



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CAPITAL INTELECTUAL Y SU RELACIÓN CON LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA  
CAJA ICA, AGENCIA – HUACHO, PERIODO MARZO-JUNIO, 2021.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR:**

Encarnación Manrique, Jorge Renato (ORCID: 0000-0003-1718-2683)

**ASESORA:**

Mg. Flores Bazán, María Inés (ORCID:0000-0001-6912-0500)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN :**

Gestiones de Organizaciones

**LIMA –PERÚ**

**2021**

## **Dedicatoria**

A mi familia, especialmente a mi esposa por su amor, paciencia y su apoyo incondicional durante todo el proceso de investigación, todo ello me motivaron a cumplir con mis objetivos.

## **Agradecimiento**

A la Universidad César Vallejo por brindarme la oportunidad de obtener el título profesional. A mi esposa que siempre estuvo apoyándome, a la Mg. María Inés Bazán que me brindó las pautas metodológicas para el desarrollo de mi investigación.

## Índice de contenidos

Carátula .....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Resumen .....	ix
Abstract.....	x
I. INTRODUCCIÓN .....	11
II. MARCO TEÓRICO.....	14
III. METODOLOGÍA.....	22
3.1 Tipo y diseño de investigación .....	22
3.2 Variables y operacionalización.....	22
3.3 Población, muestra y muestreo.....	23
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	24
3.5 Procedimientos .....	25
3.6 Método de análisis de datos.....	25
3.7 Aspectos éticos.....	25
IV. RESULTADOS .....	26
4.1 Análisis estadísticos descriptivos.....	26
4.2 Análisis Interferencial .....	51
4.2.1 Prueba de hipótesis .....	51
V. DISCUSIÓN.....	56
VI. CONCLUSIONES .....	60
VII. RECOMENDACIONES .....	61
REFERENCIAS .....	62
ANEXOS .....	66

## Índice de tablas

Tabla 1. <i>Población</i> .....	23
Tabla 2. <i>Juicio de Expertos</i> .....	24
Tabla 3. <i>Escala de Alfa de Cronbach</i> .....	26
Tabla 4. <i>Resumen de procesamiento de casos</i> .....	26
Tabla 5. <i>Estadísticas de fiabilidad de Capital intelectual</i> .....	26
Tabla 6. <i>Estadísticas de fiabilidad de Atención del cliente</i> .....	27
Tabla 7. <i>Usted cuenta con la capacidad para resolver los problemas o dudas a los clientes que atiende</i> .....	27
Tabla 8. <i>Usted tiene la capacidad para dar solución inmediata de un reclamo del cliente</i> .....	28
Tabla 9. <i>Cuenta con capacitaciones para incrementar tu capacidad laboral en el área que labora</i> .....	29
Tabla 10. <i>Cree usted que contar con habilidades blandas sólidas le permitirá tener un incremento en su productividad Laboral</i> .....	30
Tabla 11. <i>Cree usted que tener la habilidad de Negociación le permitirá realizar mejor su función en el área que se desempeña</i> .....	31
Tabla 12. <i>Cuentas con la habilidad de ser empático cuando atiende a un cliente</i> .....	32
Tabla 13. <i>Cree usted que en un Clima Laboral adecuado ayudaría a tomar una decisión en consenso</i> .....	33
Tabla 14. <i>El clima laboral en Caja Ica Agencia Huacho es ideal para trabajar</i> .....	34
Tabla 15. <i>Usted tiene conocimiento de los de datos de los clientes que atiende</i> .....	35
Tabla 16. <i>Usted tiene conocimiento de los estados financieros de Caja Ica - Agencia Huacho basado en datos que la Central proporciona</i> .....	36
Tabla 17. <i>La Caja Ica contrata personal con experiencia para cubrir las diversos puestos disponibles</i> .....	37

Tabla 18. <i>La Caja Ica se preocupa en la innovación del portafolio servicios financieros que ofrece</i> .....	38
Tabla 19. <i>La Caja Ica considera a los clientes que atiende como aliados estratégicos</i> .....	39
Tabla 20. <i>Cree usted que Caja Ica les brinda confianza a los clientes al brindar sus servicios financieros.</i> .....	40
Tabla 21. <i>Brinda usted una información clara y precisa en cuanto al servicio financiero solicitado por un cliente</i> .....	41
Tabla 22. <i>Usted es tiene la capacidad de escuchar a su cliente para tener clara su necesidad financiera</i> .....	42
Tabla 23. <i>Usted percibe que existe cordialidad con los clientes cuando se le brinda un servicio financiero</i> .....	43
Tabla 24. <i>Tiene usted la capacidad de comunicar sobre algún cambio o modificación de algún producto financiero de su cliente de manera secuencial o se desvía fácilmente.</i> .....	44
Tabla 25. <i>Usted percibe que existe empatía entre el cliente y los Colaboradores de Caja Ica Agencia Huacho.</i> .....	45
Tabla 26. <i>Consideras que el servicio que brinda la Caja Ica Agencia Huacho a sus clientes es de Calidad.</i> .....	46
Tabla 27. <i>Consideras que la calidad de servicio está relacionada a la solución de los problemas o dudas de los clientes</i> .....	47
Tabla 28. <i>Consideras que se cumple las expectativas de los clientes en Caja Ica- Agencia Huacho</i> .....	48
Tabla 29. <i>Usted considera que el cliente de la Caja Ica Agencia Huacho está fidelizado con la institución.</i> .....	49
Tabla 30. <i>Usted cuenta con la capacidad para trabajar en equipo en Caja Ica Agencia Huacho</i> .....	50
Tabla 31. <i>Correlaciones de Capital Intelectual y atención al cliente</i> .....	52
Tabla 32. <i>Correlaciones de Capital humano y atención al cliente</i> .....	52
Tabla 33. <i>Correlaciones de Capital estructural y atención al cliente</i> .....	54
Tabla 34. <i>Correlaciones de Capital relacional y atención al cliente</i> .....	55

## Índice de Figuras

Figura 1. Usted cuenta con la capacidad para resolver los problemas o dudas a los clientes que atiende.....	28
Figura 2. Usted tiene la capacidad para dar solución inmediata de un reclamo del cliente .....	29
Figura 3. Cuenta con capacitaciones para incrementar tu capacidad laboral en el área que labora.....	30
Figura 4. Cree usted que contar con habilidades blandas sólidas le permitirá tener un incremento en su productividad Laboral .....	31
Figura 5. Cree usted que tener la habilidad de Negociación le permitirá realizar mejor su función en el área que se desempeña .....	32
Figura 6. Cuentas con la habilidad de ser empático cuando atiende a un cliente .....	33
Figura 7. Cree usted que en un Clima Laboral adecuado ayudaría a tomar una decisión en consenso .....	34
Figura 8. El clima laboral en Caja Ica Agencia Huacho es ideal para trabajar .....	35
Figura 9. Usted tiene conocimiento de los de datos de los clientes que atiende .....	36
Figura 10. Usted tiene conocimiento de los estados financieros de Caja Ica - Agencia Huacho basado en datos que la Central proporciona.....	37
Figura 11. La Caja Ica contrata personal con experiencia para cubrir las diversos puestos disponibles .....	38
Figura 12. La Caja Ica se preocupa en la innovación del portafolio servicios financieros que ofrece .....	39
Figura 13. La Caja Ica considera a los clientes que atiende como aliados estratégicos .....	40
Figura 14. Cree usted que Caja Ica les brinda confianza a los clientes al brindar sus servicios financieros .....	41
Figura 15. Brinda usted una información clara y precisa en cuanto al servicio financiero solicitado por un cliente.....	42

Figura 16.Usted es tiene la capacidad de escuchar a su cliente para tener clara su necesidad financiera.....	43
Figura 17.Usted percibe que existe cordialidad con los clientes cuanto se le brinda un servicio financiero.....	44
Figura 18.Tiene usted la capacidad de comunicar sobre algún cambio o modificación de algún producto financiero de su cliente de manera secuencial o se desvía fácilmente .....	45
Figura 19.Usted percibe que existe empatía entre el cliente y los Colaboradores de Caja Ica Agencia Huacho. ....	46
Figura 20.Consideras que el servicio que brinda la Caja Ica Agencia Huacho a sus clientes es de Calidad.....	47
Figura 21.Consideras que la calidad de servicio está relacionada a la solución de los problemas o dudas de los clientes .....	48
Figura 22.Consideras que se cumple las expectativas de los clientes en Caja Ica- Agencia Huacho .....	49
Figura 23.Usted considera que el cliente de la Caja Ica Agencia Huacho está fidelizado con la institución.....	50
Figura 24.Usted cuenta con la capacidad para trabajar en equipo en Caja Ica Agencia Huacho .....	51



## Resumen

El objetivo de la investigación es determinar la relación entre el capital intelectual con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia – Huacho, período marzo–junio, 2021. El enfoque es cuantitativo, tipo aplicada, de diseño no experimental y transversal, nivel descriptivo correlacional.

Para recabar la información se utilizó a técnica de la encuesta a la totalidad de la población de estudio que está constituido por 21 colaboradores entre el gerente y personal administrativo, los indicadores de cada dimensión permitieron medir las variables de estudio, para lo cual se elaboró las preguntas a cada indicador. El cuestionario fue validado por tres juicio de experto, también se utilizó el alfa de cronbach para la confiabilidad interna del instrumento obteniendo un resultado favorable.

El resultado se obtuvo mediante Rho de Spearman, el capital intelectual se relaciona con la atención al cliente, cuya significancia bilateral es de (0,000) y está por debajo del error permitido ( $\alpha=0,05$ ), asimismo el capital intelectual tiene un coeficiente de correlación moderada (0.486) con la atención al cliente, en este sentido rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis planteada en la investigación.

**Palabras claves:** Capital intelectual, capital humano, capital estructural, capital relacional, atención al cliente.

## **Abstract**

The the objective of the research is determine the relationship between intellectual capital and customer service at Caja Ica, Huacho Agency, in the period March - June, 2021. The approach is quantitative, applied type, non-experimental and cross-sectional design, level descriptive correlational.

To collect the information, the survey technique was used to the entire study population, which is made up of 21 collaborators between the manager and administrative staff, the indicators of each dimension allowed to measure the study variables, for which the questions to each indicator. The questionnaire was validated by three expert judgments, Cronbach's alpha was also used for the internal reliability of the instrument, obtaining a favorable result.

The result was obtained using Spearman's Rho, intellectual capital is related to customer service, whose bilateral significance is (0.000) and is below the allowed error ( $\alpha = 0.05$ ), also intellectual capital has a coefficient of moderate correlation (0.486) with customer service, in this sense we reject the null hypothesis and accept the hypothesis raised in the research.

Keywords: Intellectual capital, human capital, structural capital, relational capital, customer service.

## I. INTRODUCCIÓN

Las empresas en este mundo tan competitivo, tienen que estar en constantes innovaciones para posicionarse o mantenerse en el mercado, más aún cuando las innovaciones tecnológicas cada vez son más sofisticadas, en este sentido la caja Ica debe estar a la vanguardia de la tecnología y reinventarse porque también han sido flagelados por el estado de emergencia que nuestro país se encuentra debido al COVID 19.

El Gobierno ha diseñado programas económicos para disminuir los efectos de las cuarentenas por la COVID 19 y a su vez para reactivar a los micro y pequeños emprendedores se implementó a través de Cofide los programas como : reactiva Perú, Fae - Mype, Fae -Turismo; Fae – Agrícola pero que no han sido suficientes para mitigar las consecuencias de la crisis sanitaria, las restricciones en los horarios de atención de los diversos comercios y que se disponen hasta la actualidad y teniendo en cuenta que estos clientes son mercado objetivo que Caja Ica el cual atiende , para ello la Caja Ica S.A ha tenido que rediseñar sus estrategias de negocios porque la Calidad de Atención al cliente se viene afectando de manera significativa . En este sentido la institución ha encontrado la fortaleza en su Capital Intelectual el cual está integrado por el capital humano un elemento valioso para la institución y el capital estructural que consiste en el conocimiento propio de la institución que se encuentra en la base de datos de manera sistematizados y los clientes, proveedores y competidores representan el capital relacional

Según la OECD (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) refiere que “El capital intelectual está integrada por dos activos intangibles, el capital estructural y el capital humano. Todos los sistemas informáticos (software), cadenas de oferta representan el capital estructural, en cuanto al capital relacional se considera a los colaboradores, como cliente interno y los clientes, proveedores como cliente externo”. (p.22). En todo ello el cliente es el principal agente para promover éxito de una organización, es el principal receptor del servicio que se ofrece, en este sentido la atención prestada ha tenido muchas aristas, debido al estado de emergencia que nos

encontramos y ello se ve reflejado en el estudio de satisfacción a la cliente desarrollada en el IV trimestre 2020 por la caja municipal Ica, dicho estudio se realizó teniendo en cuenta el tipo de cliente el de ahorros y el de crédito.

En los primeros semestres del 2020 la satisfacción del cliente disminuyó considerablemente al 68.36% en los clientes con créditos y al 72.72% en cliente de ahorros, posterior a ello ha tenido un crecimiento paulatino tal es así que en la última encuesta realizada tiende una subida de 84.12% y 80.63% respectivamente dichos resultados son como Institución un promedio de todas sus redes de Agencias que cuenta Caja Ica. En lo respecta en las agencias de Huacho la satisfacción al cliente de créditos ha descendido. La agencia Huacho tuvo un descenso severo llegando al 64.83% en el III trimestre, teniendo un repunte en el IV trimestre 2020 al 81.03%.

Citada la problemática hemos formulado el siguiente problema general ¿Cómo se relaciona el capital intelectual con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia– Huacho, período marzo– junio - 2021?; Y los problemas específicos ¿Cómo se relaciona el capital humano con la atención al cliente en la caja Ica, agencia– Huacho, período marzo– junio, 2021? Como segundo objetivo específico tenemos ¿Cómo se relaciona el capital estructural con la atención al cliente en la caja Ica – Agencia – Huacho, período marzo– junio, 2021?, por último, el tercer problema específico ¿Cómo se relaciona el capital relacional con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia – Huacho, período marzo– junio, 2021?

La justificación teórica del estudio, será considerada como antecedente para investigaciones posteriores, en cuanto a capital Intelectual y atención al cliente en la caja municipal Ica. En cuanto a la justificación práctica aporta información y las soluciones a las cajas municipales en cuanto a capital intelectual y atención al cliente, con relación a la justificación metodológica, se sigue un orden sistematizado considerandose, métodos, procedimientos, técnicas e instrumentos, el cual se obtiene la confiabilidad mediante el alfa de cronbach y la validez mediante juicio de expertos

El objetivo general de la investigación es determinar la relación entre el capital intelectual con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia Huacho, período marzo–junio, 2021.y, los objetivos específicos, determinar la relación entre el capital humano con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia Huacho, período marzo– junio, 2021. El segundo objetivo determinar la relación entre el capital estructural con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia Huacho, período marzo– junio, 2021 y el tercer objetivo, determinar la relación entre el capital relacional con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia Huacho, período marzo– junio, 2021.

Es necesario considerar la hipótesis general, existe relación entre el capital intelectual con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia – Huacho, período marzo–junio, 2021.y las hipótesis específicas Existe relación entre el capital humano con la atención al cliente en la caja Ica , Agencia - Huacho, período marzo– junio, 2021,también se considera la segunda hipótesis específica existe relación entre el capital estructural con la atención al cliente en la caja Ica , Agencia – Huacho, período marzo– junio, 2021. y como tercera hipótesis específica, existe relación entre el capital relacional con la atención al cliente en la caja Ica , Agencia – Huacho, período marzo–junio, 2021.Dichas hipótesis serán contrastadas utilizando el coeficiente de correlación de spearman el cual nos permite tomar la decisión de aceptar o rechazar la hipótesis planteada en la investigación.

## II. MARCO TEÓRICO.

Para el marco teórico de nuestra investigación se consideran antecedentes nacionales e internacionales para nuestra variable Capital intelectual y atención al cliente.

Chipillo, (2020). En su tesis Capital intelectual y su relación con la competitividad de las cooperativas de ahorro y crédito en la ciudad de Huaraz: 2017. Respaldada por la Universidad Alas Peruanas. Refiere que el Capital intelectual es fundamental en la Cooperativas, porque permite valorar los activos intangibles de la empresa, dando énfasis al capital humano donde considera un elemento esencial para éxito de las cooperativas y para ello se debe capacitar constantemente al personal, ya que de esta manera podrá cumplir sus objetivos planificados a inicios de cada año como es su crecimiento en Saldo de Cartera , Clientes , entre otros y también menciona que el ente Regulador SBS ( La Superintendencia de Banca, Seguros y AFP) el cual debe de controlar más la creación nuevas cooperativas que existen en la zona y que muchas veces son utilizadas como fachadas para actos ilícitos creándose una competencia desleal entre en el mercado micro financiero de la zona .El resultado obtenido, demuestra que el capital intelectual esta estadísticamente asociada a la competitividad, según la prueba de Rho de Spearman la significancia asintótica bilateral es de (0,000) y está por debajo del error permisible ( $\alpha=0,05$ ).

Pinedo, (2018). En su tesis de grado, "Capital intelectual y la innovación de la empresa Melaform SAC San Juan de Lurigancho, 2018". Respaldada por la Universidad Cesar Vallejo. El objetivo "Determinar la relación del Capital Intelectual y la Innovación es muy importante en la empresa Melaform SAC; considera que los colaboradores que trabajan en los diversos puestos no cuenta con la experiencia necesaria realizando mal sus funciones y también ,menciona que no existe suficiente inducción al personal nuevo teniendo como resultado una pésima producción, así mismo indica que en la empresa existe mucha burocracia; y que sumado a las malas contrataciones del personal sin experiencia y a la escasa inducción que el personal demanda se tiene como resultado una mala producción .El estudio tiene la característica de una

investigación cuantitativa, el nivel descriptivo y correlacional, el diseño es no experimental porque no se manipula ninguna variable y se realiza en un determinado periodo, es decir corte transversal, 108 empleados de la organización representan la muestra de estudio, para recabar la información diseño 48 preguntas, se utilizó el programa SPSS 22. Como conclusión se determina que existe una relación positiva entre las variables con un nivel de correlación alto y significativa ( $r_s = 0.804$ ,  $p = .000$ ).

Morales (2018) "Gestión del capital humano y satisfacción del usuario del Seguro Social de Salud EsSalud, Huánuco-2018". Objetivo de la investigación determinar el grado de relación o asociación entre las variables gestión del capital humano y satisfacción del usuario. Por su modalidad es correlacional, no experimental, la población representa 180 000 usuarios y la muestra es no probabilística de 126 usuarios los cuales fueron encuestados mediante los cuestionarios de las variables. Se obtuvo el siguiente resultado, que la gestión del capital humano y la satisfacción del usuario tienen una relación, cuyo rho de spearman tiene un valor de 0.447, y el p-valor igual a cero es inferior el error estimado (0,01), entonces se acepta la hipótesis de estudio.

De la Vega, (2019) "Gestión de atención al cliente para la empresa del Banco SBP, 2018" Respaldada por la Universidad Norbert Wiener. El objetivo mejorar la gestión de atención al cliente, con el fin de entregar una mejor atención y información oportuna a los clientes. En el estudio se utilizó la metodología de sintagma holístico con un enfoque Mixto, porque se emplearon instrumentos cuantitativos y cualitativos para obtener la información, con los datos cuantitativos de las encuestas que fueron obtenidas por un total de 45 empleados internos y para las entrevistas se aplicaron a un total de 3 profesionales expertos, por esa razón una vez obtenida esta información se procedió con la triangulación

Valdiviezo, (2017) "Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el área de operaciones del banco de crédito del Perú, agencia Piura 2016". Respaldada por la Universidad de Piura. El estudio tiene planteado como "objetivo analizar la relación entre calidad del servicio y satisfacción del cliente". Menciona que los trabajadores del

Banco de Crédito no tienen la suficiente Capacidad resolutive para dar solución a cualquier pregunta del cliente , asi mismo menciona en su investigación que los clientes del banco también están insatisfechos en los tiempos de espera que tiene que someterse para realizar sus diversas operaciones financieras y como parte final menciona de no brindarse una buena Calidad en el servicio no se tendrá a un cliente Satisfecho por más buena tecnología, ambiente limpio y agradable que se ofrecer . El modelo ServQual se utilizó para medir la calidad de servicio y la forma de evaluar fue del modelo ServPerf. Las dimensiones de satisfacción propuestas por Santiago (1999) fueron utilizadas para la investigación. La técnica se basó en la encuesta la cual fue aplicada a 363 clientes del banco. Se analizó y proceso empleando la estadística descriptiva y se calculó el índice de correlación.

En el ámbito internacional plasmados artículos relacionados al capital intelectual Costa y Santos (2019). En el artículo denominado, Describir el proceso de creación de un marco de gestión del capital intelectual: un estudio de caso intervencionista. El objetivo final es comprender cómo este proceso puede mejorar la identificación, medición y gestión de Capital Intelectual dentro de la empresa, contribuyendo eventualmente a agregar una perspectiva de CI a su estrategia de gestión. El artículo contribuye a la literatura sobre CI al abordar los recientes pedidos de un enfoque "performativo" más basado en la práctica para la investigación de CI, fortaleciendo así su "tercera etapa" emergente. También cierra la brecha entre la teoría y la práctica al discutir cómo se puede integrar la perspectiva de CI en las decisiones diarias y los desafíos estratégicos de una empresa.

Schettini (2018). Nos indica que el Capital Intelectual es de suma importancia para los micro y pequeños empresarios ya que será la única manera para poder subsistir ante un mercado altamente dinámico, competitivo y con muchas innovaciones tecnológicas que ya experimenta el mercado ecuatoriano y a su vez refiere que los micro y Pequeños empresarios son una base fundamental para dinamizar la económica de un País.



Ureña, Quiñones y Carruyo (2018). Revista. "Capital Intelectual: Modelo estratégico para la calidad de servicio en organizaciones inteligentes". Él refiere que es vital para desarrollar las raíces en una organización, para surgir y sacar a flote es necesario los conocimientos previos, desconocer las funciones del Capital Humano y Estructural trae como resultado que los clientes desconozcan la cultura, valores y políticas de una organización y que solo se obtendrá dará no cumplir con los objetivos propuestos.

Medina, A., González, A. y Pérez, E. (2017). "Capital intelectual y sus dimensiones" Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. El objetivo consiste en precisar un concepto que, pese a ser utilizado frecuentemente en las empresas, aún no existe una definición consensuada por muchos autores. En este sentido se realiza la revisión de las distintas dimensiones que componen el capital intelectual y de las relaciones existentes entre ellas.

Ugalde, B (2016) Capital intelectual, características del emprendedor e innovación. El caso de las MIPYMES Costarricenses. Encontrar qué variables del capital intelectual son relevantes para explicar el éxito en un proyecto de innovación en las pequeñas y medianas empresas, representa el objetivo de la investigación, Además, se considera como segundo objetivo estudiar cómo las características de las MIPYMES y del emprendedor afectan a este proceso .

En cuanto a la teoría de la variable capital intelectual y atención al cliente es necesario mencionar los autores que definen las variables de la investigación. El capital intelectual ha existido siempre, pero en la actualidad en la cual vivimos, el ser humano toma conciencia de lo que posee (conocimiento) y genera el capital intelectual, es por ello que las organizaciones de hoy en día reclutan al personal idóneo, optan por una mejor tecnología para así convertirse en los mejores. Las dimensiones de capital intelectual son capital humano, capital estructural y capital relacional que se encuentran estrechamente ligadas, independientemente poco o nada se podría lograr, es por ello que estos elementos deben estar armónicamente unidos para la sostenibilidad de la empresa

Capital Intelectual, según Edvinsson (citado por Chipillo, 2020) define mediante una metáfora al capital intelectual... “Una institución es como una planta, donde se visualiza las hojas, ramas y frutos, y otra que es invisible las raíces. Si nos dedicamos solo a recoger las frutas, dejando de lado las raíces, el árbol podría fenecer. Si deseamos resultados positivos las raíces deben estar sanas y nutridas”. (p.10)

Continuando con la base teórica de capital intelectual según Brooking (1997) refiere que el capital intelectual es con un todo de activos intangibles de una institución, dichos activos no se aprecia en los estados financieros, pero tienen un gran valor o potencial de generarlo en el futuro.

Es necesario mencionar a la OECD, (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) que define al capital intelectual como:

El capital intelectual considerada como el valor económico de dos clases de activos intangibles de una empresa que está integrada por el capital estructural y el capital humano. La propiedad de los sistemas de información (software) y las redes de distribución y las cadenas de suministro, representa al capital estructural. En cuanto al capital humano se considera a los colaboradores, como cliente interno y los clientes, proveedores como cliente externo. (p.22)

El capital humano, dimensión de la primera variable, el cual refiere Chiavenato, (2012). Los colaboradores deben ser considerados como socios estratégicos para la empresa y un ente productivo que sin ellos se inactiva una organización.

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD) define el capital humano, que lo integra los colaboradores que adquieren los conocimientos, habilidades, competencia y crean el confort personal, social y económico” (p.3)

Continuando con la teoría de la segunda dimensión el capital estructural representa todo los conocimientos y tradiciones de la empresa que se encuentra registrada en su base de datos. Según Martín, G; Alama,E; López, P & Emilio, J (2006) El capital organizacional o capital estructural se considera el conocimiento de la institución que

es innato a la empresa y que va adquiriendo durante su ciclo de vida y permanece aun cuando el colaborador no permanece en la empresa. También podemos mencionar a Demune, Nava, e Ibarra, M (2014). Constituido por su proceso interno, sistematizado las actividades de la empresa son la que implican la innovación.

Para finalizar con las teorías la tercera dimensión lo constituye el capital relacional tenemos que entender que la empresa no es una organización aislada y tiene que relacionarse para su permanencia en el mercado, el cual está conformada por los proveedores, los clientes incluso la competencia, para ello es necesario realizar alianzas estratégicas entre los competidores con el objetivo de multiplicar el éxito. El capital relacional consiste en generar el valor mediante las relaciones, una empresa no podría permanecer aislada en el mercado, requiere mantener un vínculo empresarial de manera intrínseca y extrínseca, clientes, proveedores y todo el grupo relacionado a sus intereses. (Bontis, 1999).

Continuando describimos la variable atención al cliente, el cual se refiere al servicio que brinda la empresa con el objetivo de ofrecer un servicio o producto, la institución busca la satisfacción de sus necesidades del cliente, para ello el servicio o producto que se ofrece debe ser confiable y que le brinde seguridad al poder adquirirlo, es necesario tener presente que un servicio personalizado y cumplir las expectativas del cliente es una responsabilidad del colaborador ya que tiene el lazo directo con el usuario.

En las instituciones financieras, los elementos de la calidad del servicio son operacionales, interviene el aspecto físico y el contacto humano. Los factores de rendimiento incluyen el desempeño operativo durante la prestación del servicio, como los tiempos de prestación del servicio y la puntualidad del servicio en sí (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988).

En cuanto a la primera dimensión de atención al cliente, la comunicación efectiva es el tipo de comunicación en la que deseamos transmitir el mensaje en forma clara y entendible para nuestro cliente.

Chiavenato (2009) dice: “El intercambio de información en una institución se denomina comunicación organizacional.”

“La alta dirección y los funcionarios de una organización, sin importar el giro del negocio, han visualizado que el eficiente manejo de la empresa y el logro de los objetivos institucionales no solo es brindar un producto o servicio de calidad, sino también a una buena articulación de sus redes de comunicación; en este sentido, es imposible concebir una empresa sin la comunicación efectiva ya que el éxito de estas empresas está vinculada a brindar una buena información”.(Traverso, Williams y Palacios ,2017.p.36)

No es posible concebir una organización sin una comunicación efectiva, es por ello que nuestros colaboradores deben estar preparados para brindar una atención eficiente.

En cuanto a la segunda dimensión de atención del cliente es la satisfacción del cliente, como toda organización el objetivo es cumplir las expectativas del cliente para así fidelizar al mismo con nuestro servicio. El análisis de la satisfacción del cliente es continua y periódicamente se debe utilizar estrategias para medir dicha satisfacción. Recordemos que el índice de satisfacción del cliente es solo uno de los indicadores que la alta gerencia debe tener en cuenta para una retroalimentación continua. (Paride, 2017.p.6)

En cuanto a la definición de términos se considera los siguientes:

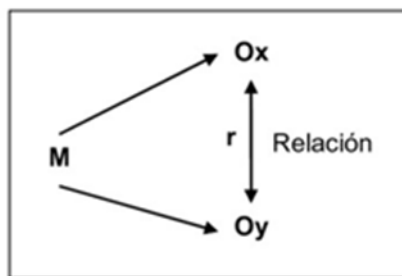
- Capital intelectual: Es la mezcla de activos intangibles que permiten que una organización funcione.
- Capital estructural: Conjunto de conocimientos que es innato a la organización, aunque un colaborador se retire dichos conocimientos queda en sí misma.
- Capital humano: Es un ente indispensable de la empresa que genera valor y fuente potencial de innovación para la organización.

- Capital relacional: Es el lazo que une la empresa con los clientes y los proveedores para generar valor.
- Atención al cliente: Es el servicio que brinda la organización con el objetivo de ofrecer un servicio o producto.
- Compromiso: Institucionalizar al colaborar con la empresa para generar valor a su trabajo.
- Comunicación: Capacidad de brindar un mensaje al cliente.
- Comunicación efectiva: Es el tipo de comunicación en que se transmite el mensaje forma clara y precisa al cliente.
- Satisfacción del cliente: Cumplir las expectativas del usuario al adquirir nuestro servicio.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1 Tipo y diseño de investigación

De acuerdo a la investigación es básica, se realizó el estudio es de tipo aplicada, porque se basa en teorías existentes para dar solución a un problema específico, en cuanto al diseño es no experimental, porque no se realizará ninguna variable maniobra con las variables y de corte transversal, porque se recaba la información en un determinado tiempo, es como una toma fotográfica. El nivel de investigación fue descriptivo-correlacional, el cual permite describir la situación tal como se presenta y correlacionar permite conocer el grado de asociación que exista entre las variables de capital intelectual y atención al cliente. (Hernández, Fernández & Baptista, 2014)



Dónde:

Ox: Capital intelectual

Oy: Atención al cliente

R: Relación entre las variables.

#### 3.2 Variables y operacionalización

Las variables de la presente investigación son Capital intelectual y atención del cliente, en este sentido se define conceptualmente.

Capital intelectual: El capital intelectual es el valor económico de dos clases de activos intangibles de una organización que está integrada por el capital estructural y el capital humano.

Atención al cliente: La atención al cliente es el servicio que brinda la organización con el objetivo de ofrecer un servicio o producto, la institución busca la satisfacción de sus necesidades del cliente

Es relevante considerar la definición operacional de las variables, por el enfoque cuantitativo que representa nuestra investigación tiene un orden sistemático, lo cual tiene una secuencialidad y no es factible omitir los pasos, en este sentido las variables de estudio fueron dimensionadas las cuales son respaldadas por las teorías, posterior a ello se considera los indicadores que permiten elaborar las interrogantes o ítems a cada indicador representando así el instrumento de la investigación, continuando dicho cuestionario será validado por 3 juicios de expertos y de manera interna se obtiene la confiabilidad del alfa de Cronbach, los cuales nos permiten analizar si el instrumento utilizado tiene el propósito de recabar de información fidedigna, posterior a ello se utiliza la encuesta como técnica el cual se desarrolla mediante el formulario de google forms, para finalizar se utiliza el estadístico Spss 24 y se realiza la interpretación a los resultados obtenidos. (Hernández, et al, 2014). La matriz de operacionalización se anexa al final de la investigación.

### 3.3 Población, muestra y muestreo

La población de estudio es la totalidad de individuos, casos o fenómenos que tienen una particularidad entre sí. (Hernández, et al, 2014). La investigación tiene una población de 20 colaboradores y 1 administrador.

Tabla 1. Población

<b>Población</b>	<b>N°</b>
Administrador de la Caja Ica sede Huacho	1
Colaboradores	20
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>

Fuente: Área de recursos humanos Caja Ica

Muestra: En este sentido se utiliza la muestra censal, se trabajará con la totalidad de la población ya que representa una cantidad pequeña para la investigación, considerando el criterio del investigador.

Criterio de inclusión se consideró solo al personal que se encuentra en la planilla de la empresa (Caja Ica Agencia Huacho – 2021)

Criterio de Exclusión: Personal de mantenimiento y de Seguridad que no se encuentra en Planilla directa para Caja Ica.

Muestreo: En la presente investigación no aplica

### 3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

**Técnica:** La técnica utilizada en el presente estudio es la encuesta, la cual nos permite recabar la información confiable. Según (Behar Rivero, 2008) refiere que en la encuesta se refleja el cuestionario el cual permite recoger la información fiable.

**Instrumento:** El cuestionario es el instrumento de la investigación el cual está diseñado y formulado mediante ítems, relacionado a los indicadores de cada variable de estudio, se trabaja con la escala de Likert para las respuestas.

Es necesario precisar que el instrumento utilizado esta validado por 3 juicios de expertos de la misma de casa de estudios.

Validez del instrumento

Tabla 2. *Juicio de Expertos*

Grado académico	Apellidos y nombres del experto	Apreciación
Doctor	Cabello Vicente , Freddy Fredrich	Aplicable
Magister	Ramos la Rosa Patricia Elena	Aplicable
Magister	Regalado Eliana Pérez Ruibal	Aplicable

Fuente: Elaboración propia.



### **3.5 Procedimientos**

En cuanto a la recopilación de la información se ha utilizado la técnica de la encuesta cuyo instrumento es el cuestionario, el cual fue diseñado en forma virtual mediante google forms ,dicha encuesta fue desarrollada de manera indirecta por el estado de emergencia que nos encontramos, el cual fue enviado a los correos de los participantes .Para el procesamiento de datos se empleó el software SPSS en la versión 25, el cual permitió obtener la información real, luego de ello se realizó la interpretación de los resultados obtenidos., también se desarrollo la prueba de hipótesis para aceptar y /o rechazar la hipótesis planteada en la investigación.

### **3.6 Método de análisis de datos**

Para el método de análisis de datos se usó el software estadístico SPSS versión 25 el cual nos permite constatar la hipótesis,para dicha contrastación se aplica el coeficiente de correlación de Rho de Spearman. En este sentido se formula la hipótesis general alterna y nula,también las hipótesis específicas alternas y nulas,luego se determina el nivel de significancia, en este sentido se trabaja con el margen de error de 0.05, si el p-valor es menor rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna y si el p-valor es mayor, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna.

### **3.7 Aspectos éticos**

La información vertida en la investigación se realiza respetando a los autores con las citas correspondientes, para la ejecución de la tesis se cuenta con la autorización de las autoridades de la Caja de ahorro y créditos Ica, en cuanto a los participantes de la investigación son los colaboradores y administradores quienes tienen pleno conocimiento de dicha investigación, la información obtenida tiene el grado de confidencialidad y solo será utilizado para fines académicos, también se toma en cuenta el Código de Ética Profesional del Colegio de Administración.

## IV. RESULTADOS

### 4.1 Análisis estadísticos descriptivos

Antes de realizar los análisis descriptivos es necesario mencionar que se desarrolló la confiabilidad de los instrumentos mediante el alfa de Cronbach

Tabla 3. *Escala de Alfa de Cronbach*

Rango	Deducción
0.81 - 1.00	Muy alta
0.61 - 0.80	Alta
0.41 - 0.60	Moderada
0.21 - 0.40	Baja
0.01 - 0.20	Muy baja

Fuente: Wong, Gamarra, Pujay y Rivera (2015)

Tabla 4. *Resumen de procesamiento de casos*

		N	%
Casos	Válido	21	100.0
	Excluido a	0	.0
	Total	21	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 5. *Estadísticas de fiabilidad de Capital intelectual*

Alfa de Cronbach	N de elementos
.719	16

Fuente: Resultado SPSS V. 25.

..Para la confiabilidad del instrumento de capital intelectual, se utilizó la prueba estadística de fiabilidad Alfa de Cronbach, con un número de 16 ítems, cuyo resultado representa al 0.719, ello significa que la validez de nuestro cuestionario es de alta confiabilidad.

Tabla 6. *Estadísticas de fiabilidad de Atención del cliente*

Alfa de Cronbach	N de elementos
.601	9

Fuente: Resultado SPSS V. 25.

..Para la confiabilidad del instrumento de atención al cliente, se utilizó la prueba estadística de fiabilidad Alfa de Cronbach, con un número de 9 ítems, cuyo resultado representa al 0.601, ello significa que la validez del cuestionario es de moderada confiabilidad.

Después de obtener una confiabilidad favorable de los instrumentos se procedió a tabular mediante el SPSS25 en cual se obtiene los siguientes resultados

Tabla 7. *Usted cuenta con la capacidad para resolver los problemas o dudas a los clientes que atiende*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Bastante	10	47.6	47.6	47.6
Mucho	10	47.6	47.6	95.2
Regular	1	4.8	4.8	100.0
Total	21	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

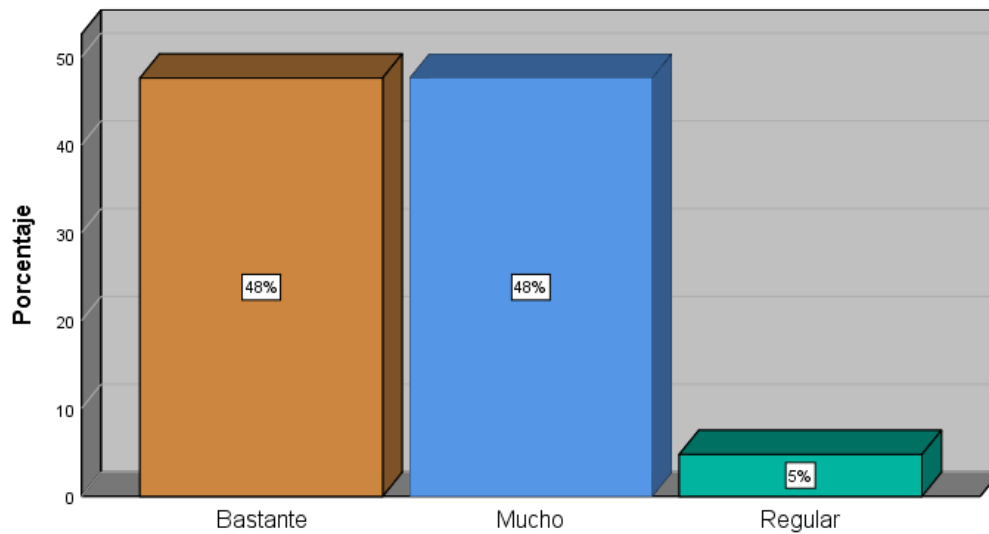


Figura 1. Usted cuenta con la capacidad para resolver los problemas o dudas a los clientes que atiende

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Se observa que 48% de la población encuestada respondieron que cuentan con bastante capacidad para resolver las dudas de los clientes.

Tabla 8. Usted tiene la capacidad para dar solución inmediata de un reclamo del cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	a	e		
Válido Bastante	12	57.1	57.1	57.1
Mucho	5	23.8	23.8	81.0
Regular	4	19.0	19.0	100.0
Total	21	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

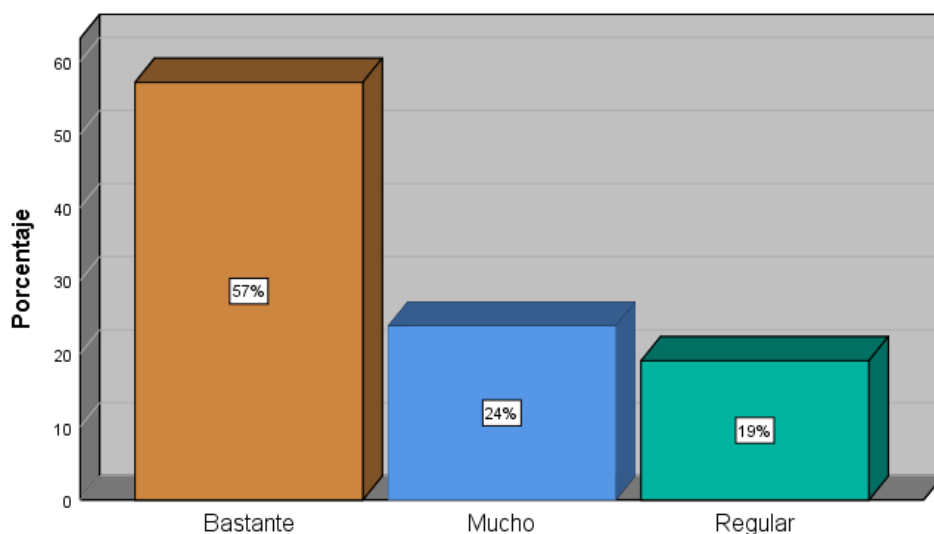


Figura 2. Usted tiene la capacidad para dar solución inmediata de un reclamo del cliente

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Según los resultados obtenidos se aprecia que el 57% de la población encuestada respondieron que cuentan con bastante capacidad para dar solución al problema de cliente, en este sentido los clientes se encuentran satisfechos con los servicios que brinda la Caja Ica, pero se observa que un 19% tiene regular capacidad ello se tendría que afianzar en el colaborador.

Tabla 9. Cuenta con capacitaciones para incrementar tu capacidad laboral en el área que labora

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Bastante	9	42.9	42.9	42.9
Mucho	10	47.6	47.6	90.5
Regular	2	9.5	9.5	100.0
Total	21	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

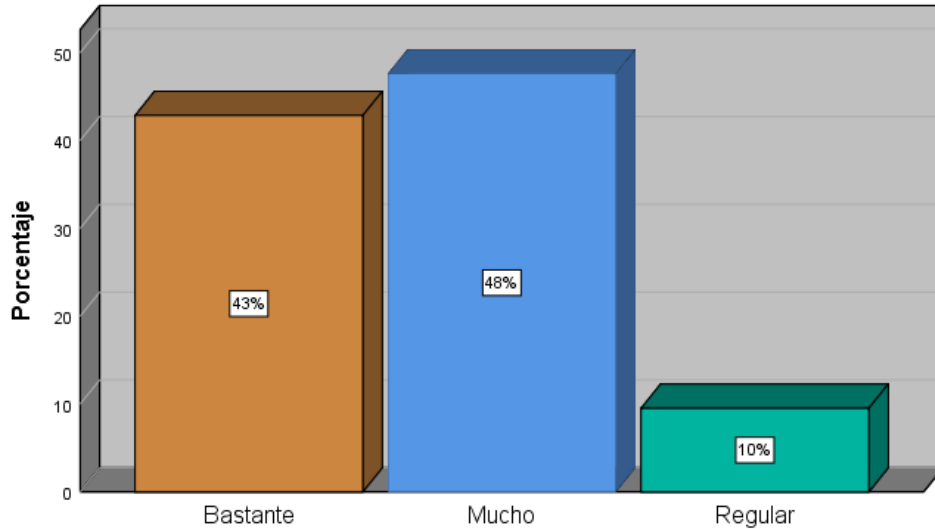


Figura 3. Cuenta con capacitaciones para incrementar tu capacidad laboral en el área que labora

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Según los resultados obtenidos se aprecia que el 48% respondieron bastante y un 43% respondieron mucho, en este sentido el colaborador respondió que está capacitado para desempeñarse en el área asignada.

Tabla 10. Cree usted que contar con habilidades blandas sólidas le permitirá tener un incremento en su productividad Laboral

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Bastante	9	42.9	42.9	42.9
Mucho	11	52.4	52.4	95.2
Regular	1	4.8	4.8	100.0
Total	21	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

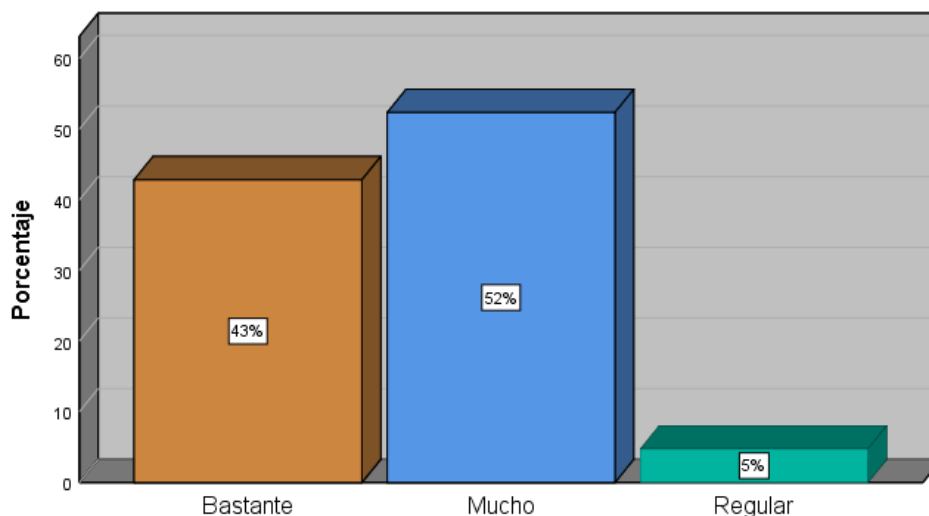


Figura 4. Cree usted que contar con habilidades blandas sólidas le permitirá tener un incremento en su productividad Laboral

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

Según los resultados obtenidos se aprecia que el 52% respondieron mucho y un porcentaje significativo de 43% respondieron bastante, se podría interpretar que el personal cuenta con habilidades blandas y ello es favorable para la institución.

Tabla 11. Cree usted que tener la habilidad de Negociación le permitirá realizar mejor su función en el área que se desempeña.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válido	Bastante	7	33.3	33.3	33.3
	Mucho	14	66.7	66.7	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

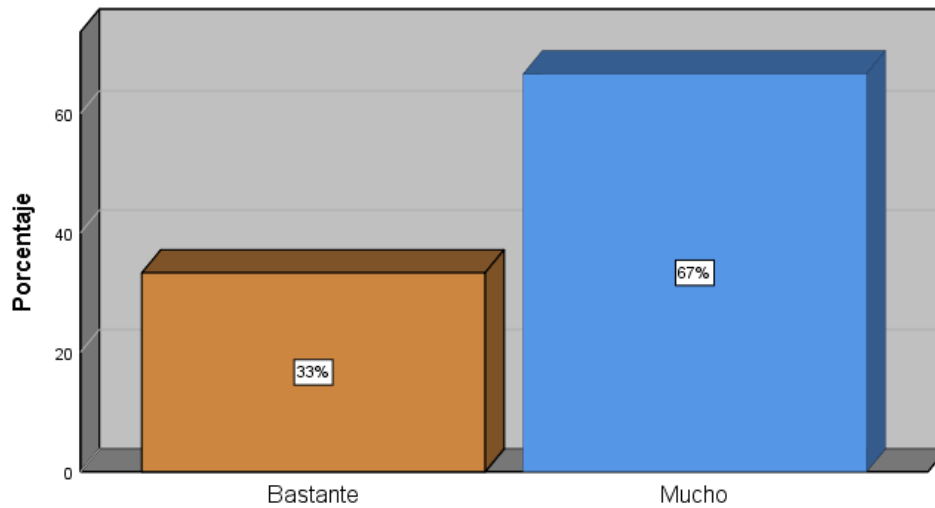


Figura 5. Cree usted que tener la habilidad de Negociación le permitirá realizar mejor su función en el área que se desempeña

Fuente : Elaboración Propia

Interpretación:

Se aprecia que un 67% respondieron mucho y un 33% contestaron que cuentan con bastante habilidad en las negociaciones entre el cliente y el colaborador y así concretar un servicio.

Tabla 12. Cuentas con la habilidad de ser empático cuando atiende a un cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Bastante	5	23.8	23.8	23.8
Mucho	14	66.7	66.7	90.5
Regular	2	9.5	9.5	100.0
Total	21	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia



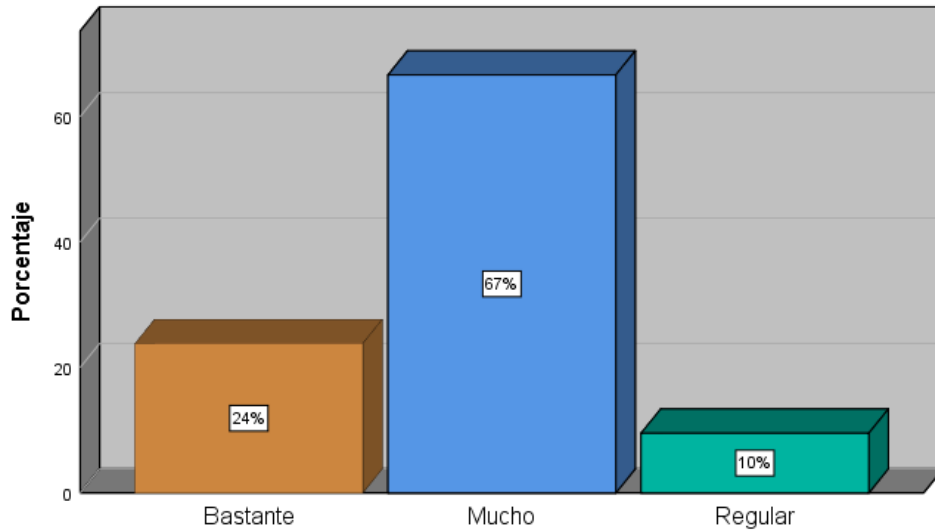


Figura 6. Cuentas con la habilidad de ser empático cuando atiende a un cliente

Fuente : Elaboración Propia

Interpretación:

En la figura se observa que 67% respondieron que cuentan con mucha habilidad de la empatía al atender al cliente, en este sentido es muy importante ser empático con clientela, en la cual permite ponerse en la situación emocional de otro.

Tabla 13. Cree usted que en un Clima Laboral adecuado ayudaría a tomar una decisión en consenso

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bastante	6	28.6	28.6	28.6
	Mucho	13	61.9	61.9	90.5
	Regular	2	9.5	9.5	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

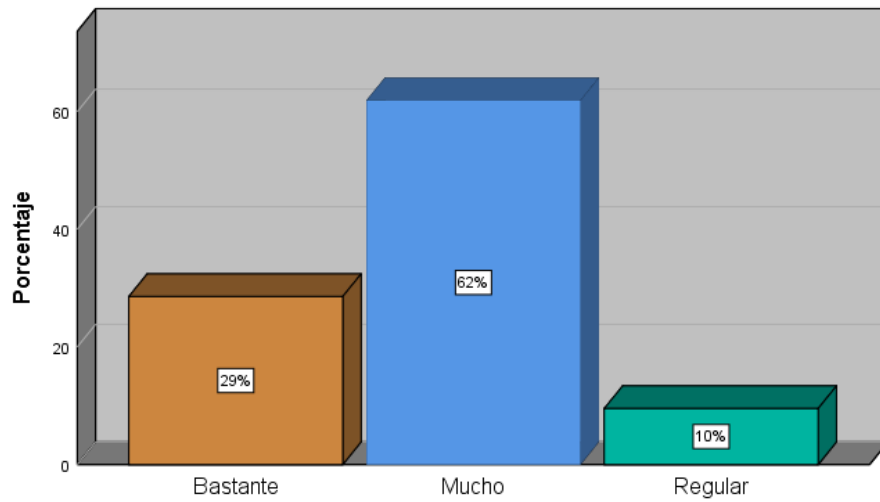


Figura 7. Cree usted que en un Clima Laboral adecuado ayudaría a tomar una decisión en consenso

Fuente: Elaboración Propia

#### Interpretación

Según los resultados se aprecia que el 62% de la población estudiada respondieron mucho ayudaría un clima laboral adecuado para las decisiones en la empresa.

Tabla 14. El clima laboral en Caja Ica Agencia Huacho es ideal para trabajar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Bastante	8	38.1	38.1	38.1
Mucho	10	47.6	47.6	85.7
Regular	3	14.3	14.3	100.0
Total	21	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

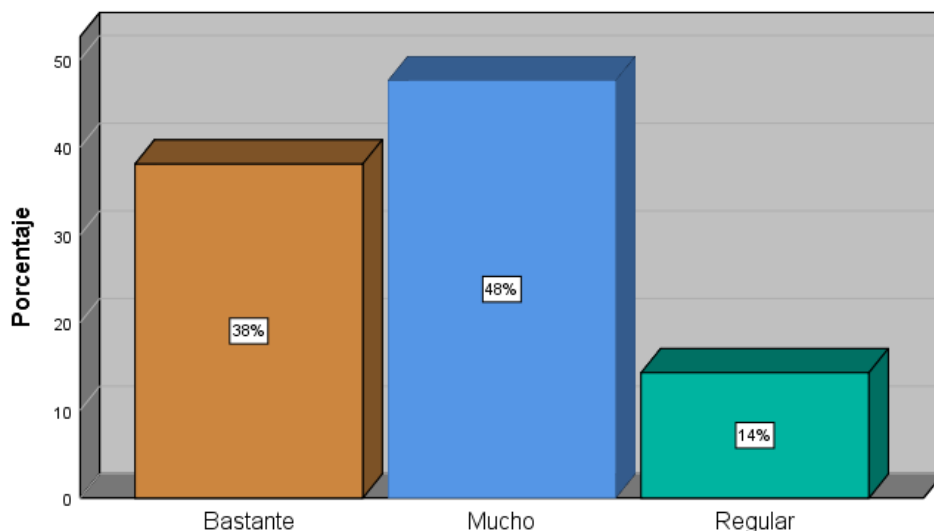


Figura 8.El clima laboral en Caja Ica Agencia Huacho es ideal para trabajar

Fuente : Elaboración Propia

#### Interpretación

Según los resultados se aprecia que el 48% de la población encuestada respondieron mucho que el clima laboral es ideal en la Caja Ica, eso es muy relevante pero también se aprecia que un 14% que el clima laboral es regular

Tabla 15.Usted tiene conocimiento de los de datos de los clientes que atiende

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Bastante	13	61.9	61.9	61.9
Mucho	5	23.8	23.8	85.7
Regular	3	14.3	14.3	100.0
Total	21	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

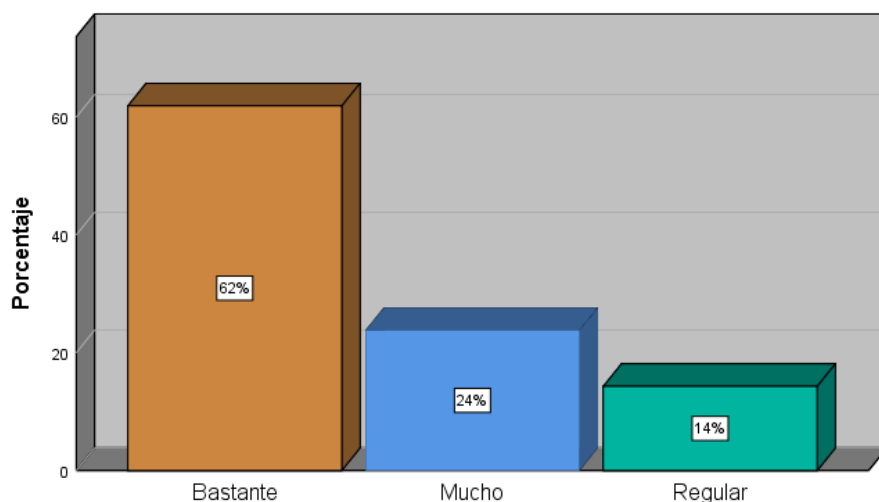


Figura 9. Usted tiene conocimiento de los de datos de los clientes que atiende

Fuente: Elaboración Propia

#### Interpretación

Se observa en la figura que un 62% respondieron que tienen bastante conocimiento los colaboradores de la base de datos de los clientes que atienden.

Tabla 16. Usted tiene conocimiento de los estados financieros de Caja Ica - Agencia Huacho basado en datos que la Central proporciona

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Bastante	12	57.1	57.1	57.1
Mucho	5	23.8	23.8	81.0
Regular	4	19.0	19.0	100.0
Total	21	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

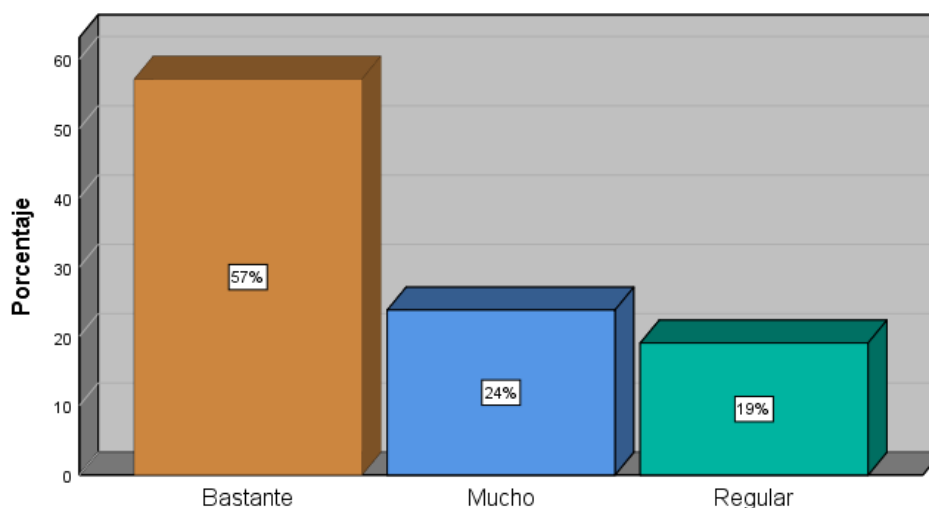


Figura 10. Usted tiene conocimiento de los estados financieros de Caja Ica - Agencia Huacho basado en datos que la Central proporciona

Fuente: Elaboración Propia

#### Interpretación

Según los resultados se aprecia que el 57% de la población estudiada respondieron que tienen bastante conocimiento de los estados financieros de la Caja Ica, eso refleja que existe transparencia y estabilidad laboral en la empresa.

Tabla 17. La Caja Ica contrata personal con experiencia para cubrir los diversos puestos disponibles

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Bastante	15	71.4	71.4	71.4
Mucho	3	14.3	14.3	85.7
Poco	1	4.8	4.8	90.5
Regular	2	9.5	9.5	100.0
Total	21	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

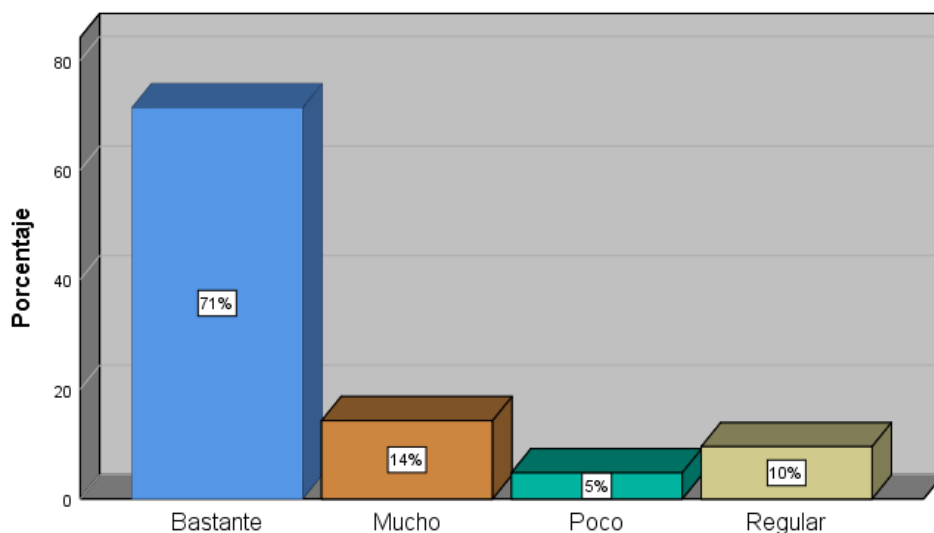


Figura 11. La Caja Ica contrata personal con experiencia para cubrir los diversos puestos disponibles

Fuente : Elaboración Propia

#### Interpretación

Según los resultados se aprecia que el 71% de la población encuestada respondieron bastante en referencia que la Caja Ica contrata personal con experiencia para cubrir puestos disponibles, también se aprecia que el 10% refieren que de manera regular se contrata al personal idóneo.

Tabla 18. La Caja Ica se preocupa en la innovación del portafolio servicios financieros que ofrece

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Bastante	12	57.1	57.1	57.1
Mucho	6	28.6	28.6	85.7
Regular	3	14.3	14.3	100.0
Total	21	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

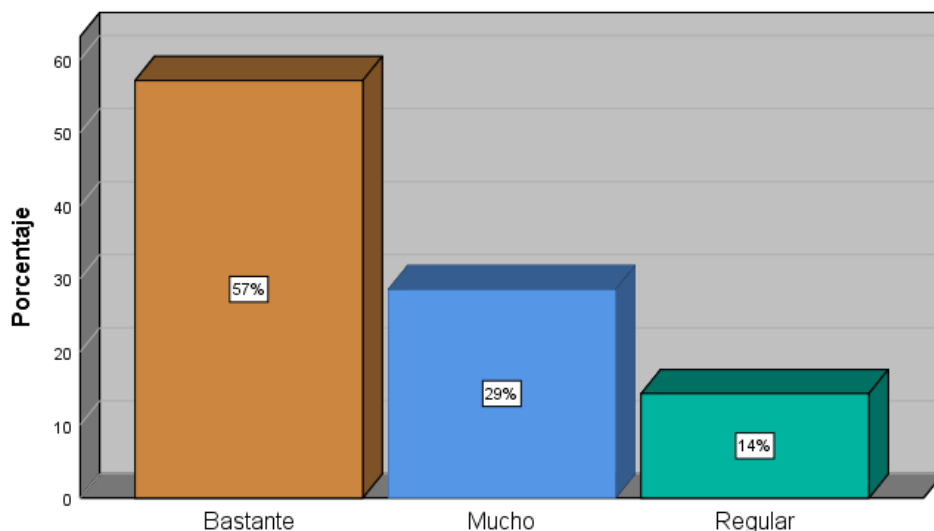


Figura 12. La Caja Ica se preocupa en la innovación del portafolio servicios financieros que ofrece

Fuente: Elaboración Propia

#### Interpretación

Según los resultados se aprecia que el 57% de la población encuestada respondieron que bastante se preocupa en la innovación del portafolio de servicios financieros, también se aprecia que el 14% refieren que de manera regular se preocupa en la innovación y ese indicador la empresa debe tener en cuenta.

Tabla 19. La Caja Ica considera a los clientes que atiende como aliados estratégicos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Bastante	10	47.6	47.6	47.6
Mucho	8	38.1	38.1	85.7
Regular	3	14.3	14.3	100.0
Total	21	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

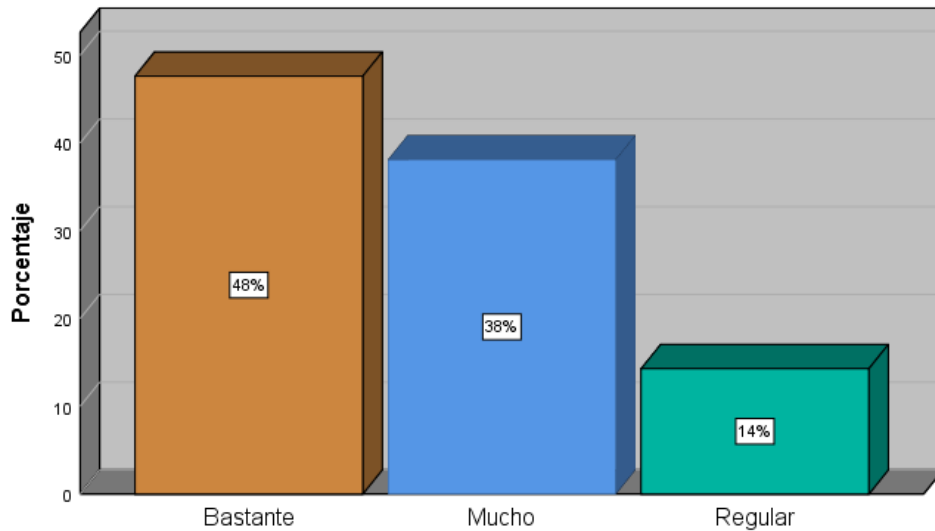


Figura 13. La Caja Ica considera a los clientes que atiende como aliados estratégicos

Fuente : Elaboración Propia

#### Interpretación

Se aprecia en la figura que el 48% de la población encuestada respondieron que se considera bastante a los clientes y son considerados como aliados estratégicos, también se aprecia que el 14% refieren que de manera regular son considerados, ese indicador debe ser analizado por la empresa teniendo en cuenta que el cliente es el promotor del éxito o el fracaso de toda institución

Tabla 20. Cree usted que Caja Ica les brinda confianza a los clientes al brindar sus servicios financieros.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bastante	11	52.4	52.4	52.4
	Mucho	7	33.3	33.3	85.7
	Poco	1	4.8	4.8	90.5
	Regular	2	9.5	9.5	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia



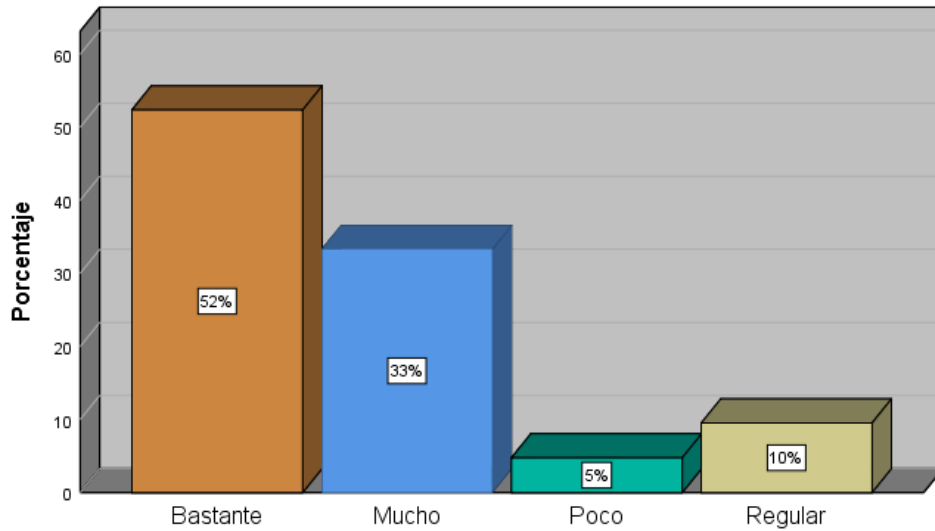


Figura 14. Cree usted que Caja Ica les brinda confianza a los clientes al brindar sus servicios financieros

Fuente: Elaboración Propia

#### Interpretación

Según los resultados se aprecia que el 52% de la población encuestada respondieron que se brinda bastante confianza a los clientes al brindar los servicios financieros, en este sentido también se aprecia otros resultados como poco un 5% y un regular del 10% dichos resultados deben ser analizados por la empresa en buscar la totalidad de confianza que se le brinda en los servicios financieros al cliente.

Tabla 21. Brinda usted una información clara y precisa en cuanto al servicio financiero solicitado por un cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Bastante	12	57.1	57.1	57.1
Mucho	8	38.1	38.1	95.2
Regular	1	4.8	4.8	100.0
Total	21	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

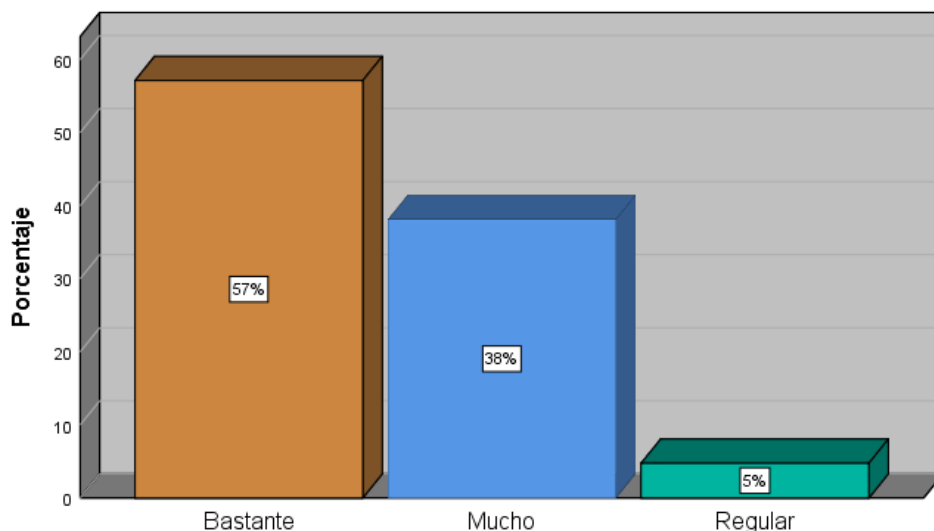


Figura 15. Brinda usted una información clara y precisa en cuanto al servicio financiero solicitado por un cliente

Fuente : Elaboración Propia

#### Interpretación

Según los resultados obtenidos se aprecia que el 57% de la población encuestada respondieron que se brinda bastante información clara y precisa en cuanto al servicio financiero y un 38% refieren que brindan mucha información al cliente, eso representa un buen indicador ya que el cliente está informado al pactar el servicio financiero.

Tabla 22. *Usted es tiene la capacidad de escuchar a su cliente para tener clara su necesidad financiera*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Bastante	11	52.4	52.4	52.4
Mucho	9	42.9	42.9	95.2
Poco	1	4.8	4.8	100.0
Total	21	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

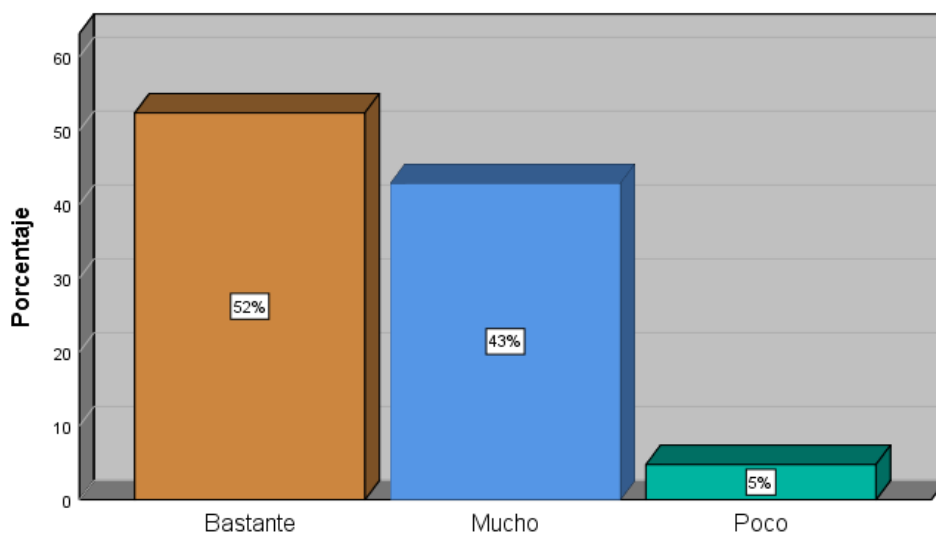


Figura 16. Usted es tiene la capacidad de escuchar a su cliente para tener clara su necesidad financiera

Fuente: Elaboración Propia

### Interpretación

Se aprecia que el 52% de la población encuestada respondieron que cuentan con bastante capacidad para escuchar al cliente y un 43% también refieren que los colaboradores tienen mucha capacidad para escuchar al cliente.

Tabla 23. Usted percibe que existe cordialidad con los clientes cuanto se le brinda un servicio financiero

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Bastante	14	66.7	66.7	66.7
Mucho	5	23.8	23.8	90.5
Regular	2	9.5	9.5	100.0
Total	21	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

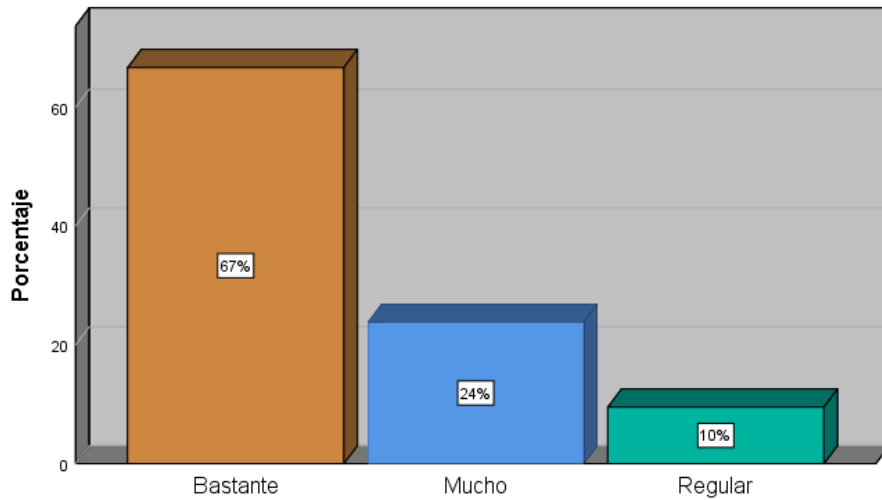


Figura 17. Usted percibe que existe cordialidad con los clientes cuanto se le brinda un servicio financiero

Fuente: Elaboración Propia

### Interpretación

Según los resultados se aprecia que el 67% de la población encuestada respondieron que existe bastante cordialidad con los clientes en el momento de brindar el servicio

Tabla 24. Tiene usted la capacidad de comunicar sobre algún cambio o modificación de algún producto financiero de su cliente de manera secuencial o se desvía fácilmente.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Bastante	11	52.4	52.4	52.4
Mucho	6	28.6	28.6	81.0
Regular	4	19.0	19.0	100.0
Total	21	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

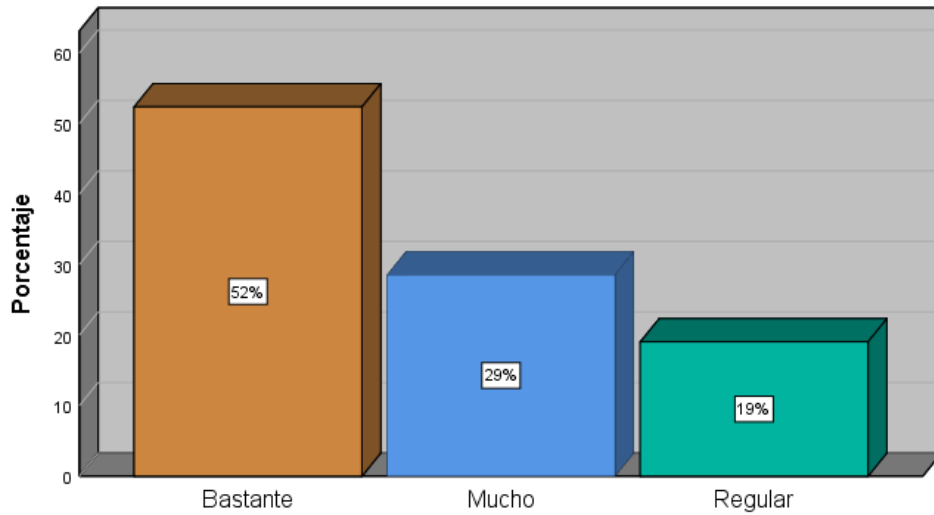


Figura 18. Tiene usted la capacidad de comunicar sobre algún cambio o modificación de algún producto financiero de su cliente de manera secuencial o se desvía fácilmente

Fuente : Elaboración Propia

#### Interpretación

Se aprecia que el 52% de la población encuestada respondieron que cuentan con bastante capacidad para comunicar sobre algún cambio o modificación al cliente en el momento oportuno, pero también se aprecia que un 19% refieren que tienen una capacidad regular de comunicar alguna modificación en momento preciso, y ello podría significar el malestar de algunos clientes.

Tabla 25. Usted percibe que existe empatía entre el cliente y los Colaboradores de Caja Ica Agencia Huacho.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Bastante	12	57.1	57.1	57.1
Mucho	7	33.3	33.3	90.5
Regular	2	9.5	9.5	100.0
Total	21	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

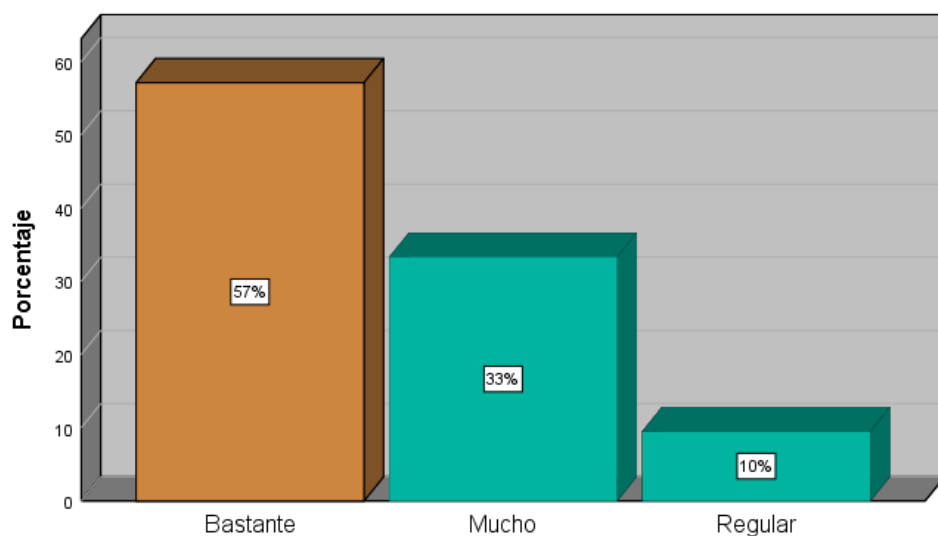


Figura 19. Usted percibe que existe empatía entre el cliente y los Colaboradores de Caja Ica Agencia Huacho.

Fuente : Elaboración Propia

#### Interpretación

Según los resultados aprecia que el 57% de la población encuestada respondieron que se percibe bastante empatía entre el colaborador y el cliente, y un 33% refieren que existe mucha empatía al brindar el servicio al cliente, pero con un 10% se refleja de manera regular la empatía.

Tabla 26. Consideras que el servicio que brinda la Caja Ica Agencia Huacho a sus clientes es de Calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bastante	14	66.7	66.7	66.7
	Mucho	6	28.6	28.6	95.2
	Regular	1	4.8	4.8	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

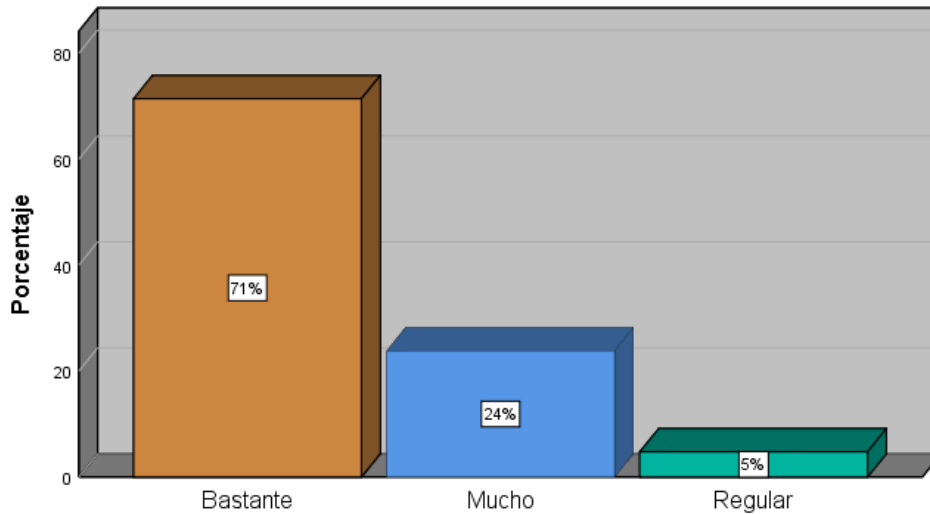


Figura 20. Consideras que el servicio que brinda la Caja Ica Agencia Huacho a sus clientes es de Calidad

Fuente : Elaboración Propia

#### Interpretación

Según los resultados obtenidos se observa que el 71% de la población encuestada respondieron que considera bastante el servicio financiero y los servicios ofrecidos son de calidad.

Tabla 27. Consideras que la calidad de servicio está relacionada a la solución de los problemas o dudas de los clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bastante	14	66.7	66.7	66.7
	Mucho	7	33.3	33.3	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

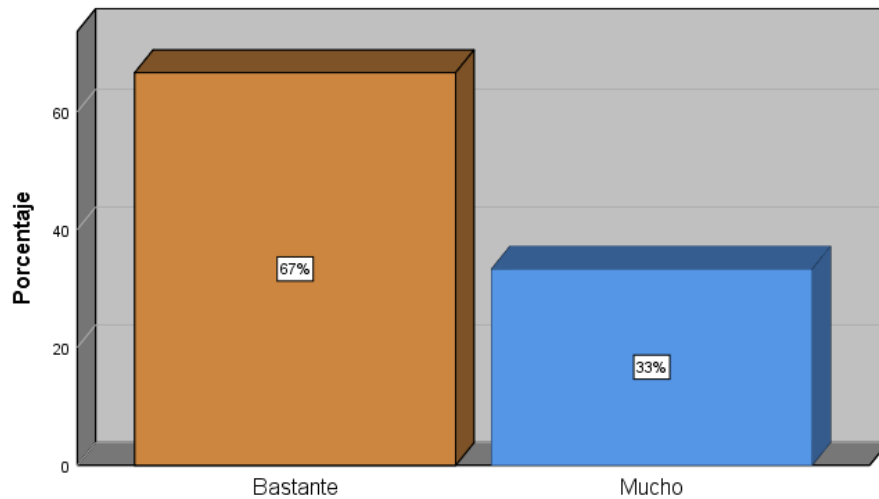


Figura 21. Consideras que la calidad de servicio está relacionada a la solución de los problemas o dudas de los clientes

Fuente: Elaboración Propia

#### Interpretación

Se aprecia que el 67% de la población respondieron que consideran bastante que la calidad de servicio está relacionada a la solución de problemas o la absolución de las dudas, y un 33% también considera que mucho tiene que ver la solución de problemas con la calidad de servicio.

Tabla 28. Consideras que se cumple las expectativas de los clientes en Caja Ica- Agencia Huacho

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bastante	10	47.6	47.6	47.6
	Mucho	7	33.3	33.3	81.0
	Regular	4	19.0	19.0	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia



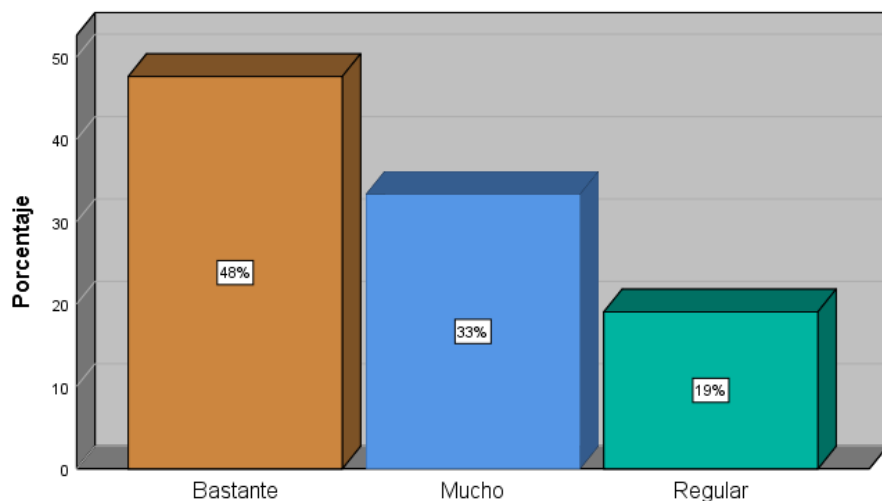


Figura 22. Consideras que se cumple las expectativas de los clientes en Caja Ica- Agencia Huacho

Fuente: Elaboración Propia

#### Interpretación

Se aprecia que el 48% de la población encuestada respondieron que bastante se cumple con las expectativas del cliente, y un 33% también refieren que se cumple mucho con las expectativas del cliente, pero también un porcentaje significado de 19% respondieron que regularmente se cumple con las expectativas, en este sentido se debe trabajar para cumplir al 100% con las expectativas del cliente.

Tabla 29. *Usted considera que el cliente de la Caja Ica Agencia Huacho está fidelizado con la institución.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bastante	8	38.1	38.1	38.1
	Mucho	6	28.6	28.6	66.7
	Poco	1	4.8	4.8	71.4
	Regular	6	28.6	28.6	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

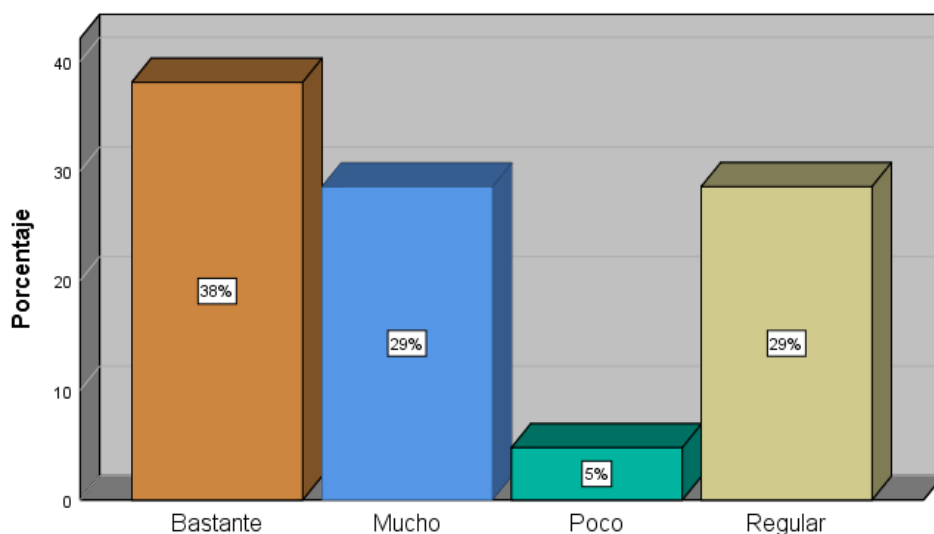


Figura 23. Usted considera que el cliente de la Caja Ica Agencia Huacho está fidelizado con la institución.

Fuente : Elaboración Propia

#### Interpretación

Se aprecia que el 38% de la población encuestada respondieron que bastante esta fidelizado los cliente con la institución, pero también se observa que un 29% considera que regularmente esta fidelizado el cliente y la organización, en este resultado se tiene que dar mayor énfasis para que la administración pueda trabajar en la fidelización de clientes y así revertir los resultados y contar con una fidelización total de los clientes.

Tabla 30. *Usted cuenta con la capacidad para trabajar en equipo en Caja Ica Agencia Huacho*

	Frecuenci a	Porcentaj e	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Bastante	5	23.8	23.8	23.8
Mucho	16	76.2	76.2	100.0
Total	21	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración Propia

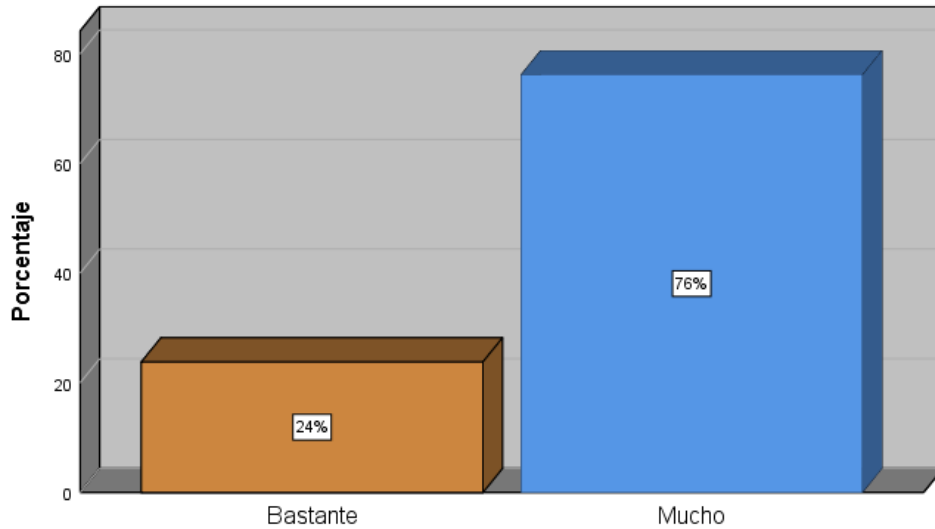


Figura 24. Usted cuenta con la capacidad para trabajar en equipo en Caja Ica Agencia Huacho

Fuente : Elaboración Propia

### Interpretación

Según los resultados se aprecia que el 76% de la población encuestada respondieron que cuentan con bastante capacidad para trabajar en equipo y un 24% refieren que cuentan con mucha capacidad de laborar en equipo, ello es un buen indicador para la empresa ya que los colaboradores están trabajando con un solo objetivo que es el posicionamiento de la empresa.

## 4.2 Análisis Interferencial

### 4.2.1 Prueba de hipótesis

#### Hipótesis general

$H_0$ = No existe relación entre el capital intelectual con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia – Huacho, período marzo– junio, 2021

H<sub>1</sub>= Existe relación entre el capital intelectual con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia – Huacho, período marzo– junio, 2021.

Tabla 31. *Correlaciones de Capital Intelectual y atención al cliente*

			CAPITAL INTELEC TUAL	ATENCIÓN AL CLIENTE
Rho de Spearman	CAPITAL INTELECTUAL	Coeficiente de correlación	1.000	.486
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	21	21
	ATENCIÓN AL CLIENTE	Coeficiente de correlación	-.486	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	21	21

Interpretación: Según la prueba de rho de spearman el capital intelectual se relaciona con la atención al cliente, cuya significancia bilateral es de (0,000) y está por debajo del error permisible ( $\alpha=0,05$ ), entonces hay evidencia suficiente para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna. Asimismo, el capital intelectual tiene un coeficiente de correlación moderada (0.486) con la atención al cliente.

#### Hipótesis específicas 1

H<sub>0</sub>= No existe relación entre el capital humano con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia – Huacho, período marzo– junio, 2021

H<sub>1</sub>= Existe relación entre el capital humano con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia – Huacho, período marzo– junio, 2021.

Tabla 32. *Correlaciones de Capital humano y atención al cliente*

			CAPITAL HUMANO	ATENCIÓN AL CLIENTE
Rho de Spearman	CAPITAL HUMANO	Coeficiente de correlación	1.000	.029
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	21	21
	ATENCIÓN AL CLIENTE	Coeficiente de correlación	.029	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	21	21

Interpretación: Según la prueba de rho de spearman el capital humano se relaciona con la atención al cliente, cuya significancia bilateral es de (0,000) y está por debajo del error permisible ( $\alpha=0,05$ ), entonces hay evidencia suficiente para rechazar la hipótesis específica nula y aceptar la hipótesis específica alterna. Asimismo, el capital humano tiene un coeficiente de correlación baja (0.029) con la atención al cliente.

#### Hipótesis específicas 2

$H_0$ = No existe relación entre el capital estructural con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia – Huacho, período marzo– junio, 2021

$H_1$ = Existe relación entre el capital estructural con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia – Huacho, período marzo– junio, 2021.

Tabla 33. *Correlaciones de Capital estructural y atención al cliente*

			CAPITAL ESTRUCT URAL	ATENCIÓN AL CLIENTE
Rho de Spearman	CAPITAL ESTRUCTURAL	Coefficiente de correlación	1.000	-.142
		Sig. (bilateral)	.	.541
		N	21	21
	ATENCIÓN AL CLIENTE	Coefficiente de correlación	-.142	1.000
		Sig. (bilateral)	.541	.
		N	21	21

Interpretación: Según la prueba de rho de spearman el capital estructural no se relaciona con la atención al cliente, cuya significancia bilateral es de (0,541) y está por encima del error permisible ( $\alpha=0,05$ ), entonces hay evidencia suficiente para rechazar la hipótesis específica alterna y aceptar la hipótesis específica nula. Asimismo, el capital estructural tiene un coeficiente de correlación negativa (-.142) con la atención al cliente.

### Hipótesis específicas 3

$H_0$ = No existe relación entre el capital relacional con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia – Huacho, período marzo– junio, 2021

$H_1$ = Existe relación entre el capital relacional con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia – Huacho, período marzo– junio, 2021.

Tabla 34. Correlaciones de Capital relacional y atención al cliente

		CAPITAL RELACIONAL	ATENCIÓN AL CLIENTE
Rho de Spearman	CAPITAL RELACIONAL	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	.835
		N	21
	ATENCIÓN AL CLIENTE	Coeficiente de correlación	.049
		Sig. (bilateral)	.835
		N	21

Fuente: Software estadístico SPSS Ver.25

Interpretación: Según la prueba de rho de spearman el capital relacional no se relaciona con la atención al cliente, cuya significancia bilateral es de (0,835) y está por encima del error permisible ( $\alpha=0,05$ ), entonces hay evidencia suficiente para rechazar la hipótesis específica alterna y aceptar la hipótesis específica nula. Asimismo, el capital relacional tiene un coeficiente de correlación nula (0.049) con la atención al cliente.

## V. DISCUSIÓN

Este capítulo nos permite realizar un contraste con las investigaciones que tienen una similitud con nuestro estudio, es necesario mencionar que también se ha encontrado investigaciones que difieren con nuestra investigación. En este sentido analizamos a los resultados que hemos obtenido, se pudo determinar que el capital intelectual se encuentra estadísticamente asociada a la atención al cliente, Según el coeficiente de correlación Rho de Spearman la significancia asintótica bilateral es de (0,000) y está por debajo del error permisible ( $\alpha$  0,05), entonces hay evidencia suficiente para aceptar la hipótesis general planteada en la investigación, existe relación entre el capital intelectual con la atención al cliente en la caja Ica, agencia-Huacho, período marzo -junio, 2021

Dicho resultado tiene una similitud con la investigación de Chipillo, (2020). "Capital intelectual y su relación con la competitividad de las cooperativas de ahorro y crédito en la ciudad de Huaraz: 2017". El resultado obtenido en su investigación, demuestra que el capital intelectual está asociada a la competitividad, según la prueba de Rho de Spearman la significancia asintótica bilateral es de (0,000) y está por debajo del error permisible ( $\alpha=0,05$ ). La semejanza que hallamos en dicha investigación también se encuentra en la metodología utilizada, el nivel, diseño, la técnica e instrumento de la investigación tienen el parecido a nuestro estudio, nivel descriptivo correlacional, el diseño transversal no experimental, técnica encuesta y el instrumento cuestionario.

También se puede encontrar una coincidencia con la investigación de Pinedo, (2018). El cual concluye que existe una relación positiva entre las variables con un nivel de correlación alto y significativa ( $r_s = 0.804$ ,  $p = .000$ ), y sus resultados demuestran que existe una relación significativa del capital intelectual con la innovación, en cuanto a las dimensiones de capital intelectual refiere que también tienen una relación significativa con la innovación. Para nuestro estudio solo hacemos



la semejanza entre las variables y la primera dimensión de Capital Humano, en cuanto a las otras dos dimensiones no tiene ningún parecido al resultado de nuestra investigación, ya que nuestro resultado fue negativo, el capital estructural y relacional no se relacionan con la atención al cliente, pero para Pinedo (2018) sus resultados fueron positivos al referirse que existen una relación significativa entre el capital estructural y relacional con la innovación en la empresa Maleform SAC.

...En cuanto a la primera hipótesis específica se determina que el capital humano se relaciona con la atención al cliente, y tiene una significancia de (0,000) y es inferior del error permitido ( $\alpha=0,05$ ), en este sentido anulamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, en los resultados se refleja que el capital humano tiene una correlación baja (0.029) con la atención al cliente, en este sentido tiene una semejanza en los resultados con Morales (2018) cuyo resultado se obtiene que la gestión del capital humano y la satisfacción del usuario del Seguro Social de Salud EsSalud, Huánuco-2018, se relacionan significativamente, ya que el coeficiente de correlación tiene un valor de 0.447, y el p-valor igual a cero es menor que el error estimado (0,01), entonces se acepta la hipótesis de investigación. También podemos apreciar que tienen una similitud en la metodología usada tipo de investigación, el nivel, la técnica y el instrumento utilizado. Teniendo en cuenta que el capital humano juega un rol relevante en las organizaciones para poder lograr el éxito, las empresas tienen que considerar al capital humano como uno de los pilares para su desarrollo empresarial, las destrezas y habilidades que cuenta un colaborador permitirá dar solución a los problemas que pueda presentarse en la empresa, más aún en estos tiempos difíciles que nos encontramos debido a la situación sanitaria del COVID 19 ,poder reinventarse los negocios o las empresas ha sido difícil, en este caso la Caja Ica Huacho , gracias a las estrategias tomadas en la gerencia se pudo reinventar muy rápidamente con el apoyo de los colaboradores, ya que son una pieza fundamental seguir brindando los servicios ya de manera virtual o en forma física, ello ha contribuido a seguir brindando las atenciones a los clientes , pero también esta pandemia ha tenido su efecto en nuestros clientes ya que mucho de ellos han tenido que paralizar sus actividades o

cerrar sus negocios afectando así a los créditos otorgados, incrementándose la morosidad y la disminución de créditos.

Con respecto a la hipótesis específica dos se obtiene que el capital estructural no se relaciona con la atención al cliente, cuya significancia bilateral es de (0,541) y está por encima del error permisible ( $\alpha=0,05$ ), es por ello que se rechaza la hipótesis específica alterna y acepta la hipótesis específica nula. No existe relación entre el capital relacional con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia – Huacho, período marzo–junio, 2021. En este sentido no hemos encontrado investigaciones que tengan dichas coincidencias en el resultado, Asimismo, el capital estructural tiene un coeficiente de correlación negativa (-.142) con la atención al cliente. Podemos interpretar dichos resultados que el capital estructural que incluye las bases de datos, las patentes, los diseños de sus servicios o productos, conocimiento propio de la institución y toda su cultura organizacional para efectos de la investigación no se encuentran estrechamente ligados a la atención al cliente, pero son indispensables para brindar un servicio de calidad. Como refiere Edivsson (1997) el capital intelectual que está integrado por el capital estructural representan la parte de las raíces de un árbol que no es visible, hasta podríamos decir que es como el iceberg que solo se aprecia la parte superior pero no podemos apreciar cuan profundo o grande es el iceberg. Es así toda empresa que se refleja el éxito pero para lograrlo ha tenido que realizar un trabajo arduo y articulado con todos sus componentes.

Continuando con la tercera hipótesis específica el capital relacional no se relaciona con la atención al cliente, cuya significancia bilateral es de (0,835) y está por encima del error permisible ( $\alpha=0,05$ ), entonces hay evidencia suficiente para rechazar la hipótesis específica alterna y aceptar la hipótesis específica nula. Asimismo, el capital relacional tiene un coeficiente de correlación nula (0.049) con la atención al cliente. De acuerdo al resultado obtenido no se encuentra similitudes con otros estudios.

Realizando un análisis con respecto a la metodología utilizada en la investigación cuantitativa se puede describir muchas fortalezas las cuales permiten realizar análisis estadísticos avanzados y podemos predecir con los resultados obtenidos, se aplica

pruebas estadísticas, el costo de la investigación es económico a comparación de la cualitativa, el diseño de la investigación es transversal y no experimental ello es una fortaleza de la investigación, ya que permite recabar información en un determinado tiempo, es bien cierto que las investigaciones experimentales requieren mayor tiempo en la investigación y son mucho más rigurosas en recopilación de datos. Al ser una investigación cuantitativa podemos utilizar pruebas numéricas y procesar la mayor cantidad de información recopilada. También podemos mencionar las debilidades en la investigación, tiene menor rigurosidad en la información, las técnicas son menos flexibles. En cuanto al nivel de investigación también se considera a fortaleza ya que permite medir la relación de la variable capital intelectual y atención al cliente con la prueba rho spearman, en investigaciones explicativas y experimentales requiere mayor análisis y tiempo.

En este sentido para realizar la investigación también hemos encontrado ciertas limitaciones en cuanto a la bibliografía, ya que por la situación sanitaria que atravesamos debido al COVID 19, no ha sido factible visitar las bibliotecas, en este caso nos hemos apoyado de la bibliotecas virtuales, al realizar la búsqueda de antecedentes internacionales para la investigación no se encontró con similar característica a la investigación en algunos casos se hallaron muy dispersos, y encontrara la coincidencia metodología en cuanto al nivel y diseño de investigación fue una de las mayores dificultades que se tuvo en la investigación, pero es necesario precisar que en investigaciones naciones si hemos encontrado similitudes con nuestro objetivo general, para los cual hemos realizado el contraste con las investigaciones que tienen similitud con el estudio.

Finalizando la discusión de resultados, hemos obtenidos similitudes con otras investigaciones, en este sentido podríamos decir el capital intelectual es una activo no intangible en la empresa y tiene una relevancia con la atención del cliente en la caja Ica, Huacho 2021. La empresa tiene que tomar acciones en diseñar estrategias para incrementar sus usuarios y cliente, posicionando su marca y fidelizando a sus clientes.

## VI. CONCLUSIONES

- Se concluye que la hipótesis general planteada en la investigación es aceptada, según el coeficiente de correlación de Rho de Spearman el capital intelectual se relaciona con la atención al cliente, cuya significancia bilateral es de (0,000) y está por debajo del error permisible ( $\alpha=0,05$ ). Asimismo, el capital intelectual tiene un coeficiente de correlación moderada (0.486) con la atención al cliente Entendiendo que el activo intangible de la empresa que es el capital intelectual está relacionado directamente con la atención del cliente, ello permite contar con clientes fidelizados.
- Se logró determinar el objetivo específico, según el resultado obtenido de la prueba de rho de spearman se concluye que el capital humano se relaciona con la atención al cliente, cuya significancia bilateral es de (0,000) y está por debajo del error permisible ( $\alpha=0,05$ ), en este sentido se rechaza la hipótesis específica nula y se acepta la hipótesis específica alterna. Teniendo en cuenta que el capital humano es la clave de éxito de la organización, más si cuenta con las capacitaciones y la experiencia que le brinda la institución.
- Según la prueba de rho de spearman se concluye que el capital estructural no se relaciona con la atención al cliente, cuya significancia bilateral es de (0,541) y es superior al error permitido ( $\alpha=0,05$ ), ello permite rechazar la hipótesis de la investigación aceptando la hipótesis nula No existe relación entre el capital estructural con la atención al cliente. Entendiendo en este caso lo que prima en la atención al cliente es el trato directo con los colaboradores y la empatía que muestran con la clientela de la organización.
- Se concluye que el que el capital relacional no se relaciona con la atención al cliente, cuya significancia bilateral es de (0,835) y es superior al error permisible ( $\alpha=0,05$ ), entonces hay evidencia suficiente para rechazar la hipótesis específica alterna y aceptar la hipótesis específica nula. En este sentido es necesario considerar que la capital relación. Que está integrado con proveedores, las alianzas estratégicas no se relacionan directamente con la atención al cliente.

## VII. RECOMENDACIONES

- Se recomienda al administrador de la Caja Ica Huacho desarrollar capacitaciones para el personal en el tema de capital intelectual y así establecer los objetivos, políticas y estrategias que permitan contribuir a una buena atención al cliente, y ello se verá reflejado en el incrementando de usuarios y la fidelización de los clientes, teniendo en cuenta que en una organización de servicios su aliado estratégico es el cliente y la institución tendrá que diseñar estrategias para posicionar la marca en la mente del cliente, por que un cliente posicionado con nuestra marca será muy difícil que pueda dejar la institución. Claro está que para posicionarse en la mente del cliente la empresa realizará un trabajo coordinado con todo el capital intelectual que es el capital humano, estructural y relacional.
- La Caja Ica Huacho, tiene uno de los elementos más valiosos para ser competitiva que es su capital humano, para ello el administrador conjuntamente con el área encargada de personal deben de capacitarlos, motivarlos y brindarles las herramientas para poder innovar y así podrán posicionarse en el mercado financiero. Los colaboradores deben ser considerados parte indispensable en nuestra organización y deben recibir incentivos económicos y también no económicos, en este sentido es muy importante que la administración se lleva a cabo de manera horizontal, uno se sentiría halago o emocionado cuando uno recibe unas palabras de aliento del gerente y que me diga eres el mejor colaborador que contamos en la empresa, mi día sería fantástico y con esta práctica se lograra que el Capital Intelectual se comprometa mucho más con la organización para el logro de los Objetivos como Organización que estaría alineado al Análisis descriptivo de la presente investigación.
- Se recomienda que a la Caja Ica Huacho en cuanto a su capital estructural debe de proteger legalmente sus procedimientos, sistemas, cultura, y los bases de datos que son conocimientos intangible para la empresa.

- Se recomienda a la institución estudiada que la conexión que tienen con su proveedores, clientes debe existen una comunicación fluida, ya que ellos son aliados estratégicos para el crecimiento empresarial, teniendo en cuenta el cliente que es la razón primordial de una organización.

## REFERENCIAS

- Brooking, A (1997). *El capital intelectual y sus dimensiones*, Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa Vol. 13, N° 2, 2007, pp. 97-111, ISSN: 1135-2523 Paidós Empresa, Barcelona.
- Cardona, I., Montes J., Vásquez M. y Villegas, T. (2007) *Capital humano: una mirada desde la educación y la experiencia laboral*. Cuadernos de Investigación, Universidad Eafit.
- Carrasco, S. (2017). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima-Perú Edit San Marcos.
- Correa, A. (2020). *Calidad de atención (Expectativas Vs Percepción) de los usuarios del Clas Batanes, año 2019*. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/56262/Correa\\_TAS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/56262/Correa_TAS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Costa, R y Santos, A (2019). *Describir el proceso de creación de un marco de gestión del capital intelectual: un estudio de caso intervencionista* <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/kpm.1619>
- Demune, M, Nava, M e Ibarra, M (2014). *El Capital Estructural y Sus Componentes En Las Instituciones De Educación Superior. Una Exploración Conceptual*.

[http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/EL\\_CAPITAL\\_ESTRUCTURAL\\_Y\\_SUS\\_COMPONENTES\\_EN\\_LAS\\_INSTITUCIONES\\_DE\\_EDUCACION\\_SUPERIOR.\\_UNA\\_EXPLORACION-1.pdf](http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/EL_CAPITAL_ESTRUCTURAL_Y_SUS_COMPONENTES_EN_LAS_INSTITUCIONES_DE_EDUCACION_SUPERIOR._UNA_EXPLORACION-1.pdf)

- Chiavenato, I (2009) *Administración de Recursos Humanos*. Novena edición . México.
- Chiavenato, I (2011) *Administración de Recursos Humanos*. McGRAW-Hill/Interamericana Editores, S.A. De C.V.
- Chiavenato, I (2009). *Gestión de Talento Humano*. Tercera edición .México. Mc. Craw Hill
- Demuner, M, Nava ,R y Ibarra, M (2014). *El Capital Estructural y Sus Componentes. En Las Instituciones De Educación Superior. Una Exploración Conceptual*.  
[http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/el\\_capital\\_estructural\\_y\\_sus\\_componentes\\_en\\_las\\_instituciones\\_de\\_educacion\\_superior.\\_una\\_exploracion-1.pdf](http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/el_capital_estructural_y_sus_componentes_en_las_instituciones_de_educacion_superior._una_exploracion-1.pdf)
- Edvinsson, L , (1997) *Developing intellectual capital at skandia*, Long Range Planning, Vol. 30, No. 3, pp. 366 to 373,1997 Recuperado de <http://capitalintelectual.egc.ufsc.br/wp-content/uploads/2016/05/7-edvinsson.pdf>
- Edvinsson, L y Malone , MS (1999) *.El Capital Intelectual .Gestión 2000*, Barcelona. Recuperado de <http://capitalintelectual.egc.ufsc.br/wp-content/uploads/2016/05/7-edvinsson.pdf>
- Euroforum (1998). *Medición del Capital Intelectual*. San Lorenzo del Escorial.

- Hernández, R, Fernández, C. y Baptista, P. (2014) Metodología de la Investigación. Sexta edición México. Mc. Craw Hill
- De la Vega, (2019) “Gestión de atención al cliente para la empresa del Banco SBP, 2018”  
[http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3612/T061\\_42441167\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3612/T061_42441167_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Fernández y Martos, M (2016). *Capital intelectual y ventajas competitivas en pymes basadas en recursos naturales de Latinoamérica*.  
<https://www.jstor.org/stable/43799922?seq=1>
- Hernández, R., Fernández , C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México: Interamericana Editores S.A.<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Martín, G; Alama,E; López, P & Emilio, J (2006) *El capital relacional como fuente de innovación tecnológica\** Rev. innovar. vol. 19, no. 35, septiembre–diciembre de 2009  
<http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v19n35/19n35a09.pdf>
- Medina, A., González, A. y Pérez, E. (2017). “*Capital intelectual y sus dimensiones*” <https://www.redalyc.org/pdf/2741/274120280005.pdf>
- Morales, E (2018) “*Gestión del capital humano y satisfacción del usuario del Seguro Social de Salud EsSalud, Huánuco-2018*”.[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26371/morales\\_pe.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26371/morales_pe.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD) *Capital humano: Cómo moldea tu vida lo que sabes*.  
<https://www.oecd.org/insights/38435951.pdf>



- Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988. *La Calidad del Servicio Y La Satisfacción del Consumidor*.  
<https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>
- Pinedo, M. (2018). *Capital intelectual y la innovación de la empresa Melaform SAC San Juan de Lurigancho, 2018*.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23172/Pinedo\\_AM..pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23172/Pinedo_AM..pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Sánchez, A, González, A y Hormiga, E (2007). *El Concepto De Capital Intelectual Y Sus Dimensiones*. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa e Dirección  
<https://www.redalyc.org/pdf/2741/274120280005.pdf>
- Stewart, T. A. (1998). *La nueva riqueza de las organizaciones: El capital Intelectual*. Argentina Gránica.
- Traverso, Williams y Palacios (2017) *Comunicación efectiva en los negocios*.  
<https://www.ecotec.edu.ec/content/uploads/investigacion/libros/comunicacion-efectiva.pdf>
- Ugalde, B (2016) *Capital intelectual, características del emprendedor e innovación. El caso de las MIPYMES Costarricenses*.  
<https://core.ac.uk/download/pdf/71013226.pdf>
- Ureña, Y, Quiñones, E y Carruyo, N (2016). *Capital Intelectual: Modelo estratégico para la calidad de servicio en organizaciones inteligentes*.  
<https://www.redalyc.org/pdf/709/70948484002.pdf>
- Valdiviezo, Z (2017) “*Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el área de operaciones del banco de crédito del Perú, agencia Piura 2016*”.

## ANEXOS -

### MATRIZ DE CONSISTENCIA

#### CAPITAL INTELECTUAL Y SU RELACIÓN CON LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA CAJA ICA S.A, AGENCIA - HUACHO, EN EL PERIODO MARZO– JUNIO, 2021.

PROBLEMÁTICA	FORMULACIÓN DE PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA	PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN
<p>La presente investigación pretende determinar la relación entre el Capital intelectual con la atención al cliente.</p>	<p><b>Problema Principal:</b></p> <p>¿Cómo se relaciona el capital intelectual con la atención al cliente en la caja Ica Agencia – Huacho periodo marzo– junio, 2021?</p>	<p><b>Objetivo Principal:</b></p> <p>Determinar la relación entre el capital intelectual con la atención al cliente en la Caja Ica, Agencia – Huacho, periodo marzo– junio,2021</p>	<p><b>Hipótesis Principal:</b></p> <p>Existe relación entre el capital intelectual con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia – Huacho, periodo marzo– junio,2021</p>	<p><b>Variables 1:</b></p> <p>Capital intelectual</p> <p><b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Capital humano</li> <li>- Capital intelectual</li> <li>- Capital Relacional</li> </ul>	<p><b>Enfoque:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Tipo:</b> Correlacional</p> <p><b>Diseño:</b> Transversal</p> <p><b>Población:</b> Colaboradores de Caja Ica – Agencia Huacho</p> <p><b>Muestra:</b> 21 colaboradores</p> <p><b>Técnica de recolección de datos:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento de recolección de datos:</b> Cuestionario</p>	<p>Para procesar la información se validará el alfa de cronbach y los juicios de expertos , luego se llevará a cabo la encuesta una vez obtenido los resultados se procesará en el software SPSS 24.</p> <p>Para medir la relación de nuestras variables utilizaremos la Rho de Spearman</p>
	<p><b>Problemas específicos:</b></p> <p>¿Cómo se relaciona el capital humano con la atención al cliente en la Caja Ica Agencia – Huacho, periodo marzo– junio,2021?</p>	<p><b>Objetivos específicos:</b></p> <p>Determinar la relación entre el capital humano con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia – Huacho, periodo marzo– junio,2021</p>	<p><b>Hipótesis Específicas:</b></p> <p>Existe relación entre el capital humano con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia – Huacho, periodo marzo– junio, 2021.</p>	<p><b>Variables 2:</b></p> <p>Atención al cliente</p> <p><b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicación efectiva</li> <li>- Satisfacción del cliente</li> </ul>		
	<p>¿Cómo se relaciona el capital estructural con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia – Huacho, periodo marzo– junio,2021?</p>	<p>Determinar la relación entre el capital estructural con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia – Huacho, periodo marzo– junio,2021</p>	<p>Existe relación entre el capital estructural con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia– Huacho, periodo marzo– junio, 2021.</p>			
	<p>¿Cómo se relaciona el capital relacional con la atención al cliente en la caja municipal Ica , Agencia Huacho, periodo marzo– junio, 2021?</p>	<p>Determinar la relación entre el capital relacional con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia – Huacho, zona norte en el periodo marzo– junio, 2021</p>	<p>Existe relación entre el capital relacional con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia – Huacho, periodo marzo– junio, 2021.</p>			

Fuente: Elaboración propia

## ANEXO N°2 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

CAPITAL INTELECTUAL Y SU RELACIÓN CON LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA CAJA ICA, AGENCIA – HUACHO, EN EL PERIODO MARZO– JUNIO, 2021.					
<i>Hipótesis General</i>	<i>Variables</i>	<i>Definición conceptual</i>	<i>Operacional</i>	<i>Dimensiones</i>	<i>Indicadores</i>
Existe relación entre el capital intelectual con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia – Huacho, zona norte en el periodo marzo– junio,2021	Variable 1: CAPITAL INTELECTUAL	Edvinsson (citado por Chipillo, 2020) define mediante una metáfora al capital intelectual... “Una corporación es como un árbol. Hay una parte que es visible, las hojas, ramas y frutos, y otra que esta oculta, las raíces. Si solamente nos preocupamos por recoger las frutas y tener las ramas y hoja en buen estado, olvidando las raíces, el árbol puede morir. Para que el árbol crezca y continúe dando frutos, las raíces deben estar sanas y nutridas”. (p.10)	La variable capital intelectual se ha dimensionado en capital Humano, estructural y relacional, luego se formulará ítems para recopilar la información mediante la técnica de la encuesta cuyo instrumento el cuestionario	- Capital Humano  - Capital Estructural  - Capital Relacional	- Conocimiento - Habilidades - Experiencia  - Clima Laboral - Base de Datos - Innovación  - Proveedores - Alianzas estratégicas
<i>Hipótesis Específicas</i>					
Existe relación entre el capital humano con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia – Huacho, en el periodo marzo– junio, 2021	Variable 2: ATENCIÓN AL CLIENTE	Dominguez, (2016) define como servicio todo aquello que genera un valor agregado y que es perceptible por el cliente en el mismo momento en que este establece internamente su grado de satisfacción.	La variable atención al cliente se ha dimensionado en comunicación efectiva y satisfacción, luego se formulará ítems para recopilar la información mediante la técnica de la encuesta cuyo instrumento el cuestionario	- Comunicación efectiva  - Satisfacción del cliente	Clara y precisa Secuencial  - Percepción - Calidad de servicio - Expectativas - Fidelización de clientes
Existe relación entre el capital estructural con la atención al cliente en la caja Ica, Agencia – Huacho, en el periodo marzo– junio, 2021.					
Existe relación entre el capital relacional con la atención al cliente en la caja Ica, Barranca – Huacho, en el periodo marzo– junio, 2021.					

## ANEXO N°3 VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS



### VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: "CAPITAL INTELECTUAL Y SU RELACIÓN CON LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA CAJA ICA, AGENCIA - HUACHO, EN EL PERIODO DE MARZO-JUNIO, 2021"

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSION 1</b>							
	<b>CAPITAL HUMANO</b>							
1	Usted cuenta con la capacidad para trabajar en equipo en Caja Ica Agencia Huacho	X			X	X		
2	Usted cuenta con la capacidad para resolver los problemas o dudas a los clientes que atiende		X	X		X		
3	Usted tiene la capacidad para dar solución inmediata de un reclamo del cliente	X		X		X		
4	Cuenta con capacitaciones para incrementar tu capacidad laboral en el área que labora	X		X		X		
5	Cree usted que contar con habilidades blandas sólidas le permitirá tener un incremento en su productividad Laboral	X		X		X		
6	Cree usted que tener la habilidad de Negociación le permitirá realizar mejor su función en el área que se desempeña.	X		X		X	X	
7	Cuentas con la habilidad de ser empático cuando atiende a un cliente	X		X				
8	La Caja Ica contrata personal con experiencia para cubrir los diversos puestos disponibles	X		X		X		
9	Considera usted que la experiencia es importante en el personal para brindar una atención adecuada	X		X		X		
	<b>Dimensión 2</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
	<b>Capital Estructural</b>							
10	El clima laboral en Caja Ica Agencia Huacho es ideal para trabajar	X		X		X		
11	Cree usted que en un Clima Laboral adecuado ayudaría a tomar una decisión en consenso	X		X		X		
12	Usted tiene conocimiento de los datos de los clientes que atiende	X		X		X		
13	Usted tiene conocimiento de los estados financieros de Caja Ica - Agencia Huacho basado en datos que la Central proporciona	X		X		X		
14	La Caja Ica se preocupa en la innovación del portafolio servicios financieros que ofrece	X		X		X		
	<b>Dimensión 3</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
	<b>Capital Relacional</b>							
15	La Caja Ica considera a los clientes que atiende como aliados estratégicos	X		X	X	X		
16	Cree usted que Caja Ica les brinda confianza a los clientes al brindar sus servicios financieros.	X		X			X	

Dimensión 4		Si	No	Si	No	Si	No
<b>Comunicación efectiva</b>		X		X		X	
17	Brinda usted una información clara y precisa en cuanto al servicio financiero solicitado por un cliente	X		X		X	
18	Usted es tiene la capacidad de escuchar a su cliente para tener clara su necesidad financiera.	X		X		X	
19	Tiene usted la capacidad de comunicar sobre algún cambio o modificación de algún producto financiero de su cliente de manera secuencial o se desvía fácilmente.	X		X		X	
Dimensión 5		Si	No	Si	No	Si	No
<b>Satisfacción del cliente</b>		X		X		X	
20	Usted percibe que existe cordialidad con los clientes cuanto se le brinda un servicio financiero	X		X		X	
21	Usted percibe que existe empatía entre el cliente y los Colaboradores de Caja Ica Agencia Huacho.	X		X			X
22	Consideras que el servicio que brinda la Caja Ica Agencia - Huacho a sus clientes cuando otorga un servicio financiero es de Calidad	X		X		X	
23	Consideras que la calidad de servicio está relacionada a la solución de los problemas o dudas de los clientes	X		X		X	
24	Consideras que se cumple las expectativas de los clientes en Caja Ica- Agencia Huacho	X		X			X
25	Usted considera que el cliente de la Caja Ica Agencia Huacho esta fidelizado con la institución.	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador.      Patricia Elena Ramos La Rosa

DNI: 42929056

Especialidad del validador: Administración y Negocios Internacionales <sup>1</sup> p'

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>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



Firma del Experto Informante

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: "CAPITAL INTELECTUAL Y SU RELACION CON LA ATENCION AL CLIENTE EN LA CAJA ICA, AGENCIA - HUACHO, EN EL PERIODO DE MARZO-JUNIO, 2021"**

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>a</sup>		Relevancia <sup>a</sup>		Claridad <sup>a</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSION 1</b>							
	<b>CAPITAL HUMANO</b>							
1	Usted cuenta con la capacidad para trabajar en equipo en Caja Ica Agencia Huacho	X		X		X		
2	Usted cuenta con la capacidad para resolver los problemas o dudas a los clientes que atiende	X		X		X		
3	Usted tiene la capacidad para dar solución inmediata de un reclamo del cliente	X		X			X	
4	Cuenta con capacitaciones para incrementar tu capacidad laboral en el área que labora	X		X		X		
5	Cree usted que contar con habilidades blandas sólidas le permitirá tener un incremento en su productividad Laboral	X		X		X		
6	Cree usted que tener la habilidad de Negociación le permitirá realizar mejor su función en el área que se desempeña.	X		X			X	
7	Cuentas con la habilidad de ser empático cuando atiende a un cliente	X		X		X		
8	La Caja Ica contrata personal con experiencia para cubrir los diversos puestos disponibles	X		X		X		
9	Considera usted que la experiencia es importante en el personal para brindar una atención adecuada	X		X		X		
	<b>Dimensión 2</b>							
	<b>Capital Estructural</b>							
10	El clima laboral en Caja Ica Agencia Huacho es ideal para trabajar	X		X		X		
11	Cree usted que en un Clima Laboral adecuado ayudaría a tomar una decisión en consenso	X		X		X		
12	Usted tiene conocimiento de los de datos de los clientes que atiende	X		X		X		
13	Usted tiene conocimiento de los estados financieros de Caja Ica - Agencia Huacho basado en datos que la Central proporciona	X		X		X		
14	La Caja Ica se preocupa en la innovación del portafolio servicios financieros que ofrece	x			x	x		
	<b>Dimensión 3</b>							
	<b>Capital Relacional</b>							
15	La Caja Ica considera a los clientes que atiende como aliados estratégicos	x		x		x		
16	Cree usted que Caja Ica les brinda confianza a los clientes al brindar	x		x		x		

Comunicación efectiva							
17	Brinda usted una información clara y precisa en cuanto al servicio financiero solicitado por un cliente	X		X		X	
18	Usted tiene la capacidad de escuchar a su cliente para tener clara su necesidad financiera.	X		X		x	
19	Tiene usted la capacidad de comunicar sobre algún cambio o modificación de algún producto financiero de su cliente de manera secuencial o se desvía fácilmente.	x		x		x	
Dimensión 5		Si	No	Si	No	Si	No
Satisfacción del cliente							
20	Usted percibe que existe cordialidad con los clientes cuando se le brinda un servicio financiero	X		X		X	
21	Usted percibe que existe empatía entre el cliente y los Colaboradores de Caja Ica Agencia Huacho.	X		X			x
22	Consideras que el servicio que brinda la Caja Ica Agencia - Huacho a sus clientes cuando otorga un servicio financiero es de Calidad	X		X		X	
23	Consideras que la calidad de servicio está relacionada a la solución de los problemas o dudas de los clientes	X		X		X	
24	Consideras que se cumple las expectativas de los clientes en Caja Ica- Agencia Huacho	X		X		X	
25	Usted considera que el cliente de la Caja Ica Agencia Huacho está fidelizado con la institución.	x			x	x	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):... Si hay suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador: Regalado Elisna Pérez Ruibal

DNI:.....

Especialidad del validador: Administración

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>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

Firma del Experto Informante

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: "CAPITAL INTELECTUAL Y SU RELACION CON LA ATENCION AL CLIENTE EN LA CAJA ICA, AGENCIA - HUACHO, EN EL PERIODO DE MARZO-JUNIO, 2021"**

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSION 1</b>							
	<b>CAPITAL HUMANO</b>							
1	Usted cuenta con la capacidad para trabajar en equipo en Caja Ica Agencia Huacho	X		X		X		
2	Usted cuenta con la capacidad para resolver los problemas o dudas a los clientes que atiende	X		X		X		
3	Usted tiene la capacidad para dar solución inmediata de un reclamo del cliente	X		X		X		
4	Cuenta con capacitaciones para incrementar tu capacidad laboral en el área que labora	X		X		X		
5	Cree usted que contar con habilidades blandas sólidas le permitirá tener un incremento en su productividad Laboral	X		X		X		
6	Cree usted que tener la habilidad de Negociación le permitirá realizar mejor su función en el área que se desempeña.	X		X		X		
7	Cuentas con la habilidad de ser empático cuando atiende a un cliente	X		X		X		
8	La Caja Ica contrata personal con experiencia para cubrir los diversos puestos disponibles	X		X		X		
9	Considera usted que la experiencia es importante en el personal para brindar una atención adecuada	X		X		X		
	<b>Dimensión 2</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
	<b>Capital Estructural</b>							
10	El clima laboral en Caja Ica Agencia Huacho es ideal para trabajar	X		X		X		
11	Cree usted que en un Clima Laboral adecuado ayudaría a tomar una decisión en consenso	X		X		X		
12	Usted tiene conocimiento de los de datos de los clientes que atiende	X		X		X		
13	Usted tiene conocimiento de los estados financieros de Caja Ica - Agencia Huacho basado en datos que la Central proporciona	X		X		X		
14	La Caja Ica se preocupa en la innovación del portafolio servicios financieros que ofrece	X		X		X		
	<b>Dimensión 3</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
	<b>Capital Relacional</b>							
15	La Caja Ica considera a los clientes que atiende como aliados estratégicos	x		x		x		
16	Cree usted que Caja Ica les brinda confianza a los clientes al brindar sus servicios financieros.	x		x		x		
	<b>Dimensión 4</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	



Comunicación efectiva							
17	Brinda usted una información clara y precisa en cuanto al servicio financiero solicitado por un cliente	X		X		X	
18	Usted es tiene la capacidad de escuchar a su cliente para tener clara su necesidad financiera.	X		X		x	
19	Tiene usted la capacidad de comunicar sobre algún cambio o modificación de algún producto financiero de su cliente de manera secuencial o se desvía fácilmente.	x		x		x	
<b>Dimensión 5</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
Satisfacción del cliente							
20	Usted percibe que existe cordialidad con los clientes cuanto se le brinda un servicio financiero	X		X		X	
21	Usted percibe que existe empatía entre el cliente y los Colaboradores de Caja Ica Agencia Huacho.	X		X		x	
22	Consideras que el servicio que brinda la Caja Ica Agencia - Huacho a sus clientes cuando otorga un servicio financiero es de Calidad	X		X		X	
23	Consideras que la calidad de servicio está relacionada a la solución de los problemas o dudas de los clientes	X		X		X	
24	Consideras que se cumple las expectativas de los clientes en Caja Ica- Agencia Huacho	X		X		X	
25	Usted considera que el cliente de la Caja Ica Agencia Huacho esta fidelizado con la institución.	x			x	x	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:      Aplicable [x]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Freddy Cabello Vicente

DNI:.....

Especialidad del validador: Administración y Negocios Internacionales

\*Pertinencia:  ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

\*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

Firma del Experto Informante

## ANEXO N°4 ENCUESTA DE GOOGLE FORMS

BASE DE DATOS																											
CAPITAL HUMANO										CAPITAL ESTRUCTURAL					CAPITAL RELACIONES			ATENCIÓN AL CLIENTE		SATISFACCIÓN DEL CLIENTE							
CAPACIDAD				HABILIDADES			EXPERIENCIA			CLIMA LABORAL		BASE DE DATOS		INNOVACIÓN	CLIENTES		COMUNICACIÓN		SECUENCIAL	PERCEPCIÓN		CALIDAD		EXPECTATIVAS	Fidelización		
ITEMS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25		
REVISTA	usted cuenta con la capacidad para resolver los	usted tiene la capacidad para dar solución inmediata	usted cuenta con capacitaciones para incrementar	usted que contar con habilidades de negociación	usted que tener la habilidad de ser empático	usted con la habilidad de ser empático	usted laboral en Caja Huacho es ideal	usted que en un clima laboral adecuado	usted contrata personal con experiencia	usted conoce los datos de los	usted tiene conocimiento de los estados financieros	usted se preocupa en la innovación del portafolio	usted considera a los clientes que atiende	usted que Caja Huacho brinda confianza	usted una información clara y precisa en	usted tiene la capacidad de escuchar a su cliente	usted que la capacidad de comunicar sobre algún	usted percibe que existe cordialidad con los	usted percibe que existe empatía entre el cliente y	usted opina que el servicio que brinda la Caja Huacho está relacionado	usted opina que la calidad de servicio que brinda la Caja Huacho cumple las expectativas de	usted opina que el servicio que brinda la Caja Huacho cumple las expectativas de	usted opina que el servicio que brinda la Caja Huacho cumple las expectativas de	usted opina que el servicio que brinda la Caja Huacho cumple las expectativas de	usted opina que el servicio que brinda la Caja Huacho cumple las expectativas de	usted opina que el servicio que brinda la Caja Huacho cumple las expectativas de	usted opina que el servicio que brinda la Caja Huacho cumple las expectativas de
1	Mucho	Bastante	Mucho	Bastante	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho	Bastante	Bastante	Mucho	Mucho	Bastante	Mucho	Mucho	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Regular	Mucho		
2	Bastante	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Bastante	Regular	Mucho	Mucho	Mucho	Bastante	Mucho	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	
3	Mucho	Bastante	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Bastante	Mucho	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho		
4	Mucho	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	Mucho	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	
5	Regular	Regular	Bastante	Bastante	Bastante	Regular	Bastante	Mucho	Bastante	Regular	Regular	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Regular	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Regular	Regular	Bastante		
6	Mucho	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Regular	Bastante	Regular	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho	Bastante	Regular	Bastante	Mucho	Bastante	Bastante	Regular	Mucho		
7	Bastante	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Bastante	Mucho	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho	Bastante	Mucho	Mucho	Bastante	Mucho	Bastante	Bastante	Mucho	Mucho	Bastante	Mucho		
8	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Bastante	Mucho	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho	Bastante	Bastante	Mucho	Bastante	Mucho	Mucho	Bastante	Mucho	Mucho		
9	Mucho	Mucho	Bastante	Mucho	Mucho	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Bastante	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho		
10	Bastante	Bastante	Mucho	Bastante	Mucho	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	
11	Mucho	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Bastante	Mucho	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	
12	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	Mucho	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Regular	Bastante	Bastante	Mucho	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	
13	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Regular	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	
14	Bastante	Regular	Regular	Regular	Bastante	Mucho	Bastante	Mucho	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	Bastante	Mucho	Regular	Bastante	Bastante	Mucho	Mucho	Bastante	Mucho	Regular	Bastante		
15	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Bastante	Mucho	Regular	Bastante	Poco	Mucho	Bastante	Bastante	Regular	Poco	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Regular	Bastante	Regular	Regular	Poco	Bastante		
16	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Bastante	Regular	Bastante	Bastante	Bastante	Regular	Bastante	Bastante	Mucho	Mucho	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante		
17	Bastante	Regular	Regular	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Bastante	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bastante	Bastante	Regular	Regular	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Regular	Regular	Mucho		
18	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Bastante	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	
19	Bastante	Regular	Bastante	Bastante	Mucho	Bastante	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Regular	Bastante	Bastante	Regular	Regular	Bastante	Bastante	Bastante	Regular	Regular	Bastante	
20	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	
21	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	Mucho	Bastante	Mucho	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	Bastante	Mucho	Poco	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Bastante	Mucho	

Fuente: Elaboración Propia