



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

**Calidad de servicio y su influencia en el nivel de satisfacción de
agentes corresponsales del Distrito de Cusco, de una Caja
Municipal, Cusco, 2021**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

AUTOR:

Casafranca Bazan, John Scott (ORCID: 0000-0002-3569-2188)

ASESOR:

Mg. Zuñiga Castillo, Arturo Jaime (ORCID: 0000-0003-1241-2785)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gerencias Funcionales

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

Dedico este trabajo de investigación a Dios en primer lugar y a mi familia y novia que siempre son el soporte de mi vida día a día.

Agradecimiento

Agradezco a la Universidad Cesar Vallejo por permitirnos llevar el MBA y a los docentes que durante toda esta etapa de formación nos brindaron sus conocimientos.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de Tablas.....	v
Resumen	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA.....	17
3.1. Tipo y diseño de investigación	17
3.2. Variables y operacionalización	18
3.3. Población, muestra y muestreo	18
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	19
3.5. Procedimientos	21
3.6. Método de análisis de datos.....	21
3.7. Aspectos Éticos.....	21
IV. RESULTADOS	23
4.1. Resultados descriptivos.....	23
4.2. Resultados Inferenciales	27
V. DISCUSIONES.....	32
VI. CONCLUSIONES	38
VII. RECOMENDACIONES	39
REFERENCIAS	40
ANEXOS.....	46
Anexo 1 Matriz de consistencia.....	46
Anexo 2 Matriz de Operalización de Variables	48
Anexo 3 Cuestionario.....	50
Anexo 4 Validación de instrumento de medición a través de juicio de expertos ...	53
Anexo 5 Varianza Total Explicada.....	73
Anexo 6 Matriz de Componente Rotado.....	73
Anexo 7 Análisis de las Figuras de los Indicadores de la investigación.....	78

Índice de Tablas

Tabla 1 Tabla de frecuencias con datos agrupados para calidad de servicio y sus dimensiones.....	23
Tabla 2 Tabla de frecuencias con datos agrupados para nivel de satisfacción y sus dimensiones.....	23
Tabla 3 Tabla de frecuencias con datos agrupados para nivel de satisfacción y sus dimensiones.....	24
Tabla 4 Tabla cruzada Fiabilidad del servicio (Agrupada)*Nivel de Satisfacción (Agrupada).....	25
Tabla 5 Tabla cruzada Capacidad de Respuesta (Agrupada)*Nivel de Satisfacción (Agrupada).....	25
Tabla 6 Tabla cruzada Elementos tangibles e intangibles (Agrupada)*Nivel de Satisfacción (Agrupada).....	26
Tabla 7 Kolmogorov-Smirnova	27
Tabla 8 Calidad de atención vs Nivel de satisfacción-Prueba Chi Cuadrado	27
Tabla 9 Medidas direccionales- Método ETA.....	28
Tabla 10 Fiabilidad de Servicio vs Nivel de satisfacción –Prueba Chi Cuadrado .	28
Tabla 11 Medidas direccionales- Método ETA.....	29
Tabla 12 Capacidad de respuesta vs nivel de satisfacción –Prueba Chi Cuadrado	29
Tabla 13 Medidas direccionales- Método ETA.....	30
Tabla 14 Elementos Tangibles e Intangibles vs nivel de satisfacción –Prueba Chi Cuadrado	30
Tabla 15 Medidas direccionales- Método ETA.....	31
Tabla 16 Prueba de KMO y Bartlett para la variable calidad de servicio	100
Tabla 17 Prueba de KMO y Bartlett para la variable nivel de satisfacción.....	100
Tabla 18 Estadísticas de fiabilidad Alfa de Cronbach	100
Tabla 19 Presupuesto de gastos de bienes y servicios.....	100
Tabla 20 Financiamiento	101

Resumen

La presente investigación titulada: Calidad de servicio y su influencia en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito de Cusco, de una caja municipal, Cusco, 2021, tuvo como objetivo general determinar en qué medida influye la calidad de servicio en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito de Cusco, de una caja municipal, Cusco, 2021. La investigación fue de tipo aplicada y diseño causal. La muestra de 76 agentes y se aplicó una encuesta de dos cuestionarios con escala de Likert, siendo validados por juicio de expertos y método de constructo. La fiabilidad, por Alfa de Cronbach con valores de 0.938 y 0.939. Las variables calidad de servicio y nivel de satisfacción, basadas en prueba de frecuencia para datos agrupados, tuvieron una eficiencia de 78.90% y 82.90% respetivamente. Sobre la prueba de hipótesis por método Chi Cuadrado se concluyó que la calidad de servicio tiene influencia sobre el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito de Cusco, de una caja municipal, Cusco, 2021. Además, por ETA se determinó que dicha influencia es alta.

Palabras clave: Calidad de servicio, nivel de satisfacción, fiabilidad de servicio, capacidad de respuesta y elementos tangibles e intangibles.

Abstract

The title of this research was: Quality of service and its influence on the level of satisfaction of correspondent agents from Cusco district, of a municipal bank, Cusco, 2021 and its general objective was to determine in what extent the quality of service influences in the level of satisfaction of correspondent agents from Cusco district, of a municipal bank, Cusco, 2021. The research was an applied type and causal design. The sample of 76 agents and it was applied with a survey of two questionnaires with Likert scale, which was validated by expert judgment and construct method. Reliability, by Cronbach's Alpha with values of 0.938 and 0.939. The variables quality of service and level of satisfaction, based on the frequency test for grouped data, had an efficiency of 78.90% and 82.90%, respectively. On the hypothesis test using the Chi Square method, it was concluded that the quality of service has an influence on the level of satisfaction of correspondent agents from Cusco district, of a municipal bank, Cusco, 2021. In addition, by ETA it was determined that the influence is high.

Keywords: Quality of service, level of satisfaction, reliability of service, responsiveness and tangible and intangible elements.

I. INTRODUCCIÓN

En la índole internacional en el sector financiero se utilizan diversos canales de atención para sus clientes desde agencias presenciales hasta medios virtuales con la finalidad de captar más clientes y generar una inclusión financiera. The Economist Intelligence Unit (2016) indica que la tecnología hoy en día tiene un ritmo de crecimiento continuo, acelerado el cual revoluciona la forma en cómo se ofrecen los diversos servicios. Dentro de este abanico de alternativas tenemos a los agentes corresponsales o agentes bancarios. Armijo et al (2013) menciona que en la región de América latina, los agentes corresponsales tienen su origen en Brasil en el año de 1973, donde se permitió a las entidades bancarias la recepción de pagos a través de terceros, ya para 1999-2000 se amplió los tipos de operaciones. El Banco Central de Reserva del Peru (2014) indica que los agentes corresponsales funcionan desde el año 2006 y están supervisados por la SBS, pudiendo ser establecimientos fijos o movibles, además son puntos de operaciones para los clientes y representan a la entidad financiera. Un agente corresponsal puede ser una persona natural o jurídica.

El sistema financiero peruano está conformado por diversas instituciones financieras con jerarquías y clasificaciones distintas, pero con productos y servicios muy similares. Dentro de dicha clasificación tenemos a los Bancos, Financieras, Cajas, Cajas Municipales y Cooperativas principalmente. La mayoría cuenta con agentes corresponsales y saben de su gran aporte y soporte para la atención de sus cliente como canal alternativo. Ramos (2015) indica que debido al aumento de las operaciones, los bancos tienen que dedicar mayor atención y esfuerzos al servicio que brindan a sus corresponsales bancarios, además de medir sus transacciones y brindar una mayor seguridad. Además la institución Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera (2018) menciona que los agentes corresponsales son un canal de atención que ayudan a descongestionar la atención en las agencias.

En Cusco tenemos una Caja Municipal que esta supervisada por la SBS. Actualmente dicha Caja Municipal cuenta con más de 400 agentes corresponsales distribuidos a nivel nacional, en departamentos donde cuentan con agencias físicas.

De manera mensual esta Caja Municipal busca incrementar la cantidad de agentes corresponsales; sin embargo, se ha notado que el nivel de colocación de agentes nuevos es inferior al nivel de salida de los agentes que ya vienen operando;

es decir, en un mismo periodo de tiempo más agentes se desafilian en comparación a los nuevos que se integran.

Ante esa situación nace la necesidad de plantearnos el problema general de saber: ¿En qué medida influye la calidad de servicio en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito de Cusco, de una caja municipal, Cusco, 2021? Asimismo, se plantea los siguientes problemas específicos:

¿ En qué medida influye la fiabilidad del servicio en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito de Cusco, de una caja municipal, Cusco, 2021?; ¿ En qué medida influye la capacidad de respuesta en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito de Cusco, de una caja municipal, Cusco, 2021? y ¿ En qué medida influyen los elementos tangibles e intangibles en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito de Cusco, de una caja municipal, Cusco, 2021?

La justificación es que se realizará con el propósito de determinar en qué medida influye la calidad de servicio en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales de una caja municipal en el distrito de Cusco. La investigación buscará brindar información de gran importancia para la mejor toma de decisiones con respecto a estos socios estratégicos que son de gran ayuda para las diversas agencias de esta Caja Municipal y cualquier otra que cuente con este tipo de canal de atención, pues apoyan a descongestionar las mismas y permiten que los clientes ahorren tiempo en acercarse a una agencia a realizar sus diversas transacciones. Esta investigación estará dirigida principalmente para aquellas empresas del sector bancario que tenga agentes corresponsales como feedback de mejora o fortalecimiento, dependiendo los resultados que se obtendrán al finalizar la investigación.

La hipótesis general buscará demostrar si la calidad de servicio influye significativamente en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito del Cusco, de una Caja Municipal, Cusco, 2021. Para poder demostrar ello nos apoyaremos de tres hipótesis específicas que fortalecerán la hipótesis general. Estas son las siguientes:

La fiabilidad de servicio influye significativamente en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito del Cusco, de una Caja Municipal, Cusco,

2021, la capacidad de respuesta influye significativamente en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito del Cusco, de una Caja Municipal, Cusco, 2021 y los elementos tangibles e intangibles influyen significativamente en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito del Cusco, de una Caja Municipal, Cusco, 2021.

La investigación a su vez planteará un objetivo principal el cual será determinar en qué medida influye la calidad de servicio en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito de Cusco, de una caja municipal, Cusco, 2021

Para poder apoyar a responder este objetivo principal plantearemos 3 objetivos específicos los cuales serán:

Determinar en qué medida influye la fiabilidad del servicio en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito de Cusco, de una caja municipal, Cusco, 2021, determinar en qué medida influye la capacidad de respuesta en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito de Cusco, de una caja municipal, Cusco, 2021 y determinar en qué medida influyen los elementos tangibles e intangibles en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito de Cusco, de una caja municipal, Cusco, 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Internacionalmente y nacionalmente existen diversos estudios que abarcan las dos variables en mención. Algunos se detallan en los siguientes párrafos.

En el ámbito internacional Villacrés (2020) en su investigación formuló el objetivo general de medir la calidad del servicio y satisfacción del cliente externo en el laboratorio clínico de la Fundación Santa Isabel Madre del Precursor. Empleó el modelo SERVQUAL. Presentó un diseño de investigación cuantitativo no experimental. Aplicó encuesta a 286 clientes. Al final el estudio concluyó la existencia de una relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción. Según lo obtenido en la investigación se tiene un promedio de satisfacción general del 93.2%.

Rivera (2019) formuló en su investigación el objetivo general de evaluar la calidad del servicio y la satisfacción al cliente de la empresa Greenandes Ecuador de la ciudad de Guayaquil. Para ello aplicó un estudio cuantitativo no experimental de tipo descriptivo. Aplicó una encuesta a un total de 180 clientes, con cuestionario Likert de tipo servqual. Al final el estudio concluyó que se presenta una relación significativa entre ambas variables. El Rho Spearman del estudio fue 0.457.

Rivera (2019) en su investigación formuló el objetivo general de evaluar cuál es la relación de la Calidad del servicio en la Satisfacción del cliente en establecimientos de Alimentos y Bebidas del cantón Alausí. Empleó un diseño correlacional, no experimental. Aplicó un total de 172 encuestas a los 14 establecimientos que conforman la zona de Cantón Alausí. Al final del estudio se concluyó la existencia de una relación significativa entre ambas variables. Ello se contrastó con el resultado obtenido del Rho Spearman que arrojó un valor de 0.536 mostrando una relación altamente positiva.

López (2018) en su estudio planteó el objetivo general de determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. Para ello empleó un estudio de enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo) y descriptivo. Aplicó un total de 365 encuestas. El estudio concluyó la existencia de una relación significativa entre ambas variables, obteniendo un valor Pearson = 0.697.

Del Cid (2018) en su investigación formuló el objetivo general de determinar la calidad del servicio y satisfacción de los clientes en el restaurante de comida

rápida Pizza Burger Diner, del Departamento de Zacapa. Realizó un estudio descriptivo. Aplicó un total de 361 encuestas a sus clientes. Al final del estudio concluyó que la calidad de servicio es de nivel bueno o aceptable.

Dentro de ámbito nacional tenemos a Ríos (2021) cuyo objetivo general fue determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de las diversas oficinas de la FCCSS UPLA, 2019. Empleó un método de estudio hipotético deductivo, aplicado y de nivel de investigación descriptivo y correlacional, usando además chi cuadrado dentro de su investigación para ver si hay o no influencia. La muestra usada fue de 66 sujetos. Se concluyó de acuerdo a la evaluación de Chi Cuadrado que dio un dato de 176,000 frente al chi tabla de 26.30 que existe una influencia de la calidad de servicio frente al nivel de satisfacción. Además, que presentó $p\text{valor}=0.000$.

Vásquez (2020) en su investigación buscó identificar la influencia de la evaluación de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario de centro de Red Asistencial en Tacna con el uso del modelo Servqual. El estudio fue básico, no experimental y transversal. Se usó 305 usuarios como muestra. Se concluyó de acuerdo a la evaluación de Chi Cuadrado que dio un dato de 230,59, lo cual demuestro que ambas variables no son independientes y la calidad tuvo influencia frente al nivel de satisfacción. También calculó el Pseudo R para medir en grado de influencia, indicando que la calidad de servicio influye en 63.9% sobre el nivel de satisfacción.

Ahora, el mismo autor también evaluó diversas dimensiones de la gestión de calidad frente al nivel de satisfacción de las cuales podemos rescatar las siguiente: fiabilidad de servicio, elementos tangibles y capacidad de respuesta. Para la fiabilidad de servicio el chi cuadrado fue de 103,427 con un Pseudo R de 74.10%. Respecto a la capacidad de respuesta el chi cuadrado fue de 291,127 con un Pseudo R de 34.80%. Y finalmente en los elementos tangibles el chi cuadrado fue de 108.806 con un Pseudo R de 36.2%.

Yrigoyen (2019) en su objetivo general buscó demostrar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes ferreteros. Su estudio fue aplicado, descriptivo, explicativo y correlacional. Además, aplicó diferentes métodos para recolectar los datos tales como análisis documental, entrevistas y encuestas. La encuesta se realizó a una muestra de 324. Al final la investigación

concluyó que existe relación entre ambas variables, según el resultado de rho de spearman (prueba estadística) el cual fue de 0.645 con un pvalor = 0.000 ($p < 0.05$).

Paripancca (2019) en su objetivo principal busco ver si existe relación entre la calidad de atención y satisfacción de los usuarios externos referidos en un hospital de asociación público privada. 2016-2017. Su estudio fue no experimental, cuantitativo, de tipo descriptivo y correlacional. La muestra tomada fue de 261. Al final el estudio indicó que existe una relación significativa entre ambas variables. Se obtuvo un pvalor = 0.00

Melchor (2019) en su objetivo general buscó ver la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los cliente de un recreo campestre en la empresa JKL Tours Estrella SAC. Aplicó una investigación de tipo básica, correlacional y no experimental, basando su cuestionario en Likert con modelo SERVPERF. La encuesta se realizó a una muestra de 302. Al final el estudio determinó la existencia de una relación significativa muy fuerte entre ambas variables, siendo 0.913 el coeficiente de correlación.

Fernández (2018) en su investigación planteó un objetivo general que fue determinar la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el Centro de Salud Characato, Arequipa 2018. Su estudio fue no experimental, cuantitativo, descriptivo y correlacional. Aplicó una selección de muestra no probabilística siendo la muestra total trabajada de 30 pacientes, aplicando el modelo SERVQUAL. Luego de ello se determinó que si se presenta una relación significativa entre ambas variables. Según lo investigado se tuvo un R Pearson de 0.377.

Perez (2017) quien en su investigación buscó identificar la relación que existe entre la evaluación de la gestión de calidad y la satisfacción del cliente, ello basado en Servqual. El estudio fue cuantitativo, aplicado y de nivel correlacional y explicativo. Además, fue no experimental. Se empleó 89 usuarios que usan el servicio de delivery en Huaraz como muestra. Se concluyó, de acuerdo a la evaluación de Chi Cuadrado que dio un dato de 29.785 frente a un resultado de tabla de 9.488, que existe relación significativa de la gestión de calidad de servicio frente al nivel de satisfacción.

Ahora, el mismo autor también evaluó diversas dimensiones de la gestión de calidad frente a nivel de satisfacción de las cuales podemos rescatar las siguiente:

elementos tangibles, fiabilidad y capacidad de respuesta. De las tres dimensiones se concluyó que existe una influencia significativa hacia el nivel de satisfacción. Se obtuvieron chi cuadrados de 24.424 (frente a 9.488), 27.529 (frente a 9.488) y 23.443 (frente a 9.488) respectivamente, todos ellos con un pvalor=0.000.

Liza y Siancas (2016) en su objetivo general buscaron determinar el impacto que tiene la calidad de servicio en la satisfacción del cliente de una entidad bancaria de Trujillo, en el año 2016. Su estudio fue correlacional, transversal y no experimental. Además, aplicaron técnica de encuesta basándose en el modelo SERVPERF. La encuesta se realizó a una muestra de 406 clientes que dicha institución financiera. Luego de ello concluyeron que existe una relación significativa entre ambas variables. De acuerdo al modelo aplicado presento un grado de explicación del 91.6% teniendo en cuenta dos ítem que son las expectativas y percepción de los clientes.

La calidad de servicio es un término que se usa desde tiempos muy remotos. Cubillos y Pozo (2009) mencionaron que el concepto de calidad tiene principal relevancia en 1920 con una calidad enfocada al producto, luego para 1950 se enfocada en asegurar la calidad de los procesos, para 1970 enfocada en el cliente con un concepto de calidad total y finalmente para 1990 se enfocó dentro de la empresa con el fin de buscar continuamente una mejorar en la calidad de cara a lo ofrecido al cliente. Estos autores indicaron además que la calidad paso por varias etapas, iniciando con la etapa artesanal donde se buscaba realizar las cosas de la mejor manera sin importar el costo con el fin de satisfacer al cliente, hasta la actualidad donde se busca satisfacer al cliente capacitando a los líderes de las empresas y potenciando los procesos internos.

En los párrafos anteriores se apreció los distintos estudios que relacionan la calidad de servicio con el nivel de satisfacción del cliente tanto en estudios nacionales como internacionales. Ahora es necesario conocer más a fondo estos dos terminaos que son calidad de servicio y nivel de satisfacción.

La calidad de servicio siempre ha estado asociado a la vida de las personas, sea en busca de un beneficio propio o grupal con el fin de subsistir día a día. Caldera et al (2011) mencionaron que la calidad de servicio ha presentado un gran valorización en muchos países, y ha sido usado como un método de subsistir en un mercado cada vez más agresivo. Rojas et al (2020) mencionaron que gran parte de las empresa a nivel mundial que están orientadas a prestar un servicio de alta calidad y tienen a esta como principal pilar de desarrollo y ejecución siendo esto un proceso complejo y constante a lo cual dedican gran parte de su tiempo y recursos.

La definición del concepto calidad de servicio está conformado por dos términos que son calidad y servicio. Para poder comprender el significado de calidad de servicio es necesario entender las definiciones de las partes que la conforman.

Respecto a término calidad Crosby (1987) mencionó que la calidad es lograr que las personas realicen las cosas más importantes de la mejor manera desde un mando alto hasta un mando bajo. Tigani (2016) indicó que calidad es la experiencia de satisfacer una carencia, resolver un inconveniente o generar un valor agregado para alguien, es superar las expectativas que el cliente esperaba recibir. Para Deming (1986) la calidad fue la necesidad futura medible que presenta un cliente, de forma que lo brindado por la empresa satisfaga lo requerido por él.

Arellano (2017) indicó que la subsistencia de las empresas en el mercado está basada en la forma en como logran captar y fidelizar a los clientes lo cual de lograrlo conforma una ventaja competitiva, y se puede apreciar que la calidad forma un elemento importante de la ventaja competitiva. Entonces podemos definir a la calidad como aquel valor agregado que brindamos a nuestros productos o servicios, que es percibido por el cliente como innovador o nuevo y cubre de esa manera sus expectativas iniciales, superándolas gratamente.

Respecto al termino servicio, Duque (2005) sostuvo que el servicio es la satisfacción final que siente el cliente por el trabajo, actividad o beneficio recibido. Tigani (2016) definió el servicio como aquello que hacemos por una persona con el fin brindarle algún beneficio que genere algún atractivo en ella, ya que al final aquel servicio es la razón de ser de cualquier empresa. Vargas y Aldana (2006) definieron el servicio como un grupo de actividades que realiza una persona con el fin de brindar un proceso confiable que logre aumentar la satisfacción, necesidad y

deseos de quien lo necesite, buscando además generar un valor agregado mediante múltiples interrelaciones. Entonces podemos definir el concepto de servicio como aquella actividad que se realiza con el fin de lograr una satisfacción total del cliente dándole algún tipo de beneficio, teniendo en cuenta que el servicio brindado es la razón de ser de toda empresa.

Luego de conocer independientemente las definiciones de calidad y servicio procedemos a definir la calidad de servicio como término relacionado. Ello es un concepto primordial en toda empresa para lograr una alta participación de mercado y clientes identificados con la organización.

Tigani (2016) indicó que la calidad de servicio son todas aquellas particularidades, acciones o ayudas que buscan aumentar el valor diferenciado percibido por el cliente. Villa (2014) mencionó que la calidad de servicio es lograr satisfacer las necesidades del cliente con los servicios o productos que le ofrecemos, lo cual representa la verdadera ventaja competitiva que una empresa puede lograr de cara al cliente, ello complementado con aspectos de accesorios tales como la amabilidad, exactitud y puntualidad en el servicio prestado. Payares et al (2017) mencionaron que la calidad de servicio busca ver a miembros de la compañía como un proveedor y de esa manera considerarlo como cliente. De esa manera definieron a la calidad de servicio en 2 perspectivas de cliente tanto interno como externo donde ambos deben recibir el mejor trato posible porque los dos resultan siendo clientes.

La calidad de servicio presenta ciertas dimensiones y están conformadas por un conjunto de aspectos que ayudan a comprenderla, tales como la fiabilidad de servicio, la capacidad de respuesta y elementos tangibles e intangibles. Todo ello ayuda a lograr así su plena realización. CEPAM (2013) mencionó que los clientes evalúan la calidad de servicio brindado midiendo ciertos elementos básicos, los cuales son: elementos tangibles e intangibles que son aquellas cosas físicas que se les ofrecen tales como equipos de la empresa, presentación de la persona, materiales de exhibición y promoción del servicio o producto adquirido.

CEPAM (2013) indicó que algunos criterios importantes en la calidad de servicio son: cumplimiento, que engloba la confianza o fiabilidad, que es cuando se cumple lo prometido al adquirir un producto o servicio, la disposición, que es brindar una capacitación oportuna y constante respecto al producto servicio adquirido, las

cualidades del personal, que es tener la percepción que el personal que lo asesora está totalmente capacitado y genera confianza y finalmente la empatía, que es que el asesor logre entender la necesidad de su cliente y mantenga una comunicación fluida y constante.

Tigani (2016) mencionó que dentro del mundo de los negocios existen ciertas dimensiones que no son tan simples de medir, estas dimensiones tienden a agregar valor en lo percibido por el cliente, estas son las siguientes: la respuesta, que es la capacidad de acción que se tiene ante las necesidades que presenta un cliente; es decir, cuán rápido o lento somos en dar una respuesta lo cual genera una valoración en el cliente, la atención, que es la forma en como tratamos a cliente desde en contacto hasta después de la venta, la contacto, que es saber que lo que decimos es entendido por el cliente y viceversa y la accesibilidad, que es cuan fácil es que el cliente se comuniqué con nosotros o que nos pueda encontrar cuando nos necesite.

Tigani (2016) también mencionó las siguientes dimensiones: la amabilidad , que es saber atender al cliente en las diversas situaciones que se presenten de manera sensible y no brusca, la credibilidad, que es decir siempre la verdad al cliente para no generar una desconfianza futura, que muchas veces es difícil de revertir y finalmente la comprensión, que es entender la verdadera necesidad del cliente. Saber que lo vendido tiene alta representatividad para él.

Tenemos otras autores que también definen las dimensiones mencionadas. Ramos et al (2020) quienes citaron a Sotomayor (2014) indicaron que el aspecto de elementos tangibles es aquello que relacionado a la infraestructura física que se ofrece al cliente así como también aquellos elementos de comunicación que son necesarios para el servicio prestado. También mencionaron que otro elemento importante es la respuesta rápida, que es cuando uno está dispuesto a ayudar al cliente y la disposición que se emplea para atenderlo en el momento oportuno. También menciona una tercera que es la confiabilidad, que es aquella que mide que tan capacitados y capaces son los trabajadores al momento de realizar las actividades relacionadas al servicio prestado o contratado.

Como se puede observar estas tres dimensiones mencionadas y definidas por los autores están relacionadas con las 3 dimensiones de estudio. La fiabilidad de

servicio con la confiabilidad, la capacidad de respuesta con la respuesta rápida y finalmente los elementos tangibles e intangibles con lo tangible.

Dentro de los modelos teórico que respaldan la evaluación de la calidad de servicio para medir el nivel de satisfacción existen diferentes modelos que plantean su estudio dependiendo la corriente a la cual se influyen. Santamaría et al (2018) indicaron que se encuentran diferentes modelos que por su forma unificadora son usadas como más importantes, con corrientes determinadas, que engloban el estudio de la calidad de servicio. Tenemos 3 principales modelos que son: la escuela Norteamérica representada por Parasuraman, Zeithmal y Berry, la escuela francesa representada por Eiglier y Langeardn y la escuela Escandinava representada por Gronroos.

Un primero modelo fue el de Parasuraman, Zeithmal y Berry, conocido también como SERVQUAL. Ganga et al (2019) quien cita a Parasuraman, Zeithmal y Berry (1998) indicaron que SERVQUAL evalúa la calidad de servicio en función a 5 dimensiones que están conformados por un total de 22 indicadores distribuidos entre las dimensiones, buscando una brecha o gap entre las expectativas y las percepciones. Las dimensiones evaluadas son:

La Confiabilidad, que es si se cumple o no lo prometido, la capacidad de respuesta, que es si se atienden o no las necesidades de los clientes, la seguridad, que es la capacidad de los empleados frente a las consultas de los clientes, la empatía, que es capacidad de ponerse en el lugar del cliente y finalmente los aspectos tangibles, que son los materiales físicos brindados por el servicio o producto adquirido.

Bustamante et al (2019) indicaron que este modelo es aplicado en gran manera dentro de América Latina validando así su grado de importancia tanto de manera conceptual como en sus características, además de ser más flexible y adaptable dentro de este modelo de medición, permitiendo así asociarse de manera más sencilla a las diversas situaciones y contextos que se pudieran presentar.

Un segundo modelo es el de Eiglier y Langeard conocido también como Servucción. Briceño y García (2008) indicaron que la servucción es la distribución organizada y con sentido de todos aquellos ítems tanto materiales como humanos que generan una relación cliente-empresa y que son de gran importancia para

establecer los lazos de relación bajo ciertos criterios en la calidad de servicio. Dentro de los principales elementos de este modelo se tiene:

El cliente, que es el consumidor, el soporte Físico, que es el material físico, el personal de contacto, que son los colaboradores que apoyan al cliente, el servicio, que es aquello que satisface la necesidad del cliente, el sistema de organización interna, que son las actividades internas de la empresa y finalmente los demás clientes, que son los comentarios entre los clientes.

Silva y Solís (2017) mencionaron que la competitividad que tenemos en el siglo XXI ha aumentado de manera significativa y a pesar que las empresas tiene ciertos conceptos generales respecto a los servicios y productos que brindan de cara al cliente, muchas de estas empresas se han adecuado al uso del modelo servucción ya que les permite enfocarse en el sentimiento del cliente en función a tratar de ganar su carisma. Además Simancas (2009) indicó que para Eiglier y Langeard es la concordancia entre los elementos tanto físico como humanos que se presentan en la relación que tiene la empresa con el cliente la cual debe ser coherente y organizada. Todo ello es necesario para establecer el servicio de calidad entre ambas partes.

El tercer modelo fue el modelo de Gronroos- Imagen o conocido también como modelo de Imagen. Cruz et al (2018) mencionaron que este modelo relaciona la imagen de la organización con la calidad que brinda. El consumidor se encuentra influenciado por 3 aspecto, siendo los dos primeros el servicio que adquiere con cómo se lo brindan y el tercero la imagen que la empresa tiene en el mercado. Aquí se estudia en margen que se da entre el servicio que espera el cliente contra lo que realmente luego de usarlo siente. Siendo un resultado positivo cuando la calidad experimentada por el cliente supera a las expectativas que tenía.

Mora (2011) quien cita a Gronroos (1984) indicó que el modelo de grupos parte del análisis de dos casos que son la calidad técnica que se ofrece y la calidad funcional que es como se ofrece, ambos son determinantes para la imagen corporativa. Estos tres puntos engloban la experiencia del cliente que frente a la expectativa que tenía nos dará la calidad percibida del servicio.

Luego de analizar de manera conceptual la calidad de servicio, es necesario comprender también el concepto y derivados del nivel de satisfacción. Kotler y Armstrong (2008) indicaron que la satisfacción del cliente está en función del

servicio que este percibirá en función a la expectativa que tiene. Si lo esperado del producto es mayor al desempeño del mismo entonces el cliente quedará con una sensación de insatisfacción, en cambio sí lo ofrecido es igual a lo esperado, el consumidor quedará satisfecho y finalmente en el escenario en el que el desempeño del producto supera a las expectativas que tiene el cliente este quedará muy satisfecho. Es así que cuanto más alta sea la satisfacción del cliente ello conllevará a una mayor lealtad, lo que generará un mayor desempeño en la empresa.

Ante lo ya mencionado podemos definir la satisfacción del cliente como aquella respuesta que brindarán ante la diferencia percibida entre las expectativas que se tiene y lo realmente ha recibido. La satisfacción del cliente es el indicador principal para determinar la calidad y es necesario precisar que la relación que existe entre las expectativas y las percepciones de cada usuario se da de manera individual de acuerdo a las características propias que este busca.

La satisfacción del cliente se puede apreciar como un indicador. Bruni (2017) mencionó que para tratar de medir la satisfacción que tiene el cliente, significa tratar de conocer mediante juicios cualitativos y cuantitativos, el nivel de relación entre la calidad prometida y percibida y la desviación simbolizará la no calidad. Para que los procesos de análisis sean eficaces deben ser parte de un sistema de datos, capaces de mejorar una estrategia continuamente. Para obtener la eficacia que se busca, es necesario usar las técnicas y herramientas requeridas para sacar toda la información de los clientes las cuales no podrían obtenerse de otra manera.

A las preguntas de ¿Por qué deberíamos mejorar continuamente?, ¿Por qué deberíamos ir mucho más allá? A pesar de que las respuestas ya sean obvias, las razones de esta necesidad son varias tomándose en cuenta dos principales ideas. Bruni (2017) indicó lo siguiente: primero es precisar que los estándares alcanzados al pasar el tiempo, tienden o suelen deteriorarse por lo que es vital importancia desarrollar algún tipo de actividad el cual mantenga al menos ese valor que se tenía anteriormente y lo segundo esa pesar que el cliente este acostumbrado a un estándar de calidad ya conocido este usará siempre algo más, algo menor por lo que tiende a buscar y querer más, es ahí donde se presentan nuevas necesidades como una insatisfacción congénita, ya que los seres humanos lo llevan por dentro de manera innata.

Por esos motivos es importante realizar actividades con el propósito de mejorar y mantener un buen estándar sobre la satisfacción del Cliente. Ello es el punto principal que nos conducirá a mejorar continuamente e identificar las áreas más críticas en las cuales tendremos que mejorar con prontitud.

La medición de la satisfacción es importante y cambiante. Gónzales et al (2007) indicaron que en los últimos años a los modelos de satisfacción del cliente ya no se le consideran como una variable rígida sino más bien como un sistema de interacciones entre la empresa y los clientes. Podemos indicar que la satisfacción se mide en el momento que los clientes consumen lo ofrecido. Para evaluar dicha satisfacción podemos obtenerlo de 2 formas diferentes, directa o indirectamente, los cuales se detallan a continuación:

En la forma directa la satisfacción se obtiene de la percepción del cliente al obtener lo ofrecido por la empresa u organización y en la forma indirecta se obtiene la información relacionada con el cumplimiento de lo requerido por el cliente, sin preguntarle directamente al cliente, sino a partir de los datos registrados en la propia empresa, para lo cual la empresa deberá implantar sistemas de registros como libro de reclamaciones quejas o sugerencias entre otros.

Para medir el nivel de satisfacción existen diversas dimensiones que nos ayudaran con ello. Dentro de ellas tenemos a la experiencia percibida. Thompson (2005) mencionó que la experiencia percibida es lo que el cliente obtiene después de recibir algo. La experiencia percibida se caracteriza por que se determina no en función a lo que piensa la empresa, sino del punto de vista del cliente. Está se basa en los resultados obtenidos respecto a la percepción del usuario y no exactamente con la realidad, soporta el impacto que tienen las opiniones de terceros, dependerá del estado de ánimo en el que se encuentra el cliente y de sus pensamientos y finalmente por su complejidad podemos decir que el rendimiento percibido normalmente se halla después de un estudio minucioso, lo cual comenzará y terminará con el cliente.

Dentro de dichas dimensiones también tenemos a las expectativas. Thompson (2005) indicó que las expectativas son anhelos de los clientes por conseguir algo. Estas expectativas surgen gracias a algunas de las siguientes situaciones: las promesas sobre los beneficios que se brindan, las experiencias

anteriores de compras, las opiniones de personas cercanas, o conocidos etc., y las promesas que los competidores ofrecen.

También Thompson (2005) mencionó que la empresa deberá tener cuidado en cuanto a las expectativas que genera hacia los clientes ya que si son expectativas bajas entonces los clientes se sentirán satisfechos en cambio si las empresas establecen niveles de expectativas altos entonces los clientes se sentirán decepcionados. Por lo que es de suma importancia supervisar constantemente las expectativas de los clientes para saber lo que la empresa puede ofrecerles.

Existen modelos teóricos para medir la satisfacción del cliente, de los cuales podemos mencionar los siguientes: La Teoría de los dos Factores. Carmona y Leal (1998) indicaron que la satisfacción en base a lo brindado se puede medir de dos formas tanto con la satisfacción que presenta el cliente como la insatisfacción que presentan el mismo. También tenemos el Método del incidente Crítico. Carmona y Leal (1998) quienes citaron a Flanagan (1954) indicaron que este método consiste en extraer algunas observaciones de ciertos eventos puntuales, consideramos como importantes, en función al comportamiento de la persona. Con ello podemos definir cada situación y ordenarlas de una manera que nos sea útil para los diversos casos que se presenten sean buenos o malos.

Es necesario también conocer el marco epistemológico y sus derivados dentro de un estudio. La epistemología nos brinda una variedad de conocimientos que ayudan a comprender los diversos fenómenos que se presentan en el mundo. Salas (2020) indicó que la epistemología es el estudio de todos los conocimientos, los cuales nos generan una serie de interrogantes que nos llevan a generar una certeza del conocimiento dentro de la investigación.

Woudenberg (2017) indicó que la presuposición es la relación que existe entre diversas manifestaciones o actividades, ello debido a que en la ciencia las teorías científicas en la mayoría de situaciones suelen ser expresadas como manifestaciones que nos dan a conocer que se habla de ciencia.

Luego de entender el termino presuposiciones según Woudenberg (2017) indicó que existen diversos tipos entre los cuales tenemos a la presuposición filosófica son aquellas capacidades que muestra una persona de cara a la investigación de los distintos problemas del mundo.

Dentro de la naturaleza de las teorías y conceptos científicos, se menciona la presunción epistemológica de la ciencia. Woudenberg (2017) mencionó que existen dos presuposiciones de la ciencia las cuales son: lo que las personas con capaces de conocer de su entorno y la segunda el demostrar que las capacidades que tenemos con confiables para hacer ciencia.

Las dos variables de estudio son términos englobadores de conceptos muy generales y dependiendo de hacia dónde se dirige el estudio se tiene que tener ciertas consideraciones. Woudenberg (2017) indicó lo siguiente: los personas tiene la habilidad de adquirir conocimientos para demostrar lo estudiado y de esa forma hacer ciencia. Además de tener ciertos criterios al momento de realizar ciencia tales como la percepción, la memoria y la razón como principales aspectos. Finalmente, que existen diversas fuentes de información de donde podemos adquirir conocimientos reales y confiables para apoyar lo investigado.

La presente investigación tuvo una línea filosófica basada también en la corriente del positivismo. Guamán et al (2020) indicaron que el positivismo es una filosofía cuyo principal objetivo es la cosa en sí. Evalúa las realidades de las cosas; es decir, los fenómenos existentes siendo la realidad lo único en el objetivo del conocimiento donde vamos a hallar el origen y validez que las constituyen y donde nace además el verdadero criterio del conocimiento

III.MÉTODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tuvo un enfoque cuantitativo. Alan y Cortez (2018) mencionaron que el enfoque cuantitativo busca recolectar datos de forma sistemática e imparcial, de distintas fuentes, para analizarlos usando herramientas estadísticas, informáticas y matemática. Ello permite al final cuantificar el problema y comprender que tan globalizado se encuentra para una proyección de una población más grande. Los resultados deben ser contrastados siempre con modelos matemáticos y estadísticos.

Fue de tipo aplicada. Sánchez et al (2018) mencionaron que la investigación de tipo aplicada es también conocida como investigación científica aplicada y es un tipo de investigación pragmática y utilitaria pues usa teorías ya existentes para resolver problemas en un corto tiempo. Schwarz (2017) indicó que la investigación aplicada se encarga de resolver problemas de la realidad que se presentan en los distintos entornos o mercados.

Fue de tipo causal bivariada, ya que una de las variables presenta dependencia frente a la otra y lo que se busca determinar es si es significativa o no. Baptista et al (2014) mencionaron que es causal cuanto se plantea la existe de una relación de las variables de estudio, existiendo una variable dependiente e independiente, pudiendo ser de dos tipos: causal bivariada o causal multivariada. En la primera existe una variable dependiente y una independiente y en la segunda existe una variable independiente y varias dependientes o viceversa.

Presentó un diseño no experimental. Hernández y Mendoza (2018) mencionaron que este no realiza manipulación de las variables de forma deliberada; es decir, no buscar forzar la variable independiente para que influya en el sentido que deseamos sobre otras. Se observa la variable en su estado natural, en situaciones ya existentes, para luego analizarlas.

Presentó un estudio de tipo transversal. Baptista et al (2014) indicaron que el propósito de este tipo de investigación es describir las variables y el estudio de la conectividad que pueden existir entre ellas, así como su incidencia en un determinado momento.

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Calidad de servicio (De tipo cualitativa)

Villa (2014) indicó que es lograr satisfacer las necesidades del cliente con los servicios o productos que le ofrecemos, lo cual representa la verdadera ventaja competitiva que una empresa puede lograr de cara al cliente, ello complementado con aspectos de accesorias tales como la amabilidad, exactitud y puntualidad en el servicio prestado

Las dimensiones asociadas a estas variables fueron: fiabilidad del servicio, capacidad de respuesta y elementos tangibles e intangibles

Variable 2: Nivel de Satisfacción de Agentes Corresponsales (de tipo cualitativa)

Kotler y Armstrong (2008) indicaron que esta depende del servicio que los consumidores percibirán de lo ofrecido en función a la expectativa que tendrán . Si lo esperado del producto es mayor al desempeño del mismo entonces el cliente quedara con una sensación de insatisfacción, en cambio si el desempeño de lo ofrecido es igual a lo esperado, el consumidor quedará conforme en el escenario en el que el desempeño supera a las expectativas que tiene y así quedará muy satisfecho.

Las dimensiones asociadas a estas variables fueron: escala de satisfacción, expectativas y experiencia percibida.

3.3. Población, muestra y muestreo

López y Fachelli (2015) definieron que tanto la población como el universo son ideas idénticas y hacen referencia a la agrupación total de componentes que conforman el área de interés que deseamos estudiar y del cual se inferirán diversas conclusiones de acuerdo al análisis que realizaremos el cual puede ser estadística o teórica.

La población es considerada como finita o infinita dependiendo ciertos criterios. López y Fachelli (2015) mencionaron que la población se puede considerar como finita cuando tiene menos de 100 000 elementos e infinita cuando presenta más de 100 000 elementos. De esta definición de los autores podemos entender como población finita a aquella que tiene un número definido de

elementos mientras que infinita aquellas que tiene un número de elementos tan grande que no se puede definir fácilmente.

La población estuvo conformada por 76 agentes corresponsales del distrito Cusco de una caja municipal, durante el año 2021. Esta fue de carácter finito, porque se pudo contar con todos los elementos que participarán en el estudio.

López y Fachelli (2015) mencionaron que la muestra es aquella porción significativa que representa a la población o universo y son seleccionados de forma aleatoria y sometidas al estudio científico con el fin de obtener resultados válidos y objetivos, respetando ciertos parámetros de error y probabilidad , y así generalizarlos para el universo total.

La muestra estuvo constituida por 76 agentes corresponsales del distrito Cusco de una caja municipal, durante el año 2021, los cuales a su vez fueron la población de estudio, por lo que no requiere de la determinación de muestreo puesto que tanto la población como muestra de estudio fueron la misma cantidad. A este fenómeno se le conoce como población censal.

En la investigación no se aplicó un método de muestreo ya que se consideró como una población censal o universal.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica de recolección de datos la encuesta. Alan y Cortez (2018) indicaron a la encuesta como un método de recolección de datos de forma ordenando cuya información va representar a un colectivo más amplio ya que es tomado a una muestra. La encuesta contiene un cuestionario pre elaborado con cierta cantidad de preguntas ordenadas que busca medir el conjunto de preguntas mediante varias características.

El instrumento fue el cuestionario con escala de Likert. Ríos (2017) mencionó que el cuestionario es la agrupación de preguntas determinadas por el investigador cuyo fin es la obtención de datos que nos sirvan para aplicar en nuestro instrumento los cuales se medirán principalmente con la escalamiento de Likert. Baptista et al (2014) mencionaron que la escala de Likert es la conjunto de elementos que se presentan en forma de afirmación con el fin de medir las reacciones de los sujetos usando diferentes categorías.

Para la “Calidad de servicio” se elaboró un cuestionario de tipo escala de Likert el cual constó de 22 ítems y contuvo tres dimensiones que fueron: Fiabilidad del Servicio, Capacidad de Respuesta y Elementos tangibles e intangibles. La escala y valores considerados para el instrumento fueron: Nunca (1), A veces (2), Generalmente (3) y Siempre (4)

Para el “Nivel de satisfacción” se elaboró un cuestionario de tipo escala de Likert el cual constó de 20 ítems y contuvo tres dimensiones que fueron: escala de satisfacción, expectativas y experiencia percibida. La escala y valores considerados para el instrumento fueron: Nunca (1), A veces (2), Generalmente (3) y Siempre (4)

La validez del instrumento fue medida por juicio de expertos y la validez de constructo por análisis factorial exploratorio. Hernández y Mendoza (2018) precisaron que la validez es el grado que el instrumento mide la veracidad de la variable que se usará. Este grado de veracidad debe presentarse en los resultados de la investigación, por lo que el instrumento debe ser válido y confiable.

Validez para la variable 1: Calidad de servicio

Se empleó 3 dimensiones con validación de constructo donde se obtuvo que los indicadores son adecuados en función del análisis factorial exploratoria mediante el método de componentes principales y rotación varimax ($KMO = 0.793$ siendo mayor a 0.600, prueba de esfericidad de Bartlett con un p valor = 0.000 que es menor a 0.05 y una varianza total explicada = 65.0.13%). Con ello se demostró que el cuestionario si es adecuado para su aplicación. Mediante la matriz de componentes rotados todos los indicadores presentan un valor mayor a 0.5 por lo cual son aceptadas y no es necesario revisarlas (solo uno es inferior a 0.5 pero está muy cerca con un 0.498) por lo cual son aceptadas y no es necesario revisarlas.

Validez para la variable 2: Nivel de Satisfacción

Se empleó 3 dimensiones con validación de constructo donde se obtuvo que los indicadores son adecuados en función del análisis factorial exploratoria mediante el método de componentes principales y rotación varimax ($KMO = 0.803$ siendo mayor a 0.600, prueba de esfericidad de Bartlett con un p valor = 0.000 que es menor a 0.05 y una varianza total explicada = 65.200%). Con ello se demostró que el cuestionario si es adecuado para su aplicación. Mediante la matriz de componentes rotados todos los indicadores presentan un valor mayor a 0.5 por lo

cual son aceptadas y no es necesario revisarlas (solo uno es inferior a 0.5 pero está muy cerca con un 0.407) por lo cual son aceptadas y no es necesario revisarlas.

El coeficiente que se usó para medir el grado de confiabilidad fue Alfa de Cronbach. Hernández y Pascual (2018) quienes citaron a Welch & Comer (1988) indicaron que el Alfa de Cronbach busca demostrar la fiabilidad interna del instrumento asumiendo que el uso de los ítem en tipo de escala de Likert tienen un alto grado de relación y presentan un mismo constructo.

Alfa de Cronbach se calculó sobre los 76 agentes corresponsales que vendrían a ser tanto la muestra como población de estudio ya que esta fue una población censal. Luego del análisis se obtuvo 0,938 para el cuestionario correspondiente a la calidad de servicio, con 22 ítems y 0,939 para el cuestionario de nivel de satisfacción, con 20 ítems. Lo que pone en evidencia que los cuestionarios son confiables y se pueden aplicar.

3.5. Procedimientos

El cuestionario que se aplicó a los agentes corresponsales fue en algunos casos de forma presencial, visitándoles en sus negocios, y en otros casos de manera telefónica.

No se mencionó el nombre de la caja municipal que se investigó, por ello no fue necesario presentar un documento de permiso firmado por dicha entidad financiera.

3.6. Método de análisis de datos

Se aplicó en la recolección, análisis y procesamiento de datos un nivel descriptivo, con tablas de frecuencia y contingencia y además un nivel inferencial, con prueba de normalidad, de hipótesis chi cuadrado y ETA.

La recolección de datos de los cuestionarios que se aplicó se tabuló inicialmente en el programa Excel. Posterior a ello, se usó el programa SPSS.

3.7. Aspectos Éticos

La presente investigación, durante todo su proceso de realización, respetó los principios éticos que rigen el correcto funcionamiento de la sociedad. Dentro de los principios tenemos el respeto porque se tomaron los cuestionarios de forma clara y sincera sin ninguna presión hacia los agentes que se encuestaron y además

de no se utilizó el nombre de la institución financiera investigada al no tener el permiso de la misma. También mencionar la honradez, porque se reconoció que aquella información usada que no era propia, fue citada. Además de la verdad, porque no se manipularon los datos obtenidos ni se divulgaron quienes contestaron los cuestionarios. Estos tres principios éticos rigieron la realización de la presente investigación.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos

Tablas de frecuencia de dato agrupados

Datos Agrupados de la Calidad de servicio y sus dimensiones

Tabla 1

Tabla de frecuencias con datos agrupados para calidad de servicio y sus dimensiones

	Deficiente		Moderado		Eficiente	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Calidad de servicio			16	21.10%	60	78.90%
Fiabilidad del servicio	2	2.60%	25	32.90%	49	64.50%
Capacidad de Respuesta			25	32.90%	51	67.10%
Elementos tangibles e intangibles			13	17.10%	63	82.90%

Interpretación: La tabla 1 muestra que la variable calidad de servicio presenta nivel de eficiencia de 78.90%, lo que equivale a 60 agentes, mientras que sus dimensiones presentan una eficiencia de 64.50%, 67.10% y 82.90% con equivalencia de apreciación de los agentes de 49, 51 y 63 respectivamente. Se puede observar así que tanto la variable como las dimensiones que la componen presentan alta incidencia en la apreciación de los agentes corresponsales.

Datos Agrupados de la variable Nivel de Satisfacción y sus dimensiones

Tabla 2

Tabla de frecuencias con datos agrupados para nivel de satisfacción y sus dimensiones

	Deficiente		Moderado		Eficiente	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Nivel de satisfacción			13	17.10%	63	82.90%
Escalada de Satisfacción			24	31.60%	52	68.40%
Expectativas			26	34.20%	50	65.80%
Experiencia Percibida	1	1.30%	11	14.50%	64	84.20%

Interpretación: La tabla 2 muestra que la variable nivel de satisfacción presenta nivel de eficiencia de 82.90%, lo que equivale a 63 agentes, mientras que sus dimensiones presentan una eficiencia de 68.40%, 65.80% y 84.20% con equivalencia de apreciación de los agentes de 52, 50 y 64 respectivamente. Se puede observar así que tanto la variable como las dimensiones que la componen presentan alta incidencia en la apreciación de los agentes corresponsales.

Tablas de contingencia de datos agrupados

Se muestran las tablas de frecuencia de los datos agrupados tanto para las variables como sus dimensiones:

Problema General

Tabla 3

Tabla de frecuencias con datos agrupados para nivel de satisfacción y sus dimensiones

			Nivel de Satisfacción (Agrupada)		Total
			Moderado	Eficiente	
Calidad de Servicio (Agrupada)	Moderado	Recuento	12	4	16
		Recuento esperado	2,7	13,3	16,0
		% del total	15,8%	5,3%	21,1%
	Eficiente	Recuento	1	59	60
		Recuento esperado	10,3	49,7	60,0
		% del total	1,3%	77,6%	78,9%
Total	Recuento	13	63	76	
	Recuento esperado	13,0	63,0	76,0	
	% del total	17,1%	82,9%	100,0%	

Interpretación: La tabla 3 muestra que las dos variables de estudio presentan un total de coincidencias en 71 elementos, los cuales están compuestos por 12 moderados y 59 eficientes los cuales equivalen a un 15,8% y 77.60% respectivamente sumando un total de coincidencia de 93.40%.

Problemas Específicos

Tabla 4

*Tabla cruzada Fiabilidad del servicio (Agrupada)*Nivel de Satisfacción (Agrupada)*

			Nivel de Satisfacción (Agrupada)		Total
			Moderado	Eficiente	
Fiabilidad del servicio (Agrupada)	Deficiente	Recuento	2	0	2
		Recuento esperado	,3	1,7	2,0
		% del total	2,6%	0,0%	2,6%
	Moderado	Recuento	11	14	25
		Recuento esperado	4,3	20,7	25,0
		% del total	14,5%	18,4%	32,9%
	Eficiente	Recuento	0	49	49
		Recuento esperado	8,4	40,6	49,0
		% del total	0,0%	64,5%	64,5%
	Total	Recuento	13	63	76
		Recuento esperado	13,0	63,0	76,0
		% del total	17,1%	82,9%	100,0%

Interpretación: La tabla 4 muestra que los datos agrupados de la variable nivel de satisfacción con la dimensión fiabilidad de servicio tienen una coincidencia de 60 elementos, compuestos por 11 moderados y 49 eficientes, los cuales equivalen a un 14.50% y 64.50% respectivamente dando un total de coincidencia de 79%.

Tabla 5

*Tabla cruzada Capacidad de Respuesta (Agrupada)*Nivel de Satisfacción (Agrupada)*

			Nivel de Satisfacción (Agrupada)		Total
			Moderado	Eficiente	
Capacidad de Respuesta (Agrupada)	Moderado	Recuento	13	12	25
		Recuento esperado	4,3	20,7	25,0
		% del total	17,1%	15,8%	32,9%
	Eficiente	Recuento	0	51	51
		Recuento esperado	8,7	42,3	51,0
		% del total	0,0%	67,1%	67,1%
	Total	Recuento	13	63	76
		Recuento esperado	13,0	63,0	76,0
		% del total	17,1%	82,9%	100,0%

Interpretación: La tabla 5 muestra que los datos agrupados de la variable nivel de satisfacción con la dimensión capacidad de respuesta tienen una coincidencia de 64 elementos, compuestos por 13 moderados y 51 eficientes los cuales equivalieron a un 17.10% y 67.10% respectivamente sumando un total de coincidencia de 84.20%.

Tabla 6

*Tabla cruzada Elementos tangibles e intangibles (Agrupada)*Nivel de Satisfacción (Agrupada)*

			Nivel de Satisfacción (Agrupada)		Total
			Moderado	Eficiente	
Elementos tangibles e intangibles (Agrupada)	Moderado	Recuento	9	4	13
		Recuento esperado	2,2	10,8	13,0
		% del total	11,8%	5,3%	17,1%
	Eficiente	Recuento	4	59	63
		Recuento esperado	10,8	52,2	63,0
		% del total	5,3%	77,6%	82,9%
Total	Recuento	13	63	76	
	Recuento esperado	13,0	63,0	76,0	
	% del total	17,1%	82,9%	100,0%	

Interpretación: La tabla 6 muestra que los datos agrupados de la variable nivel de satisfacción con la dimensión elementos tangibles e intangibles tiene una coincidencia de 68 elementos los cuales están compuestos por 9 moderados y 59 eficientes los cuales equivalieron a un 11.80% y 77.60% respectivamente sumando un total de coincidencia de 89.40%.

4.2. Resultados Inferenciales

Normalidad

Tabla 7

Kolmogorov-Smirnova

	Estadístico	gl	Sig.
Fiabilidad del servicio	,162	76	,000
Capacidad de Respuesta	,105	76	,038
Elementos tangibles e intangibles	,160	76	,000
Calidad de Servicio	,142	76	,001
Escala de Satisfacción	,143	76	,001
Expectativas	,126	76	,004
Experiencia Percibida	,264	76	,000
Nivel de Satisfacción	,117	76	,011

Interpretación: en la tabla 7 se ha tomado en cuenta la medición Kolmogorov-Smirnov al ser los datos mayores a 30 elementos y por ende se emplean datos no paramétricos al obtener que tanto las variables como sus demisiones no presentan normalidad al no superar los 0.05.

Regla de decisión:

Para la interpretación de las hipótesis de estudio se emplea las siguientes reglas de decisión:

$P_{valor} < 0,05$, permite rechazar la H_0 y aceptar la Hipótesis alterna (H_1).

Si $X^2_c > X^2_T$, permite rechazar la H_0 y aceptar la Hipótesis alterna (H_1).

Para la fuerza de influencia se usa el método ETA.

Resultado de prueba de Hipótesis General

Calidad de servicio vs Nivel de Satisfacción

Tabla 8

Calidad de servicio vs Nivel de satisfacción-Prueba Chi Cuadrado

	Pruebas de chi-cuadrado				
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	47,908 ^a	1	,000		
Corrección de continuidad ^b	42,875	1	,000		
Razón de verosimilitud	41,381	1	,000		
Prueba exacta de Fisher				,000	,000

Asociación lineal por lineal	47,277	1	,000
N de casos válidos	76		
a. 1 casillas (25,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2,74.			
b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2			

Interpretación: La tabla 8 muestra un $X^2_C = 47,908$ y un grado de libertad. Asimismo, el X^2_T , para un gl y un $p = 0.05$ es igual que 3,8415, por lo tanto, se cumple que $X^2_C > X^2_T$ y se concluye que: La calidad de servicio tiene influencia en el nivel de satisfacción de los agentes corresponsales del distrito de Cusco de una caja municipal, Cusco, 2021.

Ahora es necesario determinar qué tan fuerte es dicha influencia por lo cual se utilizará el criterio de ETA.

Tabla 9

Medidas direccionales- Método ETA

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Calidad de Servicio (Agrupada) dependiente	,794
		Nivel de Satisfacción (Agrupada) dependiente	,794

Interpretación: La tabla 9 muestra un valor ETA para ambas variables de 0.794 las cual al estar cerca de 1 nos da el resultado que la variable calidad de servicio tiene alta influencia sobre la variable nivel de satisfacción.

Resultado de prueba de Hipótesis Específicas

Fiabilidad del Servicio vs Nivel de Satisfacción

Tabla 10

Fiabilidad de Servicio vs Nivel de satisfacción –Prueba Chi Cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	32,557 ^a	2	,000
Razón de verosimilitud	35,251	2	,000
Asociación lineal por lineal	31,981	1	,000
N de casos válidos	76		
a. 3 casillas (50,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,34.			

Interpretación: La tabla 10 muestra un $X^2_C = 32,557$ y dos grados de libertad. Asimismo, el X^2_T , para dos gl y un $p = 0.05$ es igual que 5,9915, por lo tanto, se cumple que $X^2_C > X^2_T$ y se concluye que: La fiabilidad del servicio tiene influencia en el nivel de satisfacción de los agentes corresponsales del distrito de Cusco de una caja municipal, Cusco, 2021.

Ahora es necesario determinar qué tan fuerte es dicha influencia por lo cual se utilizará el criterio de ETA.

Tabla 11

Medidas direccionales- Método ETA

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Fiabilidad del servicio (Agrupada) dependiente	,653
		Nivel de Satisfacción (Agrupada) dependiente	,655

Interpretación: La tabla 11 muestra un valor ETA para la variable nivel de satisfacción de 0.653 y para la dimensión fiabilidad de servicio de 0.655 las cuales son mayores a 0.650 y cercanas a 1 lo cual nos da el resultado que la fiabilidad de servicio tiene una influencia moderada en la variable nivel de satisfacción.

Capacidad de respuesta vs Nivel de satisfacción

Tabla 12

Capacidad de respuesta vs nivel de satisfacción –Prueba Chi Cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	31,992 ^a	1	,000		
Corrección de continuidad ^b	28,430	1	,000		
Razón de verosimilitud	34,930	1	,000		
Prueba exacta de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	31,571	1	,000		
N de casos válidos	76				

a. 1 casillas (25,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 4,28.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Interpretación: La tabla 12 muestra un $X^2_C = 31,992$ y un grado de libertad. Asimismo, el X^2_T , para un gl y un $p= 0.05$ es igual que 3,8415, por lo tanto, se cumple que $X^2_C > X^2_T$ y se concluye que: La capacidad de respuesta tiene influencia en el nivel de satisfacción de los agentes corresponsales del distrito de Cusco de una caja municipal, Cusco, 2021.

Ahora es necesario determinar qué tan fuerte es dicha influencia por lo cual se utilizará el criterio de ETA.

Tabla 13

Medidas direccionales- Método ETA

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Capacidad de Respuesta (Agrupada) dependiente	,649
		Nivel de Satisfacción (Agrupada) dependiente	,649

Interpretación: La tabla 13 muestra un valor ETA tanto para la variable como la dimensión de 0.649 las cual al estar cerca de 1 nos da el resultado que la capacidad de respuesta tiene una influencia moderada en la variable nivel de satisfacción

Elementos Tangibles e Intangibles vs Nivel de satisfacción

Tabla 14

Elementos Tangibles e Intangibles vs nivel de satisfacción –Prueba Chi Cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	30,051 ^a	1	,000		
Corrección de continuidad ^b	25,780	1	,000		
Razón de verosimilitud	23,704	1	,000		
Prueba exacta de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	29,656	1	,000		
N de casos válidos	76				

a. 1 casillas (25,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2,22.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Interpretación: en la tabla 14 muestra un $X^2_C = 30,051$ y un grado de libertad. Asimismo, el X^2_T , para un gl y un $p= 0.05$ es igual que 3,8415, por lo tanto, se cumple que $X^2_C > X^2_T$ y se concluye que: Los elementos tangibles e intangibles tienen influencia en el nivel de satisfacción de los agentes corresponsales del distrito de Cusco de una caja municipal, Cusco, 2021.

Ahora es necesario determinar qué tan fuerte es dicha influencia por lo cual se utilizará el criterio de ETA.

Tabla 15

Medidas direccionales- Método ETA

			Valor
Nominal por intervalo	Eta	Elementos tangibles e intangibles (Agrupada) dependiente	,629
		Nivel de Satisfacción (Agrupada) dependiente	,629

Interpretación: la tabla 15 muestra un valor ETA tanto para la variable como la dimensión de 0.629 la cual al estar cerca de 1 nos da el resultado que los elementos tangibles e intangibles tienen una influencia moderada en la variable nivel de satisfacción.

V. DISCUSIONES

El objetivo general del presente estudio fue determinar en qué medida influye la calidad de servicio en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito de Cusco, de una caja municipal, Cusco, 2021.; ello con la finalidad de ayudar a las distintas entidades del sistema financiero que cuentan con agentes corresponsales o agentes bancarios en la toma de decisiones respecto a que puntos deben tener en cuenta respecto al trato que ofrecen a sus socios estratégicos con el fin de mantenerlos o incrementar dichas alianzas y no perderlas en el tiempo dentro de un mercado cada vez más agresivo y competitivo. De esta manera saber si ciertos criterios que estamos empleando están alineados a lo que realmente piensan los agentes corresponsales lo cual conllevará a determinar si continúan o no con nuestra institución.

Ante ello se planteó en la investigación un objetivo general más 3 objetivos específicos con el fin de poder determinar en qué medida influye la variable calidad de servicio frente al nivel de satisfacción, siendo las dimensiones de la calidad de servicio: fiabilidad de servicio, capacidad de respuesta y elementos tangibles e intangibles y así determinar en qué medida influyen estas dimensiones sobre la variables nivel de satisfacción de los agentes corresponsales del distrito de cusco de una caja municipal, cusco 2021

De la presente investigación respecto al objetivo general, que es demostrar en qué medida la variable de calidad de servicio influye en la variable nivel de satisfacción de los agentes corresponsales del distrito de Cusco de una Caja Municipal, Cusco, 2021, se obtuvo que si existe una influencia de la variable calidad de servicio frente a la de nivel de satisfacción el cual se demostró con el uso de la medición de Chi-Cuadrado donde se obtuvo un 47,908 y además un pvalor= 0.00. Ello es muy similar a lo obtenido en las investigaciones de Perez (2017), Vásquez (2020) y Ríos (2021).

En el caso de Perez (2017) en su investigación respecto a gestión de calidad y la satisfacción del cliente, obtuvo dentro de sus resultados un chi cuadrado de 29.785 frente a un resultado de chi cuadrado tabla de 9.488 y un pvalor=0.00. Con ello el autor demostró la existencia de una influencia de la variable gestión de calidad frente al nivel de satisfacción, lo cual avala nuestra investigación que la variable calidad de servicio si tiene influencia respecto a la variable nivel de

satisfacción. En el caso de la investigación de Vásquez (2020) respecto a calidad de servicio y la satisfacción del usuario obtuvo en sus resultados un chi cuadrado de 230,59 y un pvalor=0.00. Con ello el autor demostró que ambas variables no son independientes y la calidad de servicio tiene influencia frente al nivel de satisfacción, lo cual en resultados coincide con nuestra investigación y la avala. En el caso de Ríos (2021) en su estudio respecto a la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de las diversas oficinas de la FCCSS UPLA, 2019 el autor obtuvo en sus resultados un chi cuadrado de 176,000 frente a un resultado de chi cuadrado tabla de 26.30 y un pvalor=0.00. Con ello el autor demostró que existe una influencia de la variable calidad de servicio frente a la variable nivel de satisfacción, lo cual avala nuestra investigación de que la variable calidad de servicio si tiene influencia respecto a la variable nivel de satisfacción.

Si bien es cierto se demostró con otras investigaciones que existe una influencia de la variable calidad de servicio frente a la variable nivel de satisfacción tal con lo obtenido en la presente investigación, es necesario también mencionar que para medir que tanto ha sido la influencia se utilizó el método ETA dándonos para nuestra investigación un resultado de 0.794 el cual al estar cerca de 1 nos da el resultado que la variable calidad de servicio presenta una alta influencia sobre la variable nivel de satisfacción al este dato superar el 70%. Esto se corroboró con la investigación de Vásquez (2020) quien realizó una prueba llamada Pseudo R para determinar que tanto la calidad de servicio influyó en el nivel de satisfacción, obteniendo en su investigación un grado de influencia de 63.9% el cual denota una influencia modera-alta respecto de la variable calidad de servicio sobre la de nivel de satisfacción.

En el estudio realizado, para reforzar el objetivo general, se planteó 3 objetivos específicos de la dimensión de la calidad de servicios, los cuales fueron la fiabilidad de servicio, la capacidad de respuesta y los elementos tangibles e intangibles. Estas 3 dimensiones se cruzaron con la variable nivel de satisfacción obteniendo en la presente investigación que los resultados de las tres dimensiones tienen influencia moderada sobre la variable nivel de satisfacción. Ello se puede corroborar también en las investigaciones de Perez (2017) y Vásquez (2020) quienes sostuvieron que las mismas variables estudiadas presentan influencia sobre la variable nivel de satisfacción.

En el caso de la dimensión fiabilidad de servicio, por el método de chi cuadrado y el pvalor, en nuestra investigación se obtuvo un chi cuadrado calculado de 32,557 frente a los 5,9915 del chi cuadrado tabla y también se tuvo un pvalor de 0.00. Ello demostró que si existe una influencia de la dimensión fiabilidad de servicio frente a la variable nivel de satisfacción. Esto se corrobora con el estudio de Perez (2017) quien obtuvo un chi cuadrado calculado de 24.424 frente a 9.488, el cual fue mayor a tabla y un pvalor = 0.00. Además de Vásquez (2020) quien a su vez obtuvo un 103,427 el cual fue mayor a tabla y un pvalor=0.00. Así estos autores determinaron en base a sus investigaciones, que la variable fiabilidad de servicio si influye en el nivel de satisfacción. También dentro de la presente investigación se utilizó el método ETA para medir que tan fuerte es la influencia, obteniendo un valor ETA de 0.655 el cual se considera como una fuerza moderada de influencia. Ello se apoyó en la investigación de Vásquez (2020) quien realizó una prueba llamada Pseudo R obteniendo un porcentaje de 74.10% lo cual demuestra que existe una relación alta. Ello demostró que en ambas investigaciones la dimensión fiabilidad de servicio presentó una fuerza de influencia moderada y alta.

En el caso de la dimensión capacidad de respuesta, por el método chi cuadrado y el pvalor, en nuestra investigación se obtuvo que el chi cuadrado calculado fue de 31,992 frente a los 3,8415 del chi cuadrado tabla y también se tuvo un pvalor de 0.00. Ello demostró que si existe una influencia de la dimensión capacidad de respuesta frente a la variable nivel de satisfacción. Ello se corroboró con el estudio de Perez (2017) quien obtuvo un chi cuadrado calculado de 27.529 frente a 9.488, el cual fue mayor a tabla y un pvalor = 0.00. Además de Vásquez (2020) quien a su vez obtuvo un 291,127 el cual fue mayor a tabla y un pvalor=0.00. Así estos autores determinaron en base a sus investigaciones que la variable capacidad de respuesta si influye en el nivel de satisfacción. También dentro de la presente investigación se utilizó el método ETA para medir que tan fuerte es la influencia, obteniendo un valor ETA de 0.649 el cual se consideró como una fuerza moderada de influencia. Ello se apoyó de la investigación de Vásquez (2020) quien realizó una prueba llamada Pseudo R obteniendo un porcentaje de 34.80%. lo cual demostró que existe una relación moderada. Ello demostró que en ambas investigaciones la dimensión capacidad de respuesta presentó una fuerza de influencia moderada.

En el caso de la dimensión elementos tangibles e intangibles, por el método chi cuadrado y el pvalor, en nuestra investigación se obtuvo un chi cuadrado calculado de 30,051 frente a los 3,8415 del chi cuadrado tabla y también se tuvo un pvalor de 0.00. Ello demostró que si existe una influencia de la dimensión elementos tangibles e intangibles frente a la variable nivel de satisfacción. Ello se corroboró con el estudio de Perez (2017) quien obtuvo un chi cuadrado calculado de 23.443 frente a 9.488, el cual fue mayor a tabla y un pvalor = 0.00. Además de Vásquez (2020) quien a su vez obtuvo un 108.806 el cual fue mayor a tabla y un pvalor=0.00. Así estos autores determinaron en base a sus investigaciones que la dimensión elementos tangibles e intangibles si influyen en el nivel de satisfacción. También dentro de la presente investigación se utilizó el método ETA para medir que tan fuerte es la influencia, obteniendo un valor ETA de 0.629 el cual se considera como una fuerza moderada de influencia. Ello se apoyó de la investigación de Vásquez (2020) quien realizó una prueba llamada Pseudo R obteniendo un porcentaje de 36.2%, lo cual demuestra que existe una relación moderada. Ello demostró que en ambas investigaciones la dimensión calidad de servicio presentó una fuerza de influencia moderada.

Adicionalmente a las investigaciones que avalan y refuerzan la presente investigación, también nos basamos en lo que dicen diversos autores de la calidad de servicio y el nivel de satisfacción Tigani (2016) indicó que la calidad de servicio son todas aquellas particularidades, acciones o ayudas que buscan aumentar el valor diferenciado percibido por el cliente. Ello se puede entender que tanto la fiabilidad de servicio, como la capacidad de respuesta y los elementos tangibles e intangibles vienen a ser esas pequeñas particularidades que influyen en el nivel de satisfacción de los clientes, siendo en este estudio los agentes corresponsales. Villa (2014) mencionó además que la calidad de servicio es lograr satisfacer las necesidades del cliente con los servicios o productos que le ofrecemos, lo cual representa la verdadera ventaja competitiva que una empresa puede logra de cara al cliente, ello complementado con aspectos de accesorios tales como la amabilidad, exactitud y puntualidad en el servicio prestado lo cual da a entender que el nivel de satisfacción se deja influenciar por aquello que ofrecen las empresa para lograr satisfacer las necesidades de sus cliente lo cual demostraria que tanto

la fiabilidad, como la capacidad de respuesta y los elementos tangibles e intangibles cumplen dicha función.

Respecto al nivel de satisfacción Kotler y Armstrong (2008) indicaron que la satisfacción del cliente depende del servicio que este percibirá del producto en función a la expectativa que tendrá el consumidor. Si lo esperado del producto es mayor al desempeño del mismo entonces el cliente quedará con una sensación de insatisfacción, en cambio si el desempeño del producto es igual a lo esperado, el cliente quedará satisfecho. Como podemos apreciar en el concepto previo el nivel de satisfacción que perciben los clientes tiene influencia respecto a la calidad de servicio que ellos perciben. De ahí que podemos decir que la calidad de servicio desglosada en sus dimensiones de fiabilidad de servicio, capacidad de respuesta y elementos tangibles e intangibles tiene una influencia sobre la variable nivel de satisfacción puesto que ello se ve reflejado en lo que percibe el cliente de lo ofrecido por la organización en empresa que le brinda un producto o servicio.

De ahí que nace la necesidad de la presente investigación de lograr determinar si realmente existe una influencia de la calidad de servicio y sus respectivas dimensiones frente a la variable nivel de satisfacción. Por ello este estudio se basó en una investigación aplicada, de tipo causal/explicativa bivariada con un enfoque cuantitativo, los cuales fueron acertados para la presente investigación pues permitió su realización de manera correcta y adecuada.

La investigación empleó una población censal o universal; es decir, tanto la población como la muestra fueron la misma cantidad, con un total de 76 agentes corresponsales de la ciudad de Cusco de una Caja Municipal. No se tuvo inconvenientes a la hora de la aplicación de los cuestionarios los cuales se hicieron de manera presencial o vía telefónica, por lo cual se pudo completar las encuestas (que estaban conformadas por dos cuestionarios), sin ningún inconveniente.

La metodología para la toma de datos fue una encuesta planteada con 2 cuestionarios en escala de Likert. La elaboración de mismo fue propia y validado por juicio de expertos de 5 magister debidamente registrados en SUNEDU y además también validado por método de constructo donde los datos obtenidos arrojaron que los cuestionarios elaborados son correctos y tiene la cantidad de dimensiones correctas para su aplicación. Dentro del juicio de experto las 5 evaluaciones fueron aprobadas de manera positiva sin observaciones.

El resultado obtenido en la investigación respecto al problema general nos concluyó que la calidad de servicio tiene influencia en el nivel de satisfacción de los agentes corresponsales del distrito de Cusco de una Caja Municipal, Cusco, 2021 con un grado alto de influencia. Además que los resultados obtenidos para las dimensiones de la variable calidad de servicio, las cuales fueron la fiabilidad de servicio, la capacidad de respuesta y los elementos tangibles e intangibles, demostraron que si existe una influencia de ellas frente a la variables nivel de satisfacion con una fuerza de influencia moderada.

VI. CONCLUSIONES

Primero: Se determinó que la calidad de servicio presenta una influencia alta sobre el nivel de satisfacción de los agentes corresponsales del distrito de Cusco de una caja municipal, Cusco 2021, con un coeficiente de chi cuadrado calculado de 47,908 y un gl. Asimismo, el X^2_T , para un gl y un $p = 0.05$ es igual que 3,8415 con lo que se cumple que $X^2_C > X^2_T$ además de $p\text{valor} = 0.00$ lo que reafirma la conclusión obtenida. Respecto a la fuerza de influencia se obtuvo un ETA de 0.794 lo cual demuestra el alto grado de influencia de una variable sobre la otra.

Segundo: Se determinó que la fiabilidad de servicio presenta una influencia moderada sobre el nivel de satisfacción de los agentes corresponsales del distrito de Cusco de una caja municipal, Cusco 2021, con un coeficiente de chi cuadrado calculado de 32,557 y dos gl. Asimismo, el X^2_T , para para dos gl y un $p = 0.05$ es igual que 5,9915, con lo que se cumple que $X^2_C > X^2_T$ además de $p\text{valor} = 0.00$, lo que reafirma la conclusión obtenida. Respecto a la fuerza de influencia se obtuvo dos ETA: para el nivel de satisfacción de 0.653 y para la dimensión fiabilidad de servicio de 0.655 lo cual demuestra el grado moderado de influencia de la dimensión sobre la variable.

Tercero: Se determinó que la capacidad de respuesta presenta una influencia moderada sobre el nivel de satisfacción de los agentes corresponsales del distrito de Cusco de una caja municipal, Cusco 2021, un $X^2_C = 31,992$ y un gl. Asimismo, el X^2_T , para un gl y un $p = 0.05$ es igual que 3,8415, por lo tanto, se cumple que $X^2_C > X^2_T$, además de $p\text{valor} = 0.00$, lo que reafirma la conclusión obtenida. Respecto a la fuerza de influencia se obtuvo un ETA de 0,649 lo cual demuestra el grado moderado de influencia de la dimensión sobre la variable.

Cuarto: Se determinó que los elementos tangibles e intangibles presentan una influencia moderada sobre el nivel de satisfacción de los agentes corresponsales del distrito de Cusco de una caja municipal, Cusco 2021 con un $X^2_C = 30,051$ y un gl. Asimismo, el X^2_T , para un gl y un $p = 0.05$ es igual que 3,8415, por lo tanto, se cumple que $X^2_C > X^2_T$, además de $p\text{valor} = 0.00$, lo que reafirma la conclusión obtenida. Respecto a la fuerza de influencia se obtuvo un ETA de 0,629 lo cual demuestra el grado moderado de influencia de la dimensión sobre la variable.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que la caja municipal brinde de manera más exhaustiva una mejor calidad de servicio ya que ello según la investigación presenta alta influencia en el nivel de satisfacción de sus agentes corresponsales, lo cual traerá como consecuencia que más agentes corresponsales se integren a la institución en contradicción a que se retiren o finalicen su vínculo laboral en un mismo periodo de tiempo. Lo que se busca es mantener la cartera de agentes corresponsales y aumentarla, más no reducirla.

2. Se recomienda a la caja municipal centrarse en el aspecto de fiabilidad de servicio con mayor hincapié, puesto que para los agentes corresponsales esta representa un grado moderado de influencia en el nivel de satisfacción que ellos perciben, de esta forma se logrará mantener a dichos agentes corresponsales y evitar cancelen el servicio que tienen con la caja municipal.

3. Se recomienda a la caja municipal centrarse en el aspecto de capacidad de respuesta con mayor hincapié, puesto que para los agentes corresponsales este representa un grado moderado de influencia en el nivel de satisfacción que ellos perciben, de esta forma se logrará mantener a dichos agentes corresponsales y evitar cancelen el servicio que tienen con la caja municipal.

4. Se recomienda a la caja municipal centrarse en el aspecto de elementos tangibles e intangibles con mayor hincapié, puesto que para los agentes corresponsales este representa un grado moderado de influencia en el nivel de satisfacción que ellos perciben, de esta forma se logrará mantener a dichos agentes corresponsales y evitar cancelen el servicio que tienen con la caja municipal.

REFERENCIAS

- Alan Neill, D., & Cortez Suárez, L. (2018). Procesos y fundamentos de la investigación científica. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Arellano, H. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. *Dominio de Las Ciencias*, 3, 72–83. <https://doi.org/10.23857/dc.v3i3>
- Armijo, R., Reséndiz, D., Ruiz, A., Vite, A., & Apáez, F. (2013). *BANCA CORRESPONSAL E INCLUSIÓN FINANCIERA: modelos de negocio en América Latina*. 47. www.tec-in.org]
- Banco Central de Reserva del Perú. (2014). Reporte de Estabilidad Financiera Mayo 2014. *BCRP*, 102. http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/ref_mar_2016.pdf
- Baptista, P., Hernández, R., & Fernández, C. (2014). *Metodología de la investigación* (Vol. 6).
- Briceño, M., & García, O. (2008). La servucción y la calidad en la fabricación del servicio. *Universidad de Los Andes Venezuela*, 1, 21–32.
- Bruni, P. (2017). La satisfacción del cliente. *Thema*, 10.
- Bustamante, M., Zerda, E., Obando, F., & Tello, M. (2019). Fundamentos De La Calidad De Servicio, El Modelo Servqual. *Revista Empresarial*, 1–15.
- Caldera, E., Pirela, J., & Ortega, E. (2011). Dimensiones para el estudio de la calidad de servicio en bibliotecas universitarias. *Documentación de Las Ciencias de La Información*, 34, 333–347. <https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/36462>
- Carmona, A., & Leal, A. (1998). La teoría de los dos factores en la satisfacción del cliente. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa*, 4, 53–80.
- CEPAM. (2013). Manual de Atención al Cliente 1. *Pontificia Universidad Católica Sede En Esmeraldas - PUCESE Dirección*, 12.
- CMIF. (2018). *Reporte semestral de la estrategia nacional de inclusión financiera*

del Perú Enero – Junio.

- Crosby, P. (1987). La calidad no cuesta. El Arte de Cerciorarse de la Calidad. In *McGRAW Hill Book Company* (1st ed., Vol. 3). <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/20164618%5Cnhttp://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0169814108001443%5Cnhttp://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0211563806740299?via=sd&cc=y>
- Cruz Sánchez, A. A., Orduña Carlos, M. D., & Álvarez Hernández, J. G. (2018). Evolución del concepto de calidad y los modelos de medición de calidad en el servicio. *Revista Innovaciones de Negocios*, 259–278. <https://doi.org/10.29105/rinn15.30-7>
- Cubillos, M., & Pozo, D. (2009). El concepto de calidad: Historia, evolución e importancia para la competitividad. *Revista Universidad de La Salle*, 80–99. <https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1170&context=ruls>
- Del Cid, Y. (2018). Calidad de los servicios y satisfacción del cliente en el restaurante Pizza Burger Diner, ubicado en la cabecera del departamento de Zacapa. In *Universidad Rafael Landívar*. <http://ieeauthorcenter.ieee.org/wp-content/uploads/IEEE-Reference-Guide.pdf%0Ahttp://wwwlib.murdoch.edu.au/find/citation/ieee.html%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.cie.2019.07.022%0Ahttps://github.com/ethereum/wiki/wiki/WHITE-Paper%0Ahttps://tore.tuhh.de/hand>
- Deming, E. (1986). Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis. In *Ediciones Díaz de Santos, S. A.*
- Duque Oliva, E. J. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Revista Innovar*, 15, 64–80.
- Fernández, B. (2018). Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del usuario en el centro de salud Characato, Arequipa, 2018. In *Universidad Nacional de San Agustín*. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/7150>
- Ganga Contreras, F., Alarcón Henríquez, N., & Pedraja Rejas, L. (2019). Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERVQUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt - Chile. *Ingeniare. Revista Chilena de Ingeniería*, 27(4), 668–681. <https://doi.org/10.4067/S0718->

33052019000400668

- González, L., Carmona, M., & Rivas, M. (2007). Guía para la medición directa de la satisfacción de los clientes. *Instituto Andaluz de Tecnología*, 181.
- Guamán, K., Hernández, E., & Lloay, S. (2020). El Positivismo y el Positivismo Jurídico. *Revista Científica de La Universidad de Cienfuegos*, 12(4), 265–269.
- Hernández, H., & Pascual, A. (2018). Validación de un instrumento de investigación para el diseño de una metodología de autoevaluación del sistema de Gestión Ambiental. *Revista de Investigación Agraria y Ambiental*, 9(1), 157–164.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la Investigación: Las rutas de la investigación. In *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Fundamentos de Marketing. In *Pearson* (Vol. 11).
- Liza, C., & Siancas, C. (2016). Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo, 2016. In *Universidad Privada del Norte*.
- López, D. (2018). Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. In *Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*.
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- López, P., & Fachelli, S. (2015). Metodología de la Investigación Social Cuantitativa. *Universitat Autònoma de Barcelona*, 1, 1–58. <http://ddd.uab.cat/record/129382>
- Melchor, M. (2019). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el recreo campestre JKL tours estrellas SAC, Miraflores-Sapallanga, 2018. In *Universidad Peruana de Ciencias e Informática*.
<http://repositorio.unprg.edu.pe/handle/UNPRG/7558>
- Mora, C. (2011). La Calidad del Servicio y la Satisfacción del Consumidor. *Revista Brasileira de Marketing*, 10, 146–162.
<https://doi.org/10.5585/remark.v10i2.2212>
- Paripancca, E. (2019). Calidad de servicio y satisfacción en la atención de los

- usuarios externos referidos en un hospital de asociación público privada. 2016-2017. In *Universidad Mayor de San Marcos*. http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4147/Diaz_rc.pdf;jsessionid=CD5A7FF3022F1A5526948369A600356D?sequence=1
- Payares, K., Berdugo Romer, A., Caridad, M., & Navarro Manotas, E. (2017). Endomarketing y calidad de servicio interno en las pequeñas y medianas empresas del sector salud. *Espacios*, 38(Salud), 32.
- Perez, H. (2017). Evaluación de la gestión de la calidad y la satisfacción del cliente según modelo servqual del servicio de delivery en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Huaraz, 2016. *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4894>
- Ramos, L. (2015). El papel de los corresponsales bancarios en el proceso de bancarización: una aproximación al concepto de inclusión financiera en Colombia. In *Universidad Santo Tomas*. <https://doi.org/10.15332/tg.mae.2020.0694>
- Ramos, V., Mollogón, F., Santur, L., & Cherre, I. (2020). El modelo SERVPERF como herramienta de evaluación de la calidad de servicio en una empresa. *Revista Científica de La Universidad de Cienfuegos*, 12, 417–423. https://www.slideshare.net/maryamkazemi3/stability-of-colloids%0Ahttps://barnard.edu/sites/default/files/inline/student_user_guide_for_spss.pdf%0Ahttps://www.ibm.com/support%0Ahttp://www.spss.com/sites/dm-book/legacy/ProgDataMgmt_SPSS17.pdf%0Ahttps://www.nep
- Ríos, C. (2021). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en la oficina de actas, registros y certificados de la FCCSS UPLA 2019. In *Universidad Peruana Los Andes*. <http://repositorio.upla.edu.pe/handle/UPLA/1625>
- Ríos, R. (2017). *Metodología para la investigación y redacción* (S. A. I. S.L. (ed.); Grupo de i).
- Rivera, P. (2019). Calidad del servicio y satisfacción del cliente en establecimientos de alimentos y bebidas del Cantón Alausí. In *Universidad Nacional de Chimborazo*. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/3066>
- Rivera, S. (2019). La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la

empresa Greenandes Ecuador. In *Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12117/1/T-UCSG-POS-MAE-224.pdf>

Rojas, C., Niebles, W., Pacheco, C., & Hernández, H. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. *Información Tecnológica*, 31(4), 221–232.

Salas, D. (2020). *Manual de Epistemología para la Investigación en Negocios* (R. Vega (ed.); 1st ed.). CENTRUM PUCP. <https://centrumthink.pucp.edu.pe>

Sánchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2018). Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística. In *Mycological Research* (Universida). <http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/1480/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Santamaría-Benhumea, A. M., Santamaría-Benhumea, N. H., López-Esquivel, M. Á., Velázquez-Muciño, C. A., Cuevas-Villa, R. N., Herrera-Villalobos, J. E., & Mendieta-Zerón, H. (2018). Conceptos básicos, dimensiones y modelos de la calidad hospitalaria. *UAEMéx*, 6, 46–53.

Schwarz, M. (2017). Guía de referencia para la elaboración de una investigación aplicada. *Repositorio de Investigación - Universidad de Lima*, 30. https://core.ac.uk/download/pdf/162614981.pdf%0Ahttp://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/ulima/6029/Schwarz_guia_investigacion_aplicada.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Silva, D., & Solís, K. (2017). La Servucción y su Importancia en los Modelos de Negocios Actuales. *INNOVA Research Journal*, 2(8), 130–135.

Simancas, R. (2009). La servucción como estrategia para la recuperación del servicio no prestado en las instituciones de educación superior. *Universidad Autónoma de Bucaramanga*, 8, 42–49.

The Economist Intelligence Unit. (2016). *Microscopio global 2016: Análisis del entorno para la inclusión financiera*. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Microscopio-global-2016-Análisis-del-entorno-para-la-inclusión-financiera.pdf>

- Thompson, I. (2005). *La Satisfacción del Cliente*. 6.
- Tigani, D. (2016). Excelencia en Servicio. In *Revista Ciencia y Cuidado* (1st ed., Vol. 1). <https://doi.org/10.22463/17949831.759>
- Vargas, M., & Aldana, L. (2006). *Calidad y Servicio. Conceptos y herramientas* (ECOEd Ediciones (ed.); 1st ed.).
- Vásquez, M. (2020). *Calidad de Servicio y su influencia en la satisfacción del usuario en el centro de atención de medicina complementaria de la red asistencial Tacna Essalud, año 2019*.
- Villa, J. (2014). Manuel de Atención a Clientes y Usuarios. *Profit Editorial*, 147.
- Villacrés, A. (2020). La calidad del servicio y satisfacción del cliente externo en el laboratorio clínico de la Fundación Santa Isabel Madre del Precursor. In *Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*.
- Woudenberg, R. Van. (2017). Presuppositions of (Human Movement) Science. *Pensar En Movimiento: Revista de Ciencias Del Ejercicio y La Salud*, 15(1), 17–33. <https://doi.org/10.15517/pensarmov.v15i1.27846>
- Yrigoyen, L. (2019). La Calidad del Servicio y la Satisfacción del Cliente en el sector ferretero caso: zona denominada “Las Malvinas” en Lima Metropolitana 2018. In *Universidad San Martín de Porres*.

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de consistencia

Calidad de servicio y su influencia en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito de Cusco, de una caja municipal, Cusco, 2021.

MATRIZ DE CONSISTENCIA							
Título: Calidad de servicio y su influencia en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito de Cusco, de una caja municipal, Cusco, 2021.							
Autor/a: John Scott Casafranca Bazan							
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES				
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable(X): La Calidad de servicio				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y valores	Niveles y rangos
¿En qué medida influye la calidad de servicio en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito de Cusco, de una caja municipal, Cusco, 2021?	Determinar en qué medida influye la calidad de servicio en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito de Cusco, de una caja municipal, Cusco, 2021.	La calidad de servicio influye significativamente en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito del Cusco, de una Caja Municipal, Cusco, 2021	Fiabilidad del servicio	*Amabilidad *Servicio Proactivo *Personal Capacitado	8	Ordinal	Nunca (1) A veces (2) Generalmente (3) Siempre (4)
Problema Específico 1 ¿En qué medida influye la fiabilidad del servicio en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito de Cusco, de una caja municipal, Cusco, 2021?	Objetivo específico 1. Determinar en qué medida influye la fiabilidad del servicio en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito de Cusco, de una caja municipal, Cusco, 2021	Hipótesis específico 1. La fiabilidad de servicio influye significativamente en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito del Cusco, de una Caja Municipal, Cusco, 2021	Capacidad de respuesta	*Atención Oportuna *Intervalo de Atención *Plataforma Confiable	7		
Problema Específico 2 ¿En qué medida influye la capacidad de respuesta en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del	Objetivo específico 2. Determinar en qué medida influye la capacidad de respuesta en el nivel de	Hipótesis específico 2. La capacidad de respuesta influye significativamente en el nivel de satisfacción de	Elementos tangibles e intangibles	*Asesores Asignados *Publicidad *Elementos de Soporte	7		
Variable(Y): Nivel de Satisfacción							

<p>distrito de Cusco, de una caja municipal, Cusco, 2021?</p> <p>Problema Especifico 3</p> <p>¿ En qué medida influye los elementos tangibles e intangibles en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito de Cusco, de una caja municipal, Cusco, 2021?</p>	<p>satisfacción de agentes corresponsales del distrito de Cusco, de una caja municipal, Cusco, 2021</p> <p>Objetivo específico 3.</p> <p>Determinar en qué medida influyen los elementos tangibles e intangibles en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito de Cusco, de una caja municipal, Cusco, 2021.</p>	<p>agentes corresponsales del distrito del Cusco, de una Caja Municipal, Cusco, 2021</p> <p>Hipótesis específico 3.</p> <p>Los elementos tangibles e intangibles influyen significativamente en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito del Cusco, de una Caja Municipal, Cusco, 2021</p>	<p>Dimensiones</p> <p>Escala de la satisfacción</p> <p>Expectativas</p> <p>Experiencia Percibida</p>	<p>Indicadores</p> <p>*Calificación de satisfacción</p> <p>*Quejas y reclamos</p> <p>*Eficiencia y eficacia</p> <p>*Funcionalidad</p> <p>*Incentivos</p> <p>*Percepción de la empresa</p> <p>*Percepción del producto</p> <p>*Continuidad con el producto</p>	<p>Ítems</p> <p>5</p> <p>9</p> <p>6</p>	<p>Escala y valores</p> <p>Ordinal</p>	<p>Niveles y rangos</p> <p>Nunca (1)</p> <p>A veces (2)</p> <p>Generalmente (3)</p> <p>Siempre (4)</p>
<p>TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</p>	<p>POBLACIÓN Y MUESTRA</p>	<p>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS</p>	<p>ESTADISTICA</p>				
<p>TIPO: Aplicado.</p> <p>DISEÑO: No experimental, transversal</p> <p>NIVEL: Causal</p> <p>MÉTODO: Hipotético, Deductivo</p>	<p>POBLACIÓN: 76 Agentes corresponsales del distrito de Cusco</p> <p>MUESTRA: 76 Agentes corresponsales del distrito de Cusco</p> <p>MUESTREO: No aplica muestreo por que la muestra es igual a la población. Población censal.</p>	<p>Variable X: La Calidad de servicio</p> <p>Variable Y: Nivel de Satisfacción</p> <p>TÉCNICAS: Encuesta</p> <p>INSTRUMENTOS: Cuestionario</p>	<p>DESCRIPTIVA: Se usarán tablas de frecuencias y gráficos estadísticos con gráfico de barras</p> <p>INFERENCIAL: Se usarán tabla de normalidad y datos no paramétricos con Chi Cuadrado y método ETA</p>				

Anexo 2 Matriz de Operalización de Variables

Variable: Calidad de Servicio

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición	
Calidad de servicio	Villa (2014) indica que la calidad de servicio es lograr satisfacer las necesidades del cliente con los servicios o productos que le ofrecemos, lo cual representa la verdadera ventaja competitiva que una empresa puede lograr de cara al cliente, ello complementado con aspectos de accesorios tales como la amabilidad, exactitud y puntualidad en el servicio prestado	En este variable se incluyen dimensiones que ayudan a comprender mejor de forma disgregada la calidad de servicio tales como fiabilidad de servicio, capacidad de respuesta y elementos tangibles e intangibles.	Fiabilidad del servicio	Amabilidad	1 al 3	Nunca = 1 A veces = 2 Generalmente = 3 Siempre = 4	
				Servicio Proactivo	4 al 6		
				Personal Capacitado	7 al 8		
			Capacidad de Respuesta	Atención Oportuna	9 al 11		
				Intervalo de Atención	12		
				Plataforma Confiable	13 al 15		
				Asesores Asignados	16 al 18		
				Elementos tangibles e intangibles	Publicidad		19 al 20
					Elementos de Soporte		21 al 22

Variable: Nivel de Satisfacción

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
Nivel de Satisfacción	Kotler y Armstrong (2008) indican que la satisfacción del cliente depende del servicio que este percibirá del producto en función a la expectativa que tendrá el consumidor.	En este variable se incluyen dimensiones que ayudan a comprender mejor de forma disgregada el nivel de satisfacción de los agentes corresponsales tales como escala de satisfacción, expectativas y experiencia percibida	Escala de Satisfacción	Calificación de satisfacción	1 al 3	Escala de Likert Nunca = 1 A veces = 2 Generalmente = 3 Siempre = 4
				Quejas y reclamos	4 al 5	
				Expectativas	Eficiencia y eficacia	
			Experiencia Percibida	Funcionalidad	10 al 13	
				Incentivos	14	
				Percepción de la empresa	15 al 17	
				Percepción del producto	18 al 19	
Continuidad con el producto	20					

Anexo 3 Cuestionario

Está dirigida a los agentes corresponsales del distrito de Cusco de una Caja Municipal, por ser la población objetiva de la presente investigación.

CUESTIONARIO

V1: Calidad de Servicio

INSTRUCCIONES: Lea atentamente los ítems y marque con una X la alternativa que más crea conveniente. Se totalmente sincero para así contribuir con esta investigación

OPCIONES DE RESPUESTA:

Escala de Likert

- Nunca = 1
- A veces = 2
- Generalmente = 3
- Siempre = 4

N°	V1: Calidad de Servicio	1	2	3	4
1	La Caja Municipal le brindó un trato amable al contratar el servicio de agente corresponsal.				
2	Es fácil contactarse con su asesor de la Caja Municipal.				
3	El trato de su asesor es cordial y amable.				
4	Recibe llamadas de su asesor para verificar el correcto funcionamiento del sistema POS.				
5	Su asesor visita su negocio.				
6	Le brindan capacitaciones del manejo del sistema POS.				
7	Considera seguro el sistema POS.				
8	Considera que el sistema POS funciona eficientemente.				
9	Obtiene atención oportuna cuando hay caídas del sistema POS.				
10	Recibe atención preferente cuando acude a la Caja Municipal.				
11	Los problemas del sistema POS se solucionan en el tiempo adecuado.				
12	Espera poco tiempo para recibir una respuesta de su asesor ante sus consultas.				
13	Su asesor le brinda atención eficiente ante sus problemas con el sistema POS.				
14	Su asesor resuelve sus inquietudes sin problema.				
15	La información que brinda su asesor es clara y comprensiva.				
16	Cuenta con un asesor asignado de parte de la Caja Municipal para ayudarlo en sus requerimientos				
17	Obtiene respuesta del asesor al momento que lo necesita				

18	El asesor esta presto a ayudarlo en sus requerimientos				
19	Recibe el material publicitario adecuado para el correcto funcionamiento de su agente corresponsal				
20	Realizan el cambio de material publicitario cuando usted lo requiere				
21	Se le brinda el material necesario para el funcionamiento de su agente corresponsal				
22	El POS es simple y fácil de usar				

V2: Nivel de Satisfacción de agentes corresponsales

INSTRUCCIONES: Lea atentamente los ítems y marque con una X la alternativa que más crea conveniente. Se totalmente sincero para así contribuir con esta investigación

OPCIONES DE RESPUESTA:

Escala de Likert

- Nunca = 1
- A veces = 2
- Generalmente = 3
- Siempre = 4

N°	V2: Nivel de Satisfacción de agentes corresponsales	1	2	3	4
1	Se siente satisfecho con la atención recibida de parte de la Caja Municipal.				
2	Se siente satisfecho con el funcionamiento del sistema POS.				
3	Se siente satisfecho siendo agente corresponsal de la Caja Municipal en general.				
4	Los reclamos respecto al funcionamiento del sistema POS son nulos.				
5	Las quejas respecto a la atención de su asesor son nulas.				
6	El sistema del POS funciona correctamente.				
7	El servicio de agente corresponsal cumple con sus expectativas.				
8	Está conforme con los tipos de operaciones que realiza como agente corresponsal.				
9	La atención brindada por su asesor es eficiente.				
10	Se siente satisfecho con la rapidez del sistema POS.				
11	Los pagos de créditos se procesan de forma rápida.				
12	Los retiros y depósitos se procesan de forma rápida.				
13	Los pagos de servicios de terceros se procesan de forma rápida.				
14	Considera que las comisiones que se pagan cubren sus expectativas.				

15	Considera que la Caja Municipal es una empresa confiable.				
16	Considera que la Caja Municipal le brinda una buena atención.				
17	Recomendaría a otras personas ser clientes de la Caja Municipal.				
18	Considera que ser agente corresponsal es una buena opción de negocio.				
19	Recomendaría a otras personas ser agente corresponsal				
20	Piensa continuar siendo agente corresponsal a largo plazo.				

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a): MG. ORTIZ GUILLÉN MIRTHA PATRICA

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo maestriza de la UCV, en la sede de Cusco, promoción 2021, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Maestro en Administración de Negocios-MBA.

El título del proyecto de investigación es: ***“Calidad de servicio y su influencia en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito de Cusco, de una caja municipal, Cusco, 2021.”*** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de administración y negocios.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de Operacionalización de las variables.
- Matriz de consistencia
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

John Scott Casafranca Bazan

D.N.I: 46653262

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la calidad del servicio y el nivel de satisfacción de los agentes corresponsales

V1: Calidad de Servicio

Nº1	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	DIMENSIÓN 1: Fiabilidad del Servicio													
1	La Caja Municipal le brindó un trato amable al contratar el servicio de agente corresponsal.				X				X				X	
2	Es fácil contactarse con su asesor de la Caja Municipal.				X				X				X	
3	El trato de su asesor es cordial y amable.				X				X				X	
4	Recibe llamadas de su asesor para verificar el correcto funcionamiento del sistema POS.				X				X				X	
5	Su asesor visita su negocio.				X				X				X	
6	Le brindan capacitaciones del manejo del sistema POS.				X				X				X	
7	Considera seguro el sistema POS.				X				X				X	
8	Considera que el sistema POS funciona eficientemente.				X				X				X	
	DIMENSIÓN 2: Capacidad de Respuesta				X				X				X	
9	Obtiene atención oportuna cuando hay caídas del sistema POS.				X				X				X	
10	Recibe atención preferente cuando acude a la Caja Municipal.				X				X				X	
11	Los problemas del sistema POS se solucionan en el tiempo adecuado.				X				X				X	
12	Espera poco tiempo para recibir una respuesta de su asesor ante sus consultas.				X				X				X	
13	Su asesor le brinda atención eficiente ante sus problemas con el sistema POS.				X				X				X	
14	Su asesor resuelve sus inquietudes sin problema.				X				X				X	
15	La información que brinda su asesor es clara y comprensiva.				X				X				X	
	DIMENSIÓN 3: Elementos tangibles e intangibles				X				X				X	

16	Cuenta con un asesor asignado de parte de la Caja Municipal para ayudarlo en sus requerimientos				X				X				X	
17	Obtiene respuesta del asesor al momento que lo necesita				X				X				X	
18	El asesor esta presto a ayudarlo en sus requerimientos				X				X				X	
19	Recibe el material publicitario adecuado para el correcto funcionamiento de su agente corresponsal				X				X				X	
20	Realizan el cambio de material publicitario cuando usted lo requiere				X				X				X	
21	Se le brinda el material necesario para el funcionamiento de su agente corresponsal				X				X				X	
22	El POS es simple y fácil de usar				X				X				X	

V2: Nivel de Satisfacción de agentes corresponsales

Nº1	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	DIMENSIÓN 1: Escala de Satisfacción													
1	Se siente satisfecho con la atención recibida de parte de la Caja Municipal.				X				X				X	
2	Se siente satisfecho con el funcionamiento del sistema POS.				X				X				X	
3	Se siente satisfecho siendo agente corresponsal de la Caja Municipal en general.				X				X				X	
4	Los reclamos respecto al funcionamiento del sistema POS son nulos.				X				X				X	
5	Las quejas respecto a la atención de su asesor son nulas.				X				X				X	
	DIMENSIÓN 2: Expectativas				X				X				X	
6	El sistema del POS funciona correctamente.				X				X				X	
7	El servicio de agente corresponsal cumple con sus expectativas.				X				X				X	
8	Está conforme con los tipos de operaciones que realiza como agente corresponsal.				X				X				X	
9	La atención brindada por su asesor es eficiente.				X				X				X	

10	Se siente satisfecho con la rapidez del sistema POS.				X				X				X
11	Los pagos de créditos se procesan de forma rápida.				X				X				X
12	Los retiros y depósitos se procesan de forma rápida.				X				X				X
13	Los pagos de servicios de terceros se procesan de forma rápida.				X				X				X
14	Considera que las comisiones que se pagan cubren sus expectativas.				X				X				X
	DIMENSIÓN 3: Experiencia percibida				X				X				X
15	Considera que la Caja Municipal es una empresa confiable.				X				X				X
16	Considera que la Caja Municipal le brinda una buena atención.				X				X				X
17	Recomendaría a otras personas ser clientes de la Caja Municipal.				X				X				X
18	Considera que ser agente corresponsal es una buena opción de negocio.				X				X				X
19	Recomendaría a otras personas ser agente corresponsal				X				X				X
20	Piensa continuar siendo agente corresponsal a largo plazo.				X				X				X

Observaciones:

NINGUNA

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador Mg:Ortiz Guillén Mirtha Patricia DNI: 09967490

Especialidad del validador: Gestión empresarial y finanzas



17 de octubre del 2021

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** 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

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a): MG. CASAFRANCA BAZAN ELOY JOHAN

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo maestriza de la UCV, en la sede de Cusco, promoción 2021, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Maestro en Administración de Negocios-MBA.

El título del proyecto de investigación es: ***“Calidad de servicio y su influencia en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito de Cusco, de una caja municipal, Cusco, 2021.”*** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de administración y negocios.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de Operacionalización de las variables.
- Matriz de consistencia
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

John Scott Casafranca Bazan

D.N.I: 46653262

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la calidad del servicio y el nivel de satisfacción de los agentes corresponsales

V1: Calidad de Servicio

Nº1	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	DIMENSIÓN 1: Fiabilidad del Servicio													
1	La Caja Municipal le brindó un trato amable al contratar el servicio de agente corresponsal.				X				X				X	
2	Es fácil contactarse con su asesor de la Caja Municipal.				X				X				X	
3	El trato de su asesor es cordial y amable.				X				X				X	
4	Recibe llamadas de su asesor para verificar el correcto funcionamiento del sistema POS.				X				X				X	
5	Su asesor visita su negocio.				X				X				X	
6	Le brindan capacitaciones del manejo del sistema POS.				X				X				X	
7	Considera seguro el sistema POS.				X				X				X	
8	Considera que el sistema POS funciona eficientemente.				X				X				X	
	DIMENSIÓN 2: Capacidad de Respuesta				X				X				X	
9	Obtiene atención oportuna cuando hay caídas del sistema POS.				X				X				X	
10	Recibe atención preferente cuando acude a la Caja Municipal.				X				X				X	
11	Los problemas del sistema POS se solucionan en el tiempo adecuado.				X				X				X	
12	Espera poco tiempo para recibir una respuesta de su asesor ante sus consultas.				X				X				X	
13	Su asesor le brinda atención eficiente ante sus problemas con el sistema POS.				X				X				X	
14	Su asesor resuelve sus inquietudes sin problema.				X				X				X	
15	La información que brinda su asesor es clara y comprensiva.				X				X				X	
	DIMENSIÓN 3: Elementos tangibles e intangibles				X				X				X	

16	Cuenta con un asesor asignado de parte de la Caja Municipal para ayudarlo en sus requerimientos				X				X				X
17	Obtiene respuesta del asesor al momento que lo necesita				X				X				X
18	El asesor esta presto a ayudarlo en sus requerimientos				X				X				X
19	Recibe el material publicitario adecuado para el correcto funcionamiento de su agente corresponsal				X				X				X
20	Realizan el cambio de material publicitario cuando usted lo requiere				X				X				X
21	Se le brinda el material necesario para el funcionamiento de su agente corresponsal				X				X				X
22	El POS es simple y fácil de usar				X				X				X

V2: Nivel de Satisfacción de agentes corresponsales

Nº1	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	DIMENSIÓN 1: Escala de Satisfacción													
1	Se siente satisfecho con la atención recibida de parte de la Caja Municipal.				X				X				X	
2	Se siente satisfecho con el funcionamiento del sistema POS.				X				X				X	
3	Se siente satisfecho siendo agente corresponsal de la Caja Municipal en general.				X				X				X	
4	Los reclamos respecto al funcionamiento del sistema POS son nulos.				X				X				X	
5	Las quejas respecto a la atención de su asesor son nulas.				X				X				X	
	DIMENSIÓN 2: Expectativas				X				X				X	
6	El sistema del POS funciona correctamente.				X				X				X	
7	El servicio de agente corresponsal cumple con sus expectativas.				X				X				X	
8	Está conforme con los tipos de operaciones que realiza como agente corresponsal.				X				X				X	
9	La atención brindada por su asesor es eficiente.				X				X				X	

10	Se siente satisfecho con la rapidez del sistema POS.				X				X				X
11	Los pagos de créditos se procesan de forma rápida.				X				X				X
12	Los retiros y depósitos se procesan de forma rápida.				X				X				X
13	Los pagos de servicios de terceros se procesan de forma rápida.				X				X				X
14	Considera que las comisiones que se pagan cubren sus expectativas.				X				X				X
	DIMENSIÓN 3: Experiencia percibida				X				X				X
15	Considera que la Caja Municipal es una empresa confiable.				X				X				X
16	Considera que la Caja Municipal le brinda una buena atención.				X				X				X
17	Recomendaría a otras personas ser clientes de la Caja Municipal.				X				X				X
18	Considera que ser agente corresponsal es una buena opción de negocio.				X				X				X
19	Recomendaría a otras personas ser agente corresponsal				X				X				X
20	Piensa continuar siendo agente corresponsal a largo plazo.				X				X				X

Observaciones:

NINGUNA

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador Mg: Casafranca Bazan Eloy Johan DNI: 45671937

Especialidad del validador: MAESTRO EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS – MBA



2 de noviembre del 2021

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** 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

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a): MG. MINAYA CUBA MANUEL

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo maestriza de la UCV, en la sede de Cusco, promoción 2021, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Maestro en Administración de Negocios-MBA.

El título del proyecto de investigación es: ***“Calidad de servicio y su influencia en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito de Cusco, de una caja municipal, Cusco, 2021.”*** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de administración y negocios.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de Operacionalización de las variables.
- Matriz de consistencia
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

John Scott Casafranca Bazan

D.N.I: 46653262

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la calidad del servicio y el nivel de satisfacción de los agentes corresponsales

V1: Calidad de Servicio

Nº1	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	DIMENSIÓN 1: Fiabilidad del Servicio													
1	La Caja Municipal le brindó un trato amable al contratar el servicio de agente corresponsal.				X				X				X	
2	Es fácil contactarse con su asesor de la Caja Municipal.				X				X				X	
3	El trato de su asesor es cordial y amable.				X				X				X	
4	Recibe llamadas de su asesor para verificar el correcto funcionamiento del sistema POS.				X				X				X	
5	Su asesor visita su negocio.				X				X				X	
6	Le brindan capacitaciones del manejo del sistema POS.				X				X				X	
7	Considera seguro el sistema POS.				X				X				X	
8	Considera que el sistema POS funciona eficientemente.				X				X				X	
	DIMENSIÓN 2: Capacidad de Respuesta				X				X				X	
9	Obtiene atención oportuna cuando hay caídas del sistema POS.				X				X				X	
10	Recibe atención preferente cuando acude a la Caja Municipal.				X				X				X	
11	Los problemas del sistema POS se solucionan en el tiempo adecuado.				X				X				X	
12	Espera poco tiempo para recibir una respuesta de su asesor ante sus consultas.				X				X				X	
13	Su asesor le brinda atención eficiente ante sus problemas con el sistema POS.				X				X				X	
14	Su asesor resuelve sus inquietudes sin problema.				X				X				X	
15	La información que brinda su asesor es clara y comprensiva.				X				X				X	
	DIMENSIÓN 3: Elementos tangibles e intangibles				X				X				X	
16	Cuenta con un asesor asignado de parte de la Caja Municipal para ayudarle en sus requerimientos				X				X				X	
17	Obtiene respuesta del asesor al momento que lo necesita				X				X				X	

18	El asesor esta presto a ayudarlo en sus requerimientos				X				X				X
19	Recibe el material publicitario adecuado para el correcto funcionamiento de su agente corresponsal				X				X				X
20	Realizan el cambio de material publicitario cuando usted lo requiere				X				X				X
21	Se le brinda el material necesario para el funcionamiento de su agente corresponsal				X				X				X
22	El POS es simple y fácil de usar				X				X				X

V2: Nivel de Satisfacción de agentes corresponsales

Nº1	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	DIMENSIÓN 1: Escala de Satisfacción													
1	Se siente satisfecho con la atención recibida de parte de la Caja Municipal.				X				X				X	
2	Se siente satisfecho con el funcionamiento del sistema POS.				X				X				X	
3	Se siente satisfecho siendo agente corresponsal de la Caja Municipal en general.				X				X				X	
4	Los reclamos respecto al funcionamiento del sistema POS son nulos.				X				X				X	
5	Las quejas respecto a la atención de su asesor son nulas.				X				X				X	
	DIMENSIÓN 2: Expectativas				X				X				X	
6	El sistema del POS funciona correctamente.				X				X				X	
7	El servicio de agente corresponsal cumple con sus expectativas.				X				X				X	
8	Está conforme con los tipos de operaciones que realiza como agente corresponsal.				X				X				X	
9	La atención brindada por su asesor es eficiente.				X				X				X	
10	Se siente satisfecho con la rapidez del sistema POS.				X				X				X	
11	Los pagos de créditos se procesan de forma rápida.				X				X				X	
12	Los retiros y depósitos se procesan de forma rápida.				X				X				X	
13	Los pagos de servicios de terceros se procesan de forma rápida.				X				X				X	

14	Considera que las comisiones que se pagan cubren sus expectativas.				X				X				X
DIMENSIÓN 3: Experiencia percibida					X				X				X
15	Considera que la Caja Municipal es una empresa confiable.				X				X				X
16	Considera que la Caja Municipal le brinda una buena atención.				X				X				X
17	Recomendaría a otras personas ser clientes de la Caja Municipal.				X				X				X
18	Considera que ser agente corresponsal es una buena opción de negocio.				X				X				X
19	Recomendaría a otras personas ser agente corresponsal				X				X				X
20	Piensa continuar siendo agente corresponsal a largo plazo.				X				X				X

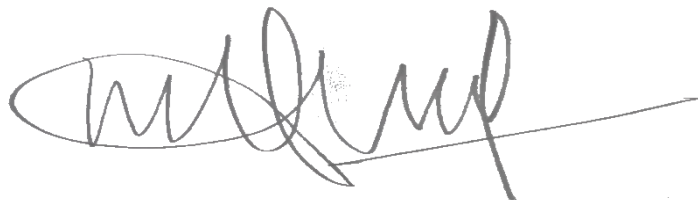
Ninguna

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador Mg: MANUEL MINAYA CUBA DNI: 07040073

Especialidad del validador: MAESTRO EN COSTOS Y PRESUPUESTOS



08 de Octubre del 2021

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** 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

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a): MG. LIZ ANGHELA VALENCIA ESCALANTE
Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo maestriza de la UCV, en la sede de Cusco, promoción 2021, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Maestro en Administración de Negocios-MBA.

El título del proyecto de investigación es: ***“Calidad de servicio y su influencia en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito de Cusco, de una caja municipal, Cusco, 2021.”*** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de administración y negocios.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de Operacionalización de las variables.
- Matriz de consistencia
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

John Scott Casafranca Bazan

D.N.I: 46653262

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la calidad del servicio y el nivel de satisfacción de los agentes corresponsales

V1: Calidad de Servicio

Nº1	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	DIMENSIÓN 1: Fiabilidad del Servicio													
1	La Caja Municipal le brindó un trato amable al contratar el servicio de agente corresponsal.				X				X				X	
2	Es fácil contactarse con su asesor de la Caja Municipal.				X				X				X	
3	El trato de su asesor es cordial y amable.				X				X				X	
4	Recibe llamadas de su asesor para verificar el correcto funcionamiento del sistema POS.				X				X				X	
5	Su asesor visita su negocio.				X				X				X	
6	Le brindan capacitaciones del manejo del sistema POS.				X				X				X	
7	Considera seguro el sistema POS.				X				X				X	
8	Considera que el sistema POS funciona eficientemente.				X				X				X	
	DIMENSIÓN 2: Capacidad de Respuesta				X				X				X	
9	Obtiene atención oportuna cuando hay caídas del sistema POS.				X				X				X	
10	Recibe atención preferente cuando acude a la Caja Municipal.				X				X				X	
11	Los problemas del sistema POS se solucionan en el tiempo adecuado.				X				X				X	
12	Espera poco tiempo para recibir una respuesta de su asesor ante sus consultas.				X				X				X	
13	Su asesor le brinda atención eficiente ante sus problemas con el sistema POS.				X				X				X	
14	Su asesor resuelve sus inquietudes sin problema.				X				X				X	
15	La información que brinda su asesor es clara y comprensiva.				X				X				X	
	DIMENSIÓN 3: Elementos tangibles e intangibles				X				X				X	

16	Cuenta con un asesor asignado de parte de la Caja Municipal para ayudarlo en sus requerimientos				X				X				X	
17	Obtiene respuesta del asesor al momento que lo necesita				X				X				X	
18	El asesor esta presto a ayudarlo en sus requerimientos				X				X				X	
19	Recibe el material publicitario adecuado para el correcto funcionamiento de su agente corresponsal				X				X				X	
20	Realizan el cambio de material publicitario cuando usted lo requiere				X				X				X	
21	Se le brinda el material necesario para el funcionamiento de su agente corresponsal				X				X				X	
22	El POS es simple y fácil de usar				X				X				X	

V2: Nivel de Satisfacción de agentes corresponsales

Nº1	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	DIMENSIÓN 1: Escala de Satisfacción													
1	Se siente satisfecho con la atención recibida de parte de la Caja Municipal.				X				X				X	
2	Se siente satisfecho con el funcionamiento del sistema POS.				X				X				X	
3	Se siente satisfecho siendo agente corresponsal de la Caja Municipal en general.				X				X				X	
4	Los reclamos respecto al funcionamiento del sistema POS son nulos.				X				X				X	
5	Las quejas respecto a la atención de su asesor son nulas.				X				X				X	
	DIMENSIÓN 2: Expectativas				X				X				X	
6	El sistema del POS funciona correctamente.				X				X				X	
7	El servicio de agente corresponsal cumple con sus expectativas.				X				X				X	
8	Está conforme con los tipos de operaciones que realiza como agente corresponsal.				X				X				X	
9	La atención brindada por su asesor es eficiente.				X				X				X	

10	Se siente satisfecho con la rapidez del sistema POS.				X				X				X
11	Los pagos de créditos se procesan de forma rápida.				X				X				X
12	Los retiros y depósitos se procesan de forma rápida.				X				X				X
13	Los pagos de servicios de terceros se procesan de forma rápida.				X				X				X
14	Considera que las comisiones que se pagan cubren sus expectativas.				X				X				X
	DIMENSIÓN 3: Experiencia percibida				X				X				X
15	Considera que la Caja Municipal es una empresa confiable.				X				X				X
16	Considera que la Caja Municipal le brinda una buena atención.				X				X				X
17	Recomendaría a otras personas ser clientes de la Caja Municipal.				X				X				X
18	Considera que ser agente corresponsal es una buena opción de negocio.				X				X				X
19	Recomendaría a otras personas ser agente corresponsal				X				X				X
20	Piensa continuar siendo agente corresponsal a largo plazo.				X				X				X

Observaciones: _____ **Ninguna** _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador Mg: Liz Anghela Valencia Escalante DNI: 43443872

Especialidad del validador: MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA



16 de octubre del 2021

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** 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

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a): MG. AMBAR BAZAN JULIO

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo maestriza de la UCV, en la sede de Cusco, promoción 2021, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título profesional de Maestro en Administración de Negocios-MBA.

El título del proyecto de investigación es: ***“Calidad de servicio y su influencia en el nivel de satisfacción de agentes corresponsales del distrito de Cusco, de una caja municipal, Cusco, 2021.”*** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de administración y negocios.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de Operacionalización de las variables.
- Matriz de consistencia
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

John Scott Casafranca Bazan

D.N.I: 46653262

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la calidad del servicio y el nivel de satisfacción de los agentes corresponsales

V1: Calidad de Servicio

Nº1	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	DIMENSIÓN 1: Fiabilidad del Servicio													
1	La Caja Municipal le brindó un trato amable al contratar el servicio de agente corresponsal.				X				X				X	
2	Es fácil contactarse con su asesor de la Caja Municipal.				X				X				X	
3	El trato de su asesor es cordial y amable.				X				X				X	
4	Recibe llamadas de su asesor para verificar el correcto funcionamiento del sistema POS.				X				X				X	
5	Su asesor visita su negocio.				X				X				X	
6	Le brindan capacitaciones del manejo del sistema POS.				X				X				X	
7	Considera seguro el sistema POS.				X				X				X	
8	Considera que el sistema POS funciona eficientemente.				X				X				X	
	DIMENSIÓN 2: Capacidad de Respuesta				X				X				X	
9	Obtiene atención oportuna cuando hay caídas del sistema POS.				X				X				X	
10	Recibe atención preferente cuando acude a la Caja Municipal.				X				X				X	
11	Los problemas del sistema POS se solucionan en el tiempo adecuado.				X				X				X	
12	Espera poco tiempo para recibir una respuesta de su asesor ante sus consultas.				X				X				X	
13	Su asesor le brinda atención eficiente ante sus problemas con el sistema POS.				X				X				X	
14	Su asesor resuelve sus inquietudes sin problema.				X				X				X	
15	La información que brinda su asesor es clara y comprensiva.				X				X				X	
	DIMENSIÓN 3: Elementos tangibles e intangibles				X				X				X	

16	Cuenta con un asesor asignado de parte de la Caja Municipal para ayudarlo en sus requerimientos				X				X				X	
17	Obtiene respuesta del asesor al momento que lo necesita				X				X				X	
18	El asesor esta presto a ayudarlo en sus requerimientos				X				X				X	
19	Recibe el material publicitario adecuado para el correcto funcionamiento de su agente corresponsal				X				X				X	
20	Realizan el cambio de material publicitario cuando usted lo requiere				X				X				X	
21	Se le brinda el material necesario para el funcionamiento de su agente corresponsal				X				X				X	
22	El POS es simple y fácil de usar				X				X				X	

V2: Nivel de Satisfacción de agentes corresponsales

Nº1	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	DIMENSIÓN 1: Escala de Satisfacción													
1	Se siente satisfecho con la atención recibida de parte de la Caja Municipal.				X				X				X	
2	Se siente satisfecho con el funcionamiento del sistema POS.				X				X				X	
3	Se siente satisfecho siendo agente corresponsal de la Caja Municipal en general.				X				X				X	
4	Los reclamos respecto al funcionamiento del sistema POS son nulos.				X				X				X	
5	Las quejas respecto a la atención de su asesor son nulas.				X				X				X	
	DIMENSIÓN 2: Expectativas				X				X				X	
6	El sistema del POS funciona correctamente.				X				X				X	
7	El servicio de agente corresponsal cumple con sus expectativas.				X				X				X	
8	Está conforme con los tipos de operaciones que realiza como agente corresponsal.				X				X				X	
9	La atención brindada por su asesor es eficiente.				X				X				X	

10	Se siente satisfecho con la rapidez del sistema POS.				X				X				X
11	Los pagos de créditos se procesan de forma rápida.				X				X				X
12	Los retiros y depósitos se procesan de forma rápida.				X				X				X
13	Los pagos de servicios de terceros se procesan de forma rápida.				X				X				X
14	Considera que las comisiones que se pagan cubren sus expectativas.				X				X				X
	DIMENSIÓN 3: Experiencia percibida				X				X				X
15	Considera que la Caja Municipal es una empresa confiable.				X				X				X
16	Considera que la Caja Municipal le brinda una buena atención.				X				X				X
17	Recomendaría a otras personas ser clientes de la Caja Municipal.				X				X				X
18	Considera que ser agente corresponsal es una buena opción de negocio.				X				X				X
19	Recomendaría a otras personas ser agente corresponsal				X				X				X
20	Piensa continuar siendo agente corresponsal a largo plazo.				X				X				X

Observaciones:

NINGUNA

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador Mg: Bazan Ambar Julio Cesar DNI: 71341785



Especialidad del validador: MAESTRO EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS – MBA

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** 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

17 de octubre del 2021

Anexo 5 Varianza Total Explicada

Variable Calidad de Servicio

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado			Sumas de rotación de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	9,925	45,115	45,115	9,925	45,115	45,115	7,655	34,793	34,793
2	2,422	11,011	56,126	2,422	11,011	56,126	3,890	17,681	52,475
3	1,955	8,887	65,013	1,955	8,887	65,013	2,758	12,538	65,013

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Variable Nivel de Satisfacción

	Autovalores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado			Sumas de rotación de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	9,478	47,390	47,390	9,478	47,390	47,390	4,676	23,380	23,380
2	2,037	10,184	57,574	2,037	10,184	57,574	4,432	22,161	45,540
3	1,525	7,626	65,200	1,525	7,626	65,200	3,932	19,659	65,200

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Anexo 6 Matriz de Componente Rotado

Variable Calidad de servicio

Matriz de componente rotado^a

	Componente		
	1	2	3
La Caja Municipal le brindó un trato amable al contratar el servicio de agente corresponsal.	,579	,272	,430

Es fácil contactarse con su asesor de la Caja Municipal.	,780	,301	,362
El trato de su asesor es cordial y amable.	,723	,224	,393
Recibe llamadas de su asesor para verificar el correcto funcionamiento del sistema POS.	,756	,324	-,050
Su asesor visita su negocio.	,705	,239	-,003
Le brindan capacitaciones del manejo del sistema POS.	,739	,270	,039
Considera seguro el sistema POS.	,695	,110	,040
Considera que el sistema POS funciona eficientemente.	,780	-,058	,116
Obtiene atención oportuna cuando hay caídas del sistema POS.	,661	,239	,265
Recibe atención preferente cuando acude a la Caja Municipal.	,393	,355	,514
Los problemas del sistema POS se solucionan en el tiempo adecuado.	,768	,239	,004
Espera poco tiempo para recibir una respuesta de su asesor ante sus consultas.	,782	,326	-,060
Su asesor le brinda atención eficiente ante sus problemas con el sistema POS.	,770	,322	-,121

Su asesor resuelve sus inquietudes sin problema.	,757	,139	,254
La información que brinda su asesor es clara y comprensiva.	,321	,734	-,185
Cuenta con un asesor asignado de parte de la Caja Municipal para ayudarle en sus requerimientos	,315	-,030	,498
Obtiene respuesta del asesor al momento que lo necesita	,429	,579	,076
El asesor esta presto a ayudarlo en sus requerimientos	,279	,729	,212
Recibe el material publicitario adecuado para el correcto funcionamiento de su agente corresponsal	,096	,914	,239
Realizan el cambio de material publicitario cuando usted lo requiere	,183	,834	,137
Se le brinda el material necesario para el funcionamiento de su agente corresponsal	-,042	,117	,853
El POS es simple y fácil de usar	-,123	,068	,845

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.

a. La rotación ha convergido en 5 iteraciones.

Variable Nivel de satisfacción
Matriz de componente rotado^a

	Componente		
	1	2	3
Se siente satisfecho con la atención recibida de parte de la Caja Municipal.	,302	,023	,708
Se siente satisfecho con el funcionamiento del sistema POS.	,280	,172	,847
Se siente satisfecho siendo agente corresponsal de la Caja Municipal en general.	,411	,163	,635
Los reclamos respecto al funcionamiento del sistema POS son nulos.	-,011	,331	,774
Las quejas respecto a la atención de su asesor son nulas.	-,182	,601	,598
El sistema del POS funciona correctamente.	,375	,407	,278
El servicio de agente corresponsal cumple con sus expectativas.	,669	,463	,214
Está conforme con los tipos de operaciones que realiza como agente corresponsal.	,696	,335	-,350
La atención brindada por su asesor es eficiente.	,475	,602	,195
Se siente satisfecho con la rapidez del sistema POS.	,529	,545	,215
Los pagos de créditos se procesan de forma rápida.	,198	,788	,084

Los retiros y depósitos se procesan de forma rápida.	,097	,838	,096
Los pagos de servicios de terceros se procesan de forma rápida.	,638	,297	,224
Considera que las comisiones que se pagan cubren sus expectativas.	,584	-,170	,150
Considera que la Caja Municipal es una empresa confiable.	,729	,208	,180
Considera que la Caja Municipal le brinda una buena atención.	,664	,278	,403
Recomendaría a otras personas ser clientes de la Caja Municipal.	,395	,607	,411
Considera que ser agente corresponsal es una buena opción de negocio.	,691	,389	,331
Recomendaría a otras personas ser agente corresponsal	,424	,594	,465
Piensa continuar siendo agente corresponsal a largo plazo.	,380	,564	,493

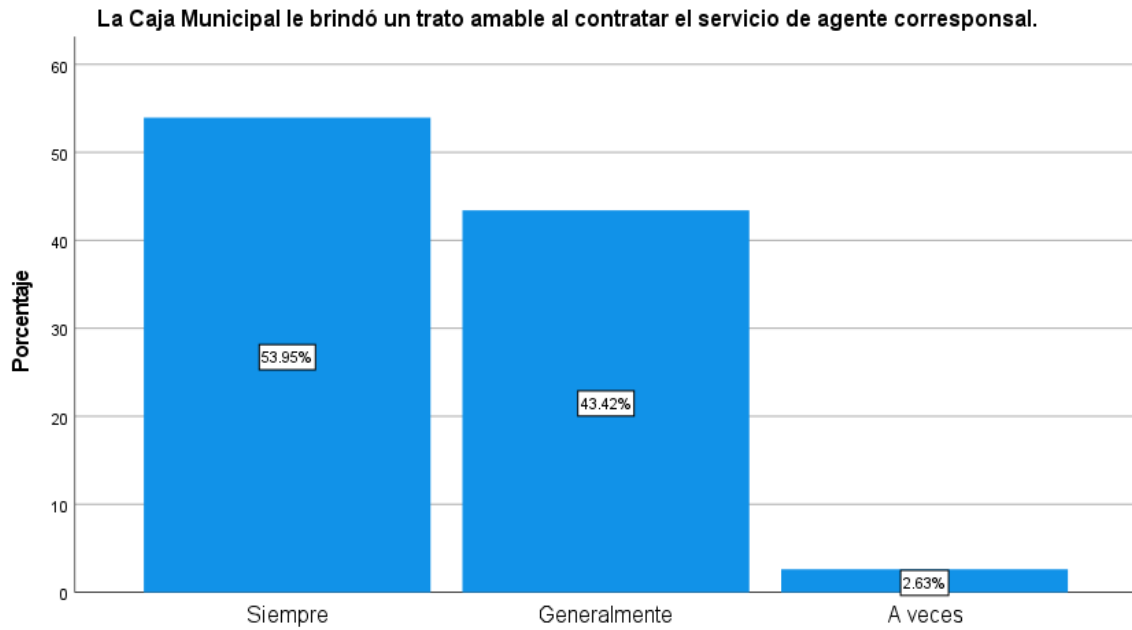
Método de extracción: análisis de componentes principales.

Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.

a. La rotación ha convergido en 8 iteraciones.

Anexo 7 Análisis de las Figuras de los Indicadores de la investigación

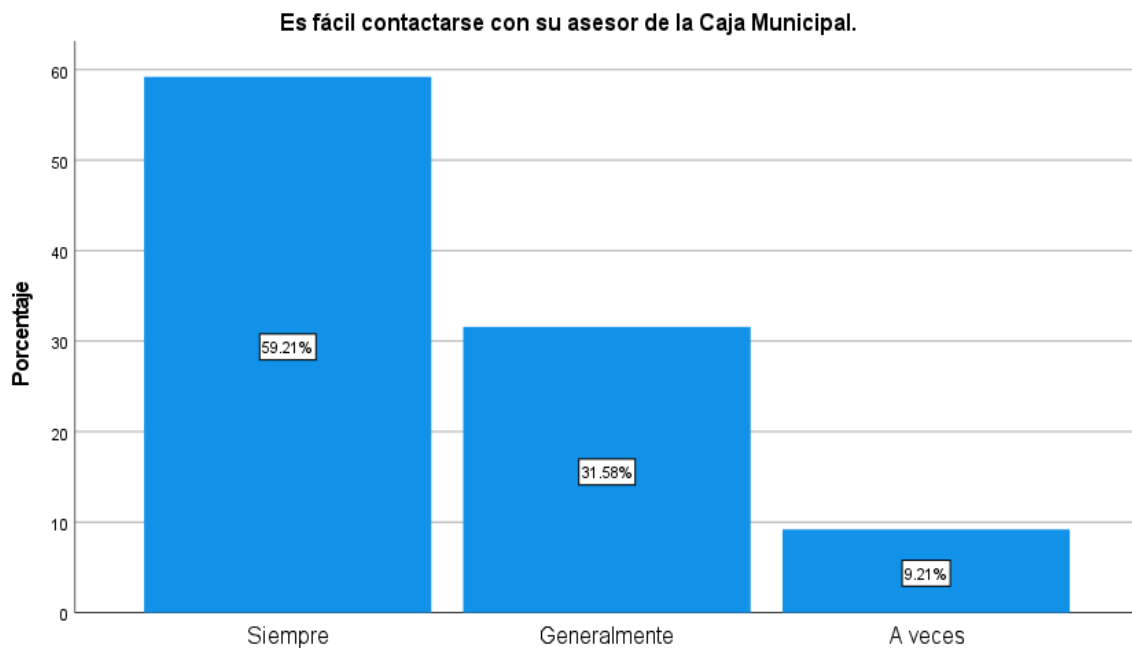
Figura 1



Interpretación

La figura 1 muestra que el 97,37% (53.95% + 43.42%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 2.63% que aprecia que la Caja Municipal no le brindó un trato cordial al contratar el servicio.

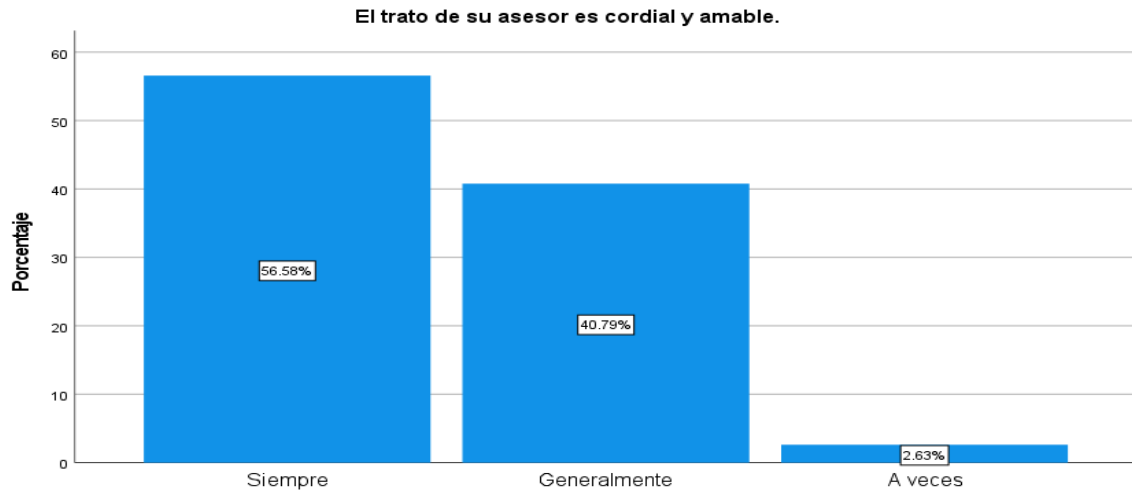
Figura 2



Interpretación

La figura 2 muestra que el 90.79% (59,21% + 31.58%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 9.21% que aprecia que contactarse con su asesor de la Caja Municipal es muy complicado.

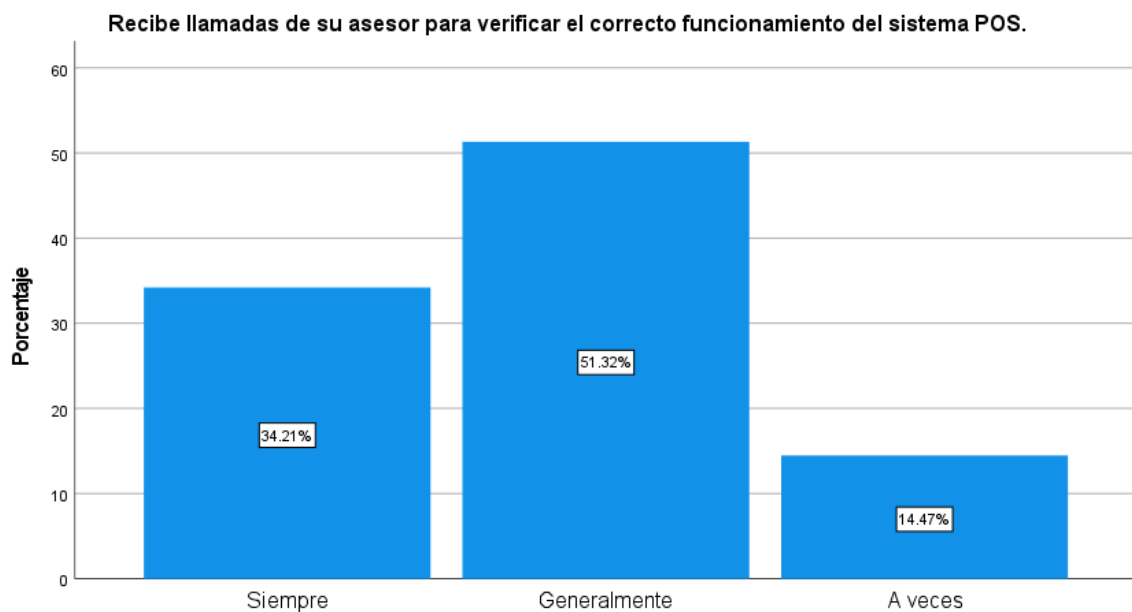
Figura 3



Interpretación

La figura 3 muestra que el 97.37% (56.58% + 40.79%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 2.63% que aprecia que el trato recibido por su asesor no es cordial y ni amable.

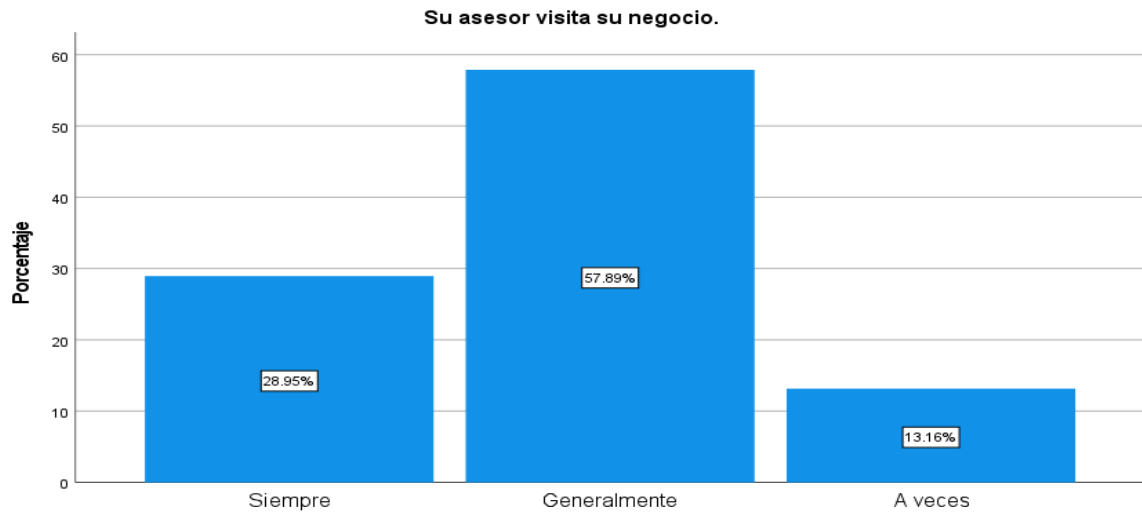
Figura 4



Interpretación

La figura 4 muestra que el 85.53% (34,21% + 51.32%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 14.47% que menciona que les llaman para verificar el correcto funcionamiento de su sistema POS.

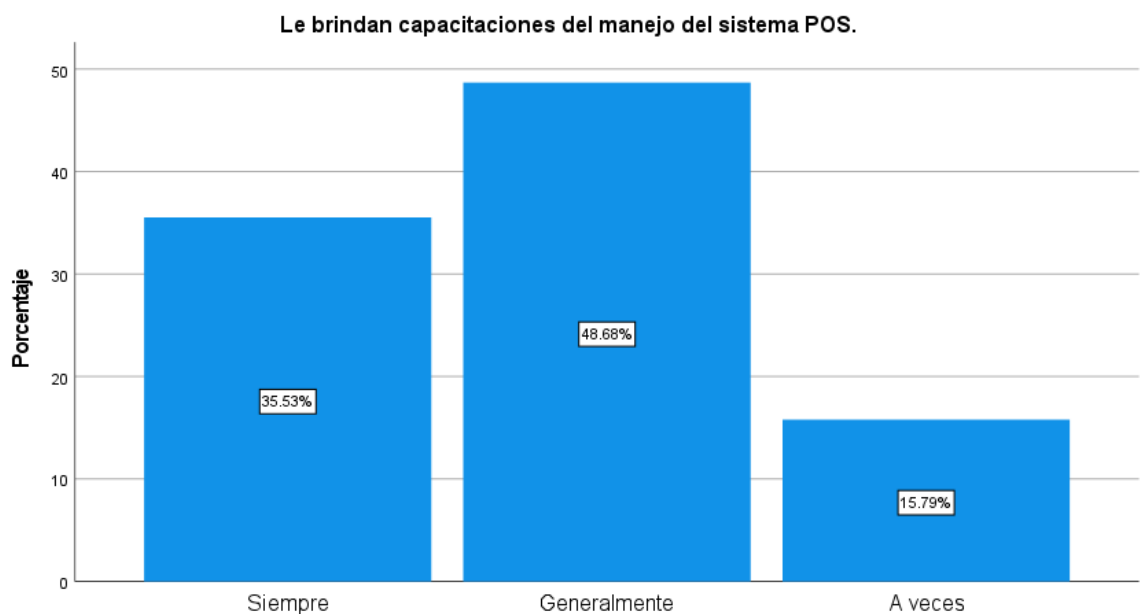
Figura 5



Interpretación

La figura 5 muestra que el 86.84% (28.95% + 57.89%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 13.16% que menciona que su asesor no visita su negocio.

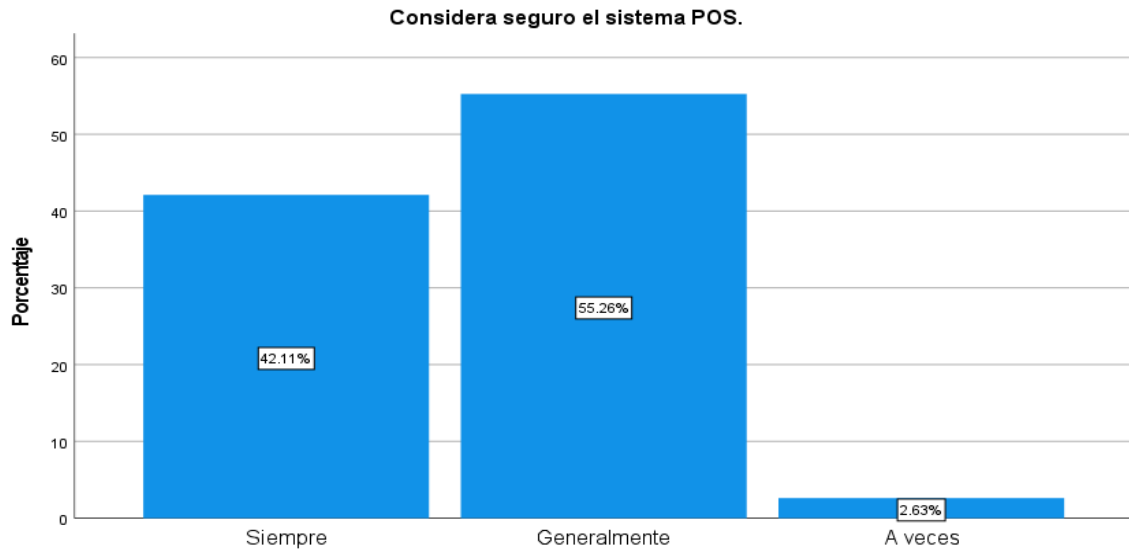
Figura 6



Interpretación

La figura 6 muestra que el 84.21% (35.53% + 48.68%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 15.79% que menciona que no reciben capacitaciones del manejo del sistema POS.

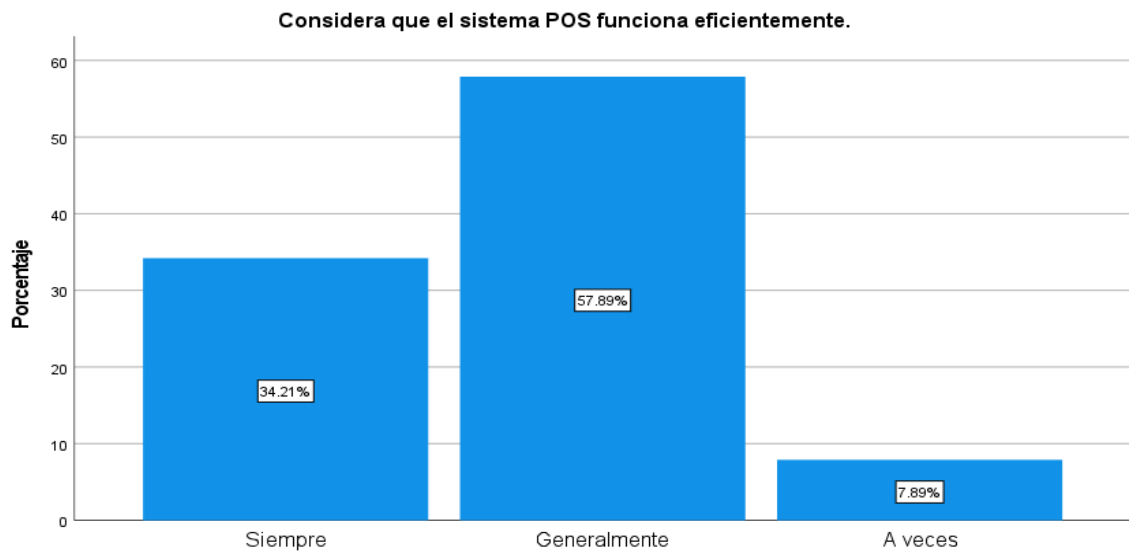
Figura 7



Interpretación

La figura 7 muestra que el 97.37% (42.11% + 55.26%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 2.63% que menciona que el sistema POS no es confiable.

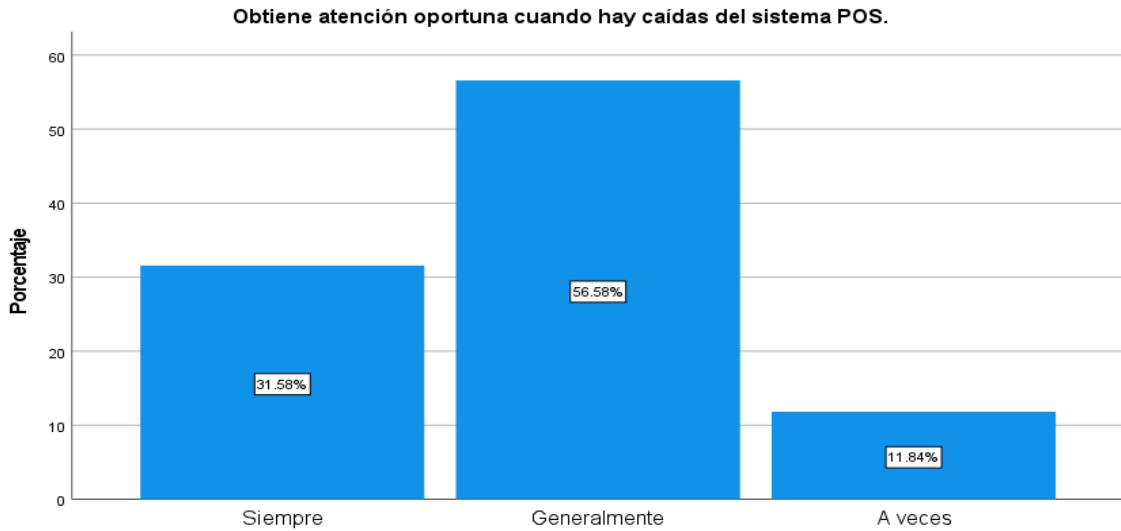
Figura 8



Interpretación

La figura 8 muestra que el 92.10% (34.21% + 57,89%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 7.89% que menciona que el sistema POS funciona deficientemente.

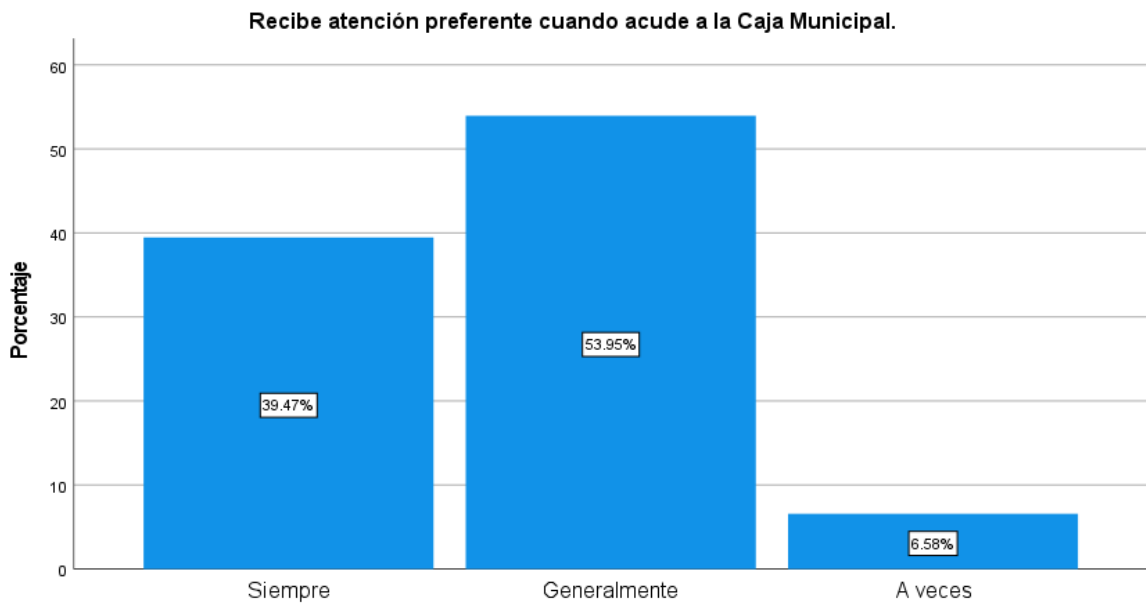
Figura 9



Interpretación

La figura 9 muestra que el 90.16% (31.58% + 56.58%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 11.84% que mencionan que no obtienen atención oportuna cuando se cae en sistema POS.

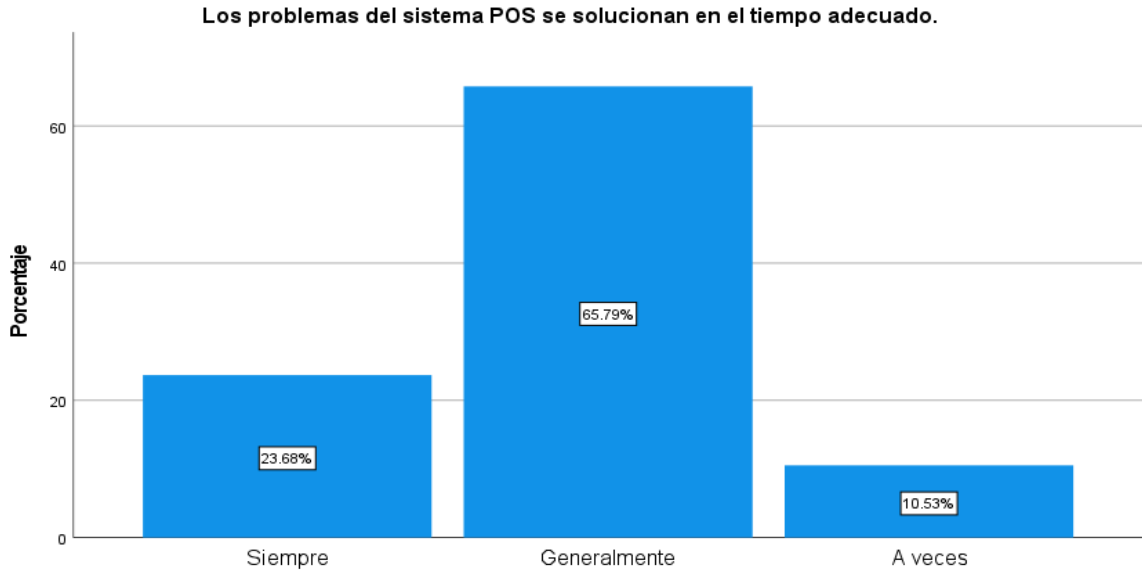
Figura 10



Interpretación

La figura 10 muestra que el 93.42% (39.47% + 53.95%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 6.58% que mencionan que no reciben atención preferente cuando acuden a la Caja Municipal.

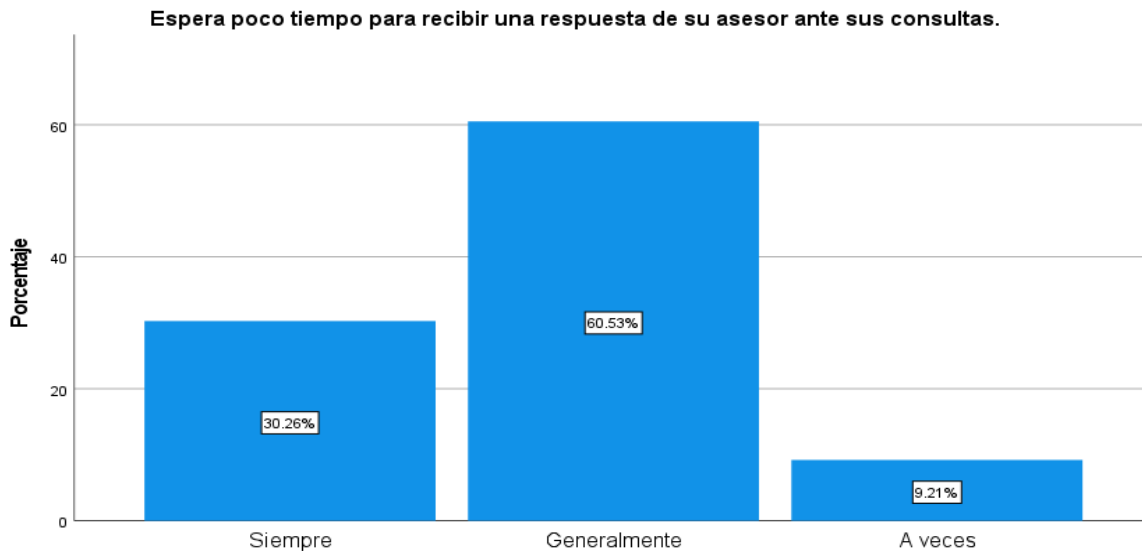
Figura 11



Interpretación

La figura 11 muestra que el 89.47% (23.68% + 65.79%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 10.53% que mencionan que los problemas del sistema POS no se solucionan en el tiempo adecuado.

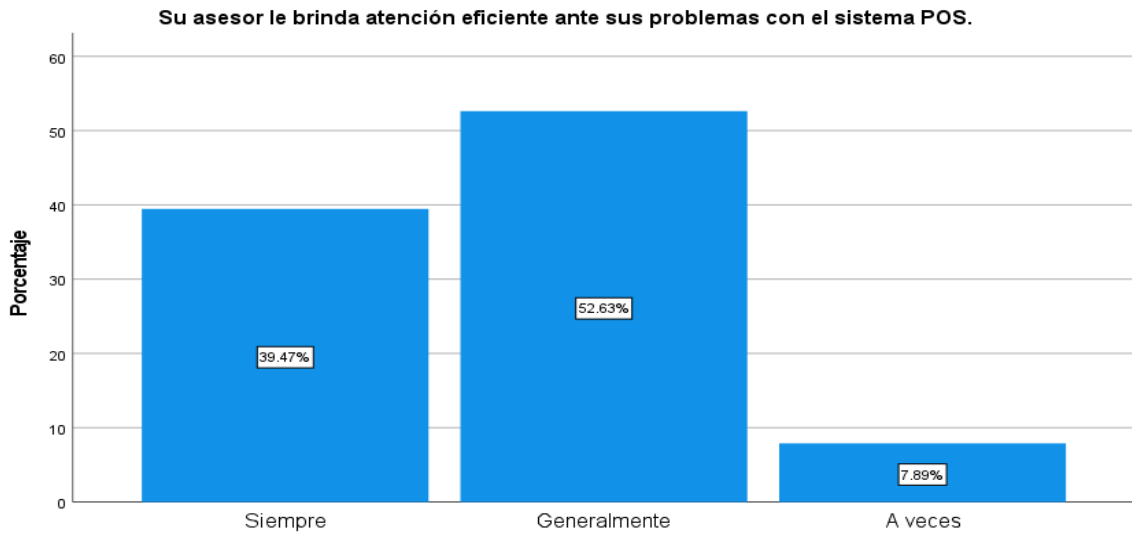
Figura 12



Interpretación

La figura 12 muestra que el 90.79% (30.26% + 60.53%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 9.21% que mencionan que esperan mucho tiempo para recibir una atención ante sus consultas de parte de su asesor.

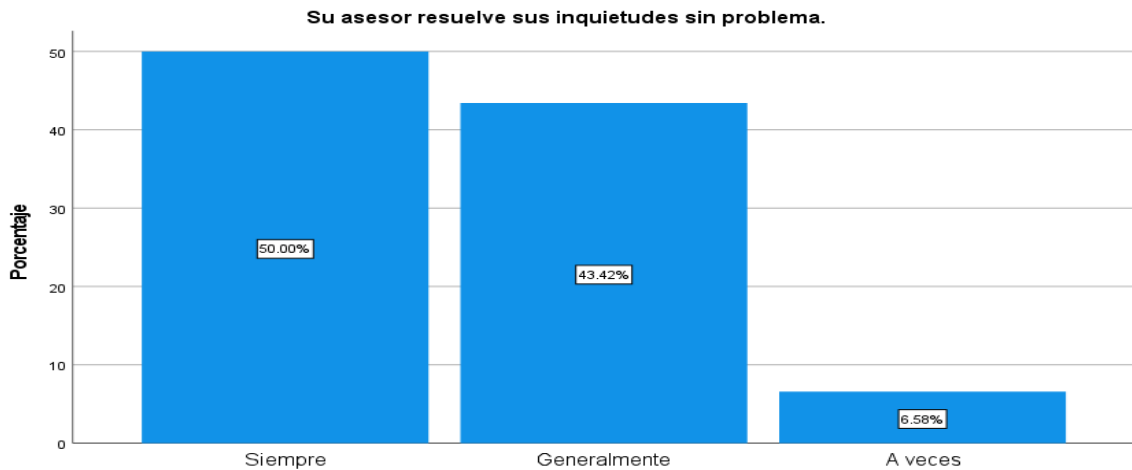
Figura 13



Interpretación

La figura 13 muestra que el 92.10% (39.47% + 52.63%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 7.89% que mencionan que sus asesores no les brindan una atención eficiente ante sus problemas con el sistema POS.

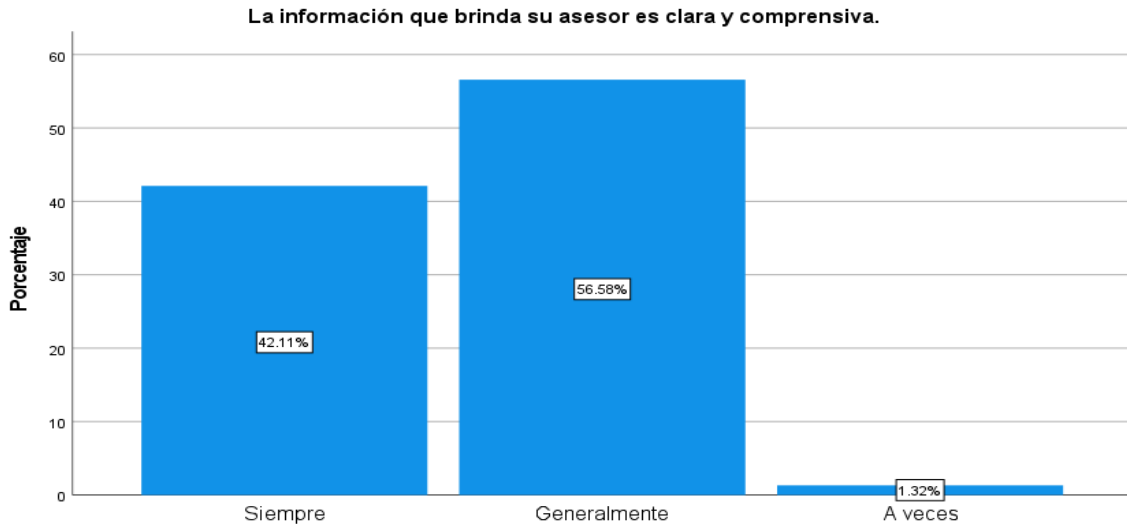
Figura 14



Interpretación

La figura 15 muestra que el 93.42% (50.00% + 43.42%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 6.58% que mencionan que sus asesores no resuelven sus inquietudes con facilidad.

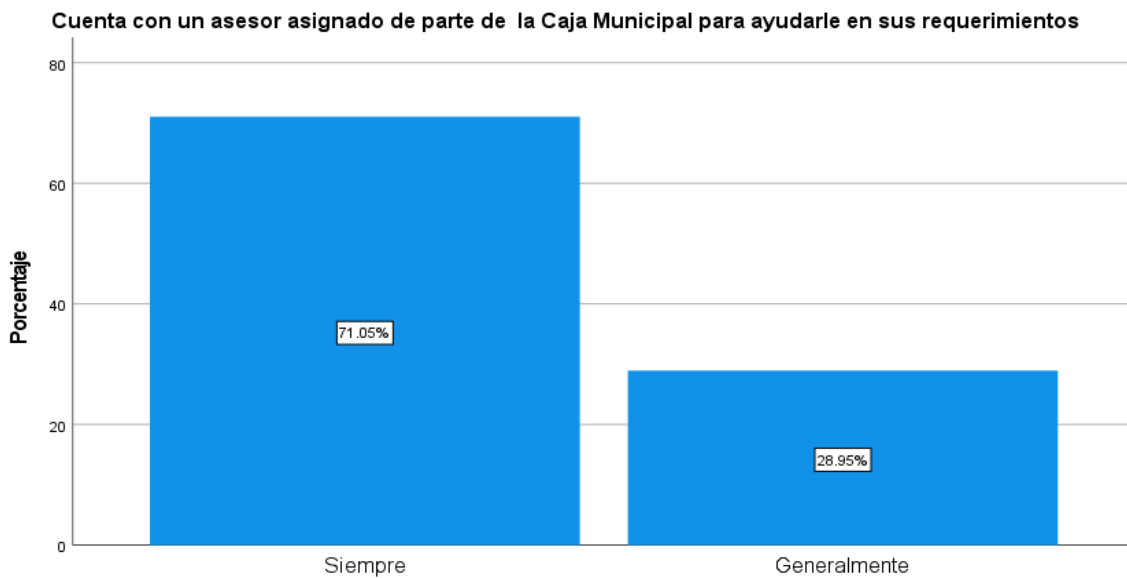
Figura 15



Interpretación

La figura 15 muestra que el 98,69% (42.11% + 56.58%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 1.32% que mencionan que la información que le brinda su asesor no es clara y comprensiva.

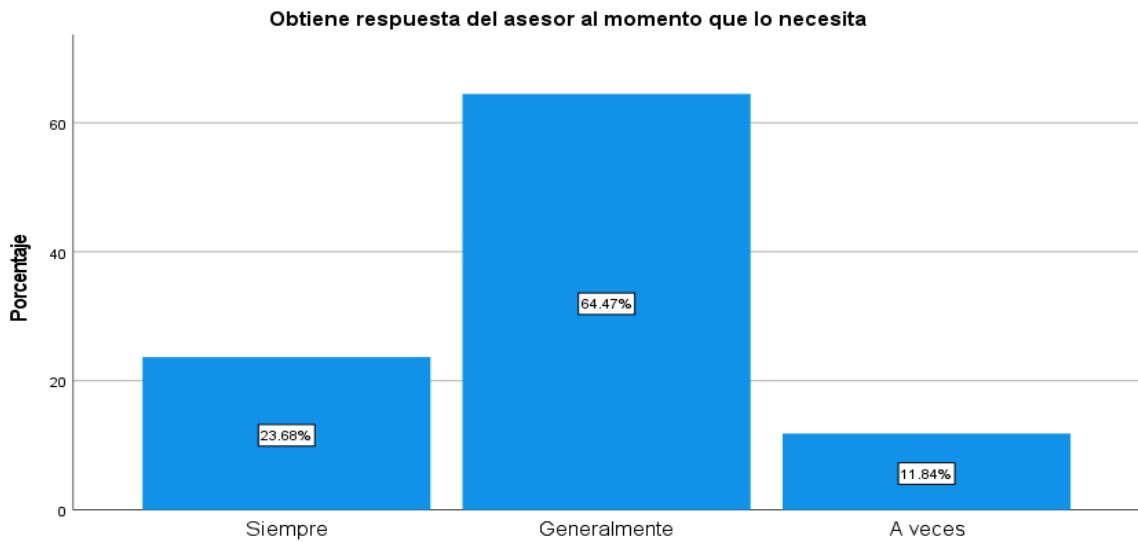
Figura 16



Interpretación

La figura 16 muestra que el 100,00% (71.05% + 28.95%) de agentes corresponsales respondieron positivamente y saben que cuentan con un asesor asignado en la Caja Municipal para ayudarles con sus requerimientos.

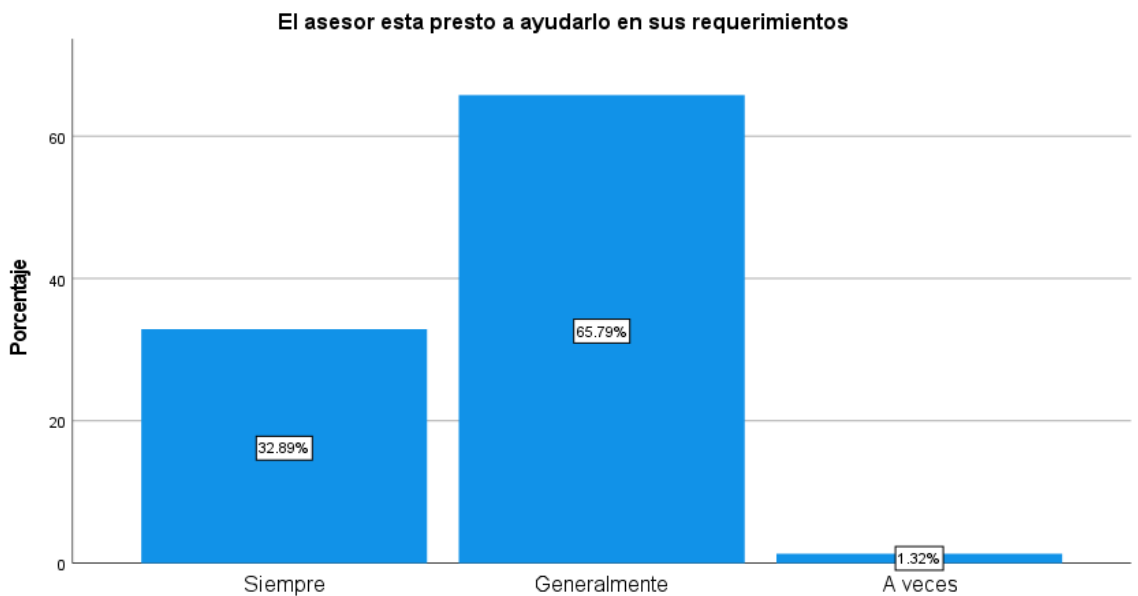
Figura 17



Interpretación

La figura 17 muestra que el 86.00% (26.68% + 64.47%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 14,00% que mencionan que no obtienen respuesta de su asesor cuando lo necesitan.

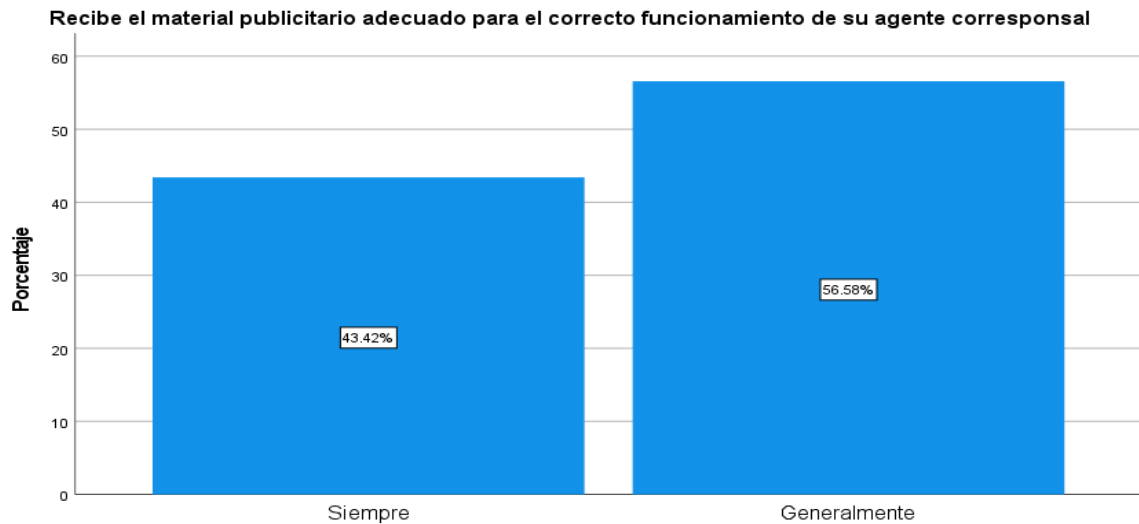
Figura 18



Interpretación

La figura 18 muestra que el 98,68% (32.89% + 65.79%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 1.32% que mencionan que su asesor no está presto a ayudarlo cuando lo necesita.

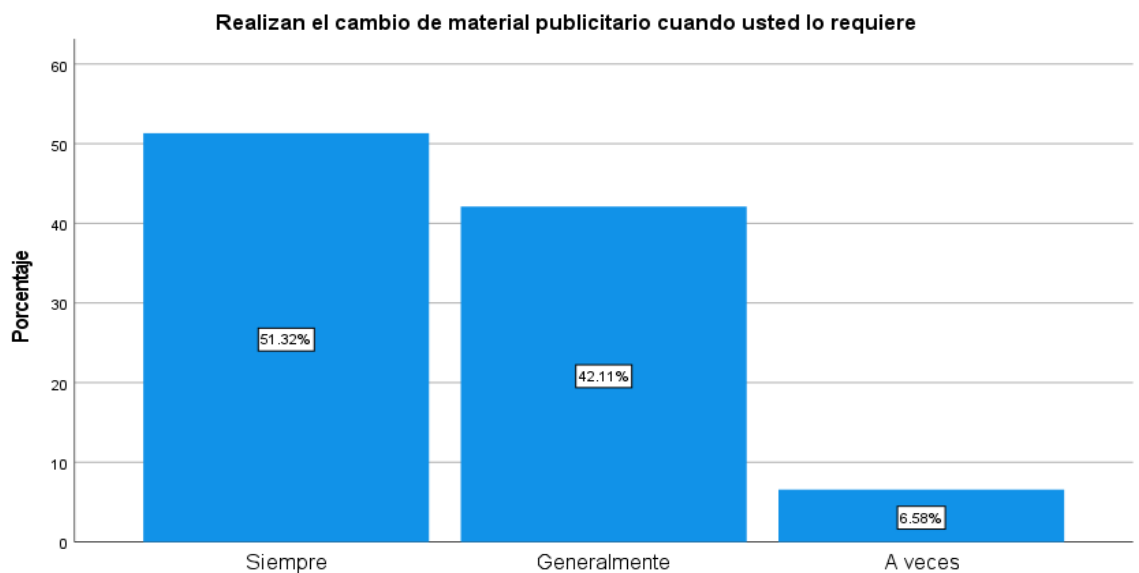
Figura 19



Interpretación

La figura 19 muestra que el 100.00% (43.42% + 56.58%) de agentes corresponsales respondieron positivamente indicando que si reciben material publicitario adecuado para el correcto funcionamiento de su agente corresponsal.

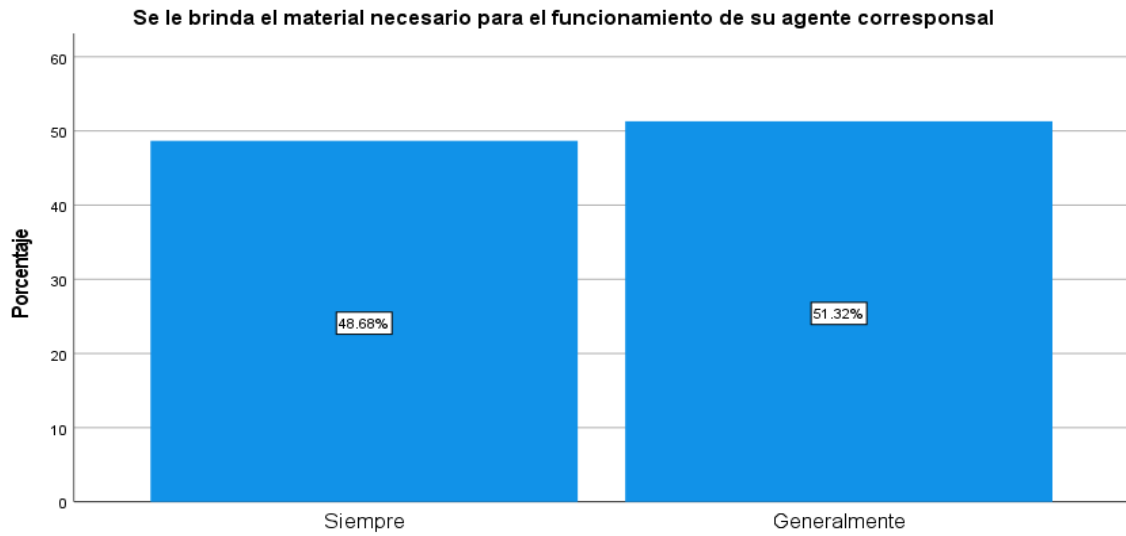
Figura 20



Interpretación

La figura 20 muestra que el 93.43% (51.32% + 42.11%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 6.58% que mencionan que no realizan en cambio de material publicitario cuando lo necesitan.

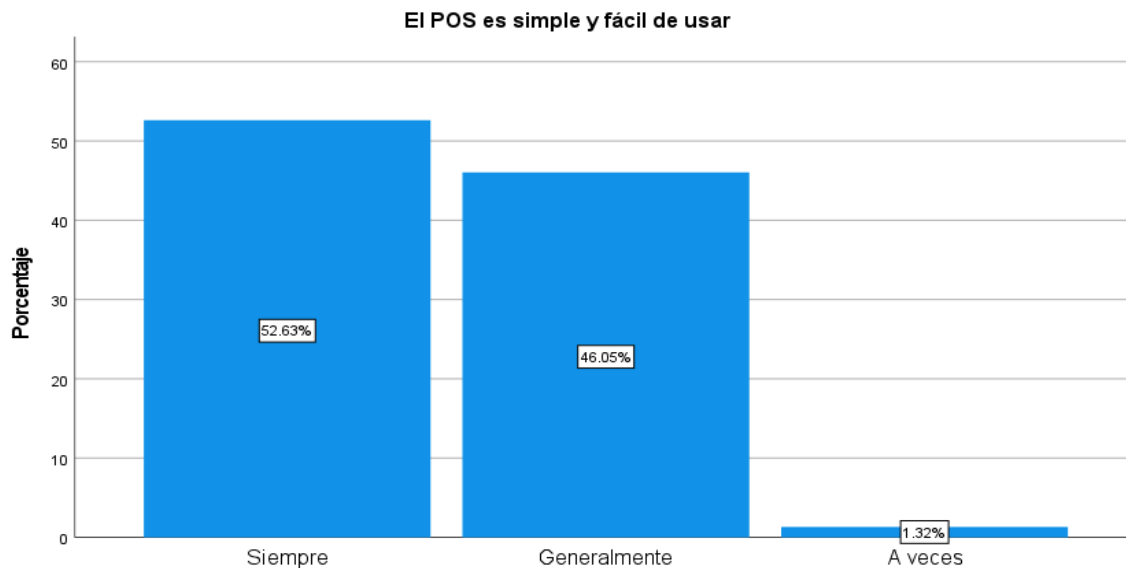
Figura 21



Interpretación

La figura 21 muestra que el 100,00% (48.68% + 51.32%) de agentes corresponsales respondieron positivamente, indicando si se les brinda material publicitario necesario para el correcto funcionamiento de su agente corresponsal.

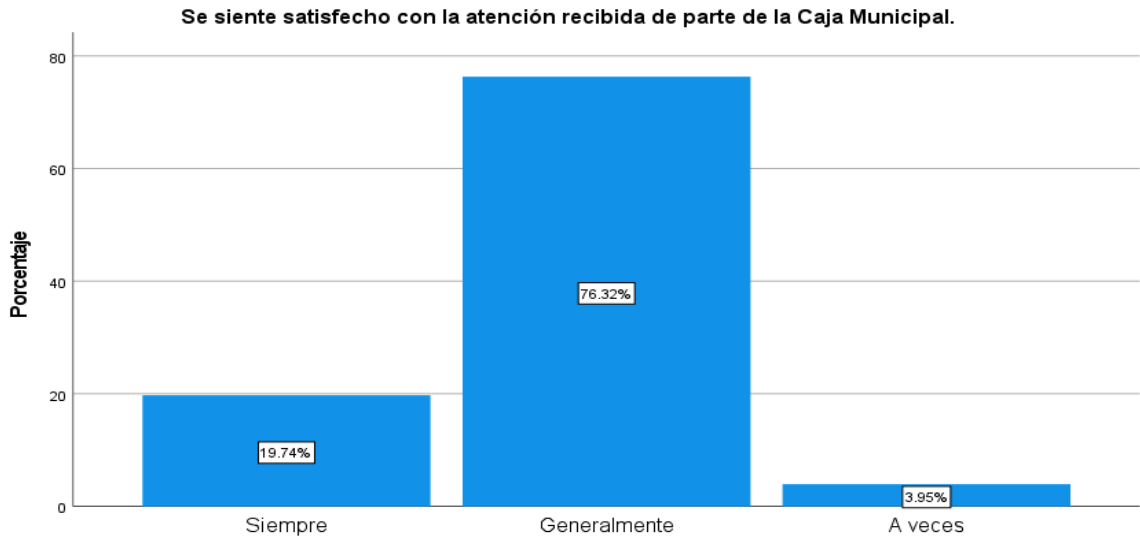
Figura 22



Interpretación

La figura 22 muestra que el 98.68% (52.63% + 46.05%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 1.32% que mencionan que el POS no es fácil de usar.

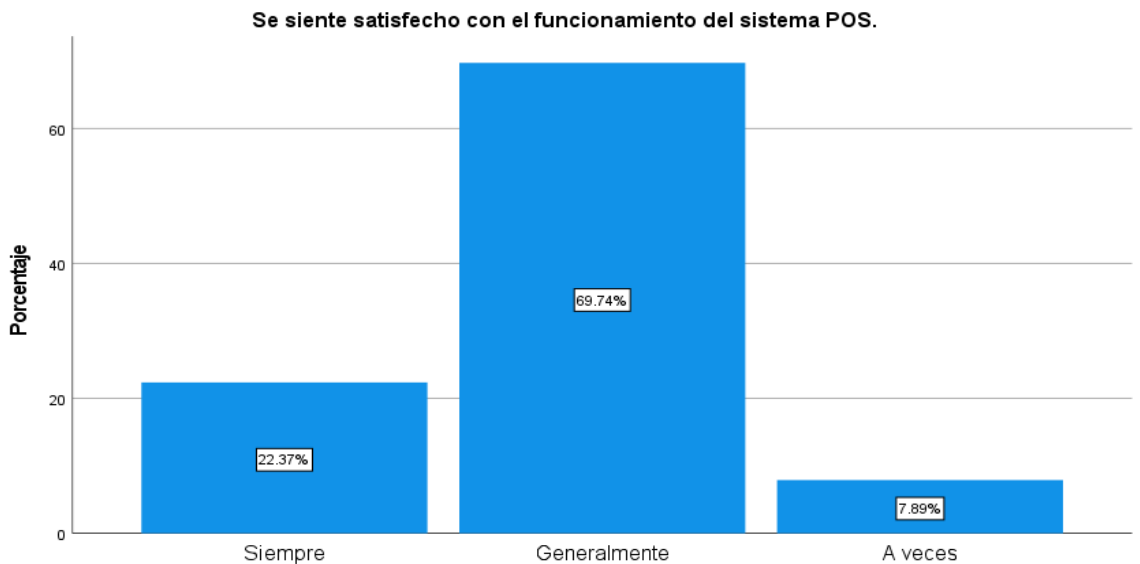
Figura 23



Interpretación

La figura 23 muestra que el 96.06% (19.74% + 76.32%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 3.95% que mencionan que no se sienten satisfechos con la atención recibida de parte de la Caja Municipal

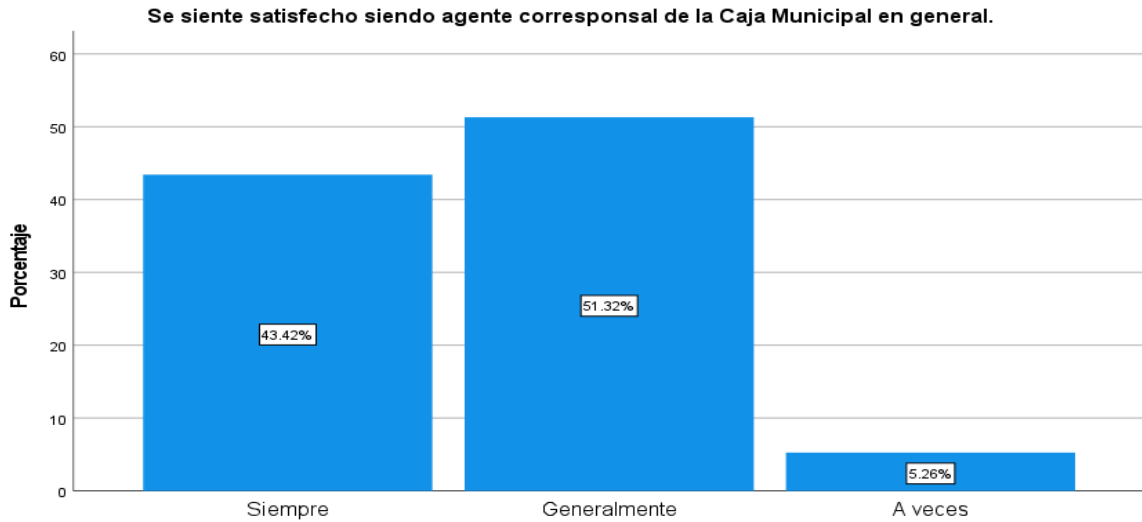
Figura 24



Interpretación

La figura 24 muestra que el 92.11% (22.73% + 69.74%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 7.89% que mencionan que no se sienten satisfecho con el funcionamiento del sistema POS.

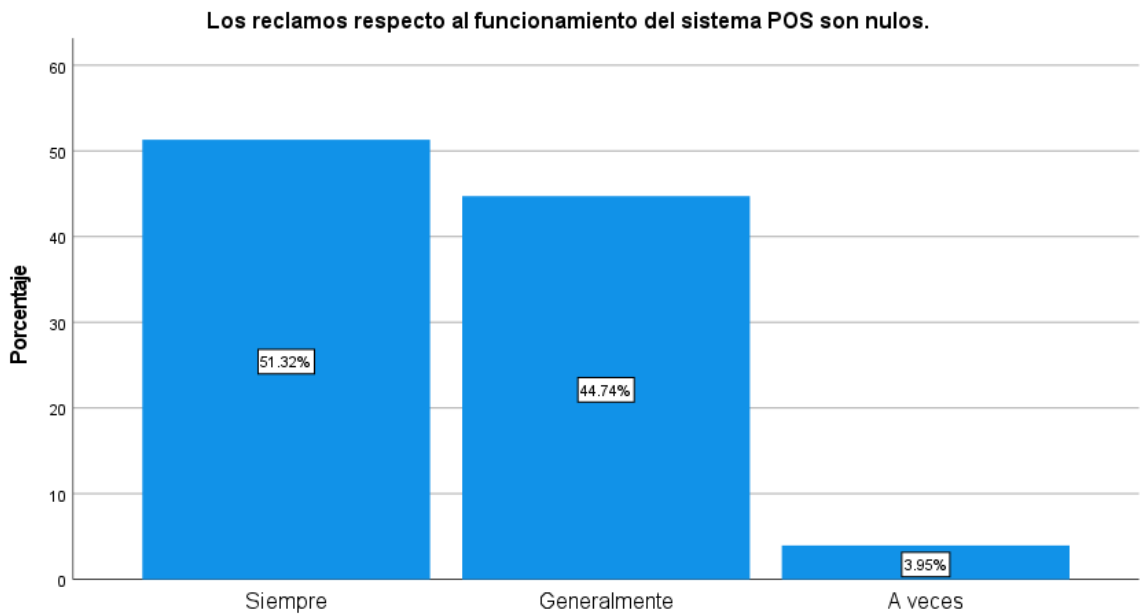
Figura 25



Interpretación

La figura 25 muestra que el 94.74% (43.42% + 51.32%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 5.26% que mencionan que no se sienten satisfecho siendo agente corresponsal de la Caja Municipal.

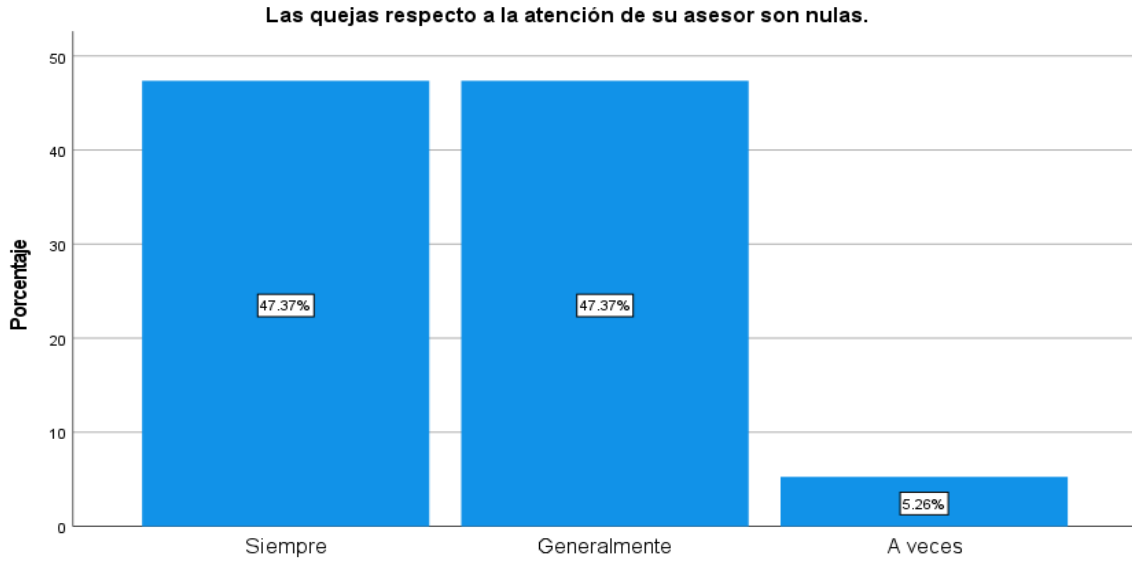
Figura 26



Interpretación

La figura 26 muestra que el 96.06% (51.32% + 44.74%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 3.95% que mencionan que si han puesto un reclamo por el sistema POS.

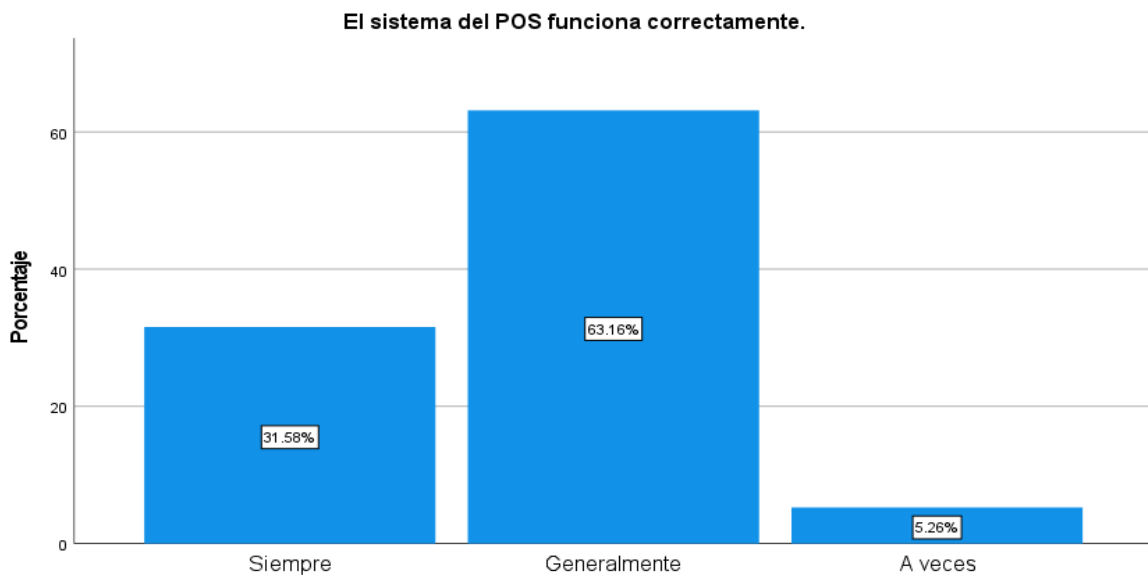
Figura 27



Interpretación

La figura 27 muestra que el 94.74% (47.37% + 47.37%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 5.26% que mencionan que han presentado una queja respecto a su asesor.

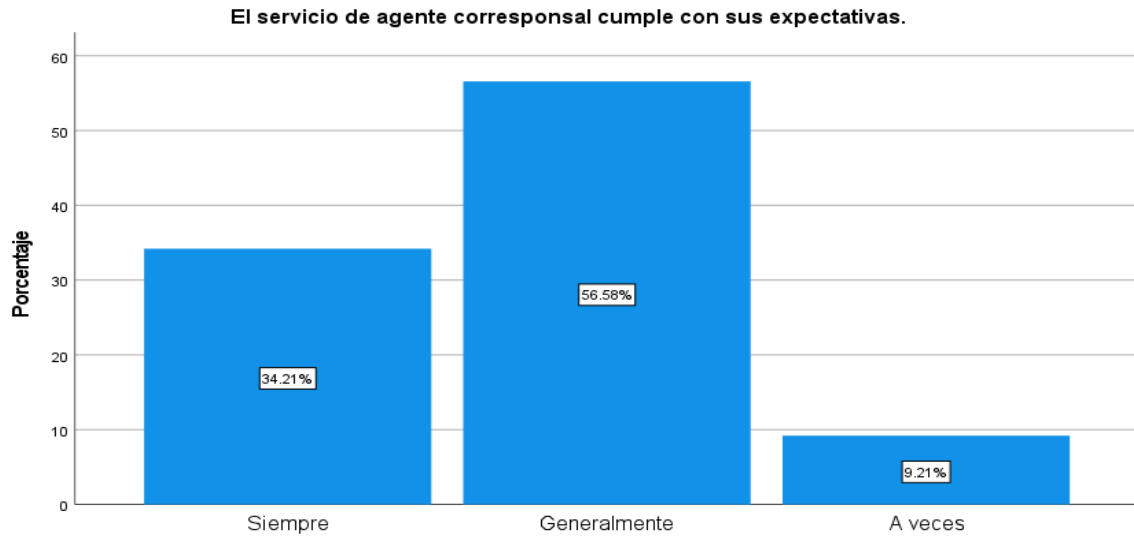
Figura 28



Interpretación

La figura 28 muestra que el 94.74% (31.58% + 63.16%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 5.26% que mencionan que el sistema POS presenta defectos en su funcionamiento.

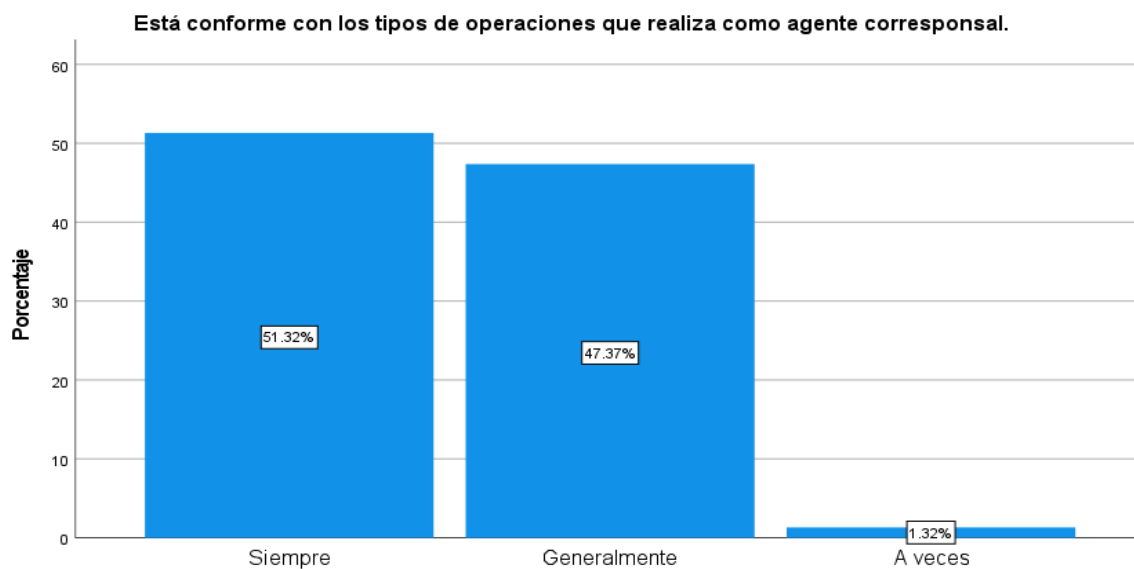
Figura 29



Interpretación

La figura 29 muestra que el 90.74% (34.21% + 56.58%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 9.21% que mencionan que el servicio de agentes corresponsales no cumple con sus expectativas.

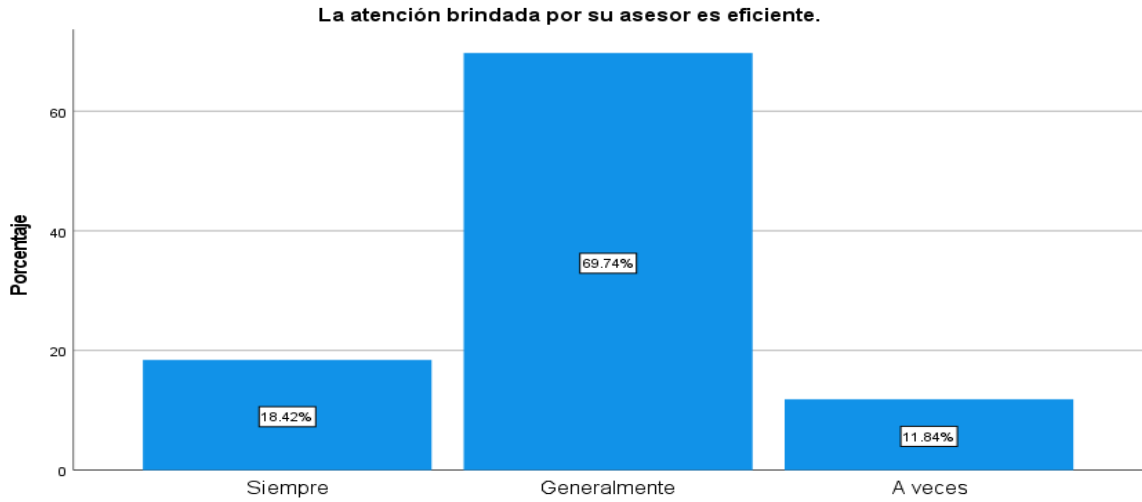
Figura 30



Interpretación

La figura 30 muestra que el 98.69% (51.32% + 47.37%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 1.31% que mencionan que no están conforme con las operaciones realizadas en los agentes corresponsales.

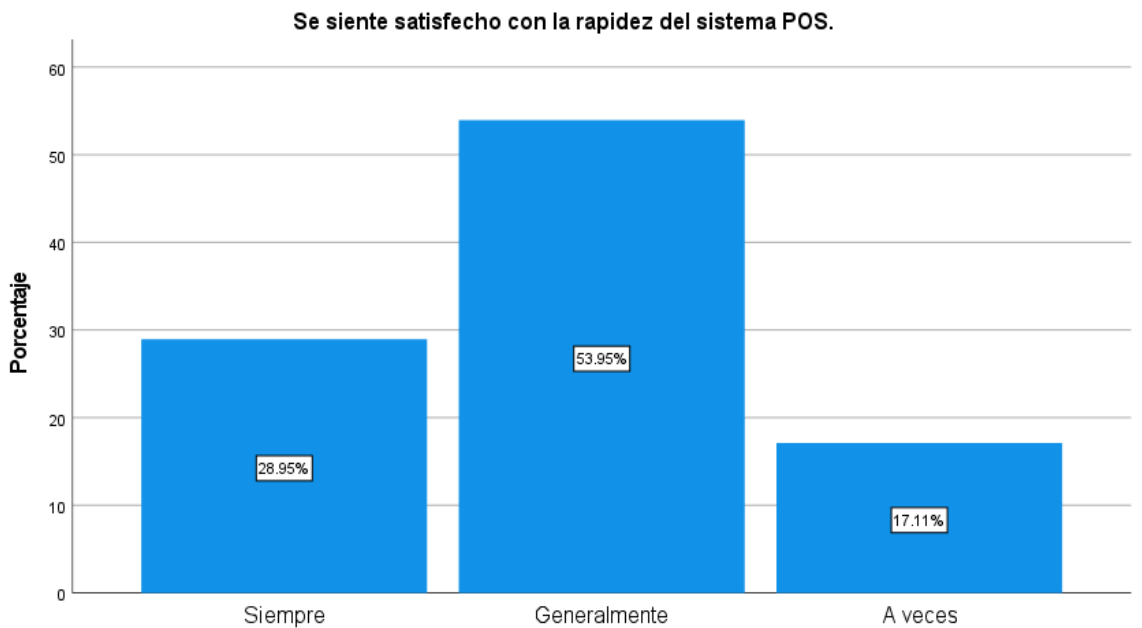
Figura 31



Interpretación

La figura 31 muestra que el 88.16% (18.42% + 69.74%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 11.84% que mencionan que la atención brindada por su asesor no es eficiente.

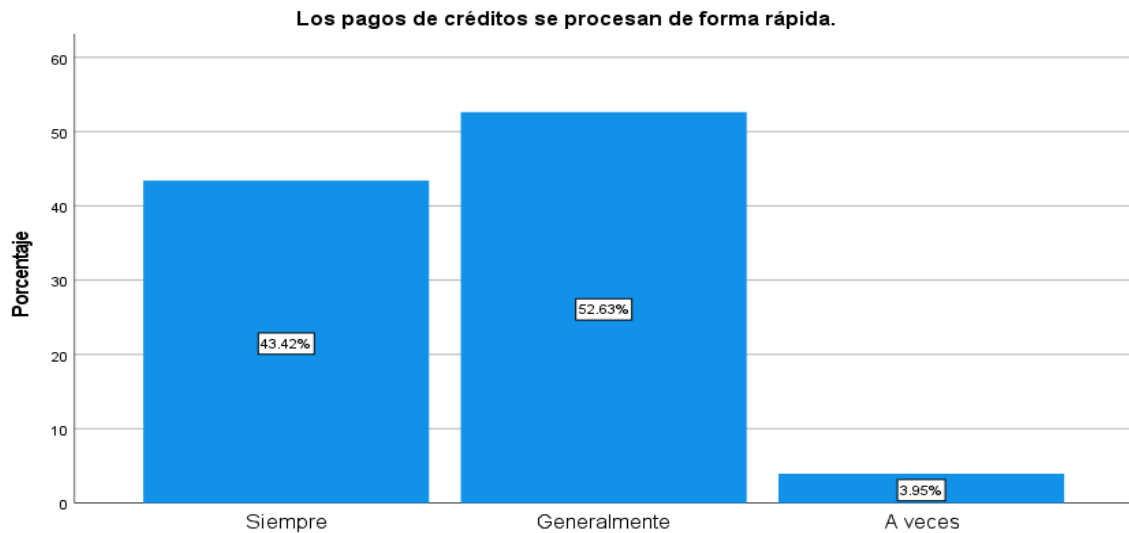
Figura 32



Interpretación

La figura 32 muestra que el 82.90% (28.95% + 53.95%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 17.11% que mencionan que el sistema POS no es rápido.

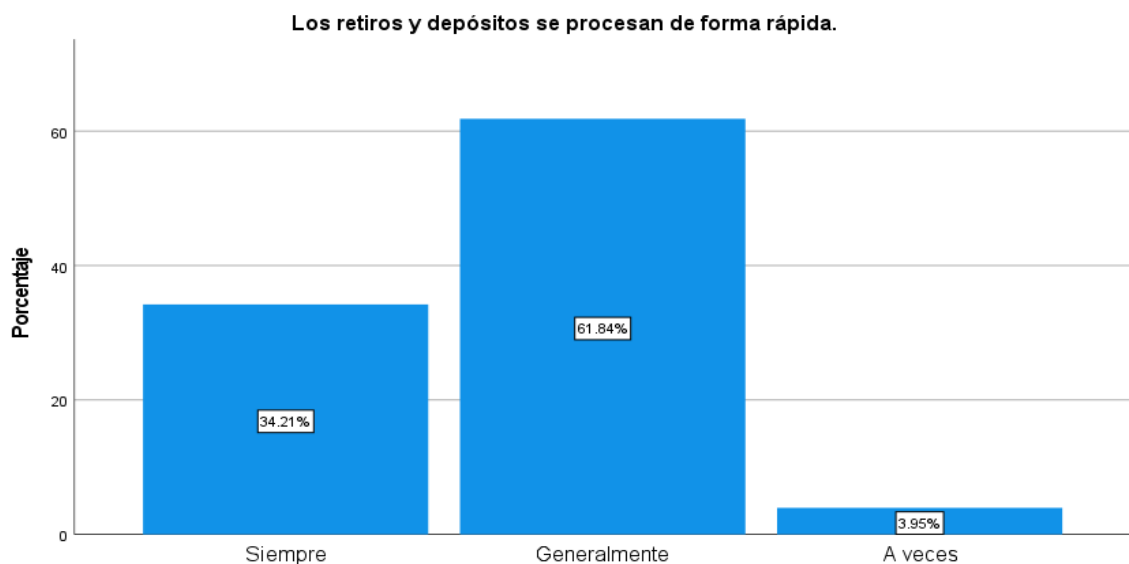
Figura 33



Interpretación

La figura 33 muestra que el 96.05% (43.42% + 52.63%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 3.95% que mencionan que los pagos de Créditos no se procesan de forma rápida.

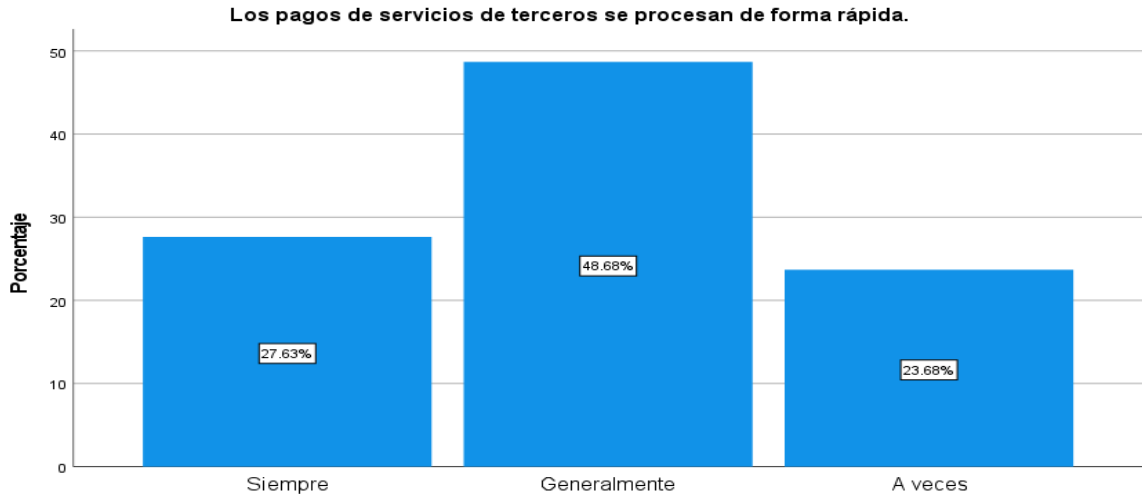
Figura 34



Interpretación

La figura 34 muestra que el 96.05% (34.21% + 61.84%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 3.95% que mencionan que los retiros y depósitos no se procesan de manera rápida.

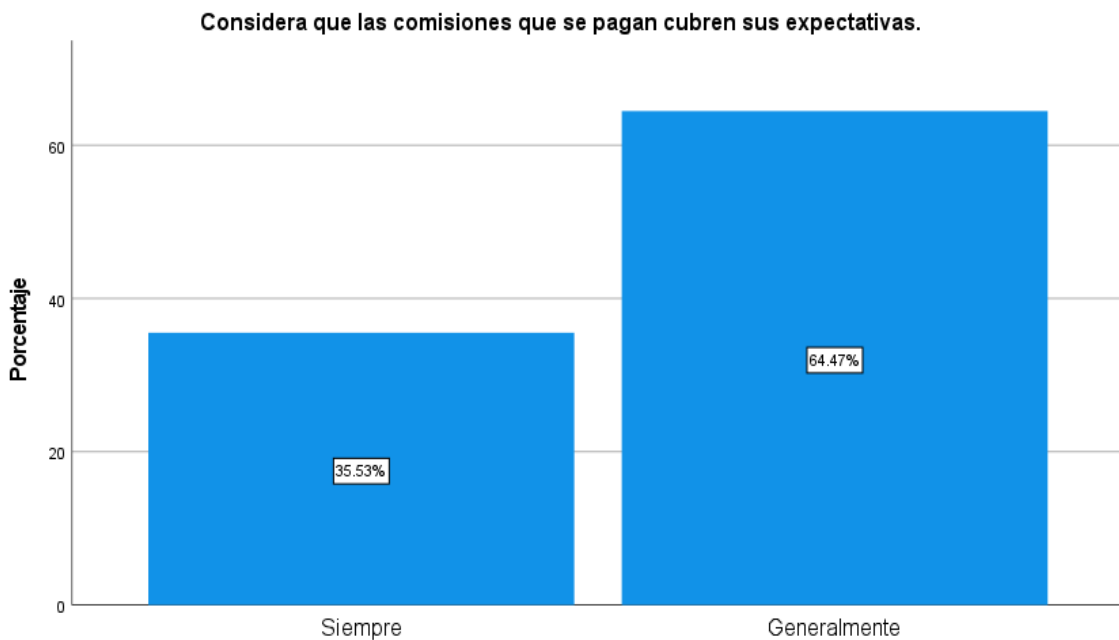
Figura 35



Interpretación

La figura 35 muestra que el 76.31% (27.63% + 48.68%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 23.68% que mencionan que los pagos de servicios no se procesan rápido.

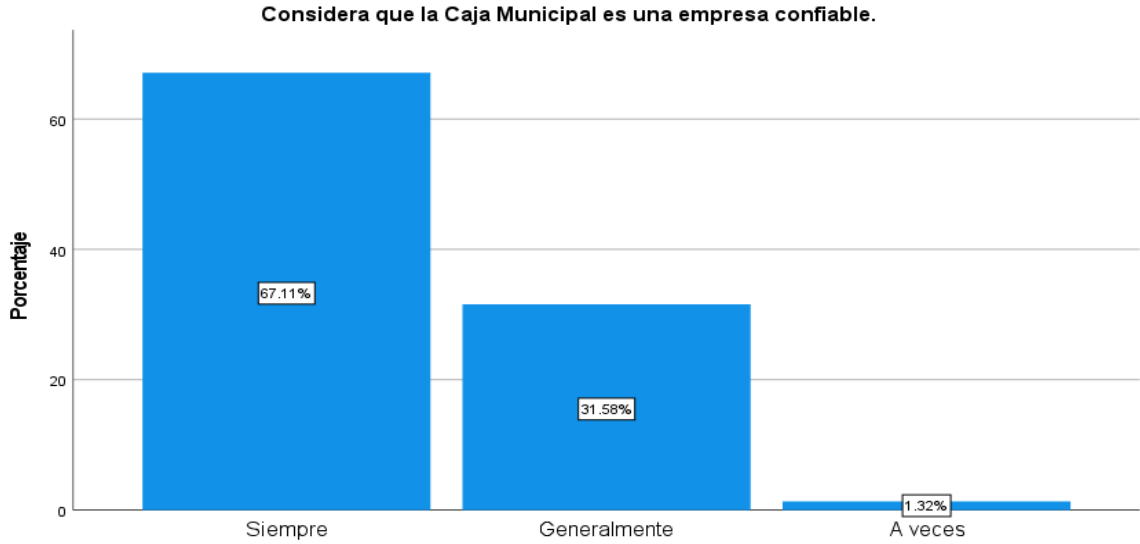
Figura 36



Interpretación

La figura 36 muestra que el 100,00% (35.53% + 64.47%) de agentes corresponsales respondieron positivamente indicando que las comisiones pagadas si cubren sus expectativas.

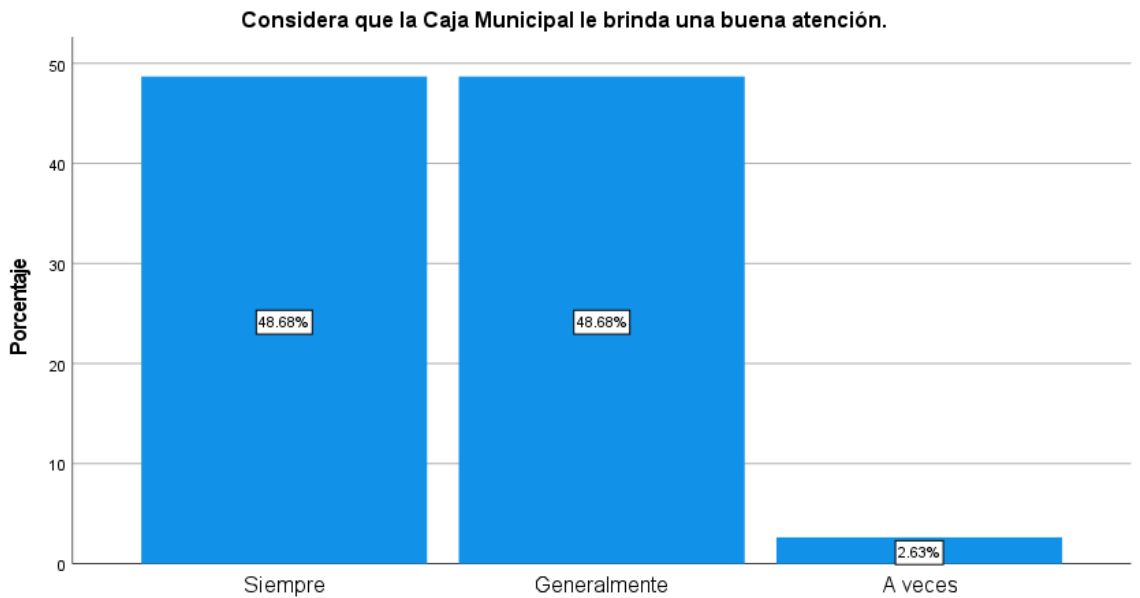
Figura 37



Interpretación

La figura 37 muestra que el 98.69% (67.11% + 31.58%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 1.32% que mencionan que la Caja Municipal no es una empresa confiable.

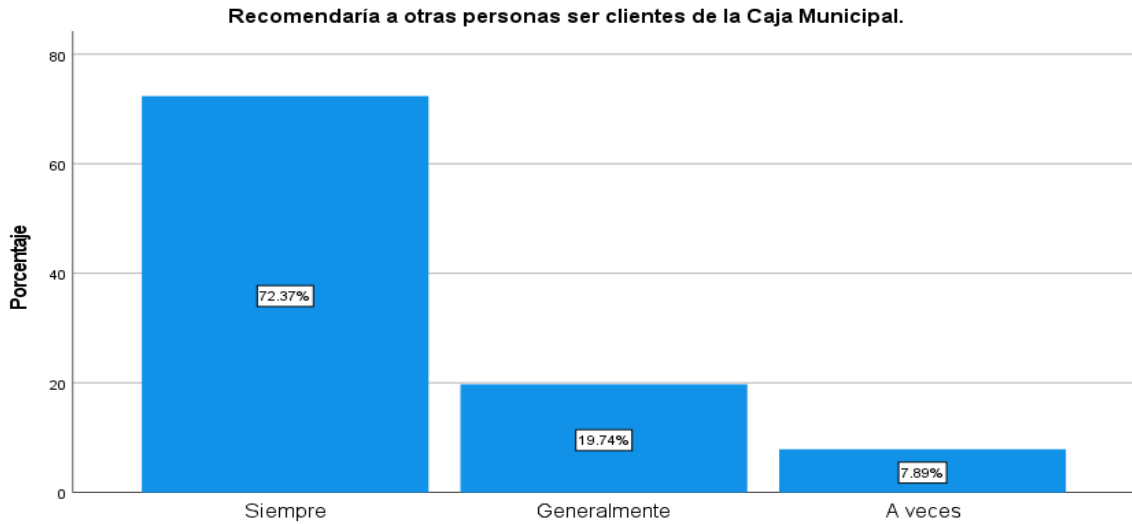
Figura 38



Interpretación

La figura 38 muestra que el 96,00% (48.68% + 48.68%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 2.64% que mencionan que la Caja Municipal no les brinda una buena atención.

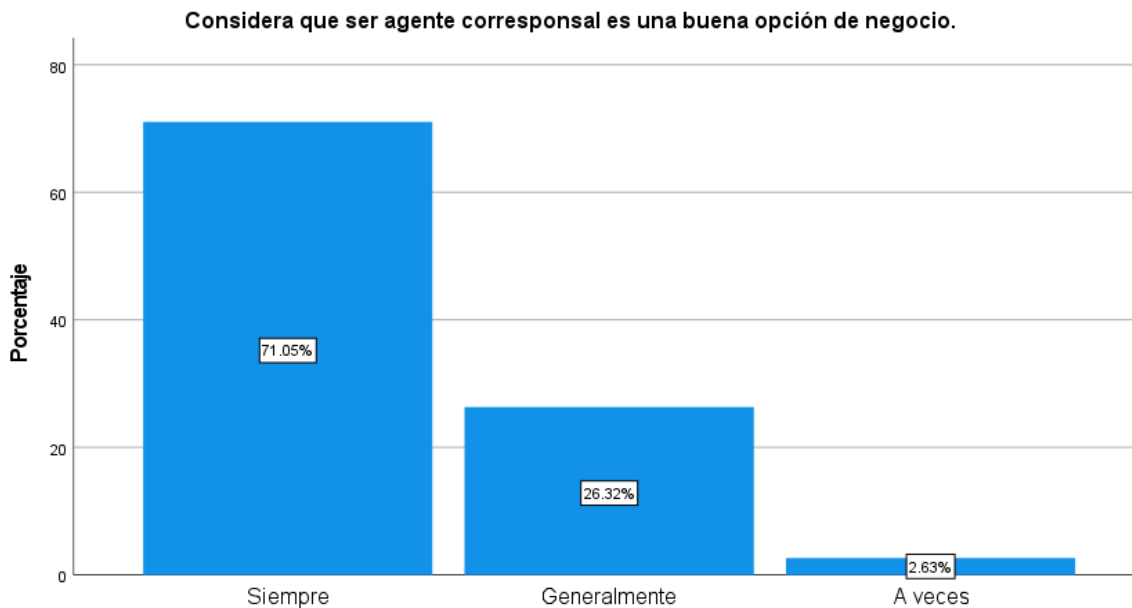
Figura 39



Interpretación

La figura 39 muestra que el 92.11% (72.37% + 19.74%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 7.89% que mencionan que no recomendarían a otras personas a ser clientes de la Caja Municipal.

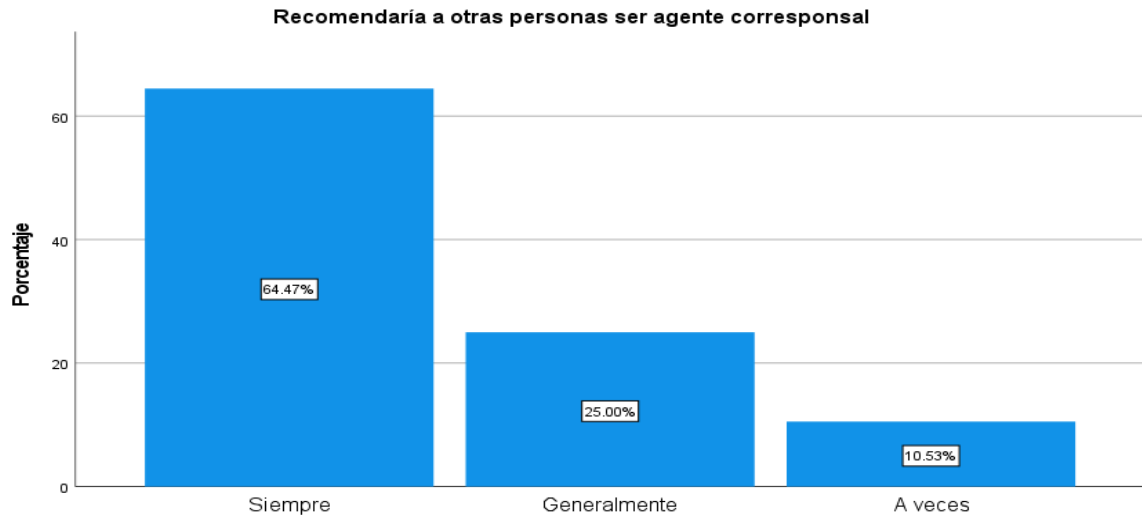
Figura 40



Interpretación

La figura 40 muestra que el 97.37% (71.05% + 26.32%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 2.63% que mencionan que no es una buena opción ser agente corresponsal de la Caja Municipal.

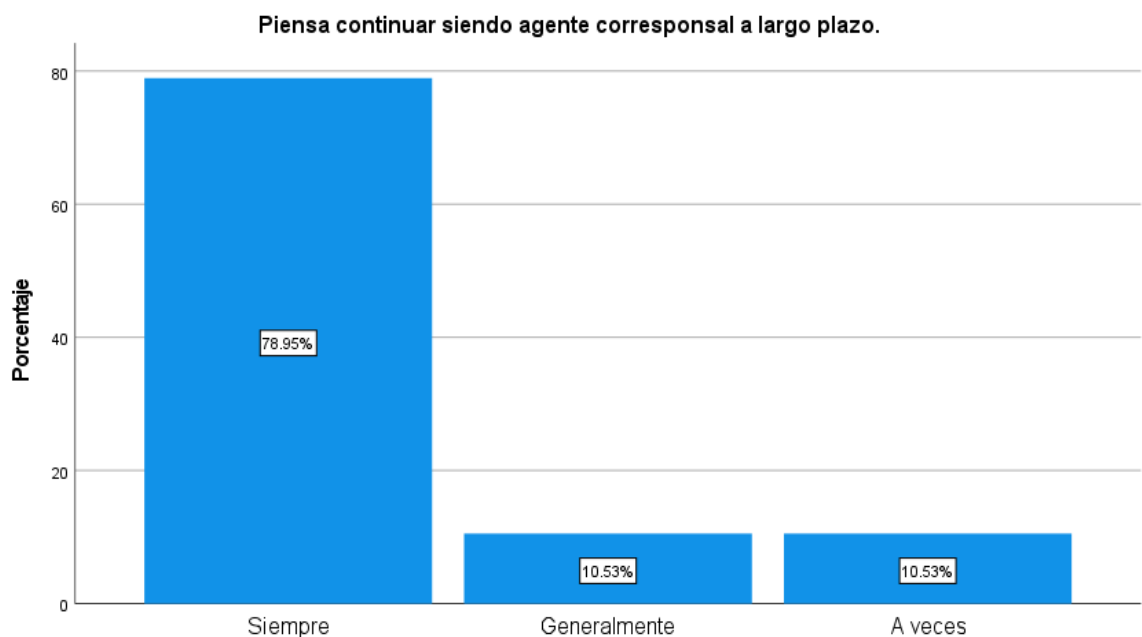
Figura 41



Interpretación

La figura 41 muestra que el 89.47% (64.47% + 25.00%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 10.53% que mencionan que no recomendarían a otras personas ser agentes corresponsales.

Figura 42



Interpretación

La figura 4 muestra que el 89.48% (78.95% + 10.53%) de agentes corresponsales respondieron positivamente frente a un 10.52% que mencionan que no continuarían siendo agentes corresponsales a largo plazo.

Índice de Tablas

Tabla 16

Prueba de KMO y Bartlett para la variable calidad de servicio

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,793
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	1501
	gl	,757 231
Sig.		,000

Tabla 17

Prueba de KMO y Bartlett para la variable nivel de satisfacción

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		,803
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	1303
	gl	,663 190
Sig.		,000

Tabla 18

Estadísticas de fiabilidad Alfa de Cronbach

Instrumento	Alfa de Cronbach	N de elementos
Calidad del servicio	,938	22
Nivel de Satisfacción	,939	20

Tabla 19

Presupuesto de gastos de bienes y servicios

Descripción	Clasificador de Gastos MEF	Unidad de Medida	Cantidad	Precio unitario	Total
BIENES					
Papel Bond	2.3.1.5.15.12	Millar	0.5	24.00	12.00
Lapiceros	2.3.1.5.15.12	Unidad	4	1.00	4.00

Borrador	2.3.1.5.15.12	Unidad	2	0.80	1.60
Libros	2.3.19.11	Unidad	1	35.00	35.00
SERVICIOS					
Internet	2.3.22.23	Horas	35	1.00	35.00
Pasajes	2.3.21.21	Total	1	50.00	50.00
				TOTAL	137.60

En la tabla 19 se muestra dos divisiones las cuales se basan en bienes y servicios. Cada uno de los elementos que la conforman están codificadas con el clasificador de gastos del Ministerio de Economía y Finanzas del año fiscal.

Tabla 20

Financiamiento

Entidad financiadora	Monto	Porcentaje
Recursos propios	137.60	100%
Total	137.60	100%

En la tabla 20 podemos ver que la investigación será financiada por un valor monetario de 137.60 soles sin apoyo externo.