cya.2016.01.009>

Vargas, M. y Aldana, L. (2014). *Calidad y Servicio conceptos y Herramientas*. (3era Ed). Bogotá, Colombia: ECOE Ediciones.

Anexos

CALIDAD DE SERVICIO EN EL SECTOR DE LAS MICROFINANZAS, SAN MARTIN DE PORRES - LIMA 2018

PROBLEMAS	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	VALOR ESCALA
<p>General ¿Cómo se caracteriza la calidad de servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres - Lima 2018?</p> <p>Específicos ¿Cómo están caracterizados los elementos tangibles de la calidad de servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres - Lima 2018?</p> <p>¿Cómo está caracterizado la fiabilidad de la calidad de servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres - Lima 2018?</p> <p>¿Cómo está caracterizado la capacidad de respuesta de la calidad de servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres - Lima 2018?</p> <p>¿Cómo está caracterizado la seguridad de la calidad de servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres - Lima 2018?</p> <p>¿Cómo está caracterizado la empatía en la calidad de servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres - Lima 2018?</p>	<p>General Caracterizar la calidad de servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres - Lima 2018.</p> <p>Específicos Caracterizar los elementos tangibles de la calidad del servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres - Lima 2018.</p> <p>Caracterizar la fiabilidad de la calidad de servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres - Lima 2018.</p> <p>Caracterizar la capacidad de respuesta de la calidad de servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres - Lima 2018.</p> <p>Caracterizar la seguridad en la calidad de servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres - Lima 2018.</p> <p>Caracterizar el uso de la empatía en la calidad de servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres - Lima 2018.</p>	<p align="center">CALIDAD DE SERVICIO</p>	<p align="center">Elementos Tangibles</p>	Instalaciones Físicas	1	<p align="center">BAJO</p> <p align="center">MEDIO</p> <p align="center">ALTO</p>
				Mantenimiento	2	
				Modernidad de Equipos	3	
			<p align="center">Fiabilidad</p>	Personal	4,5	
				Servicio Prometido	6,7	
			<p align="center">Capacidad de Respuesta</p>	Compromisos Adquiridos	8	
				Servicio Rápido	9,10	
				Disponibilidad	11,12	
			<p align="center">Seguridad</p>	Voluntad	13,14	
				Credibilidad	15,16	
<p align="center">Empatia</p>	Confianza	17,18				
	Atención de los Empleados	19				
	Atención Individualizada	20				
	Comunicación	21,22,23				

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	VALOR ESCALA
CALIDAD DE SERVICIO	La calidad de servicio viene dada por la proximidad entre el servicio esperado y el servicio percibido. La calidad de servicio mide el grado en que los requisitos deseados por el cliente son percibidos por él tras forjarse una impresión del servicio recibido (Camison, Cruz, González 2006, p.193)	La Calidad de Servicio se divide en cinco dimensiones en la cual se detalla a continuación: Elementos Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad, Empatía. El total de Items que se evaluarán las dimensiones será 5, en una encuesta que contiene interrogantes relacionados a los indicadores y sus respectivas dimensiones.	Elementos Tangibles	Instalaciones Físicas Mantenimiento Modernidad de Equipos Personal	ALTO
			Fiabilidad	Servicio Prometido Compromisos Adquiridos	
			Capacidad de Respuesta	Servicio Rápido Disponibilidad Voluntad	MEDIO
			Seguridad	Credibilidad Confianza Atención de los Empleados	
			Empatía	Atención Individualizada Comunicación	

Anexo

Instrumento de Investigación: Calidad de Servicio

Buenos días estimado Sr(a) mi nombre es William David Delgado Ordoñez, soy estudiante de la carrera de Maestría en Administración de Negocios (MBA) de la Universidad Cesar Vallejo, estamos realizando una encuesta sobre “Calidad de Servicios”, y me gustaría contar con su opinión, ya que es muy importante. En tal sentido, solicitamos vuestra colaboración marcando una alternativa por cada ítem del cuestionario con la veracidad que caracteriza su persona.

I. Valoración.

La valoración de cada ítem requiere un cruce de información entre los integrantes del grupo de evaluación. Para evaluar marque con un aspa (X), teniendo en cuenta la siguiente escala valorativa:

- A: Totalmente de acuerdo.....5
 B: De acuerdo.....4
 C: Indiferente.....3
 D: En desacuerdo.....2
 E: Totalmente en desacuerdo....1

II. Marcar con una X donde corresponda según su parecer.

N°	Ítems	Escala Valorativa				
		A	B	C	D	E
EXPECTATIVA						
Elementos Tangibles						
1	Las instalaciones físicas deben contar con zonas amplias y seguras para la atención.	A	B	C	D	E
2	Las instalaciones deben estar limpio y ordenado para la atención.	A	B	C	D	E
3	La institución debe contar con modernos equipos para la rápida atención.	A	B	C	D	E
4	El personal de la institución debe identificarse de manera adecuada al momento de llegar a su negocio.	A	B	C	D	E
5	El personal de la institución debe estar capacitado para resolver sus consultas.	A	B	C	D	E
Fiabilidad						
6	El servicio prometido por la institución debe ser de forma clara, precisa y veraz.	A	B	C	D	E
7	Los analistas de créditos deben ofrecer lo que realmente van a cumplir.	A	B	C	D	E
8	Los empleados deben brindar la información precisa en relación con las tasas de interés.	A	B	C	D	E
Capacidad de Respuesta						
9	La atención de los reclamos debe ser atendida de forma rápida.	A	B	C	D	E
10	La atención de los créditos y evaluaciones debe de realizarse de forma rápida y precisa.	A	B	C	D	E

11	Es importante contar con más canales de atención para facilitar el pago de los créditos.	A	B	C	D	E
12	Los analistas de créditos deben de tener disponibilidad para brindarle una buena asesoría.	A	B	C	D	E
13	La institución debería tener la voluntad de poder implementar los pagos vía internet.	A	B	C	D	E
14	Los analistas de crédito deberían de asesorarlo de forma rápida e inmediata.	A	B	C	D	E
Seguridad						
15	La institución cuenta con la credibilidad necesaria en relación a las tasas que paga por sus ahorros.	A	B	C	D	E
16	La buena credibilidad institucional debería definir la buena atención al cliente.	A	B	C	D	E
17	La institución le debería generar confianza para seguir trabajando con ellos.	A	B	C	D	E
18	Tener confianza con la institución le permitiría realizar operaciones financieras confiables.	A	B	C	D	E
19	La atención buena de los empleados le permitiría a usted mantener el respaldo a su institución.	A	B	C	D	E
Empatía						
20	Los analistas de créditos deberían dar una atención personalizada.	A	B	C	D	E
21	Los folletos o catálogos de la institución son medios de comunicación que deberían estar al alcance de todos.	A	B	C	D	E
22	La institución debería comunicarse con usted desde el primer día de atraso de su deuda.	A	B	C	D	E
23	El horario de atención al público debería ser la adecuada para usted.	A	B	C	D	E

Anexo

Instrumento de Investigación: Calidad de Servicio

Buenos días estimado Sr(a) mi nombre es William David Delgado Ordoñez, soy estudiante de la carrera de Maestría en Administración de Negocios (MBA) de la Universidad Cesar Vallejo, estamos realizando una encuesta sobre “Calidad de Servicios”, y me gustaría contar con su opinión, ya que es muy importante. En tal sentido, solicitamos vuestra colaboración marcando una alternativa por cada ítem del cuestionario con la veracidad que caracteriza su persona.

I. Valoración.

La valoración de cada ítem requiere un cruce de información entre los integrantes del grupo de evaluación. Para evaluar marque con un aspa (X), teniendo en cuenta la siguiente escala valorativa:

- A: Totalmente de acuerdo.....5
 B: De acuerdo.....4
 C: Indiferente.....3
 D: En desacuerdo.....2
 E: Totalmente en desacuerdo....1

II. Marcar con una X donde corresponda según su parecer.

N°	Ítems	Escala Valorativa				
		A	B	C	D	E
PERCEPCIÓN						
Elementos Tangibles						
1	La entidad cuenta con instalaciones físicas con zonas amplias y seguras para la atención.	A	B	C	D	E
2	La entidad se encuentra en perfecto estado de mantenimiento para la atención	A	B	C	D	E
3	La institución cuenta con modernos equipos para la rápida atención.	A	B	C	D	E
4	El personal de la institución se identifica de manera adecuada al momento que llegó a su negocio.	A	B	C	D	E
5	El personal de la institución estuvo capacitado para resolver sus consultas.	A	B	C	D	E
Fiabilidad						
6	El servicio que le ofreció la institución fue de forma clara precisa y veraz.	A	B	C	D	E
7	Los analistas de créditos cumplen lo ofrecido.	A	B	C	D	E
8	Los empleados brindan la información precisa en relación con las tasas de interés.	A	B	C	D	E
Capacidad de Respuesta						
9	Los reclamos son atendidos de forma rápida.	A	B	C	D	E
10	La atención que le dieron a usted con los créditos y	A	B	C	D	E

	evaluaciones fue de forma rápida y precisa.					
11	La institución cuenta con más canales de atención para facilitar el pago de los créditos.	A	B	C	D	E
12	Los analistas cuentan con la disponibilidad en brindarle una buena asesoría.	A	B	C	D	E
13	La institución tiene la voluntad de poder implementar los pagos vía internet.	A	B	C	D	E
14	Los analistas de crédito le asesoran de forma rápida e inmediata.	A	B	C	D	E
	Seguridad					
15	Cuenta con la credibilidad necesaria en relación a las tasas que paga por sus ahorros en su institución.	A	B	C	D	E
16	La credibilidad de su institucional le define la buena atención al cliente.	A	B	C	D	E
17	La institución le está generando confianza para seguir trabajando con ellos.	A	B	C	D	E
18	La institución le está permitiendo en realizar sus operaciones financieras en forma confiable.	A	B	C	D	E
19	Los empleados le están atendiendo de manera buena para que ustedes mantengan el respaldo.	A	B	C	D	E
	Empatía					
20	Los analistas de créditos realizan una atención personalizada.	A	B	C	D	E
21	La institución cuenta con folletos o catálogos a la mano para la información que requiere.	A	B	C	D	E
22	La institución se comunica con usted desde el primer día de atraso de su deuda.	A	B	C	D	E
23	El horario de atención al público es la adecuada para que pueda ser atendido.	A	B	C	D	E

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

Variable: Calidad de Servicio

Según Camison, Cruz y González (2006) Manifestó que:

La calidad de servicio está conformado por la cercanía entre el servicio esperado y el servicio percibido. La calidad mide el nivel en que las cosas deseadas por el usuario son percibidos por la persona, teniendo una apreciación del servicio recibido. (p.193).

Dimensiones de las variables

Dimensión 1: Elementos Tangibles

Según Camison, Cruz y González (2006). Manifiesta que son: “Equipamiento de aspecto moderno o modernidad de equipos, instalaciones físicas, apariencia intachable de los empleados, elementos tangibles, mantenimiento” (p. 920).

Dimensión 2: Fiabilidad

Según Camison, Cruz y González (2006). Señala que son: servicio prometido, afinidad en la solución de conflictos, hacer el servicio inmediatamente, terminar en el momento determinado (compromisos adquiridos), evitar equivocarse” (p. 920).

Dimensión 3: Capacidad de Respuesta

Según Camison, Cruz y González (2006). Determina que son: “Empleados comunicativos, Empleados rápidos (servicio rápido), Empleados dispuestos a ayudar (voluntad), Empleados que responden (disponibilidad)” (p. 920).

Dimensión 4: Seguridad

Según Camison, Cruz y González (2006). Determina que son: “Empleados que transmitan confianza, clientes que estén satisfechos con la empresa (credibilidad), empleados agradables, empleados correctos (cortesía de los empleados)” (p. 920).

Dimensión 5: Empatía

Según Camison, Cruz y González (2006). Determina esto: “Trato personalizado al cliente, horario adecuado, atención individualizada de los trabajadores, interés por la satisfacción de los clientes, empatía por las exigencias de los clientes, comunicación” (p. 920).

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CALIDAD DE SERVICIOS

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia 1		Relevancia 2				Claridad 3		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
	ELEMENTOS TANGIBLES	EXPECTATIVAS								
1	Las instalaciones físicas deben contar con zonas amplias y seguras para la atención.	✓		✓				✓		
2	Las instalaciones deben estar limpio y ordenado para la atención.	✓		✓				✓		
3	La institución debe contar con modernos equipos para la rápida atención.	✓		✓				✓		
4	El personal de la institución debe identificarse de manera adecuada al momento de llegar a su negocio.	✓		✓				✓		
5	El personal de la institución debe estar capacitado para resolver sus consultas.	✓		✓				✓		
	FIABILIDAD	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
6	El servicio prometido por la institución debe ser de forma clara, precisa y veraz.	✓		✓				✓		
7	Los analistas de créditos deben ofrecer lo que realmente van a cumplir.	✓		✓				✓		
8	Los empleados deben brindar la información precisa en relación con las tasas de interés.	✓		✓				✓		
	CAPACIDAD DE RESPUESTA	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
9	La atención de los reclamos debe ser atendida de forma rápida.	✓		✓				✓		

10	La atención de los créditos y evaluaciones debe de realizarse de forma rápida y precisa.	✓		✓		✓		✓	
11	Es importante contar con más canales de atención para facilitar el pago de los créditos.	✓		✓		✓		✓	
12	Los analistas de créditos deben de tener disponibilidad para brindarle una buena asesoría.	✓		✓		✓		✓	
13	La institución debería tener la voluntad de poder implementar los pagos via internet.	✓		✓		✓		✓	
14	Los analistas de crédito deberían de asesorarlo de forma rápida e inmediata.	✓		✓		✓		✓	
	SEGURIDAD								
15	La institución cuenta con la credibilidad necesaria en relación a las tasas que paga por sus ahorros.	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
16	La buena credibilidad institucional debería definir la buena atención al cliente.	✓		✓		✓		✓	
17	La institución le debería generar confianza para seguir trabajando con ellos.	✓		✓		✓		✓	
18	Tener confianza con la institución le permitiría realizar operaciones financieras confiables.	✓		✓		✓		✓	
19	La atención buena de los empleados le permitiría a usted mantener el respaldo a su institución.	✓		✓		✓		✓	
	EMPATIA								
20	Los analistas de créditos realizan una atención personalizada.	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
21	Los folletos o catálogos de la institución son medios de comunicación que deberían estar al alcance de todos.	✓		✓		✓		✓	
22	La institución se comunica con usted desde el primer día de atraso de su deuda.	✓		✓		✓		✓	
23	El horario de atención al público es la adecuada para que pueda ser atendido.	✓		✓		✓		✓	

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ₁		Relevancia ₂		Claridad ₃		Sugerencias	
		Si	No	Si	No	Si	No		
		PERCEPCIÓN							
	ELEMENTOS TANGIBLES								
1	La entidad cuenta con instalaciones físicas con zonas amplias y seguras para la atención.	✓		✓		✓			
2	La entidad se encuentra en perfecto estado de mantenimiento para la atención	✓		✓		✓			
3	La institución cuenta con modernos equipos para la rápida atención.	✓		✓		✓			
4	El personal de la institución se identifica de manera adecuada al momento que llego a su negocio.	✓		✓		✓			
5	El personal de la institución estuvo capacitado para resolver sus consultas.	✓		✓		✓			
	FIABILIDAD	Si	No	Si	No	Si	No		
6	El servicio que le ofreció la institución fue de forma clara precisa y veraz.	✓		✓		✓			
7	Los analistas de créditos cumplen lo ofrecido.	✓		✓		✓			
8	Los empleados brindan la información precisa en relación con las tasas de interés.	✓		✓		✓			
	CAPACIDAD DE RESPUESTA	Si	No	Si	No	Si	No		
9	Los reclamos son atendidos de forma rápida.	✓		✓		✓			
10	La atención que le dieron a usted con los créditos y evaluaciones fue de forma rápida y precisa.	✓		✓		✓			
11	La institución cuenta con más canales de atención para facilitar el pago de los créditos.	✓		✓		✓			
12	Los analistas cuentan con la disponibilidad en brindarle una buena asesoría.	✓		✓		✓			
13	La institución tiene la voluntad de poder implementar los pagos via internet.	✓		✓		✓			
14	Los analistas de crédito le asesoran de forma rápida e inmediata.	✓		✓		✓			

SEGURIDAD		Si	No	Si	No	Si	No
15	Cuenta con la credibilidad necesaria en relación a las tasas que paga por sus ahorros en su institución.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	La credibilidad de su institucional le define la buena atención al cliente.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	La institución le está generando confianza para seguir trabajando con ellos.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	La institución le está permitiendo en realizar sus operaciones financieras en forma confiable.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	Los empleados le están atendiendo de manera buena para que ustedes mantengan el respaldo.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EMPATIA		Si	No	Si	No	Si	No
20	Los analistas de créditos realizan una atención personalizada.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21	La institución cuenta con folletos o catálogos a la mano para la información que requiere.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22	La institución se comunica con usted desde el primer día de atraso de su deuda.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23	El horario de atención al público es la adecuada para que pueda ser atendido.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Observaciones (precisar si hay

suficiencia):

Existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable

Aplicable después de corregir

No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: COJAL LOLI BERNARDO COJAL

DNI: 17898066

Especialidad del

validador: DR. EN ADMINISTRACIÓN - ECONOMISTA

..... de Diciembre del 2016

- ¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CALIDAD DE SERVICIOS

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ₁		Relevancia ₂				Claridad ₃		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
	ELEMENTOS TANGIBLES									
1	Las instalaciones físicas deben contar con zonas amplias y seguras para la atención.	✓		✓				✓		
2	Las instalaciones deben estar limpio y ordenado para la atención.	✓		✓				✓		
3	La institución debe contar con modernos equipos para la rápida atención.	✓		✓				✓		
4	El personal de la institución debe identificarse de manera adecuada al momento de llegar a su negocio.	✓		✓				✓		
5	El personal de la institución debe estar capacitado para resolver sus consultas.	✓		✓				✓		
	FIABILIDAD									
6	El servicio prometido por la institución debe ser de forma clara, precisa y veraz.	✓		✓				✓		
7	Los analistas de créditos deben ofrecer lo que realmente van a cumplir.	✓		✓				✓		
8	Los empleados deben brindar la información precisa en relación con las tasas de interés.	✓		✓				✓		
	CAPACIDAD DE RESPUESTA									
9	La atención de los reclamos debe ser atendida de forma rápida.	✓		✓				✓		

N°	DIMENSIONES / items	Pertinencia ₁		Relevancia ₂		Claridad ₃		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	ELEMENTOS TANGIBLES	PERCEPCIÓN						
1	La entidad cuenta con instalaciones físicas con zonas amplias y seguras para la atención.	✓		✓		✓		
2	La entidad se encuentra en perfecto estado de mantenimiento para la atención	✓		✓		✓		
3	La institución cuenta con modernos equipos para la rápida atención.	✓		✓		✓		
4	El personal de la institución se identifica de manera adecuada al momento que llega a su negocio.	✓		✓		✓		
5	El personal de la institución estuvo capacitado para resolver sus consultas.	✓		✓		✓		
	FIABILIDAD	Si	No	Si	No	Si	No	
6	El servicio que le ofreció la institución fue de forma clara precisa y veraz.	✓		✓		✓		
7	Los analistas de créditos cumplen lo ofrecido.	✓		✓		✓		
8	Los empleados brindan la información precisa en relación con las tasas de interés.	✓		✓		✓		
	CAPACIDAD DE RESPUESTA	Si	No	Si	No	Si	No	
9	Los reclamos son atendidos de forma rápida.	✓		✓		✓		
10	La atención que le dieron a usted con los créditos y evaluaciones fue de forma rápida y precisa.	✓		✓		✓		
11	La institución cuenta con más canales de atención para facilitar el pago de los créditos.	✓		✓		✓		
12	Los analistas cuentan con la disponibilidad en brindarle una buena asesoría.	✓		✓		✓		
13	La institución tiene la voluntad de poder implementar los pagos vía internet.	✓		✓		✓		
14	Los analistas de crédito le asesoran de forma rápida e inmediata.	✓		✓		✓		

SEGURIDAD		Si	No	Si	No	Si	No
15	Cuenta con la credibilidad necesaria en relación a las tasas que paga por sus ahorros en su institución.	✓		✓		✓	
16	La credibilidad de su institucional le define la buena atención al cliente.	✓		✓		✓	
17	La institución le está generando confianza para seguir trabajando con ellos.	✓		✓		✓	
18	La institución le está permitiendo en realizar sus operaciones financieras en forma confiable.	✓		✓		✓	
19	Los empleados le están atendiendo de manera buena para que ustedes mantengan el respaldo.	✓		✓		✓	
	EMPATIA	Si	No	Si	No	Si	No
20	Los analistas de créditos realizan una atención personalizada.	✓		✓		✓	
21	La institución cuenta con folletos o catálogos a la mano para la información que requiere.	✓		✓		✓	
22	La institución se comunica con usted desde el primer día de atraso de su deuda.	✓		✓		✓	
23	El horario de atención al público es la adecuada para que pueda ser atendido.	✓		✓		✓	

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CALIDAD DE SERVICIOS

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ₁		Relevancia ₂				Claridad ₃		Sugerencias
		Si	No	EXPECTATIVAS				Si	No	
				Si	Si	No	No			
	ELEMENTOS TANGIBLES									
1	Las instalaciones físicas deben contar con zonas amplias y seguras para la atención.	✓			✓			✓		
2	Las instalaciones deben estar limpio y ordenado para la atención.	✓			✓			✓		
3	La institución debe contar con modernos equipos para la rápida atención.	✓			✓			✓		
4	El personal de la institución debe identificarse de manera adecuada al momento de llegar a su negocio.	✓			✓			✓		
5	El personal de la institución debe estar capacitado para resolver sus consultas.	✓			✓			✓		
	FIABILIDAD									
6	El servicio prometido por la institución debe ser de forma clara, precisa y veraz.	✓			✓			✓		
7	Los analistas de créditos deben ofrecer lo que realmente van a cumplir.	✓			✓			✓		
8	Los empleados deben brindar la información precisa en relación con las tasas de interés.	✓			✓			✓		
	CAPACIDAD DE RESPUESTA									
9	La atención de los reclamos debe ser atendida de forma rápida.	✓			✓			✓		

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ₁		Relevancia ₂		Claridad ₃		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
	ELEMENTOS TANGIBLES							
1	La entidad cuenta con instalaciones físicas con zonas amplias y seguras para la atención.	✓		✓		✓		
2	La entidad se encuentra en perfecto estado de mantenimiento para la atención	✓		✓		✓		
3	La institución cuenta con modernos equipos para la rápida atención.	✓		✓		✓		
4	El personal de la institución se identifica de manera adecuada al momento que llega a su negocio.	✓		✓		✓		
5	El personal de la institución estuvo capacitado para resolver sus consultas.	✓		✓		✓		
	FIABILIDAD	SI	No	SI	No	SI	No	
6	El servicio que le ofreció la institución fue de forma clara precisa y veraz.	✓		✓		✓		
7	Los analistas de créditos cumplen lo ofrecido.	✓		✓		✓		
8	Los empleados brindan la información precisa en relación con las tasas de interés.	✓		✓		✓		
	CAPACIDAD DE RESPUESTA	SI	No	SI	No	SI	No	
9	Los reclamos son atendidos de forma rápida.	✓		✓		✓		
10	La atención que le dieron a usted con los créditos y evaluaciones fue de forma rápida y precisa.	✓		✓		✓		
11	La institución cuenta con más canales de atención para facilitar el pago de los créditos.	✓		✓		✓		
12	Los analistas cuentan con la disponibilidad en brindar una buena asesoría.	✓		✓		✓		
13	La institución tiene la voluntad de poder implementar los pagos via internet.	✓		✓		✓		
14	Los analistas de crédito le asesoran de forma rápida e inmediata.	✓		✓		✓		

SEGURIDAD		Si	No	Si	No	Si	No
15	Cuenta con la credibilidad necesaria en relación a las tasas que paga por sus ahorros en su institución.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
16	La credibilidad de su institucional le define la buena atención al cliente.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
17	La institución le está generando confianza para seguir trabajando con ellos.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
18	La institución le está permitiendo en realizar sus operaciones financieras en forma confiable.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
19	Los empleados le están atendiendo de manera buena para que ustedes mantengan el respaldo.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
	EMPATIA	Si	No	Si	No	Si	No
20	Los analistas de créditos realizan una atención personalizada.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
21	La institución cuenta con folletos o catálogos a la mano para la información que requiere.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
22	La institución se comunica con usted desde el primer día de atraso de su deuda.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
23	El horario de atención al público es la adecuada para que pueda ser atendido.	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Gustavo Zárate Ruiz

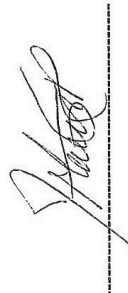
DNI:

Especialidad del validador: TEMÁTICO

.....de DICIEMBRE del 2018

- ¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante

Variable: calidad de servicio

Resumen de casos

		N	%
Casos	Válido	346	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	346	100,0

Estadísticas de confiabilidad

Cronbach	N
,903	46

Estadísticas de las encuestas

	Media	Desviación estándar	Decisión
CSEXPET1 Las instalaciones físicas deben contar con zonas amplias y seguras para la atención.	4,80	,400	DA
CSEXPET2 Las instalaciones deben estar limpio y ordenado para la atención	4,80	,398	DA
CSEXPET3 La institución debe contar con modernos equipos para la rápida atención.	4,30	,643	DA
CSEXPET4 El personal de la institución debe identificarse de manera adecuada al momento de llegar a su negocio.	4,60	,490	DA
CSEXPET5 El personal de la institución debe estar capacitado para resolver sus consultas	4,70	,458	DA
CSEXPFI6 El servicio prometido por la institución debe ser de forma clara, precisa y veraz.	4,80	,398	DA
CSEXPFI7 Los analistas de créditos deben ofrecer lo que realmente van a cumplir.	4,70	,458	DA
CSEXPFI8 Los empleados deben brindar la información precisa en relación con las tasas de interés.	4,20	,603	DA
CSEXPFR9 La atención de los reclamos debe ser atendida de forma rápida.	4,50	,501	DA

CSEXP10 La atención de los créditos y evaluaciones debe de realizarse de forma rápida y precisa.	4,60	,490	DA
CSEXP11 Es importante contar con más canales de atención para facilitar el pago de los créditos.	4,30	,643	DA
CSEXP12 Los analistas de créditos deben de tener disponibilidad para brindarle una buena asesoría.	4,60	,490	DA
CSEXP13 La institución debería tener la voluntad de poder implementar los pagos vía internet.	4,50	,501	DA
CSEXP14 Los analistas de crédito deberían de asesorarlo de forma rápida e inmediata.	4,80	,400	DA
CSEXP15 La institución cuenta con la credibilidad necesaria en relación a las tasas que paga por sus ahorros.	4,30	,460	DA
CSEXP16 La buena credibilidad institucional debería definir la buena atención al cliente.	4,60	,491	DA
CSEXP17 La institución le debería generar confianza para seguir trabajando con ellos.	4,60	,491	DA
CSEXP18 Tener confianza con la institución le permitiría realizar operaciones financieras confiables.	4,60	,490	DA
CSEXP19 La atención buena de los empleados le permitiría a usted mantener el respaldo a su institución.	4,30	,460	DA
CSEXP20 La institución cuenta con la credibilidad necesaria en relación a las tasas que paga por sus ahorros.	4,20	,750	DA
CSEXP21 La buena credibilidad institucional debería definir la buena atención al cliente.	4,70	,458	DA
CSEXP22 La institución le debería generar confianza para seguir trabajando con ellos.	4,70	,458	DA
CSEXP23 Tener confianza con la institución le permitiría realizar operaciones financieras confiables.	4,60	,490	DA
CSPER1 La entidad cuenta con instalaciones físicas con zonas amplias y seguras para la atención.	4,40	,491	DA
CSPER2 La entidad se encuentra en perfecto estado de mantenimiento para la atención	4,70	,459	DA
CSPER3 La institución cuenta con modernos equipos para la rápida atención.	4,60	,490	DA
CSPER4 El personal de la institución se identifica de manera adecuada al momento que llego a su negocio.	3,70	,642	IND
CSPER5 El personal de la institución estuvo capacitado para resolver sus consultas.	3,60	,490	IND
CSPER6 El servicio que le ofreció la institución fue de forma clara precisa y veraz.	4,00	,776	DA
CSPER7 Los analistas de créditos cumplen lo ofrecido.	3,11	,832	IND

CSPERFI8 Los empleados brindan la información precisa en relación con las tasas de interés.	3,10	,942	IND
CSPERCR9 Los reclamos son atendidos de forma rápida.	3,80	,603	IND
CSPERCR10 La atención que le dieron a usted con los créditos y evaluaciones fue de forma rápida y precisa.	3,40	,919	IND
CSPERCR11 La institución cuenta con más canales de atención para facilitar el pago de los créditos.	4,20	,603	DA
CSPERCR12 Los analistas cuentan con la disponibilidad en brindarle una buena asesoría.	3,20	,748	IND
CSPERCR13 La institución tiene la voluntad de poder implementar los pagos vía internet.	4,40	,490	DA
CSPERCR14 Los analistas de crédito le asesoran de forma rápida e inmediata.	4,10	,701	DA
CSPERSE15 Cuenta con la credibilidad necesaria en relación a las tasas que paga por sus ahorros en su institución.	4,10	,539	DA
CSPERSE16 La credibilidad de su institucional le define la buena atención al cliente.	4,10	,542	DA
CSPERSE17 La institución le está generando confianza para seguir trabajando con ellos.	4,30	,460	DA
CSPERSE18 La institución le está permitiendo en realizar sus operaciones financieras en forma confiable.	4,30	,460	DA
CSPERSE19 Los empleados le están atendiendo de manera buena para que ustedes mantengan el respaldo.	4,20	,402	DA
CSPEREM20 Los analistas de créditos realizan una atención personalizada.	4,10	,539	DA
CSPEREM21 La institución cuenta con folletos o catálogos a la mano para la información que requiere.	4,60	,490	DA
CSPEREM22 La institución se comunica con usted desde el primer día de atraso de su deuda.	2,70	,782	EDAC
CSPEREM23 El horario de atención al público es la adecuada para que pueda ser atendido.	3,70	,782	IND

Estadísticas de elemento de resumen

	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo / Mínimo	Varianza	N
Medias de elemento	4,245	2,699	4,803	2,104	1,779	,262	46
Correlaciones entre elementos	,183	-,683	1,000	1,683	-1,464	,089	46

Estadísticos

		CSEXPE TT (agrupado)	CSEXPFIT (agrupado)	CSEXPCRT (agrupado)	CSEX PSET (agrupado)
N	Válido	346	346	346	346
	Perdidos	0	0	0	0
Media		2,40	1,80	2,00	2,00
Mediana		3,00	2,00	2,00	2,00
Moda		3	1	2	2
Desviación estándar		,662	,751	,775	,635
Varianza		,439	,564	,600	,403
Percentiles	25	2,00	1,00	1,00	2,00
	50	3,00	2,00	2,00	2,00
	75	3,00	2,00	3,00	2,00

Estadísticos

		CSEXPE MT (agrupado)	CSPERE TT (agrupado)	CSPERFIT (agrupado)	CSPERCRT (agrupado)
N	Válido	346	346	346	346
	Perdidos	0	0	0	0
Media		2,30	2,20	1,90	2,10
Mediana		3,00	2,00	2,00	2,00
Moda		3	3	2	3
Desviación estándar		,899	,750	,702	,832
Varianza		,809	,562	,492	,692
Percentiles	25	1,00	2,00	1,00	1,00
	50	3,00	2,00	2,00	2,00
	75	3,00	3,00	2,00	3,00

Estadísticos

		CSPERSET (agrupado)	CSPEREMT (agrupado)
N	Válido	346	346
	Perdidos	0	0
Media		1,71	1,80
Mediana		2,00	2,00
Moda		1	2
Desviación estándar		,783	,601
Varianza		,613	,361
Percentiles	25	1,00	1,00

50	2,00	2,00
75	2,00	2,00

Tabla de frecuencia

CSEXPETT - Agrupado

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Bajo	34	9,8	9,8	9,8
	Medio	138	39,9	39,9	49,7
	Alto	174	50,3	50,3	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

CSEXPFIT - Agrupado

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Bajo	138	39,9	39,9	39,9
	Medio	138	39,9	39,9	79,8
	Alto	70	20,2	20,2	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

CSEXP CRT - Agrupado

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Bajo	103	29,8	29,8	29,8
	Medio	139	40,2	40,2	69,9
	Alto	104	30,1	30,1	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

CSEXPSET - Agrupado

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Bajo	69	19,9	19,9	19,9
	Medio	207	59,8	59,8	79,8
	Alto	70	20,2	20,2	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

CSEXP EMT - Agrupado

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Bajo	103	29,8	29,8	29,8
	Medio	35	10,1	10,1	39,9
	Alto	208	60,1	60,1	100,0

Total	346	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

CSPERETT - Agrupado

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Bajo	69	19,9	19,9	19,9
	Medio	138	39,9	39,9	59,8
	Alto	139	40,2	40,2	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

CSPERFIT - Agrupado

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Bajo	103	29,8	29,8	29,8
	Medio	173	50,0	50,0	79,8
	Alto	70	20,2	20,2	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

CSPERCRT - Agrupado

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Bajo	104	30,1	30,1	30,1
	Medio	104	30,1	30,1	60,1
	Alto	138	39,9	39,9	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

CSPERSET - Agrupado

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Bajo	171	49,4	49,4	49,4
	Medio	105	30,3	30,3	79,8
	Alto	70	20,2	20,2	100,0
	Total	346	100,0	100,0	

CSPEREMT - Agrupado

		Frecuencia	%	% válido	% acumulado
Válido	Bajo	103	29,8	29,8	29,8
	Medio	208	60,1	60,1	89,9
	Alto	35	10,1	10,1	100,0

Total	346	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

Codificación de los resultados.

Variable: Calidad de Servicio

Se ha codificado de la siguiente manera

Calidad de Servicio

CSEXPET = Expectativa Elementos Tangibles.

CSEXPFI = Expectativa Fiabilidad.

CSEXPGR = Expectativa Calidad de Respuestas.

CSEXPSE = Expectativa Seguridad.

CSEXPPEM = Expectativa Empatía.

CSPERET = Percepción Elementos Tangibles.

CSPERFI = Percepción Fiabilidad.

CSPERGR = Percepción Calidad de Respuestas.

CSPERSE = Percepción Seguridad.

CSPERPEM = Percepción Empatía.

CSEXPETT = Expectativa Elementos Tangibles Total.

CSEXPFIT = Expectativa Fiabilidad Total.

CSEXPGRRT = Expectativa Calidad de Respuestas Total.

CSEXPSET = Expectativa Seguridad Total.

CSEXPPEMT = Expectativa Empatía Total.

CSPERETT = Percepción Elementos Tangibles Total.

CSPERFIT = Percepción Fiabilidad Total.

CSPERGRRT = Percepción Calidad de Respuestas Total.

CSPERSET = Percepción Seguridad Total.

CSPERPEMT = Percepción Empatía Total.

Pesos:

1.- Totalmente en desacuerdo = E

2.- En desacuerdo = D

3.- Indiferente = C

4.- De acuerdo = B

5.- Totalmente de acuerdo = A

DA = De acuerdo

IND = Indiferente

EDAC = En desacuerdo

Rangos

1 = Bajo

2 = Medio

3 = Alto

El alfa de Cronbach es una medida de la consistencia interna del instrumento, Calidad de Servicio en el sector de las Microfinanzas San Martín de Porres – Lima 2018 la cual es de 0.903, siendo este valor, el que da la validez de criterio, según George y Mallery en el 2003, lo que indica la tabla.

Estadísticas de confiabilidad

Cronbach	N
,903	46

Criterio de fiabilidad valores.

Cronbrach	Interna
$x \geq 0.9$	Excelente
$0.9 > x \geq 0.8$	Bueno
$0.8 > x \geq 0.7$	Aceptable
$0.7 > x \geq 0.6$	Cuestionable
$0.6 > x \geq 0.5$	Pobre
$0.5 > x$	Inaceptable

ESQUEMA DEL ARTÍCULO CIENTÍFICO

1. TÍTULO

Calidad de Servicio en el Sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres -
Lima 2018

2. AUTOR

William David Delgado Ordoñez

davidor2412@gmail.com

Universidad Cesar Vallejo

3. RESUME

El estudio de la investigación es Calidad de Servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres – Lima 2018 cuyo objetivo general fue de caracterizar la calidad de servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres - Lima 2018, el modelo que se empleó es SERVQUAL, la cual se basa en la diferencia de las Expectativas y Percepción, de las cuales cuenta con 5 dimensiones que son: Elementos Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad, Empatía. La investigación es de tipo descriptiva, su diseño no experimental para la variable que se estudia. La población que se tomó fue a los clientes de Mibanco de la agencia San Martin de Porres, la muestra fue mediante el muestreo probabilístico la cual se tomó a 346 clientes obtenidos de las entidades de Mibanco; por ende la recolección de datos que se aplicó fue el cuestionario tipo Likert, la herramienta utilizada fue el programa SPSS Versión 22 como procesador de datos. Finalmente se llegó a la conclusión que no existe una buena percepción entre los elementos tangibles, seguridad y empatía por lo que se necesita mejorar estos indicadores la cual arroja dichos resultado al momento de pasar la información al programa y la cual debe de tomar acciones para corregir y poder perfeccionar la calidad del servicio que se tiene actualmente dentro de la organización para poder generando mayor confianza con sus clientes.

4. PALABRAS CLAVE

Palabras claves: Calidad de Servicio, Elementos Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad, Empatía.

5. ABSTRACT

The study of the research is Quality of Service in the Microfinance sector, San Martin de Porres - Lima 2018 whose general objective was to characterize the quality of service in the Microfinance sector, San Martin de Porres - Lima 2018, the model that was used is SERVQUAL, which is based on the difference of Expectations and Perception, of which it has 5 dimensions that are: Tangible Elements, Reliability, Response Capacity, Security, Empathy. The research is of a descriptive type, its non-experimental design for the variable under study. The population that was taken was to the clients of Mibanco of the agency San Martin de Porres, the sample was by means of the probabilistic sampling which was taken to 346 clients obtained from the entities of Mibanco; therefore, the data collection that was applied was the Likert questionnaire, the tool used was the SPSS Version 22 program as a data processor. Finally, it was concluded that there is no good perception among the tangible elements, security and empathy for what is needed to improve these indicators which yields said results when passing the information to the program and which should take actions to correct and be able to improve the quality of the service that is currently held within the organization to be able to generate greater confidence with its customers.

6. KEYWORDS

Keywords: Quality of Service, Tangible Elements, Reliability, Response Capacity, Security, Empathy.

7. INTRODUCCIÓN

El análisis se concentra en las empresas Microfinancieras nacionales supervisadas por los organismos de control que es la SBS, divididas por Cajas Municipales, Cajas Rurales, Edpymes, Mibanco. Teniendo otras entidades

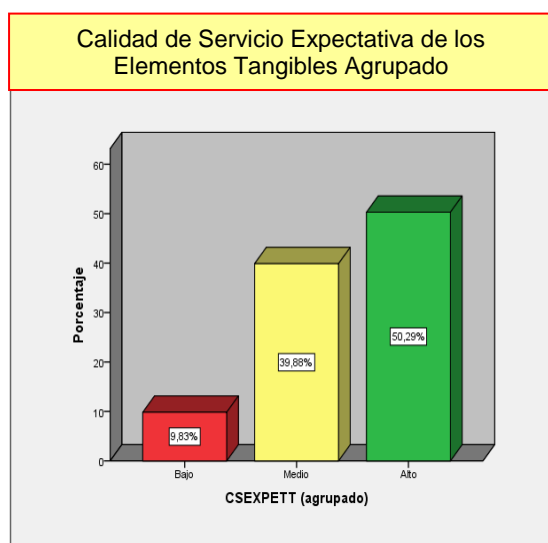
controladas que son: Cooperativas y ONG. (Huayta, Garcia, Sotomayor 2017, p.3). El reporte del 30/06/2017 en el sector micro financiero del Perú estaba dividido en 208 empresas financieras, 38 controladas y monitoreadas por la SBS que representa el 18.3%, 158 Cooperativas monitoreadas por la SBS pero supervisadas por la FENACREP representadas por 76%, 12 a empresas no reguladas que representa el 5.8%. (Equilibrium Clasificadora de Riesgos S.A 2017, p. 9). En el análisis de la experiencia de los clientes, se pudo observar que los reclamos sustentados ante los organismos competentes que es el Indecopi, cuya finalidad es custodiar y salvaguardar al consumidor en cualquier sector competente incluso el sistema financiero, las cuales cuentan con facultad para sancionar, las cuales el ente cada mes hace reportes de los reclamos reportados en el grafico se muestra un reporte acumulado del año 2017 de los cuales cuenta con una totalidad de 31,055 cuyo porcentaje es del 44% que corresponde al sector micro financiero (Ey Building a Better Working World, 2017, p. 21). La superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) cuenta con los detalles de los reclamos de las instituciones financieras de acuerdo al tipo de producto que puedan tener como consumo, ahorros, tarjetas de débito, productos para las MYPE y otros. En los cuadros se cuenta con los porcentajes de los reclamos financieros. Es de suma importancia que mejore la experiencia de los clientes en estos sectores y que puedan contribuir a la reducción de los reclamos (Ey Building a Better Working World, 2017, p. 21). Mibanco apertura en Lima en 1998, cuya base se forjó de la experiencia de ACP, cuya empresa civil era sin necesidad lucrativa, por más de 43 años estuvo funcionando en el rubro de las Mypes. Inicios del año 2014, Mibanco fue comprado por la empresa Edyficar por lo cual se absorbieron y manteniendo como vigente la empresa Mibanco aún en el mercado actual. (www.mibanco.com.pe).

8. METODOLOGÍA

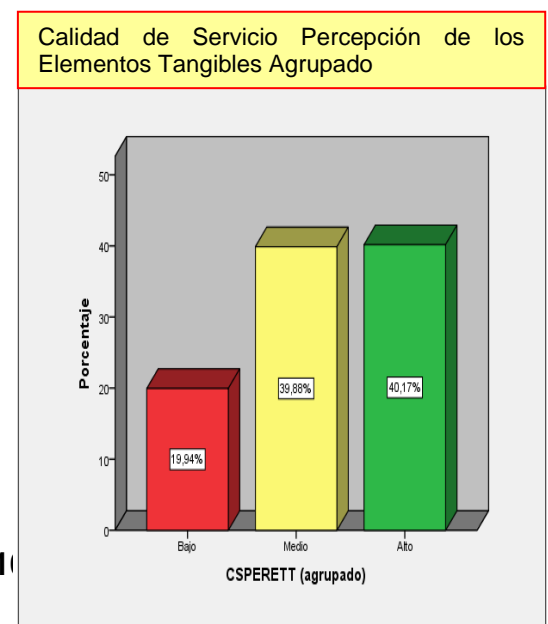
Diseño de investigación básico, utilizando un enfoque cuantitativo, cuyo diseño es no experimental no transversal, cuya población está en base a los clientes de Mibanco que son 3,400 clientes, cuyo muestra realizo mediante el muestreo

probabilístico obteniendo un muestreo de 346 clientes de Mibanco, cuya técnica empleada fue de encuesta mediante el cuestionario y pasando por el juicio de expertos.

9. RESULTADOS



Análisis: Según Figura con relación a la Expectativa de los elementos tangibles total agrupado se tiene que el nivel es alto en 50.29% y medio en 39.88% mientras que en bajo en 9.83%, manteniendo un alta expectativa



Análisis: Según Figura con relación a la Percepción de los elementos tangibles total agrupado se puede apreciar que disminuye en 40.17% manteniéndose el medio en 39.88% y aumentando el nivel bajo en 19,94%, demostrando que está bajando la calidad, pregunta 4 que es el personal de la institución se identifica de manera adecuada al momento que llego a su negocio y en la pregunta 5 El personal de la institución estuvo capacitado para resolver sus consultas

Para conseguir en el 2019 su objetivo fue Caracterizar la institución bancaria objeto de estudio, se consideró un enfoque cuantitativo, cuyo diseño es no experimental transversal, cuya población corresponde a los clientes de las entidades bancarias cuya muestra se hayo mediante el muestreo probabilístico,

cuya muestra estuvo conformado por 84 usuarios de la institución de una población de 630, utilizando técnica de cuestionario y validación de expertos, Se concluye que las percepciones de los clientes no superaban las expectativas y donde las dimensiones más críticas son la Fiabilidad y la Capacidad de Respuesta.. Por consiguiente al tener los resultados de la investigación realizada se concluye que para nuestro estudio su objetivo es caracterizar la calidad de servicio en el sector de las Microfinanzas, utilizando un enfoque cuantitativo, cuyo diseño es no experimental no transversal, cuya población está en base a los clientes de las Microfinanzas, cuyo muestra realizo mediante el muestreo probabilístico obteniendo un muestreo de 346 clientes de Mibanco, cuya técnica empleada fue de encuesta mediante el cuestionario y pasando por el juicio de expertos,

11. CONCLUSIONES

1.- Caracterización como está estructurado los elementos tangibles totales agrupado de la calidad del servicio del sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres – Lima 2018 fue medido en base a las expectativas y percepción la cual se llevó a la conclusión: según la Figura 7 se puede visualizar que cuenta con una expectativa de los elementos tangibles total agrupado en un nivel alto en 50.29%, mientras que el nivel medio está en 39.88% y el sector bajo en 9.83%; en cuanto a la percepción de los clientes se puede apreciar en la Figura 8 que el nivel alto disminuye en 40.17% mientras que el medio se mantiene en 39.88% y aumentando el nivel bajo en 19,94%, demostrando que está bajando el nivel de la calidad especialmente en la encuesta 4: El personal de la institución se identifica de manera adecuada al momento que llego a su negocio y en la pregunta 5: El personal de la institución estuvo capacitado para resolver sus consultas.

2.- La caracterización de la fiabilidad total agrupado de la calidad del servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres – Lima 2018 fue medido en base a las expectativas y percepción la cual se llevó a la conclusión: según la Figura 9 se puede observar que cuenta con una expectativa de la fiabilidad total agrupado que tiene el nivel entre mediano y bajo en 39.88% y el sector alto en 20.23%; en cuanto a la percepción de los clientes se puede apreciar en la figura

10 que el nivel medio aumento en 50% mientras que el alto se mantiene en 20.23% y disminuyendo el nivel bajo en 19,94%, manteniendo un parámetro medio con relación a la fiabilidad debido a lo más relevantes que son en la pregunta 7 Los analistas de créditos cumplen lo ofrecido y en la pregunta 8 Los empleados brindan la información precisa en relación con las tasas de interés.

3.- Caracterización la capacidad de respuestas totales agrupado de la calidad del servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres – Lima 2018 fue medido en base a las expectativas y percepción la cual se llevó a la conclusión: según Figura 11 se puede apreciar con relación a la expectativa de la capacidad de respuestas total agrupado que se tiene el nivel medio se encuentra en 40.17% mientras que en alto en 30.06 mientras que el nivel bajo en 29.77%, en cuanto a la percepción de los clientes se puede apreciar en la figura 12 que el nivel alto aumento en un 39.88% y el nivel bajo en 30.06%, mientras que el nivel medio disminuyo en 30.6% esto quiere decir que la percepción en este punto está dividido pero ante todo prevaleciendo el nivel alto de percepción.

4.- La caracterización de la seguridad total agrupado de la calidad del servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres – Lima 2018 fue medido en base a las expectativas y percepción la cual se llevó a la conclusión: según Figura 13 que la expectativa de la seguridad total agrupado que se tiene, en cuanto al nivel medio se encuentra en 59.83% mientras que en alto en 20.23% mientras que el nivel bajo en 19.94%, mientras según Figura 14 se puede apreciar con relación a la Percepción de la seguridad total agrupado que se tiene el nivel bajo aumenta en 49.42%, mientras que el nivel medio baja a 30,25%, mientras que el alto mantiene su porcentaje en 20.23%, demostrando que está bajando la calidad de servicio lo cual lo más relevante es la pregunta 15 que es si cuenta con la credibilidad necesaria en relación a las tasas que paga por sus ahorros en su Institución y la pregunta 16 la credibilidad de la institución define la buena atención.

5.- La caracterización de la empatía total agrupado de la calidad del servicio en el sector de las Microfinanzas, San Martin de Porres – Lima 2018 fue medido en

base a las expectativas y percepción la cual se llevó a la conclusión: Según Figura 15 que la Expectativa de la Empatía total agrupado que se tiene, en cuanto al nivel alto se encuentra en 60.12% mientras que en bajo en 29.77% mientras que el nivel medio en 11.12%, mientras según Figura 16 se puede apreciar con relación a la Percepción de la empatía total agrupado que se tiene el nivel alto descendió a 10.12%, mientras que el nivel medio aumento a 60.12%, y el nivel bajo se mantiene en 29.77%, demostrando que está bajando la calidad de servicio en la pregunta 22 que es la institución se comunica con usted desde el primer día atraso de su cuenta y la pregunta 23 que el horario de atención al público usuario es adecuada para ser atendido.

12. REFERENCIAS

Bernal, C (2010). Metodología de la investigación 3 era Edición, Lugar: Bogotá, Colombia. Editorial Pearson Educación

El microfinanciero (2017). Las microfinancieras tienen oportunidades para crear más instrumentos de ahorro. Número (37). Recuperado de <https://bit.ly/2lvnWaf>

Ey Building a Better Working World (2017). La experiencia del cliente en el sector microfinanciero (Nuevas tendencias y regulaciones 2017). Recuperado de <https://go.ey.com/2NhkRLJ>

Hernández,R., Fernández, C., Baptista, P. (2014) Metodología de la investigación (6ta Ed), Lugar: Mexico, Editorial Mc Graw Hill /



Dictamen Final

Vista la Tesis:

“CALIDAD DE SERVICIO EN EL SECTOR DE LAS MICROFINANZAS, SAN MARTIN DE PORRES - LIMA 2018”

Y encontrándose levantadas las observaciones prescritas en el Dictamen, del graduando(a):

DELGADO ORDOÑEZ, WILLIAM DAVID

Considerando:


Que se encuentra conforme a lo dispuesto por el artículo 36 del REGLAMENTO DE INVESTIGACIÓN DE POSGRADO 2013 con RD N. ° 3902-2013/EPG-UCV, se DECLARA:

Que la presente Tesis se encuentra autorizada con las condiciones mínimas para ser sustentada, previa Resolución que le ordene la Unidad de Posgrado; asimismo, durante la sustentación el Jurado Calificador evaluará la defensa de la tesis y como documento respectivamente, indicando las observaciones a ser subsanadas en un tiempo máximo de seis meses a partir de la sustentación de la tesis.

Comuníquese y archívese.

Lima, 12 de enero del 2019


.....
Dr. César Humberto Del Castillo Talledo
Asesor de la tesis


.....
Dra. Roxana Beatriz González Huaytahuilca
Revisor de la tesis



Acta de Aprobación de originalidad de Tesis

Yo, César Humberto Del Castillo Talledo, docente de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo filial Lima Norte, revisor de la tesis titulada "**Calidad de servicio en el sector de las microfinanzas, San Martín de Porres - Lima 2018**" del (de la) estudiante **William David Delgado Ordoñez**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **21 %** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito(a) analizo dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituye plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lima, 23 de enero del 2019

César Humberto Del Castillo Talledo

DNI: 07035192



TÍTULO

Calidad de Servicio en el Sector de las Microfinanzas, San Martín de Porres - Lima 2018

TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE:
Maestro en Administración de Negocios

AUTOR
William David Delgado Ordoñez

ASESOR
Dr. César Humberto Del Castillo Talledo

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
Modelos y Herramientas Gerenciales

Resumen de coincidencias

21 %

1	Entregado a Universidad...	5 %
2	repositorio.ucv.edu.pe	4 %
3	porquenotecallas19.fl...	4 %
4	Entregado a Universidad...	2 %
5	Entregado a Universidad...	1 %
6	repositorio.unheval.edu...	1 %
7	repositorio.uncp.edu.pe	1 %
8	repositorio.continental...	1 %
9	Entregado a Universidad...	<1 %
10	www.researchgate.net	<1 %
11	Entregado a 94733	<1 %
12	Entregado a Instituto E...	<1 %
13	tesis.pucp.edu.pe	<1 %

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Página: 1 de 53 | Número de palabras: 10393

Text-only Report | High Resolution | 24% | Silvia Giovanna Riva... | 1067761992 | 23-ene-2019



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

DELGADO ORDOÑEZ, WILLIAM DAVID
 D.N.I. : 40069226
 Domicilio : JR. RAMON MARCONI, 661, BIK. S. DPT. 1001 - CERROS DE LIMA
 Teléfono : Fijo : 6078876 Móvil : 956741703
 E-mail : davidor2412@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

 Tesis de Pregrado

Facultad :
 Escuela :
 Carrera :
 Título :

 Tesis de Posgrado Maestría Doctorado

Grado : MAESTRO
 Mención : ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

DELGADO ORDOÑEZ, WILLIAM DAVID

Título de la tesis:

SALUD DE SERVIDOR EN EL SECTOR DE CAS MICROFINANZAS,
 SAN MARTÍN DE PORRES - LIMA 2018

Año de publicación : 2019

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis. No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma :

Fecha :

25/04/2019



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

ESCUELA DE POSGRADO

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

WILLIAM DAVID DELGADO OROZCO

INFORME TITULADO:

CALIDAD DE SERVICIO EN EL SECTOR DE LAS MICROFINANZAS,
SAN MARTÍN DE PORRES - LIMA 2018

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

SUSTENTADO EN FECHA: 30 de Enero del 2019

NOTA O MENCIÓN: Aprobado por unanimidad.



[Firma]
FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN