



FACULTAD DE CIENCIAS DE EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

TESIS:

**“CALIDAD DE LOS SERVICIOS EN EL CUMPLIMIENTO DE
EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES DE LA CAJA HUANCAYO SEDE
CELENDIN 2021”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTOR:

BACH. PÉREZ PAREDES KATIHE JHULISSA

ASESOR(A):

Dr. ROSARIO PILAR ESPINOZA LANDA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

DESARROLLO Y GESTIÓN EMPRESARIAL

HUANCAYO - PERÚ

2021

DEDICATORIA

A mis padres por su inmensurable apoyo
y confianza en mi persona, por ayudarme a cumplir mis metas.

AGRADECIMIENTO

A Dios, A mis padres y familiares y por supuesto a la Universidad Roosevelt

JURADO DE TESIS:

Dra. Espinoza Landa, Rosario Pilar
Mg. Pacovilca Alejo, Gelber Sebasti
Mg. Escalante Meza, Deiben

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y DE NO PLAGIO

Yo, Katihe Jhulissa, Pérez Paredes, identificada con D.N.I. N° 72742617, estudiante de pregrado de la Universidad Franklin Roosevelt de Huancayo, Autora de la Tesis titulada: “Calidad de los servicios en el cumplimiento de expectativas de los clientes de la Caja Huancayo sede Celendín 2021”, Declaro que:

1. El presente trabajo de investigación, tema de la tesis presentada para la obtención del Título de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales es original, siendo resultado de mi trabajo personal, el cual no he copiado de otro trabajo de investigación, ni utilizado ideas, fórmulas, ni citas completas “stricto sensu”; así como ilustraciones diversas, sacadas de cualquier tesis, obra, artículo, memoria, etc., (en versión digital o impresa). Caso contrario, menciono de forma clara y exacta su origen o autor, tanto en el cuerpo del texto, figuras, cuadros, tablas u otros que tengan derechos de autor.
2. Declaro que el trabajo de investigación que pongo en consideración para evaluación no ha sido presentado anteriormente para obtener algún grado académico o título, ni ha sido publicado en sitio alguno.

Soy consciente de que el hecho de no respetar los derechos de autor y hacer plagio, es objeto de sanciones universitarias y/o legales, por lo que asumo cualquier responsabilidad que pudiera derivarse de irregularidades en la tesis, así como de los derechos sobre la obra presentada.

Asimismo, me hago responsable ante la universidad o terceros, de cualquier irregularidad o daño que pudiera ocasionar, por el incumplimiento de lo declarado.

De identificarse falsificación, plagio, fraude, o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, responsabilizándome por todas las cargas pecuniarias o legales que se deriven de ello sometiéndome a la normas establecidas y vigentes de la Universidad Franklin Roosevelt de Huancayo.

Huancayo, 19 de noviembre



Katihe J. Pérez paredes

DNI N° 727442617

Índice

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Página de jurado.....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Índice de contenidos.....	vi
Índice de tablas.....	vii
Índice de figuras.....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	10
II. MÉTODO.....	18
2.1. Tipo y diseño de investigación.....	18
2.2. Escenario de estudio.....	19
2.3. Participantes.....	19
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	20
2.5. Procedimiento.....	21
2.6. Método de análisis de información.....	21
2.7. Aspectos éticos	21
III. RESULTADOS	21
IV. DISCUSIÓN.....	28
V. CONCLUSIONES	31
VI. RECOMENDACIONES.....	33
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	34
ANEXOS	
1. Matriz de consistencia.....	38
2. Matriz de operacionalización de variables.....	40
3. Matriz de elaboración de instrumentos.....	41
4. Instrumento de investigación.....	43
5. Constancias de validación de expertos.....	45

6. Google formulario.....	48
7. Solicitud aceptada de permiso para aplicación de instrumento de investigación.....	49

Índice de tablas

Tabla 1: Prueba de confiabilidad del instrumento.....	21
Tabla 2: Prueba de normalidad.....	23
Tabla 3: Interpretación de valores de correlación de Rho de Spearman.....	23
Tabla 4: Estadístico Rho de Spearman para la prueba de hipótesis.....	24
Tabla 5: Correlación entre capacidad de respuesta y cumplimiento de expectativas.....	24
Tabla 6: Correlación entre fiabilidad y cumplimiento de expectativas.....	25
Tabla 7: Correlación entre empatía y cumplimiento de expectativas.....	26
Tabla 8: Correlación entre seguridad y cumplimiento de expectativas.....	26
Tabla 9: Correlación entre elemento tangible y cumplimiento de expectativas.....	27
Tabla 10: Correlación entre comunicación asertiva y calidad de servicios.....	27
Tabla 11: Correlación entre la transparencia organizacional y calidad de servicios.....	28

Índice de figuras

Figura 1: Percepción de la calidad de los servicios.....	22
Figura 2: Cumplimiento de expectativas de los clientes.....	22

RESUMEN

La presente investigación tuvo en principio como objetivo principal, conocer la relación entre la calidad de los servicios y el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021, tomando en consideración las dimensiones del nivel de conocimiento, tiempo de respuesta, confianza, seguridad e infraestructura instalada como elementos de calidad del servicio y evaluando las dimensiones de los niveles de comunicación bidireccional y la transparencia y acceso a la información como procesos para medir el cumplimiento de expectativas de los clientes, la investigación además es básica de diseño no experimental y buscó evaluar la correlación de variables entre la calidad del servicio y el cumplimiento de expectativas, la muestra estuvo constituida por 169 clientes de la Caja Huancayo donde se aplicó un cuestionario como instrumento de recolección de datos validado, con índice de confiabilidad del alfa de Cronbach de 0.83 y se realizó la comprobación de hipótesis utilizando el estadístico no paramétrico Rho de Spearman

Finalmente, como resultados de la investigación se obtuvo que existe una relación positiva y significativa entre la calidad de los servicios y el cumplimiento de las expectativas, puesto que existe evidencia estadística al aplicar Rho de Spearman que alcanza a 0.843 indicando un relación positiva y significativa entre las variables, además de un p-valor de 0.000 inferior al nivel de significancia inferior al 0.05 propuesto en la investigación.

Palabras clave: Calidad de servicio, Cumplimiento de expectativas, clientes

ABSTRACT

The main objective of this research was to determine the relationship between the quality of services and the fulfillment of customer expectations at Caja Huancayo, Celendín headquarters, 2021, taking into consideration the dimensions of the level of knowledge, response time, trust, security and installed infrastructure as elements of service quality and evaluating the dimensions of the levels of two-way communication and transparency and access to information as processes to measure the fulfillment of customer expectations, The sample consisted of 169 clients of Caja Huancayo, where a questionnaire was applied as a validated data collection instrument, with a Cronbach's alpha reliability index of 0.83, and a test of the reliability of 0.83 was performed to check the correlation of variables between service quality and fulfillment of expectations. 83 and hypothesis testing was performed using Spearman's non-parametric Rho statistic.

Finally, as results of the research it was obtained that there is a positive and significant relationship between the quality of services and the fulfillment of expectations, since there is statistical evidence when applying Spearman's Rho that reaches 0.843 indicating a positive and significant relationship between the variables, in addition to a p-value of 0.000 lower than the significance level of less than 0.05 proposed in the research.

Keywords: Service quality, Fulfillment of expectations, customers.

I. INTRODUCCIÓN

A nivel global las empresas ponen énfasis a las ganancias y utilidades que producen, producto de su actividad empresarial u organizacional, en el caso del sector público y privado también existe una fuerte tendencia en brindar bienestar a los colaboradores que forman parte de la producción de bienes o servicios, descuidando la fuente principal que generan los ingresos y utilidades en el sector privado, y el uso de los servicios en el sector público, los cuales pueden reflejarse en el escaso nivel de satisfacción y cumplimiento de expectativas de los clientes al recibir la atención requerida. En nuestro país organizaciones, empresas e instituciones que brindan servicios a clientes o usuarios, si bien tratan de ofrecer o brindar servicios de calidad, es poco o casi nulo conocer que tan satisfechos se pueden encontrar un cliente después de haber recibido un servicio, si se cumplieron o no sus expectativas en relación a lo que esperaba, teniendo en cuenta que la satisfacción de usuario/consumidor es la clave del éxito de cualquiera de los modelos de negocio.

En la actualidad las organizaciones ponen énfasis en sus ganancias o dividendos surgidos por la actividad económica sin considerar las expectativas que los clientes pueden tener respecto a la calidad de los servicios que ofrecen, convirtiéndose en un problema recurrente. Además, la gestión empresarial debe involucrar la evaluar de calidad de los servicios prestados, considerando la percepción externa del usuario; sin embargo, muchas organizaciones y empresas financieras no toman en cuenta estos aspectos, porque consideran tácito el efecto de su atención en los clientes. Sin embargo, se conoce que el aumento o disminución de la cartera de clientes, está relacionado con los niveles de satisfacción de los clientes considerándose un factor importante en el desarrollo empresarial.

En el entorno empresarial y sobre todo en la expansión de centros de atención a los clientes es necesario conocer la percepción de los clientes por los servicios colocados o brindados, estos componentes deben ser valorados por los directivos para mantener una expectativa creciente en el entorno de clientes. En el entorno local, la Caja Huancayo recientemente insertada en la provincia de Celendín , compite con otras cajas como Caja Piura y financieras como RONDESA, Credinka, Mi Banco, entre otros, por lo tanto, todos los servicios que ofrece deben ser de calidad para mantener

clientes satisfechos, pero muchas veces esto no puede ocurrir; más aún cuando es un sector altamente competitivo y es necesario conocer las expectativas de los clientes y la percepción en la calidad de los servicios brindados.

En la revisión de antecedentes internacionales tenemos: en Ecuador , Rivera (2019) en su investigación “La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador”, cuyo objetivo fue evaluar la calidad de servicio y la satisfacción del cliente utilizando un modelo denominado Servqual para identificar las expectativas y percepciones de los clientes, la investigación se enmarcó dentro del enfoque cuantitativo y se usó el cuestionario como instrumento de recolección de datos, considerando una muestra de 180 clientes, en la investigación se llegó a las siguientes conclusiones la percepción de calidad en los servicios fue inferior a las expectativas que tenían los clientes, observándose una diferencia significativa en la dimensión de fiabilidad y tiempo de respuesta, proponiéndose una mejora en los procesos y el flujo de trabajo para brindar un mejor servicio que pueda ser percibido por el cliente. De igual modo de Hidalgo (2019) en su investigación titulada “Calidad del servicio y satisfacción al cliente en el sector financiero del Cantón Ambato ” cuyo propósito fue evaluar la calidad del servicio y la expectativa que tiene el cliente para concretarse en satisfacción por el servicio recibido, la investigación fue de enfoque cuantitativo, se utilizó el modelo Servqual como guía para la evaluación de calidad, utilizando las 5 dimensiones: confiabilidad, empatía, tangibilidad responsabilidad, y seguridad, en la investigación se llegó a las siguientes conclusiones: los clientes perciben que sus expectativas no fueron cumplidas habiendo una brecha de desfase de 4.07% entre estas; por lo tanto, el modelo aplicado nos indica que los niveles de satisfacción pueden ser mejorados aplicando una estrategia de mejoras en las dimensiones donde las brechas son altas, por otro lado, la relación entre expectativas y percepciones en relación a la dimensión de confiabilidad se observa que los clientes se encontraron satisfechos en un 90.65%, los cuales están relacionados a la atención y seguimiento de procesos de los clientes; La expectativa de los clientes, presenta un desfase con la percepción del servicio lo cual está relacionado con los procesos y el control de la calidad de los servicios. También de México , Rodríguez (2020) en su tesis titulada “Servicio y expectativas del cliente en instituciones financieras en México”, cuyo objetivo principal fue conocer la influencia que tiene la calidad de los servicios en la expectativas de los clientes, presentando un diagnóstico adecuado, la investigación fue de tipo descriptiva, de diseño no experimental, transeccional, se utilizó como

instrumento de recolección de datos a un cuestionario midiendo la percepción del servicio, en la investigación se llegó a las siguientes conclusiones: se encontró un desfase en las expectativas del cliente y la percepción en el servicio, confirmándose la relación existente en la calidad y las expectativas, con un grado de relación medio. Así mismo, en México, Zárraga (2018) en su investigación titulada “satisfacción del cliente y calidad de servicios mediante la eficiencia y eficacia del servicio”, el objetivo de la investigación fue analizar las relaciones de causa efecto por la eficiencia y eficacia en la calidad del servicio y la satisfacción del cliente; para ello se utilizó como instrumento de recolección de datos a un cuestionario, la investigación fue básica, correlacional, y se llegaron a las siguientes conclusiones: existe una relación significativa y positiva entre la calidad del servicio y el cumplimiento de expectativas del cliente, en la evaluación de la calidad con respecto a la eficacia de los colaboradores y servicio se comprobó que están significativamente correlacionadas y a la vez complementarias una con otra. Finalmente en Colombia, encontramos a Montoya (2019) en su investigación titulada “Análisis de calidad de servicio y satisfacción de cliente en concesionarios automotrices- Colombia”, cuyo propósito fue analizar la percepción de calidad en los servicios ofrecidos por concesionarios automotrices del país, se utilizó para este estudio el modelo Servperf, el tipo de investigación fue básica de diseño no experimental, el tipo de muestreo aplicado fue no probabilístico basado en entrevistas, en la investigación se llegó a las siguiente conclusión: existen factores que influyeron en la satisfacción como es el grado de complacencia, relevancia en el cumplimiento de expectativas, que mejoraron la competitividad en el mercado nacional. También se revisó los antecedes nacionales como de García y Maldonado (2019) en su tesis “Percepción de la calidad de servicio y satisfacción del cliente externo en el banco Scotiabank Jaén 2019”, cuyo propósito fue determinar el nivel de calidad y satisfacción por el servicio percibido por clientes externos, el modelo usado para lograrlo es la escala Servqual en la agencia del banco Scotiabank, la muestra estuvo constituida por 278 clientes, y se aplicó un cuestionario como instrumento de recolección de datos, en la investigación se llegó a las siguiente conclusiones: existe una relación moderada entre las variables de estudio, en las cinco dimensiones evaluadas se logró evidenciar que las expectativas fueron muy altas respecto a la percepción de los servicios, solo obteniendo valores significativos de satisfacción por parte de los clientes en las instalaciones físicas, dotación de equipos, y en las demás dimensiones se encontró deficiencias proponiéndose adoptar medidas

de mejora continua de los procesos; Es fundamental conocer la forma como realizan sus procedimientos las entidades financieras porque son donde las personas realizamos un mayor número de trámites, así también Quispe y Terrones (2021) en su tesis titulada “Calidad de servicio y satisfacción del cliente del Banco BBVA – Oficina Central, Lima 2020”; cuyo propósito es comprender la importancia de la calidad del servicio de las entidades financieras en la satisfacción del cliente, la investigación es de enfoque cuantitativo de tipo básica; en donde se tomó una muestra de 384 clientes del Banco BBVA y se utilizó un modelo denominado Servqual para medir la calidad del servicio mediante un cuestionario, en la investigación se llegó a las siguientes conclusiones: la satisfacción del cliente está vinculada a la calidad del servicio del banco, evidenciándose una relación significativa entre las variables evaluadas. Del mismo modo Hidalgo (2019) en su tesis titulada “Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente en centro de estomatología del Oriente – Tarapoto”, cuyo propósito fue conocer la relación entre las variables de calidad de servicio y satisfacción de los servicios, la investigación fue de tipo básica, de diseño no experimental, correlacional, se utilizó cuestionarios para ser aplicados en 134 clientes, obteniéndose las siguientes conclusiones: la calidad de los servicios se calificó como baja y la satisfacción de los clientes en base a estos servicios también baja en su mayor porcentaje. Por otro lado, en la investigación realizada por Alarcón (2018) en su tesis titulada “Calidad de servicio y satisfacción del cliente del banco BBVA – Lima”, cuyo propósito fue determinar el grado de relación entre la calidad del servicio y su respectiva satisfacción del cliente en las oficinas del banco BBVA; la investigación es de tipo básica, de diseño no experimental, transversal, se utilizó el cuestionario como instrumento de recolección de datos, los cuales fue aplicado a un total de 369 personas, en la investigación se llegó a las siguientes conclusiones: la calidad de servicio se caracterizó por la comodidad y limpieza de sus instalaciones, trato amable los cuales influyeron de manera positiva en la satisfacción del cliente. También la investigación de Álvarez y Rivera (2018) en su tesis titulada “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de Caja Arequipa- Agencia Corire”, cuyo propósito fue conocer el vínculo entre las variables de estudio, la investigación fue de tipo correlacional, transeccional, de diseño no experimental, se utilizó un cuestionario como instrumento de recolección de datos aplicado a 339 clientes que conformaron la muestra, en la investigación se llegó a las siguiente conclusiones: la calidad de servicio tienen una relación positiva y significativa con la satisfacción de los clientes

alcanzando un valor de 0.841. Por su parte Villata (2019) en su tesis titulada “Percepción de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente entidad bancaria de Lima”, cuyo objetivo principal fue analizar la relación entre la calidad del servicio y las expectativas y percepciones del cliente, la investigación fue básica, de diseño no experimental, correlacional y se usaron entrevistas en un total de 106 funcionarios que conformaron la muestra, en la investigación se llegó a la siguiente conclusión: la calidad del servicios y la satisfacción del cliente son variables que tienen una correlación directa la misma que hace referencia a cualquier servicio ofrecido que cumpla con las expectativas objetivas o subjetivas del cliente.

La investigación se basó en los enfoques conceptuales: Calidad de servicio como el valor transitorio por la característica del producto o servicio obtenido, este puede proporcionar un nivel apacible o de disfrute relacionado con el consumo del bien o servicio, es decir, este nivel apacible está en función al cumplimiento de necesidades y expectativas de la persona que recibe el servicio. Chacón y Rugel (2018) explica la evolución de las teorías de la calidad que es la base de la calidad del servicio. En principio la calidad fue concebida desde las teorías de control estadístico de la “Calidad Total” de Deming (1900) que incluye también a la calidad de servicio y que debe ser controlado para mantener estándares aceptables en los procesos y que están íntimamente relacionados con la teoría filosófica de administración de la calidad o calidad de servicio, el ciclo de planificación, desarrollo, control y actuación en las organizaciones. Posteriormente Jurán (1954) con la denominada “trilogía de Jurán” que trata de la incorporación de la planificación, el control y la mejora de la calidad; vista esta como un indicador de calidad del servicio. Seguidamente Ishikawa (1989) cuando orienta la calidad a la normalización industrial para mejorar la productividad, utilizando herramientas de análisis estadístico. Luego de unos años Crosby (1980) acuña los términos “cero defectos” e indica que la calidad se basa a la forma de cumplimiento de requisitos, la prevención, la filosofía de cero defectos y la medida de calidad relacionada con el cumplimiento de requerimientos del cliente, es decir que esta también vinculada con la calidad del servicio, porque per se el servicio debe tener calidad en sus procesos realizados y que generan valor en el cliente. También aparece la teoría de la calidad total a partir de los años 1990 descrita por Sashkin (1992) como una cultura y cambio organizacional centrado en el mejoramiento continuo, liderazgo apareciendo los programas de TQM/CQI. Finalmente, la cultura japonesa de calidad total denominada Kaizen descrita por Baird (2015), el cual está centrado en la cultura

organizacional centrada en las personas y no en los productos basado en un estándar de calidad adaptado por Deming, en síntesis, la calidad del servicio es la percepción que el cliente tiene sobre los procesos objetivos o subjetivos que la empresa ofrece como producto y que se espera que el cliente lo observe con un valor diferenciado. Entonces, según Pincay y Parra (2020) “La calidad del servicio está vinculada tanto a la satisfacción del cliente como también a lo demandado en el mercado en el menor costo y tiempo reduciendo las fallas en el proceso de producción de un producto y, finalmente la calidad como un proceso interrelacionado donde influyen múltiples variables principalmente los atributos del producto y la satisfacción producida por el cliente”. (p. 126).

Las empresas buscan reducir desfases entre las expectativas y las percepciones del cliente al momento de brindarse el servicio es por eso que la calidad es percibida desde el exterior de la empresa por los clientes. En ese sentido Pascal et.al. (2020) sostiene que “la calidad es el conjunto de propiedades que tiene un servicio o producto, el cual implica realizar el esfuerzo por cumplir las necesidades de los clientes como un requisito esencial; es decir lograr que los productos cumplan las especificaciones para lo que fueron diseñados o construidos, cumpliendo con lo establecido por el cliente o consumidor en un tiempo y costo mínimo” (p. 11). En síntesis, estas características que conforman la calidad serán medidas objetivamente por el cliente al momento de hacer uso del servicio.

La calidad del servicio se puede medir utilizando el modelo Servqual, el cual contiene 5 dimensiones para su aplicación. Bustamante, Zerda, Obando y Tello (2019) sostienen que: “Tanto la calidad del servicio, como la satisfacción del cliente están estrechamente relacionados puesto que la calidad del servicio se deriva de la satisfacción del cliente, es decir la calidad del servicio es el juicio global relacionado con el servicio en general, y la satisfacción está relacionado con la situación específica auto percibida”. (p.7)

La variable calidad de servicio tiene 5 dimensiones, según Arcinegas y Mejías (2018) “Capacidad de respuesta: Predisposición para apoyar y brindar un servicio en el menor tiempo., Fiabilidad: Capacidad para brindar el servicio prometido de manera correcta y permanente en el tiempo., Empatía: Capacidad para colocarse en la posición del usuario o cliente consumidor. Seguridad: Habilidad y atención expuestos por los colaboradores de la empresa para inspirar credibilidad y confianza, elementos

tangibles: Presentación o apariencia de las instalaciones, ambiente, equipos, materiales y personal de la empresa” (p. 29)

También se tiene el enfoque conceptual de expectativas de los clientes, que estará siempre influenciada por la valoración que realiza el cliente respecto al producto o servicio, pudiendo evaluarse en ese sentido, el personal que atiende, las instalaciones financieras, el mobiliario disponible, la variedad de servicios, los ambientes de atención, el tiempo de espera, la información encontrada sobre los servicios financieros, entre otras. También podemos mencionar que las expectativas de los clientes son susceptibles al cambio es decir son de carácter dinámico en el tiempo, influida por diferentes factores que pueden cambiar o modificar el cumplimiento de expectativas iniciales que tuvo el cliente cuando retorna a recibir el mismo servicio. Las percepciones y expectativas de los clientes: Si hablamos de la percepción individual que experimenta un cliente o usuario al respecto del servicio recibido. Para Kotler (2017) “La satisfacción del cliente, es la relación entre las expectativas y el servicio percibido, visto desde el nivel de desempeño, si este desempeño en el servicio coincide con las expectativas del cliente, éste quedará satisfecho” (p. 21)., en resumen, la satisfacción es un juicio sobre el producto o servicio, que puede lograr un grado o nivel placentero de recompensa auto percibida. “La satisfacción del cliente es una respuesta subjetiva como respuesta de experiencia de consumo en base a la expectativa inicial del cliente en el caso de los servicios se da durante y después del mismo” (Nuñez y Juarez, 2018, p. 52).

Las dimensiones de satisfacción de los clientes son 2. Según Santos (2018) estas características son las siguientes: “Comunicación: Relacionada con el nivel de interacción, recomendación y post- atención en el servicio recibido, Transparencia: Se refiere al grado o nivel de confianza que inspira, y el grado de veracidad de los compromisos al recibir el servicio”.

Luego de revisado los antecedentes se plantearon los problemas: ¿Cómo es la relación entre la calidad de los servicios y el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021?; y los problemas ¿De qué manera la capacidad de respuesta se relacionan con cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021? ¿De qué manera la fiabilidad se relaciona con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021? ¿De qué manera la empatía se relaciona con el cumplimiento de

las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021? ¿De qué manera la seguridad se relacionan con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021? ¿De qué manera el elemento tangible se relaciona con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021? ¿De que manera la comunicación asertiva, se relaciona con la calidad de los servicios en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021? Y ¿De que manera la transparencia organizacional se relaciona con la calidad de los servicios en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021?

Esta investigación se justifica de manera teórica por que se fundamenta en el estudio científico y técnico de los procesos administrativos para conocer la calidad del servicio y el cumplimiento de expectativas, del mismo modo tiene una justificación práctica puesto que se conoció de primera fuente lo que expresan los clientes sobre la calidad de los servicios para conocer si existe un desfase entre lo que ellos esperan y lo que la entidad ofrece; también se justifica metodológicamente puesto que se realizó los procedimientos correctos para obtener los resultados a fin de consolidar el conocimiento que sirva para investigaciones posteriores, aportando con esto a los directivos de la Caja Huancayo a tomar decisiones pertinentes respecto a la mejora de la calidad de los servicios brindados para garantizar la fidelidad de los clientes y el cumplimiento de expectativas de estos . Por ello la investigación formuló los objetivos siguientes : conocer la relación entre la calidad de los servicios y el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021; Determinar la capacidad de respuesta y su relación con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021; Determinar la fiabilidad y su relación con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021; Determinar la empatía y su relación con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021; Determinar la seguridad y su relación con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021; Determinar el elemento tangible y su relación con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021. Determinar la comunicación asertiva, y su relación con la calidad de los servicios en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021 y Determinar la transparencia organizacional se relaciona con la calidad de los servicios en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021

Se planteó la siguiente hipótesis: Existe una relación directa y significativa entre la calidad de los servicios y el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021; La capacidad de respuesta se relaciona de manera directa con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021. La fiabilidad se relaciona de manera directa con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021. La empatía se relaciona de manera directa con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021; La seguridad se relaciona de manera directa con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021. El elemento tangible se relaciona de manera directa con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021. La comunicación asertiva, se relaciona de manera directa con la calidad de los servicios en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021 y La transparencia organizacional se relaciona de manera directa con la calidad de los servicios en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021

II. MÉTODO

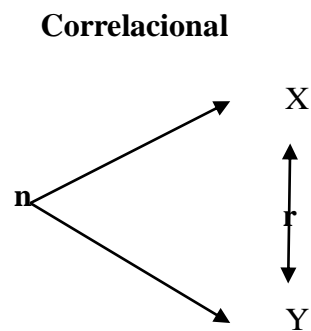
2.1. Tipo y diseño de investigación

El tipo de investigación es básica por que se fundamenta en la teoría científica tal como lo expresa Baena (como se citó en Escudero & Cortez, 2018) “la investigación básica busca el conocimiento mediante las teorías consultadas que son la base científica y fundamento de la investigación” (p.19), el diseño es no experimental, “La investigación no experimental no manipula deliberadamente o a propósito las variables de estudio o la variable independiente para observar su resultado en la dependiente” (Hernández y Mendoza, 2018, p. 127). Es decir, se toma los datos tal cual se presentan en los hechos o acontecimientos, durante el proceso de investigación; y el nivel de investigación es correlacional, puesto que “busca medir el grado de relación entre las variables de estudio” (Hernández y Mendoza, 2018, p. 124). Por lo tanto, se debe observar el nivel de relación entre la calidad de los servicios y las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, en la sede de la provincia de Celendín.

Las variables de estudio son: Calidad de servicio: La calidad del servicio “es el valor la conformidad con las especificaciones, la conformidad con los requisitos exigidos la

aptitud para el uso del producto, y el conocimiento y/o superación de expectativas de los clientes” (Mora 2011, p. 149) y las Expectativas de los clientes: “Es la relación que tiene el cliente respecto al servicio percibido, visto desde el nivel de desempeño, si este desempeño en el servicio coincide con las expectativas del cliente, éste quedará satisfecho” (Kotler, 2017, p. 21). También en términos de Mora (2011), la calidad del servicio “es el valor la conformidad con las especificaciones, la conformidad con los requisitos exigidos la aptitud para el uso del producto, y el conocimiento y/o superación de expectativas de los clientes” (p. 149)

El nivel de investigación es:



Fuente: Elaboración Propia

2.2. Escenario de estudio

En la investigación se tomó en cuenta la Población, según (Millones, Barreno, Vásquez y Castillo, 2018, p.16). es “conjunto total de personas que corresponden al estudio, para conocer su comportamiento y luego sus conclusiones”. En la investigación la población estuvo constituida por 454 personas que conforman la cartera de clientes de la Caja Huancayo, de la sede Celendín.

2.3. Participantes

La elección de la muestra es de tipo probabilística, se conoce que la muestra “el subconjunto de la población, la cual cumple con la representatividad, validez y aleatoriedad” (Millones, Barreno, Vásquez y Castillo, 2018, p.16), para esta investigación, se aplicó la fórmula de tamaño de la muestra para población conocida.

$$n = \frac{NZ^2pq}{d^2(N-1) + Z^2pq}$$

Dónde:

n=tamaño de la muestra, N=tamaño de la población, Z=valor de Z crítico, calculado en las tablas del área de la curva de la normal. Llamado también nivel de confianza (1.96), p=proporción aproximada del fenómeno en estudio en la población de referencia. (0.05), q=proporción de la población de referencia que no presenta el fenómeno de estudio (1-p=0.95), d=nivel de precisión absoluta (5%)

Reemplazando en la fórmula se tiene:

$$n = \frac{454 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.05^2 * 123 + 1.96^2 * 0.05 * 0.95}$$

$$n = 169$$

La muestra está constituida por 169 clientes. El tipo de muestreo es probabilístico, es decir que “todos los elementos que conforman la muestra, tienen la misma posibilidad o probabilidad de ser elegidos” (Millones, Barreno, Vásquez y Castillo, 2018, p.34). Por lo tanto, las personas que conformaron la muestra fueron elegidos por muestreo aleatorio simple.

2.4.Técnicas e instrumentos de recolecciones de datos

Se utilizó la encuesta como técnica de recolección de datos, que consiste en “la aplicación de un procedimiento estandarizado para recopilar información en una muestra representativa y válida de la población” (Useche, Artigas, Queipo y Perez, 2019, p. 31) a los 169 clientes de la Caja en diferentes horarios. Además, Se utilizó el cuestionario como instrumento de recolección de datos, el cual consiste en “un listado de interrogantes aplicadas para obtener respuestas de las variables estudiadas” (Useche, Artigas, Queipo y Perez, 2019, p. 31). También, utilizó un instrumento de recolección de datos denominado cuestionario utilizando los lineamientos del modelo ServQual que mide la calidad de los servicios, el cual está validado por juicio de expertos, posteriormente se aplicó este cuestionario mediante formularios virtuales.

2.5.Procedimiento

Se realizo el procedimiento de recolección, procesamiento utilizando un software estadístico IBM SPSS versión 25, utilizándose preguntas por cada variable y dimensión analizada, teniendo alternativas estandarizadas para la respuesta de los clientes de la Caja Huancayo, Sede Celendín.

2.6.Método de análisis de datos

Se realizó pruebas de normalidad y el análisis de consistencia y fiabilidad del instrumento; según el resultado obtenido se aplicó el estadístico de prueba de hipótesis denominado rho de Spearman. Luego, se analizaron y se representaron estadísticamente los resultados en la totalidad de la muestra elegida, Posteriormente se redactó la discusión, conclusiones y recomendaciones las cuales se presentan en el presente informe.

2.7.Aspectos éticos

El presente informe cumplió con los aspectos éticos, que se evidencia en el citado y la referencia de todos los autores mencionados en el contenido, además se respetó el protocolo de investigación de la universidad, garantizando de este modo la originalidad del trabajo de investigación; evaluado con el software anti plagio para evidenciar lo indicado. Del mismo modo autorizo a la Universidad Privada de Huancayo a publicar los resultados obtenidos en la presente investigación.

III. RESULTADOS

Tabla 1

Confiabilidad del instrumento

Alfa de Cronbach	N de elementos
,803	20

Nota: en base al procesamiento SPSS

Según el resultado obtenido del alfa de Cronbach los ítems del instrumento alcanzan a un 0,803 lo cual indica que tienen una alta confiabilidad

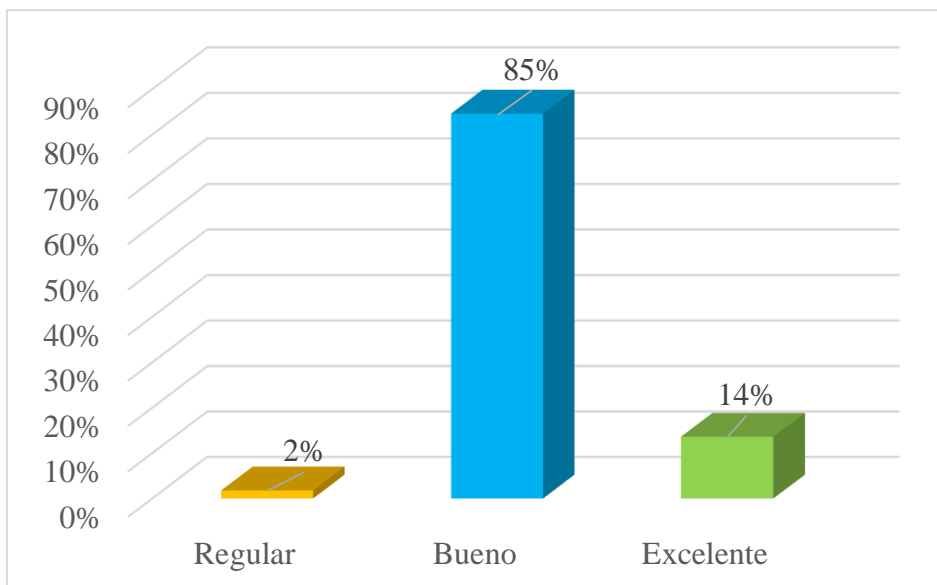


Figura 1: Percepción de la calidad de servicios: En base a las dimensiones de la calidad de servicios según las respuestas del cliente

De un total de 169 clientes encuestados pertenecientes a la Caja Huancayo, donde se consultó sobre la capacidad de respuesta, fiabilidad, empatía, seguridad y elemento tangible; un 85% de los clientes perciben que la calidad de los servicios ofrecidos por la empresa, es bueno; un 14% que los calidad percibida es excelente y tan solo un 2% expresa que es regular, lo cual indica que un porcentaje muy elevado de clientes están conforme con el servicio recibido el cual se expresa en un total de 99% del total de encuestados.

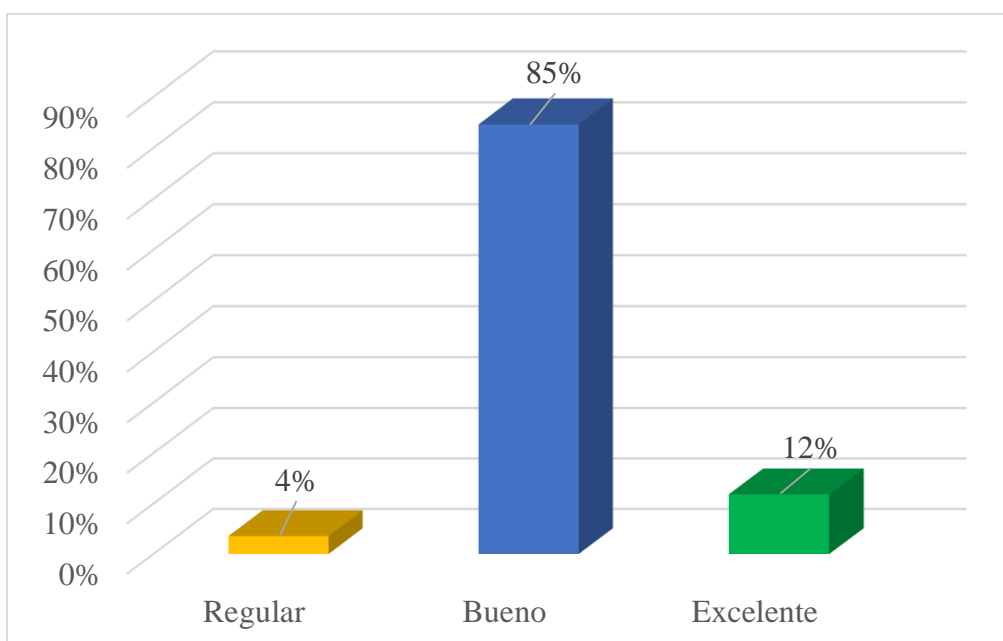


Figura 2: Cumplimiento de expectativas de los clientes: En base a las dimensiones del cumplimiento de expectativas, según las respuestas del cliente

De un total de 169 clientes encuestados pertenecientes a la Caja Huancayo, donde se consultó sobre la comunicación asertiva y transparencia organizacional de los clientes en la Caja Huancayo, un 85% sostiene que las expectativas respecto al nivel del servicio fue bueno, y 12% sostiene que es excelente y tan solo un 4% manifestó que fue regular el cumplimiento de expectativas, por lo tanto los clientes en su mayor porcentaje equivalente 96% sostienen que si se cumplió con sus expectativas, lo cual esta muy relacionado con la calidad del servicio recibida

Para la prueba de hipótesis, se tomó en cuenta la prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov, debido a que nuestro conjunto de datos es superior a 30, obteniéndose un valor es menor a 0.05, por lo tanto, los datos no tienen una distribución normal, considerándose que el estadístico no paramétrico a utilizar será Rho de Spearman (Bosque, Camacho, y Rodríguez, 2019, pp. 125-126).

Tabla 2
Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Calidad de los servicios	,488	169	,000
Cumplimiento de expectativas de los clientes	,467	169	,000

Nota: Procesamiento IBM-SPSS

Para interpretar los valores de la Rho de Spearman, se debe tener en cuenta que el valor resultante deberá contrastarse con la siguiente tabla:

Tabla 3
Interpretación de los valores de correlación de Rho de Spearman

Valor	Correlación
0	Nula
+/-0.20	Débil
+/-0.50	Moderada
+/-0.80	Buena
1	Perfecta

Nota: En base en el estadístico utilizado Bosque, Camacho, y Rodríguez (2019).

Para el contraste de hipótesis se Hipótesis se utilizará la prueba estadística de Rho de Spearman, por lo tanto, definimos las hipótesis a contrastar:

H_0 = No Existe una relación positiva entre la calidad de los servicios y el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021

H_1 = Existe una relación positiva entre la calidad de los servicios y el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021

Nivel de significancia $\alpha = 0.05$, Nivel de confianza del 95%

Tabla 4
Estadístico Rho de Spearman para la prueba de hipótesis

			Calidad de los servicios	Cumplimiento de expectativas de los clientes
Rho de Spearman	Calidad de los servicios	Coefficiente de correlación	1,000	,843**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	169	169
	Cumplimiento de expectativas de los clientes	Coefficiente de correlación	,843**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	169	169

Nota: Procesamiento IBM-SPSS, según los datos obtenidos en la encuesta.

De los datos procesados estadísticamente y aplicando el estadístico Rho de Spearman, para determinar la relación entre las variables evaluadas se obtiene que el valor de la Rho de Spearman alcanza a 0.843, y un p valor de 0,000 menor al valor de significancia de la investigación ($0,000 < 0,05$) podemos concluir que a un nivel de confianza del 95%, se rechaza la hipótesis nula y en consecuencia aceptamos la hipótesis nula que indica que existe una relación positiva y significativa entre la calidad de los servicios y el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021, ya que hay evidencia estadística suficiente que demuestra tal decisión.

Según los objetivos de investigación propuestos tenemos:

Objetivo 1: Determinar la capacidad de respuesta y su relación con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021

Tabla 5
Correlación entre capacidad de respuesta y cumplimiento de expectativas

			Calidad de los servicios	Cumplimiento de expectativas de los clientes
Rho de Spearman	Capacidad de respuesta	Coefficiente de correlación	1,000	,952**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	169	169
	Cumplimiento de expectativas de los clientes	Coefficiente de correlación	,952**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	169	169

Nota: Procesamiento IBM-SPSS, según los datos obtenidos en la encuesta.

De la tabla anterior del total de clientes evaluados, se evidencia que existe relación directa fuerte y significativa entre la capacidad de respuesta y el cumplimiento de expectativas puesto que el estadístico de prueba Rho de Spearman alcanza un valor de 0,952, lo cual indica que mientras la capacidad de respuesta se vea incrementada el cumplimiento de expectativas seguirá esta misma tendencia.

Objetivo 2: Determinar la fiabilidad y su relación con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021

Tabla 6
Correlación entre fiabilidad y cumplimiento de expectativas

			Calidad de los servicios	Cumplimiento de expectativas de los clientes
Rho de Spearman	fiabilidad	Coefficiente de correlación	1,000	,945**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	169	169
	Cumplimiento de expectativas de los clientes	Coefficiente de correlación	,945**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	169	169

Nota: Procesamiento IBM-SPSS, según los datos obtenidos en la encuesta.

De la tabla anterior del total de clientes consultados, se evidencia que existe relación directa fuerte y significativa entre la fiabilidad y el cumplimiento de expectativas puesto que el estadístico de prueba Rho de Spearman alcanza un valor de 0,945, lo cual indica que mientras la fiabilidad se incremente el cumplimiento de expectativas seguirá esta misma tendencia.

Objetivo 3: Determinar la empatía y su relación con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021

Tabla 7

Correlación entre empatía y cumplimiento de expectativas

			Calidad de los servicios	Cumplimiento de expectativas de los clientes
Rho de Spearman	empatía	Coefficiente de correlación	1,000	,855**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	169	169
	Cumplimiento de expectativas de los clientes	Coefficiente de correlación	,855**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	169	169

Nota: Procesamiento IBM-SPSS, según los datos obtenidos en la encuesta.

De la tabla anterior del total de clientes consultados, se evidencia que existe relación directa y significativa entre la empatía y el cumplimiento de expectativas puesto que el estadístico de prueba Rho de Spearman alcanza un valor de 0,855, lo cual indica que mientras la empatía se incrementa el cumplimiento de expectativas seguirá esta misma tendencia.

Objetivo 4: Determinar la seguridad y su relación con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021

Tabla 8

Correlación entre seguridad y cumplimiento de expectativas

			Calidad de los servicios	Cumplimiento de expectativas de los clientes
Rho de Spearman	seguridad	Coefficiente de correlación	1,000	,855**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	169	169
	Cumplimiento de expectativas de los clientes	Coefficiente de correlación	,855**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	169	169

Nota: Procesamiento IBM-SPSS, según los datos obtenidos en la encuesta.

De la tabla anterior del total de clientes consultados, se evidencia que existe relación directa y significativa entre la seguridad y el cumplimiento de expectativas puesto que el

estadístico de prueba Rho de Spearman alcanza un valor de 0,855, lo cual indica que mientras la seguridad se incrementa el cumplimiento de expectativas seguirá esta misma tendencia.

Objetivo 5: Determinar el elemento tangible y su relación con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021

Tabla 9

Correlación entre elemento tangible y cumplimiento de expectativas

			Calidad de los servicios	Cumplimiento de expectativas de los clientes
Rho de Spearman	Elemento tangible	Coefficiente de correlación	1,000	,920**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	169	169
	Cumplimiento de expectativas de los clientes	Coefficiente de correlación	,920**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	169	169

Nota: Procesamiento IBM-SPSS, según los datos obtenidos en la encuesta.

De la tabla anterior del total de clientes consultados, se evidencia que existe relación directa y significativa entre los elementos tangibles y el cumplimiento de expectativas puesto que el estadístico de prueba Rho de Spearman alcanza un valor de 0,920, lo cual indica que mientras el elemento tangible se incrementa el cumplimiento de expectativas seguirá esta misma tendencia.

Tabla 10

Correlación entre comunicación asertiva y la calidad de los servicios

			Calidad de los servicios	Cumplimiento de expectativas de los clientes
Rho de Spearman	Comunicación asertiva	Coefficiente de correlación	1,000	,870**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	169	169
	Calidad de los servicios	Coefficiente de correlación	,870**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	169	169

Nota: Procesamiento IBM-SPSS, según los datos obtenidos en la encuesta.

De la tabla anterior, podemos notar que existe relación directa y significativa entre la comunicación asertiva y la calidad de los servicios, puesto que el estadístico de prueba Rho de Spearman alcanzó un valor de 0,870, lo que indica que mientras los proveedores de servicios de la Caja Huancayo presenten una mejor comunicación asertiva con el cliente, se verá reflejada en la calidad de los servicios de este.

Tabla 11

Correlación entre la transparencia organizacional y la calidad de los servicios

			Calidad de los servicios	Cumplimiento de expectativas de los clientes
Rho de Spearman	Transparencia organizacional	Coefficiente de correlación	1,000	,910**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	169	169
	Calidad de los servicios	Coefficiente de correlación	,910**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	169	169

Nota: Procesamiento IBM-SPSS, según los datos obtenidos en la encuesta.

De la tabla anterior, podemos notar que existe relación directa y significativa entre la transparencia organizacional y la calidad de los servicios, puesto que el estadístico de prueba Rho de Spearman alcanzó un valor de 0,910, lo que indica que indica que la transparencia organizacional se vea incrementada, el cliente observa una mejora significativa en la calidad de los servicios que ofrecen en la Caja Huancayo.

IV. DISCUSIÓN

En relación al objetivo principal, en la investigación se logró determinar la relación existente entre la calidad de los servicios y el cumplimiento de expectativas de los clientes, evidenciándose estadísticamente dicha relación con un valor de 0.843, lo cual indica una relación directa, positiva y significativa entre las variables evaluadas, por su proximidad a una relación perfecta uno esto nos indica que mientras mejor calidad de los servicios prestamos el cumplimiento de expectativas serán alcanzadas por los clientes.

En la evaluación de la capacidad de respuesta, fiabilidad, empatía, seguridad y elemento tangible se relacionan directa y positivamente con el cumplimiento de expectativas de los clientes se observó que la mayoría de personas encuestadas consideraron que hubo calidad en los servicios que ofrecieron, tal como se demuestra estadísticamente con los coeficientes de correlación alcanzado de 0.952, 0.945, 0.855, 0.855, 0,920 respectivamente; en todos los casos los coeficientes de correlación obtenidos son superiores a 0.70, lo que indica un relación fuerte entre las variables relacionadas con la calidad del servicio y el cumplimiento de expectativas, ahora si comparamos los resultados estadísticos con las de los antecedentes de investigación internacionales como los de Hidalgo (2019), en su investigación “Calidad del servicio y satisfacción al cliente en el sector financiero del Cantón Ambato” Rodríguez(2020) en su investigación “Servicio y expectativas del cliente en instituciones financieras en México”, Montoya (2019) en su investigación titulada “Análisis de calidad de servicio y satisfacción de cliente en concesionarios automotrices- Colombia”, y nacionales como los de García y Maldonado (2019) en su tesis “Percepción de la calidad de servicio y satisfacción del cliente externo en el banco Scotiabank Jaén 2019”, Quispe y Terrones (2021) en su tesis titulada “Calidad de servicio y satisfacción del cliente del Banco BBVA – Oficina Central, Lima 2020”, Alarcón (2018) en su tesis titulada “Calidad de servicio y satisfacción del cliente del banco BBVA – Lima”, que contrastan las mismas variables y dimensiones obtienen resultados semejantes al correlacionar las variables de calidad de servicios y satisfacción del cliente en función al cumplimiento de sus expectativas obteniendo correlaciones positivas y significativas al evaluarse estadísticamente.

Con respecto a los resultados obtenidos de las variables correspondientes a la calidad del servicio como variable de análisis principal, y de interés de la investigación puesto que requerimos conocer si ésta se relaciona con el cumplimiento de expectativas, encontramos que las dimensiones con mayor relación son la capacidad de respuesta con un coeficiente de correlación de 0,952; fiabilidad con un coeficiente de correlación de 0,945 y elemento tangible con un coeficiente de correlación de 0,920; esto significa que las variables como la capacidad de respuesta, la fiabilidad y el elemento tangible fueron las que más valoraron los clientes en la Caja Huancayo sede Celendín, esta dimensiones también fueron evaluados por Rivera (2019) en su tesis titulada “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de Caja Arequipa- Agencia Corire”, Hidalgo (2019) en su investigación “Calidad del servicio y satisfacción al cliente en el sector financiero del

Cantón Ambato”, Montoya (2019), en su investigación titulada “Análisis de calidad de servicio y satisfacción de cliente en concesionarios automotrices- Colombia”, García y Maldonado (2019), en su tesis “Percepción de la calidad de servicio y satisfacción del cliente externo en el banco Scotiabank Jaén 2019”, Álvarez y Rivera (2018) en su tesis titulada “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de Caja Arequipa- Agencia Corire”, y Villata (2019) en su tesis “Percepción de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente entidad bancaria de Lima” cada uno de estos autores sostiene que la calidad del servicio está altamente vinculada con las expectativas de los clientes en las diferentes instituciones financieras y bancos donde se realizaron las investigaciones, obteniendo resultados semejantes, al encontrar que las variables de capacidad de respuesta, fiabilidad y elemento tangible son factores que permiten el cumplimiento de expectativas es decir la satisfacción del cliente por un servicio utilizado, los cuales lo consideran como calidad.

Asimismo, las teorías científicas evaluadas en el marco teórico de la investigación se vinculan con los resultados obtenidos en la investigación. Al respecto Pincay y Parra (2020) mencionaba que la calidad está vinculada a las expectativas cumplidas o satisfechas por el cliente, reduciendo las fallas encontradas de manera objetiva y subjetiva y que es evaluada por el cliente al momento de recibir un bien o servicio; en tal sentido como se observa la idea es disminuir los desfases existentes entre las expectativas de los clientes como lo menciona Pascal et.al. (2020) las expectativas deben superarse y entregar más de lo que el cliente espera; en relación con la percepción que el cliente tiene cuando recibe en forma vivencial el servicio por parte de la empresa. Además, Zerda, Obando y Tello (2019) sostenían que la calidad y las expectativas están estrechamente vinculadas una con otra no puede haber una separación entre las variables por que se valoran en función a un juicio global del servicio y a la situación específica de percibirla.

Finalmente, con respecto a las hipótesis específicas capacidad de respuesta, fiabilidad, empatía, seguridad y elemento tangible, pertenecientes a la variable calidad de servicios y por otro lado con la comunicación asertiva y la transparencia organizacional relacionada con cumplimiento de expectativas del cliente de servicios en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021, fueron también interés de otros investigadores señalados en el marco teórico, al respecto las dimensiones de las variables para el cumplimiento de expectativas de los clientes los cuales se relacionan con el servicio en general que el cliente valora como un nivel bueno o excelente como característica importante de la calidad, al respecto

Arcinegas y Mejías (2018) quien menciona que los elementos mencionados pueden promover un proceso de mejora continua constante en las organizaciones que conllevan a mejorar la calidad del servicio y las expectativas del cliente.

Cuando se contrastó la relación de las dimensiones de comunicación asertiva y transparencia organizacional con la calidad de los servicios, se obtuvo valores de 0.870 y 0.910 respectivamente, indicando que la relación es directa, positiva y significativa entre estas variables, al respecto siguiendo a los antecedentes de investigación que utilizaron las mismas dimensiones tales como Bustamante, Zerda, Obando y Tello (2019) y de Pincay y Parra (2020), sostienen que las variables relacionadas con los niveles de comunicación entre los clientes y las personas quienes atienden en las empresas juega un papel importante en la calidad de los servicios puesto que es el primer contacto que el cliente tiene sobre el servicio ofrecido o recibido; así mismo los niveles de transparencia organizacional que involucran la forma como muestra la información la empresa a los clientes, su compromiso con la atención y el logro de indicadores de desempeño que mejoren la transparencia en la empresa.

V. CONCLUSIONES

- Existe una relación directa, positiva y significativa entre la calidad de los servicios y el cumplimiento de expectativas de los clientes Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021., dado que existe evidencia estadística suficiente ($p\text{-valor}=0.000 < 0.50$) y nivel de correlación de Rho de Spearman de 0.843 que confirman su correlación entre las variables.
- La capacidad de respuesta se relaciona directa y significativamente con el cumplimiento de expectativas, puesto que estadísticamente se evidencia que el valor de Rho de Spearman alcanzó a 0,952 indicando la relación entre las variables evaluadas. Además ($p\text{-valor}=0.000 < 0.50$), indicando que los clientes valoran esta dimensión puesto que una de sus prioridades es el tiempo que es considerado suficiente para atender en el servicio ofrecido por la Caja Huancayo.
- La fiabilidad se relaciona directa fuerte y significativamente con el cumplimiento de expectativas, puesto que existe evidencia estadística del estadístico de prueba Rho de Spearman que alcanzó un valor a 0,945. Además ($p\text{-valor}=0.000 < 0.50$), indicando que los clientes evidentemente valoran la fiabilidad o precisión sin cometer errores en la entrega del servicio en la Caja Huancayo.

- La empatía tiene relación directa y significativa con el cumplimiento de expectativas de los clientes, puesto que existe evidencia del estadístico Rho de Spearman que alcanzó un valor de 0,55. Además ($p\text{-valor}=0.000 < 0.50$), indicando que los clientes valoran cuando las personas quienes les atendieron presentaran interés por los servicios que requieren los clientes, los comprenden y tienen empatía con ellos.
- La seguridad tiene una relación directa y significativa con el cumplimiento de expectativas de los clientes, puesto que existe evidencia del estadístico Rho de Spearman que alcanzó un valor de 0,855. Además ($p\text{-valor}=0.000 < 0.50$), indicando que los clientes observan que la confianza y la seguridad que muestra la Caja Huancayo es valorado por el cliente.
- El elemento tangible tiene una relación directa fuerte y significativamente con el cumplimiento de expectativas de los clientes, puesto que el estadístico Rho de Spearman alcanzó un valor de 0,920. Además ($p\text{-valor}=0.000 < 0.50$), indicando que los clientes valoran la infraestructura, sus instalaciones y apariencia de éstas en la atención y en servicio que brinda la Caja Huancayo
- La comunicación asertiva tiene una relación directa y significativa con la calidad de los servicios, puesto que el valor del estadístico Rho de Spearman alcanzo a 0,870. Además ($p\text{-valor}=0.000 < 0.50$), indicando que los clientes valoran la comunicación asertiva como factor interno de la organización que el cliente observa como servicios con calidad al momento de ser atendido por los colaboradores de la Caja Huancayo.
- La transparencia organizacional tiene una relación directa fuerte y significativa con la calidad de los servicios, puesto que el valor del estadístico Rho de Spearman alcanzó a 0,910. Además ($p\text{-valor}=0.000 < 0.50$), indicando que uno de los factores a tener en cuenta por los clientes para que puedan considerar un servicio con calidad es la transparencia que pueda mostrar en los procesos, información que proyecta la Caja Huancayo a sus clientes.

RECOMENDACIONES

- A los gerentes de las empresas prestadoras de servicios considerar los parámetros de nivel de conocimiento, tiempo de respuesta, precisión, empatía, confianza y seguridad, así como infraestructura instalada son factores que el cliente toma en cuenta como preponderantes en la calidad del servicio, para mejorar las condiciones de servicio y en consecuencia la satisfacción y expectativas del cliente
- A los empleados de las organizaciones tener en cuenta que los elementos de calidad valorados por los clientes son la capacidad de respuesta, el elemento tangible y la fiabilidad que se demuestra al momento de brindar el servicio, los cuales deben siempre mantenerse en constante mejora
- A los profesionales administradores que puedan fomentar mecanismos de calidad y mejora continua en los aspectos de evaluación de calidad de los servicios para mantener una expectativa y los niveles de satisfacción altos los cuales redundaran en la fidelidad del cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alarcón Chasquibol, X. (2018). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente del banco BBVA – Lima*. [Tesis de pregrado, Universidad de Lambayeque] Universidad de Lambayeque.
<https://repositorio.udl.edu.pe/bitstream/UDL/169/3/Tesis%20Calidad%20de%20Servicio%20y%20Satisfacci%C3%B3n%20del%20Cliente%20del%20Banco%20BBVA%20-%20Oficina%20CC.pdf>
- Álvarez Torres, D. y Rivera Magallanes, A. (2019). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de Caja Arequipa- Agencia Corire*. [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica del Perú] Universidad Tecnológica del Perú.
https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2303/Dayana%20Alvarez_Asley%20Rivera_Tesis_Titulo%20Profesional_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arcinegas, J. A., Mejías, A.A. (2018). Percepción de la calidad de los servicios con base en escala SERVQUAL. *Revista de investigación, comunicación y desarrollo* 8(1). 26-36. <https://www.redalyc.org/pdf/4498/449852109003.pdf>
- Bustamante, M. , Zerda, E., Obando, F. y Tello, M. (2019). Fundamentos de calidad de servicio, el modelo Servqual. *Revista empresarial* 13 (2) 1-16.
https://www.researchgate.net/publication/340903187_Fundamentos_de_calidad_de_servicio_el_modelo_Servqual
- Bosque, L., Camacho, E. y Rodríguez, G. (2019). *Estadística aplicada*. Ed. Manual moderno.
- Chacón, J. y Rugel, S. (2018). Teorías, modelos y sistemas de gestión de calidad. *Revista Espacios*. 39 (50). 1-9.
<https://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p14.pdf>
- Escudero Sánchez, C. y Cortez Suárez, L. (2018). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*. Editorial UTMACH
- García Elera, V. y Maldonado Sambrano, J. (2019). *Percepción de la calidad de servicio y satisfacción del cliente externo en el banco Scotiabank Jaén 2019*. [Tesis de

Pregrado, Universidad Señor de Sipán] Universidad Señor de Sipán.
<https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/7108>

Hernández Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* Editorial. Mc Graw Hill Education.

Hidalgo Freire, M. (2019). *Calidad del servicio y satisfacción al cliente en el sector financiero del Cantón Ambato*. [Tesis de Maestría, Universidad Técnica De Ambato] Universidad Técnica de Ambato.
<https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/30033>

Hidalgo Pezo, G. (2019). *Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente en centro de estomatología del Oriente – Tarapoto*. [Tesis de Maestría, Universidad Cesar Vallejo] Universidad Cesar Vallejo.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/29603/Hidalgo%20PGJ.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Kotler, P. (2017). *Dirección de marketing conceptos esenciales*. Editorial Pearson Educacional.

Millones, R., Barreno, E, Vásquez, F. y Castillo, C. (2018). *Estadística descriptiva y probabilidades. Aplicaciones en la ingeniería y los negocios*. Editorial Universidad de Lima.

Montoya, Restrepo. (2019). *Análisis de calidad de servicio y satisfacción de cliente en concesionarios automotrices- Colombia*. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Colombia] Universidad Nacional de Colombia.
<https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/59799/1022367912.2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Mora, C.E. (2011). La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. *Revista de Marketing*. 10(2). 146-162. <https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>

Núñez, LL, y Juárez, J. (2018). Análisis comparativo de modelos de evaluación de servicio a partir de dimensiones y de la satisfacción al cliente. *Ciencias* 33 (7). 49-59. <http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2018.070133.49-59>

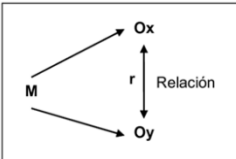
- Pascal, O. et. al. (2020). *Introducción a la ingeniería de la calidad*. Editorial Universidad Nacional de Lomas de Zamora.
- Pincay, Y. y Parra, C. (2020). Gestión de la calidad del servicio al cliente en PYMES comercializadoras: Una mirada en Ecuador. *Dominio de las ciencias*. 6 (3), 1118-1142. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7539747.pdf>
- Quispe Julca, I. M. y Terrones Puntay, W. P (2021). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente del Banco BBVA – Oficina Central, Lima 2020*. [Tesis de Pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos] Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/16500/Quispe_ji.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rivera Reyes, S. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador*. [Tesis de Maestría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil] Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/12117>
- Rodríguez Morales, C. F. (2020). *Servicio y expectativas del cliente en instituciones financieras en México*. [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma de San Luís de Potosí]. Universidad Autónoma de San Luís de Potosí.
<http://salinas.uaslp.mx/Documents/Tesis/Claudia%20Fabiola%20Rodri%CC%81guez%20Morales.pdf>
- Santos Flores, R. (2018). *Calidad del servicio y satisfacción del usuario*. [Tesis de Maestría, Universidad Cesar Vallejo]. Universidad Cesar Vallejo.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/38416>
- Useche, M. , Artigas, W.,Queipo, B y Perez, E. (2019). Técnicas e instrumentos de recolección de datos cuali-cuantitativos.
https://www.researchgate.net/publication/344256464_Tecnicas_e_instrumentos_de_recoleccion_de_datos_Cuali-Cuantitativos
- Villata Marín, G. (2019). *Percepción de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente entidad bancaria de Lima* [Tesis de pregrado, Universidad de Piura] Universidad de Piura.

Zárraga, L. (2018). Satisfacción del cliente y calidad de servicios mediante la eficiencia y eficacia del servicio. *Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*. 7(18), 46-65. <https://recai.uaemex.mx/article/view/9268/8377>

ANEXOS

Tabla 12

ANEXO N°1: Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
Problema Principal	Objetivo Principal	Hipótesis Principal				
¿Cómo es la relación entre la calidad de los servicios y el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021?;	Conocer la relación entre la calidad de los servicios y el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021	Existe una relación directa y significativa entre la calidad de los servicios y el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021	Calidad de los Servicios	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de respuesta - Fiabilidad - Empatía - Seguridad - Elementos tangibles 	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de conocimiento - Tiempo de respuesta - Nivel de precisión e interés por el cliente - Nivel confianza y credibilidad - Infraestructura y apariencia 	<p>Tipo de Investigación: Básica</p> <p>Nivel de Investigación: correlacional</p>  <p>N = 169 clientes X = Calidad de servicio Y = expectativas de los clientes</p> <p>Diseño de la Investigación: No experimental</p>
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas				
<ul style="list-style-type: none"> - ¿De qué manera la capacidad de respuesta se relacionan con cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021? - ¿De qué manera la fiabilidad se relaciona con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021? - ¿De qué manera la empatía se relaciona con el cumplimiento de las expectativas de los 	<ul style="list-style-type: none"> - Determinar la capacidad de respuesta y su relación con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021 - Determinar la fiabilidad y su relación con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021 - Determinar la empatía y su relación con el cumplimiento de las expectativas de los 	<ul style="list-style-type: none"> - La capacidad de respuesta se relaciona de manera directa con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021. - La fiabilidad se relaciona de manera directa con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021. - La empatía se relaciona de manera directa con el 	Cumplimiento de las expectativas de los clientes	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación asertiva - Transparencia organizacional 	<ul style="list-style-type: none"> - Niveles de comunicación - Nivel de transparencia - Nivel de servicio esperado - Desempeño logrado 	

<p>clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021?</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿De qué manera la seguridad se relacionan con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021? - ¿De qué manera el elemento tangible se relaciona con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021? - ¿De que manera la comunicación asertiva, se relaciona con la calidad de los servicios en la Caja Huancayo, ¿Sede Celendín, 2021? - ¿De que manera la transparencia organizacional se relaciona con la calidad de los servicios en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021? 	<p>clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar la seguridad y su relación con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021 - Determinar el elemento tangible y su relación con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021 - Determinar la comunicación asertiva, y su relación con la calidad de los servicios en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021. - Determinar la transparencia organizacional se relaciona con la calidad de los servicios en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021 - 	<p>cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021;</p> <ul style="list-style-type: none"> - La seguridad se relaciona de manera directa con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021. - El elemento tangible se relaciona de manera directa con el cumplimiento de las expectativas de los clientes en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021. - La comunicación asertiva, se relaciona de manera directa con la calidad de los servicios en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021. - La transparencia organizacional se relaciona de manera directa con la calidad de los servicios en la Caja Huancayo, Sede Celendín, 2021 				
--	--	---	--	--	--	--

Nota: En base a lo analizado en la investigación

Tabla 13

ANEXO N°2: Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala
Calidad de los servicios	La calidad del servicio “es el valor la conformidad con las especificaciones, la conformidad con los requisitos exigidos la aptitud para el uso del producto, y el conocimiento y/o superación de expectativas de los clientes” (Mora 2011, p. 149)	Capacidad de respuesta	Nivel de conocimiento, tiempo de respuesta	Escala Nominal
		Fiabilidad	Nivel de precisión	
		Empatía	Nivel de Comprensión e interés por el cliente	
Cumplimiento de expectativas de los clientes	“Es la relación que tiene el cliente respecto al servicio percibido, visto desde el nivel de desempeño, si este desempeño en el servicio coincide con las expectativas del cliente, éste quedará satisfecho” (Kotler, 2017, p. 21)	Seguridad	Nivel de Confianza y credibilidad	Escala Nominal
		Elemento tangible	Infraestructura, apariencia	
		Comunicación asertiva	Niveles de comunicación bidireccional	
		Transparencia organizacional	Niveles de transparencia de la información	

Nota: En base a las teorías científicas y al modelo utilizado

Tabla 14

ANEXO N°3: Matriz de elaboración de instrumentos

VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES	ÍTEMS O REACTIVOS	ESCALA VALORATIVA	INSTRUMENTO
Calidad de los servicios	Capacidad de respuesta	Nivel de conocimiento	1. Los colaboradores de la caja Huancayo sede - Celendín cuentan con el conocimiento adecuado para atenderlo 2. Considera que los colaboradores de la caja Huancayo sede – Celendín tienen suficiente experiencia para resolver sus dudas	Totalmente en desacuerdo En desacuerdo Ni de acuerdo /ni en desacuerdo De acuerdo Totalmente de acuerdo	Cuestionario
		tiempo de respuesta	3. La caja Huancayo sede – Celendín brinda un servicio rápido 4. Los colaboradores de la caja Huancayo sede – Celendín actúan de inmediato ante algún reclamo o sugerencia	Totalmente en desacuerdo En desacuerdo Ni de acuerdo /ni en desacuerdo De acuerdo Totalmente de acuerdo	
	Fiabilidad	Nivel de precisión	5. La caja Huancayo sede – Celendín presta un buen servicio desde el primer momento 6. La caja Huancayo sede – Celendín cumple con los servicios complementarios que ofrece 7. Los horarios de atención de la caja Huancayo sede – Celendín son adecuados	Totalmente en desacuerdo En desacuerdo Ni de acuerdo /ni en desacuerdo De acuerdo Totalmente de acuerdo	
	Seguridad	Nivel de Comprensión e interés por el cliente	8. Cuando usted tiene algún inconveniente, los colaboradores de la caja Huancayo sede – Celendín muestran verdadero interés por atenderlo 9. Los colaboradores de la caja Huancayo sede – Celendín demuestran comprensión al atenderlo 10. Los colaboradores de la caja Huancayo sede – Celendín lo tratan siempre con cortesía	Totalmente en desacuerdo En desacuerdo Ni de acuerdo /ni en desacuerdo De acuerdo Totalmente de acuerdo	
		Nivel de Confianza y credibilidad	11. La apariencia y comportamiento de los colaboradores de la caja Huancayo sede – Celendín le generan confianza	Totalmente en desacuerdo En desacuerdo Ni de acuerdo /ni en desacuerdo De acuerdo Totalmente de acuerdo	

			<p>12. Siente seguridad al realizar sus transacciones en la caja Huancayo sede – Celendín</p> <p>13. Los equipos tecnológicos que utilizan los colaboradores de la caja Huancayo sede Celendín son modernos y están en buen estado</p>		
	Elemento tangible	Infraestructura	<p>14. La caja Huancayo sede – Celendín cuenta con instalaciones cómodas</p> <p>15. Considera que los ambientes son amplios y adecuados para la atención al público</p>	<p>Totalmente en desacuerdo</p> <p>En desacuerdo</p> <p>Ni de acuerdo /ni en desacuerdo</p> <p>De acuerdo</p> <p>Totalmente de acuerdo</p>	
		apariciencia	<p>16. Las instalaciones de la caja Huancayo sede – Celendín tienen un aspecto limpio y en buen estado</p>	<p>Totalmente en desacuerdo</p> <p>En desacuerdo</p> <p>Ni de acuerdo /ni en desacuerdo</p> <p>De acuerdo</p> <p>Totalmente de acuerdo</p>	Cuestionario
	Comunicación asertiva	<p>17. Los colaboradores de la caja Huancayo sede – Celendín son claros y específicos en las explicaciones o información brindada</p> <p>18. Existe un espacio de atención al cliente, de solicitudes y reclamos</p>	<p>Totalmente en desacuerdo</p> <p>En desacuerdo</p> <p>Ni de acuerdo /ni en desacuerdo</p> <p>De acuerdo</p> <p>Totalmente de acuerdo</p>		
	Transparencia organizacional	<p>Niveles de transparencia de la información</p> <p>19. La empresa pone a disposición de los clientes, procedimientos, folletos donde se presenta información precisa y clara sobre los servicios que ofrece</p> <p>20. La empresa muestra las actividades financieras y económicas cumpliendo la ley de transparencia y acceso a la información</p>	<p>Totalmente en desacuerdo</p> <p>En desacuerdo</p> <p>Ni de acuerdo /ni en desacuerdo</p> <p>De acuerdo</p> <p>Totalmente de acuerdo</p>		



FACULTAD DE CIENCIAS DE EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

La presente encuesta forma parte de un trabajo de investigación titulado “Calidad de los servicios en el cumplimiento de expectativas de los clientes de la Caja Huancayo sede Celendín 2021”, le solicitamos responder el presente cuestionario de manera sincera, según sus percepciones que tiene de los servicios recibidos. Agradezco por anticipado su gentil colaboración.

ENCUESTA

INDICACIONES: Marque con un aspa (“X”) en la alternativa, según corresponda.

- 5: Totalmente en desacuerdo
- 4: En desacuerdo
- 3: Neutral
- 2: De acuerdo
- 1: Totalmente de acuerdo

CALIDAD DE SERVICIOS						
CAPACIDAD DE RESPUESTA						
		5	4	3	2	1
	Nivel de Conocimiento					
1.	Los colaboradores de la caja Huancayo sede - Celendín cuentan con el conocimiento adecuado para atenderlo					
2.	Considera que los colaboradores de la caja Huancayo sede – Celendín tienen suficiente experiencia para resolver sus dudas					
Tiempo de Respuesta						
3.	La caja Huancayo sede – Celendín brinda un servicio rápido					
4.	Los colaboradores de la caja Huancayo sede – Celendín actúan de inmediato ante algún reclamo o sugerencia					
FIABILIDAD						
Nivel de Precisión						
5.	La caja Huancayo sede – Celendín presta un buen servicio desde el primer momento					
6.	La caja Huancayo sede – Celendín cumple con los servicios complementarios que ofrece					
7.	Los horarios de atención de la caja Huancayo sede – Celendín son adecuados					
EMPATÍA						
Nivel de comprensión e interés por el Cliente						
8.	Cuando usted tiene algún inconveniente, los colaboradores de la caja Huancayo sede – Celendín muestran verdadero interés por atenderlo					
9.	Los colaboradores de la caja Huancayo sede – Celendín demuestran comprensión al atenderlo					
10.	Los colaboradores de la caja Huancayo sede Celendín lo tratan siempre con cortesía					
SEGURIDAD						
Nivel De confianza y seguridad						

11.	La apariencia y comportamiento de los colaboradores de la caja Huancayo sede – Celendín le generan confianza Siente seguridad al realizar sus transacciones en la caja Huancayo sede – Celendín					
12.	Los equipos tecnológicos que utilizan los colaboradores de la caja Huancayo sede Celendín son modernos y están en buen estado					
ELEMENTO TANGIBLE						
Infraestructura						
13.	La caja Huancayo sede – Celendín cuenta con instalaciones cómodas					
14.	Considera que los ambientes son amplios y adecuados para la atención al público apariciencia					
15.	Las instalaciones de la caja Huancayo sede – Celendín tienen un aspecto limpio y en buen estado					

CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES						
COMUNICACIÓN ASERTIVA						
		5	4	3	2	1
	Nivel de Comunicación bidireccional					
17.	Los colaboradores de la caja Huancayo sede – Celendín son claros y específicos en las explicaciones o información brindada					
18.	Existe un espacio de atención al cliente, de solicitudes y reclamos					
TRANSPARENCIA ORGANIZACIONAL						
Niveles de transparencia de la información						
19.	La empresa pone a disposición de los clientes, procedimientos, folletos donde se presenta información precisa y clara sobre los servicios que ofrece					
20.	La empresa muestra las actividades financieras y económicas cumpliendo la ley de transparencia y acceso a la información					

ANEXO N°5. Constancias de validación de expertos

ANEXO 5: CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Por medio de la presente hago constar que se ha revisado los Instrumentos de Recolección de datos, con fines de Validación de los instrumentos (cuestionarios), a los efectos de su aplicación en la muestra conformada por 169 clientes Del trabajo de Investigación titulado:

“CALIDAD DE LOS SERVICIOS EN EL CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES DE LA CAJA HUANCAYO SEDE CELENDIN 2021”

Luego de haber realizado las observaciones pertinentes y habiendo sido estas subsanadas y/o sustentadas, formulo las siguientes apreciaciones:

	DEFICIENTE 0 - 10	ACEPTABLE 11 - 13	BUENO 14 - 16	EXCELENTE 17 - 20
Congruencia de Ítems			✓	
Amplitud de contenido			✓	
Redacción de los Ítems			✓	
Claridad y precisión			✓	
Pertinencia			✓	

Fecha:26-10-2021.....

Firma y Sello del
Experto Investigador
DNI N°...4.2.23.90.16

Veronica del Rosario Paredes Shampiana
Magister

ANEXO 5: CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

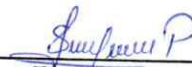
Por medio de la presente hago constar que se ha revisado los Instrumentos de Recolección de datos, con fines de Validación de los instrumentos (cuestionarios), a los efectos de su aplicación en la muestra conformada por 169 clientes Del trabajo de Investigación titulado:

“CALIDAD DE LOS SERVICIOS EN EL CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES DE LA CAJA HUANCAYO SEDE CELENDIN 2021”

Luego de haber realizado las observaciones pertinentes y habiendo sido estas subsanadas y/o sustentadas, formulo las siguientes apreciaciones:

	DEFICIENTE 0 - 10	ACEPTABLE 11 - 13	BUENO 14 - 16	EXCELENTE 17 - 20
Congruencia de Ítems			X	
Amplitud de contenido			X	
Redacción de los Ítems				X
Claridad y precisión				X
Pertinencia				X

Fecha: 20 de octubre de 2021


 Firma y Sello del
 Experto Investigador
 DNI N°.....41677060

Sandra Marita Ludeña Pereyra
 Magister

ANEXO 5: CONSTANCIA DE VALIDACIÓN


Por medio de la presente hago constar que se ha revisado los Instrumentos de Recolección de datos, con fines de Validación de los instrumentos (cuestionarios), a los efectos de su aplicación en la muestra conformada por 169 clientes Del trabajo de Investigación titulado:

“CALIDAD DE LOS SERVICIOS EN EL CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES DE LA CAJA HUANCAYO SEDE CELENDIN 2021”

Luego de haber realizado las observaciones pertinentes y habiendo sido estas subsanadas y/o sustentadas, formulo las siguientes apreciaciones:

	DEFICIENTE 0 - 10	ACEPTABLE 11 - 13	BUENO 14 - 16	EXCELENTE 17 - 20
Congruencia de Ítems				X
Amplitud de contenido			X	
Redacción de los Ítems				X
Claridad y precisión				X
Pertinencia				X

Fecha: 20 Octubre de 2021


Firma y Sello del
Experto Investigador
DNI N° 40.518.607

Dennis Abanto Sánchez

Magister



CAJA HUANCAYO
La Caja del Perú

ENCUESTA

La presente encuesta forma parte de un trabajo de investigación titulado "Calidad de los servicios en el cumplimiento de expectativas de los clientes de la Caja Huancayo sede Celendín 2021", le solicitamos responder el presente cuestionario de manera sincera, según sus percepciones que tiene de los servicios recibidos. Agradezco por anticipado su gentil colaboración

Correo *

Correo válido

<https://docs.google.com/forms/d/1-cGEja2b0mfUwTZPpTOE5ZeWnnFLPEZ8Lwga9mnH-xc/edit>

**solicito permiso para aplicación de
encuesta**

Sr.

Heisser Sabazar Malaver

Encargado de la Caja Huancayo sede - Celendín

Es grato dirigirme a usted para saludarlo cordialmente, y manifestarle que Yo Katihe Jhulissa Pérez Paredes identificada con DNI N ° 72742617.

Solicito:

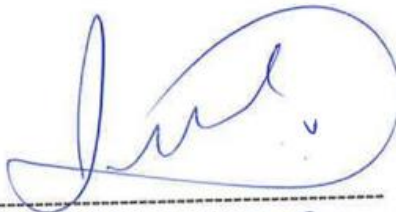
Por motivo de obtener el título de licenciada en administración y negocios internacionales en la universidad Roosevelt, solicito permiso para aplicación de instrumento de investigación a modo de encuesta, a un determinado número de clientes, para tesis titulada "CALIDAD DE LOS SERVICIOS EN EL CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES DE LA CAJA HUANCAYO SEDE CELENDIN

2021"

Por lo expuesto suplico a usted acceder a mi petición por ser de justicia.

Celendín, 02 de noviembre del 2021

Solicitud aceptada


DNI: 44930762