



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE
CONTABILIDAD**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**CALIDAD DE SERVICIOS EN MI BANCO
AGENCIA CAJABAMBA-2018**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO PROFESIONAL
DE BACHILLER EN CONTABILIDAD**

Autor:

Rodríguez Reyes Lily Mileny

Asesora:

Dra. Calvanapon Alva Flor Alicia

Línea de Investigación:

Gestión empresarial y emprendimiento

Pimentel – Perú

2020

RESUMEN

La presente investigación con título “Calidad de servicios y su incidencia en los resultados económicos de MiBanco Agencia Cajabamba-2018” tiene como objetivo general Determinar la incidencia de la calidad de servicios en los resultados económicos de mi banco agencia Cajabamba-2018

Teniendo en cuenta que la calidad de servicios tiene que ver con el balance que hace el usuario cuando recibe el producto o servicio, en esta comparación, MiBanco Agencia Cajabamba verá si realmente el bien ofrecido supera las expectativas de los clientes.

La presente investigación se sustenta en las teorías de Parasuraman para la variable calidad de servicios e Issaly para la variable resultados económicos. La metodología de investigación a aplicar es de tipo es de tipo cuantitativo, con un diseño no experimental, transversal en la cual se utilizó como instrumento el cuestionario y la guía de análisis documental la población está conformada por la 150 clientes de Mibanco. La fiabilidad del instrumento estará determinada por Alfa de Cronbach

Finalmente, el presente trabajo de tesis concluye que. El análisis de las variables logró determinar la incidencia de la calidad de servicios en los resultados económicos de MiBanco agencia Cajabamba.2018, toda vez que al tener clientes insatisfechos conlleva a que ya no deseen ser clientes de Mibanco agencia Cajabamba y ello hace que no incrementen las venas, por ende los resultados económicos se ven reducidos.

Palabras Clave: Calidad de servicio, Resultados Económicos, incidencia

ABSTRACT

The present research with the title "Quality of services and its impact on the economic results of MiBanco Agencia Cajabamba-2018" has as its general objective To determine the incidence of the quality of services in the economic results of my bank agency Cajabamba-2018 Taking into account that the quality of services has to do with the balance that the user makes when they receive the product or service, in this comparison, MiBanco Agencia Cajabamba will see if the good offered really exceeds the expectations of the clients. The present investigation is based on the theories of Parasuraman for the variable quality of services and Issaly for the variable economic results. The research methodology to be applied is of the quantitative type, with a non-experimental, cross-sectional design in which the questionnaire and the document analysis guide were used as an instrument. The population is made up of the 150 Mibanco clients. The reliability of the instrument will be determined by Cronbach's Alpha Finally, the present thesis concludes that. The analysis of the variables was able to determine the incidence of the quality of services in the economic results of MiBanco CajaBamba agency.2018, since having dissatisfied customers means that they no longer wish to be clients of Mibanco CajaBamba agency and this means that they do not increase the veins, therefore the economic results are reduced.

Keywords: Quality of service, Economic Results, incidence

	INDICE	iii
PORTADA		
RESUMEN		ii
ABSTRACT		iii
INDICE		iv
I.INTRODUCCIÓN		5
II. MATERIAL Y MÉTODO		6
2.1 Tipo y diseño de investigación		6
2.2 Población y muestra		6
2.3 Variables, operacionalizacion		7
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad		8
2.5 Procedimiento de análisis de datos		10
2.6 Aspectos éticos		10
2.7 Criterios de rigor científico		10
III. RESULTADOS		11
IV. DISCUSIÓN		15
V. CONCLUSIONES		16
VI REFERENCIAS		17

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Es una realidad del mercado bancario el incremento de la presión competitiva, innovación tecnológica y financiera, la aparición de clientes más exigentes y la respuesta de la banca, debe ser la calidad total del servicio bancario. Por lo tanto MiBanco siendo uno de los mejores Bancos a Nivel Nacional, debe concentrarse en el servicio al cliente como factor diferenciador y debe contar con una organización flexible, consistente y formada para dar respuesta apropiada con el mismo costo y la máxima efectividad.

Dice Zeithaml y Bitner (2010), que los competidores son cada vez más veloces en atender las nuevas demandas de sus clientes, por lo que la calidad de los servicios en nuestro medio, debe convertirse en una ventaja competitiva de toda organización financiera; además debe estar inmersa en las estrategias de las organizaciones; porque el servicio de calidad conlleva a fortalecer relaciones con los clientes, aumenta su lealtad, por ende las ventas y la participación en el mercado, generando mayor crecimiento económico y rentabilidad (p. 20).

La fundación CETMO (2017), considera que la contentamiento del cliente constituye un indicador clave para evaluar el desempeño global de 18 las organizaciones, y analizarla ayuda a crear una cultura de mejora continua de la gestión (p. 54).

José Grasso Vecchio, (2017), en Finanzas Digital, indica que la naturaleza de todos los negocios cambia, pero hay ciertas reglas que siempre permanecerán y nos guiarán ara poder brindar una buena atención a nuestros clientes sin importar el tamaño o tipo de empresas.

Existen unas normas de la superintendencia de las Instituciones del sector bancario (SUDEBAN), llamado “Normas relativas a la Protección de los usuarios y usuarias de los Servicios Financieros” la cual indica que las instituciones bancarias deberán prestar a sus clientes una adecuada atención en cuanto a las operaciones, transacciones, reclamos, quejas, solicitudes que estos realicen, ya sea personal o telefónicamente; esta atención será de forma gratuita a los usuarios en general.

A luz del análisis, podemos explicar que, la situación de MiBanco, no difiere mucho de la situación de otras financieras, en vista que los clientes cada vez son más exigentes para evaluar la calidad del servicio que se les brinda. En MiBanco se ha observado que muchos clientes se quejan de que no resuelven sus problemas en el tiempo debido, por lo cual sienten que han perdido su tiempo sin obtener resultados; además se quejan de que la documentación para el trámites de los créditos son muy largos y muchos se aburren del procedimiento, siendo que algunos abandonan la iniciativa de préstamo; también muchos se quejan del mal trato o la poca paciencia

del personal que atiende en plataforma y ventanilla cuando realizan muchas preguntas porque aún no entendieron sus explicaciones, entre otras aspectos relevantes que motivaron dar inicio al presente estudio.

1.2 Trabajos previos

Internacionales

Ecuador. Raza y Rodríguez (2015). En su trabajo de investigación titulado “De qué manera influye el contrato psicológico para el cambio en la calidad de servicio y el rendimiento laboral de los trabajadores de la Empresa LEADCOM del Ecuador S.A. Buscaron determinar si la implementación del Contrato Psicológico, permite mejorar la calidad de servicio. Utilizó el método transversal de tipo cualitativo con una muestra de 50 colaboradores. Finalmente concluyen que el Contrato Psicológico si influye en la calidad de servicio; con la recomendación de realizar la implementación del mismo”.

Ecuador. Suárez y Méndez (2015). En su tesis titulada “Diagnóstico del síndrome de Burnout y sus consecuencias en la calidad del servicio que brindan los funcionarios municipales del balcón de servicios ciudadanos. Plantearon como objetivo general Diagnosticar el Síndrome del Burnout y determinar su influencia en la Calidad del Servicio que brindan los funcionarios municipales del Balcón de Servicios Ciudadanos. Llegaron a la conclusión de que los funcionarios municipales presentan un rango alto de cansancio emocional”.

Nacionales

En Lima, Julca, Ana (2018), investigó el tipo de auditoría realizada al área operativa de la empresa SCI, se planteó como objetivo general determinar la relación entre la auditoría de gestión y la rentabilidad de la empresa Servicio de Cobranzas Integrales, concluyendo que existe una relación directa y significativa ($r=0,771$ y $p=0,000$) entre la auditora de gestión y la rentabilidad en la empresa. (p.85)

En Lima, Flores, María (2018), investigó la incidencia entre la auditoría y la rentabilidad, tiene como objetivo determinar cómo la auditoría de gestión en el área de tesorería incide en la rentabilidad en las empresas del sector de servicio

eléctrico del distrito de San Juan de Lurigancho, en la cual determina que la auditoría de gestión en el área de tesorería incide significativamente en los indicadores financieros de las empresas del sector de servicio eléctrico (p.73).

Locales

Chiclayo Pérez (2014) en su tesis titulada “La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante campestre SAC – Chiclayo periodo enero a septiembre 2011 y 2012, plantea como objetivo general evaluar la Calidad del Servicio al Cliente para mejorar los Resultados Económicos y Financieros de la Empresa. Finalmente concluye que La evaluación financiera efectuada con respecto a la liquidez general de la empresa no es buena y suficiente para permitirle seguir con sus operaciones diarias”.

Chiclayo .Alcalde y Castañeda (2016). En su investigación titulada “Estudio de la calidad de servicio brindada por la Empresa Automotores San Lorenzo S.A.C. en la ciudad de Chiclayo, 2014. El objetivo general fue: Determinar la calidad de servicio, aplicando el método Servqual. Se concluye que La Empresa tiene dificultades en la dimensión ambiente y beneficios, para realizar la prestación del servicio en el momento de efectuar la venta de sus productos y la baja calidad y tecnología de sus equipos al realizar el mantenimiento del vehículo”.

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Calidad.

Según Ferrando y Granero (2008) "La calidad no es una herramienta de gestión moderna, pues considera que aparece desde los inicios del trueque, en donde se intercambiaban productos a cambio de otros, pero teniendo en cuenta que esta transacción con estándares de calidad o valor agregado que haga al producto o servicio atractivo para los consumidores" p.13

Vargas y Aldana (2007) definen a la calidad como “un proceso de mejora continua, el cual debe de llevar a la perfección en todo el proceso productivo, es decir desde que se obtiene la materia prima, hasta que sale el producto terminado”

Para lograr el perfeccionamiento, es necesario que las organizaciones inviertan en capacitación, tecnología, infraestructura, entre otras que permitan realmente producir productos y servicios con condiciones básicas de calidad. Las empresas modernas deben incentivar la creatividad e innovación entre sus colaboradores, pues son ellos los que finalmente se encargaran de diseñar y hacer cumplir los productos que los consumidores demandan. p.72

Sistema de calidad de Servicio.

“La calidad tiene que ver con el balance que hace el usuario cuando recibe el producto o servicio, en esta comparación, él vera si realmente el bien ofrecido supera sus expectativas. Esta percepción hace que el cliente se forma una idea sobre la empresa. (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1992 p.17)”.

“En cuanto a las dimensiones Parasuraman, Zeithaml y Berry (1992) consideran que las organizaciones que quieren cumplir con brindar calidad de servicio, tiene que tener en cuenta 5 dimensiones, las cuales ellos denominan Modelo Serqual. Los autores diseñaron un instrumento, en el cual se evalúan a través de afirmaciones, si la organización está cumplimiento con estándares de calidad. Estas dimensiones son”:

a. Elementos tangibles: “Esta dimensión es la primera y en ella se evalúa la apariencia de las instalaciones, equipos tecnológicos, empleados y materiales de comunicación”. Es decir, si la empresa desea brindar calidad en su servicio debe considerar edificios modernos, equipos que permitan agilizar las tareas, y adecuados sistemas de comunicación.

b. Fiabilidad: “En la segunda dimensión tenemos que considerar según los autores, la habilidad por parte de los colaboradores para prestar el servicio prometido tal como se ha prometido con error cero. Este indicador trata de medir la habilidad para desarrollar el servicio prometido. La eficiencia y eficacia en la prestación del servicio. Con la eficiencia se consigue aprovechamiento de tiempo y materiales y la eficacia no es más que el cliente obtiene del servicio requerido”.

c. Capacidad de respuesta: “La tercera dimensión mide el deseo de ayudar y satisfacer las necesidades de los clientes de forma rápida y eficiente. Prestar el servicio de forma ágil”. Aquí se puede medir también el nivel de compromiso que tiene el empleado hacia el cliente, por solucionar alguna inquietud sobre el servicio.

d. Seguridad: “La cuarta dimensión, está enfocada en medir el grado de conocimiento del servicio prestado, cortesía de los empleados y su habilidad para transmitir confianza al cliente”. También se puede medir el nivel de conocimiento que tiene el colaborador sobre los servicios adicionales que pueda ofertar la empresa.

e. Empatía: “Atención individualizada al cliente. La empatía es la conexión sólida entre dos personas. Es fundamental para comprender el mensaje del otro. Es una habilidad de inferir los pensamientos y los deseos del otro. Mediante el cuestionario diseñado se obtiene información del cliente sobre cada una de las dimensiones de calidad del servicio la cual mide las percepciones frente a las expectativas, mide la importancia relativa de las dimensiones de la calidad y mide las intenciones de comportamiento para evaluar el impacto de la calidad del servicio”.

1.4 Formulación del problema

¿Cómo es la calidad de servicios en Mi Banco Agencia Cajabamba- 2018?.

1.5 Justificación e importancia del estudio

Considerando los criterios de Hernández y Bautista, La presente investigación se justifica:

Conveniencia: ya que brinda pautas importantes al personal que labora en Mibanco, esto para lograr un alto nivel de satisfacción del cliente y sobre todo lograr los resultados económicos esperados por la empresa.

Relevancia social, la presente investigación beneficia a los colaboradores de Mi banco, ya que tendrán mejores herramientas de calidad para poder ofrecer mejores servicios, también se beneficia a los clientes puesto que podrán tener productos o servicios diferenciados, de calidad logrando maximizar sus satisfacciones.

Proyección social, es liderar el mercado de micro finanzas de la localidad, ofreciendo además de diversos productos y servicios, la mejor calidad de servicios al cliente, para así ir ganando día a día la mayor cantidad de clientes.

Implicaciones prácticas: La investigación va servir que los líderes de la entidad se den cuenta de la importancia de la Calidad de servicio y como esto va a repercutir de forma favorable en los resultados económicos, puesto que de la calidad de servicios depende muchos indicadores de la empresa como es la deserción de clientes, crecimiento de cartera y morosidad.

La investigación busca comentar los conocimientos claves en el desarrollo de la Calidad de servicio, los cuales obedecerán para una mayor fidelidad de los clientes.

Teóricamente la presente investigación se basa en Parasuraman, Zeithaml y Berry, en donde sustenta el modelo Serqural, para poder tener calidad de servicio.

Metodológicamente, en la presente investigación se basó en un esquema cuantitativo, además se diseñarán instrumentos para medir la calidad de servicio y los resultados económicos, estos instrumentos pueden servir como modelo para futuros investigadores.

1.6 Hipótesis

La calidad de servicio en Mi Banco Agencia Cajabamba, 2018 es Buena

1.7 Objetivos

1.7.1 General

Determinar la calidad de servicio en Mi Banco Agencia Cajabamba, 2018

1.7.2 Específicos.

- ✓ Identificar el nivel de calidad de servicio en su dimensión elementos tangibles en Mi Banco Agencia Cajabamba, 2018
- ✓ Identificar el nivel de calidad de servicio en su dimensión fiabilidad en Mi Banco Agencia Cajabamba, 2018
- ✓ Identificar el nivel de calidad de servicio en su dimensión calidad de respuesta en Mi Banco Agencia Cajabamba, 2018
- ✓ Identificar el nivel de calidad de servicio en su dimensión seguridad Mi Banco Agencia Cajabamba, 2018

- ✓ Identificar el nivel de calidad de servicio en su dimensión empatía Mi Banco Agencia Cajabamba, 2018

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1 Tipo y Diseño de Investigación.

2.1.1 Tipo

No experimental.

2.1.2 Diseño

El diseño de la investigación es Transversal, según Hernández, Fernández y Baptista (2010) “los diseños de investigación transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. A la vez es no experimental ya que son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables”.

Donde:

Diseño:



Donde:

M es la muestra de estudio

O es la observación

P es la propuesta

2.2 Población y muestra

2.2.1 Población.

Según Tamayo y Tamayo (2003) “define a la población como la totalidad de la variable a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”.

Población 1

Mibanco, Agencia Cajabamba

Población 2:

150 Clientes

2.2.2 Muestra.

Ñaupas, Novoa, Mejía y Villagómez (2013) señalan que la muestra es el subconjunto, o parte del universo o población, seleccionado por métodos diversos, pero siempre teniendo en cuenta la representatividad del universo.

En la presente investigación se tomará como muestra 150 clientes de Mibanco Agencia Cajabamba, que vienen mostrando pagos regulares en los últimos 6 meses.

2.3 Variables, Operacionalización

2.3.1 Variables.

Tabla 1: Definición de variables

Calidad de servicio	Vargas y Aldana (2007) definen a la calidad como “un proceso de mejora continua, el cual debe de llevar a la perfección en todo el proceso productivo, es decir desde que se obtiene la materia prima, hasta que sale el producto terminado”
----------------------------	--

Fuente: Elaboración propia

2.3.2 Operacionalización

Tabla 2: Variable independiente

Variables	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Calidad de Servicio	La calidad tiene que ver con el balance que hace el usuario cuando recibe el producto o servicio, en esta comparación, él vera si realmente el bien ofrecido supera sus expectativas. Esta percepción hace que el cliente se forma una idea sobre la empresa. (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1992 p.17)	. Vargas y Aldana (2007) definen a la calidad como “un proceso de mejora continua, el cual debe de llevar a la perfección en todo el proceso productivo, es decir desde que se obtiene la materia prima, hasta que sale el producto terminado”	Elementos tangibles	Equipos, Instalaciones físicas
			Fiabilidad	Apariencia Materiales Promesa
			Capacidad de respuesta	Solución Tiempo
			Seguridad	Errores
			Empatía	Puntualidad Rápido
				Amable
				Comprensión

Fuente: elaboración propia

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

Para Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, (2014), la recolección de datos, implica elaborar un plan que nos conduzca a reunir datos con un propósito específico, el presente trabajo de investigación utilizará como instrumentos de recolección, la observación y las encuestas a través de cuestionarios, este plan incluye:

2.4.1. Técnicas de recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos que se utilizó en el estudio fue la encuesta y el análisis documental y el instrumento fue el cuestionario y la guía de análisis documental.

Encuesta. -

Es de gran utilidad en el proceso de investigación científica. “Contiene aspectos del fenómeno que se consideran esenciales; permite, además, aislar ciertos problemas que nos interesa, principalmente; reduce la realidad a cierto número de datos esenciales y precisa el objeto de estudio” (Tamayo, M., 2012, p.190.). En la presente investigación se utilizará la encuesta para poder encuestar a los colaboradores y posteriormente analizar y diagnosticar sus respuestas, mediante tablas de frecuencia y figuras con datos porcentuales.

Análisis documental

Consiste en la obtención de fichas bibliográficas que tienen como propósito analizar material impreso. (Bernal, 2010)

2.4.2. Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario.

Es un procedimiento de investigación afín de recopilar información. Tamayo, M. (2012) Indica. “Es un cuestionario que lee el respondedor, contiene una serie de ítems o preguntas estructuradas, formuladas y llenadas por un empadronador frente a quien responde” (p.216). El instrumento que se aplicará será un cuestionario elaborado con una serie de 20 afirmaciones en escala Likert compuesto por 5 niveles de respuesta. El cuestionario ha sido elaborado en base a las teorías relacionadas al tema. Para la variable calidad de servicio, se tomará como referencia el cuestionario del modelo Serqual.

Guía de análisis documental

Consistente en los documentos fuentes que en este caso fueron los estados financieros para evaluar la rentabilidad de la empresa

2.4.3. Validez del Instrumento

Según Hernández et al. (2014), afirma que:

“La validez de un instrumento de medición se evalúa sobre la base de todos los tipos de evidencia. Cuanta mayor evidencia de validez de contenido, de validez de criterio y de validez de constructo tenga un instrumento de medición, éste se acercará más a representar las variables que pretende medir. (pág. 204).” Los instrumentos construidos serán validados a través del juicio de expertos, los cuales medirán la pertinencia y relevancia de las interrogantes.

2.4.4. Confiabilidad del Instrumento del Instrumento

Según Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, (2014):

Hay diversos procedimientos para calcular la confiabilidad de un instrumento de medición. Todos utilizan procedimientos y fórmulas que producen coeficientes de fiabilidad. La mayoría oscila entre cero y uno, donde un coeficiente de cero significa nula confiabilidad y uno representa un máximo de confiabilidad (fiabilidad total, perfecta). Cuanto más se acerque el coeficiente a cero, mayor error habrá en medición (pág.207).

Los instrumentos serán analizados en el software SPSS, para someterlos a la prueba del Alfa de cronbach para medir si las interrogantes son confiables y permitirán recolectar información relevante para los fines pertinentes.

K	11
ΣV_i	14.66
Vt	53.59

SECCIÓN 1	1.10
SECCIÓN 2	0.726
ABSOLUTO S2	0.726

A	0.80
---	------

El resultado arrojó 0.80 lo que demuestra que el instrumento es confiable.

2.5 Procedimientos de análisis de datos

Para la presente investigación se utilizará programas de Excel y SPSS para analizar los resultados, cuando se apliquen los instrumentos. En Excel se construirán tablas y figuras, y en SPSS se calculará alfa de cronbach.

2.6 Aspectos Éticos

Tabla 3: Criterios éticos

Criterios	Características éticas del criterio
Consentimiento informado	“Los participantes deben estar de acuerdo con ser informantes y conocer sus derechos y responsabilidades”.
Confidencialidad	“Se les informó la seguridad y protección de su identidad”.
Observación participante	“Los investigadores actuaron con prudencia durante el proceso de acopio de los datos”.

Fuente: Elaborado en base a: Noreña, Alcaraz-Moreno, Rojas, y Rebolledo-Malpica, (2012).

2.7 Criterios de Rigor Científicos

Tabla 4: Criterios de rigor científico en la investigación.

Criterios	Características del criterio	Procedimientos
Credibilidad	Resultados de las variables observadas y estudiadas	Los resultados reportados son reconocidos como verdaderos por los participantes.
Transferibilidad y aplicabilidad	Resultados para la generación del bienestar organizacional mediante la transferibilidad	Se realizó la descripción detallada del contexto y de los participantes en la investigación.
Consistencia para la replicabilidad	Resultados obtenidos mediante la investigación mixta	La triangulación de la información (datos, investigadores y teorías) permitiendo el fortalecimiento del reporte de la discusión.

Fuente: Elaborado en base a: Noreña, Alcaraz-Moreno, Rojas, y Rebolledo-Malpica, (2012). Aplicabilidad de los criterios.

III. RESULTADOS

Mibanco fue fundado en Lima, el 2 de marzo de 1998 bajo escritura pública. Inició sus operaciones en la sucursal de Surquillo. Nació bajo la experiencia de la asociación sin fines de lucro ACP Acción Comunitaria del Perú que ya venía operando 34 años en Lima

y provincias, actualmente tiene más de 40 años. Este banco centraliza sus operaciones en la micro y pequeña empresa.

En la provincia de Cajabamba inicia sus operaciones un 15 de marzo del 2015, donde tiene 35 colaboradores orientados a apoyar a los micro y pequeños empresarios de la localidad.

Misión

Transformar las vidas de nuestros clientes y colaboradores a través de la inclusión financiera, impulsando así el crecimiento del Perú.

Visión

Ser el socio reconocido de los clientes de la micro y pequeña empresa, el principal promotor de la inclusión financiera del país y un referente a nivel mundial, convocando a un equipo de colaboradores talentosos y con sentido de trascendencia.

3.1. Nivel de calidad de servicio en su dimensión elementos tangibles en Mi Banco Agencia Cajabamba, 2018

El análisis del nivel de calidad de servicios de MiBanco agencia Cajabamba, se ha llevado a cabo a través de la técnica de la encuesta aplicada a 150 usuarios del servicio las cuales han sido procesadas en la hoja de cálculo Excel, obteniendo los siguientes resultados.

Tabla 5:

Ítems	TA	A	I	D	TD	TOTAL
¿Considera Ud. que MiBanco cuenta con elementos tangibles para dar un buen servicio, como equipos, materiales e instalaciones?	10	35	16	41	48	150
	7%	24%	10%	27%	32%	100%

Nota: Cuestionario de instrumento de aplicado

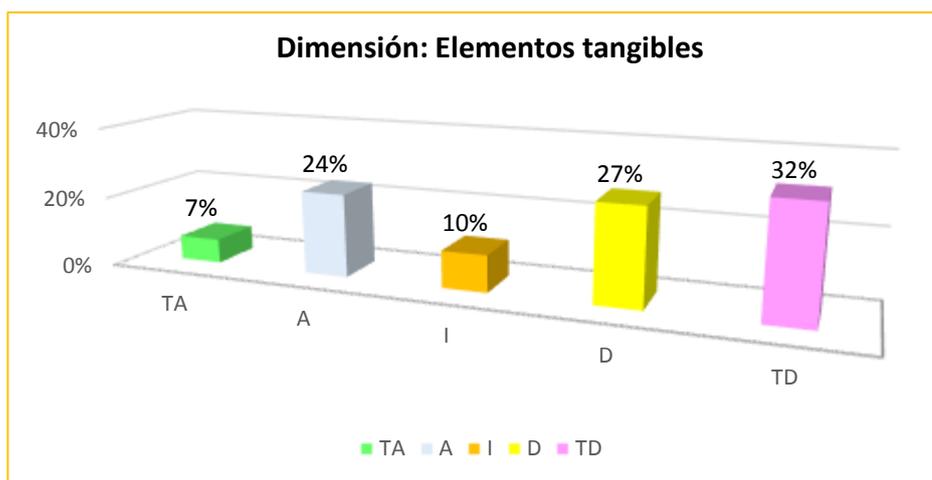


Figura 1:

Análisis e interpretación de resultados: Del 100% de los encuestados, el 32% está totalmente en desacuerdo que MI BANCO cuenta con elementos tangibles para dar un buen servicio, como equipos, materiales, instalaciones, un 27% está en desacuerdo, un 24% está de acuerdo, un 10% está indiferente y un 7% está totalmente de acuerdo.

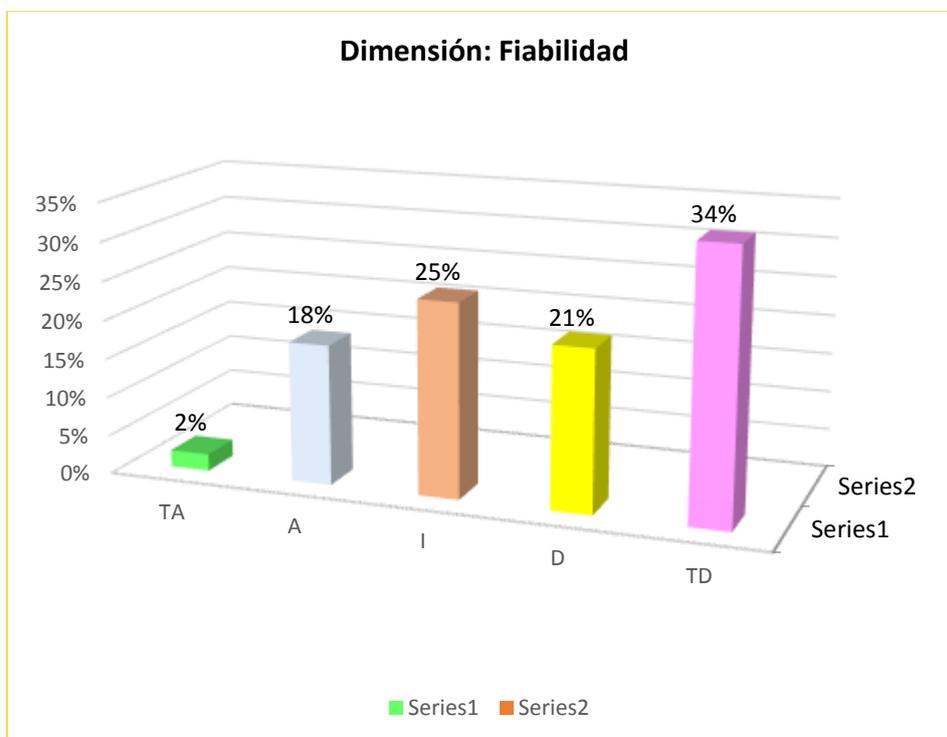
3.2. Nivel de calidad de servicio en su dimensión fiabilidad en Mi Banco Agencia Cajabamba, 2018.

Ítems	TA	A	I	D	TD	TOTAL
	3	27	37	31	52	150

¿Considera Ud. que los procesos de MiBanco brindan Fiabilidad, tales como solución de problemas, ahorro de tiempo, promesas cumplidas

2% 18% 25% 21% 34% 100%

Nota: Cuestionario de instrumento de aplicado



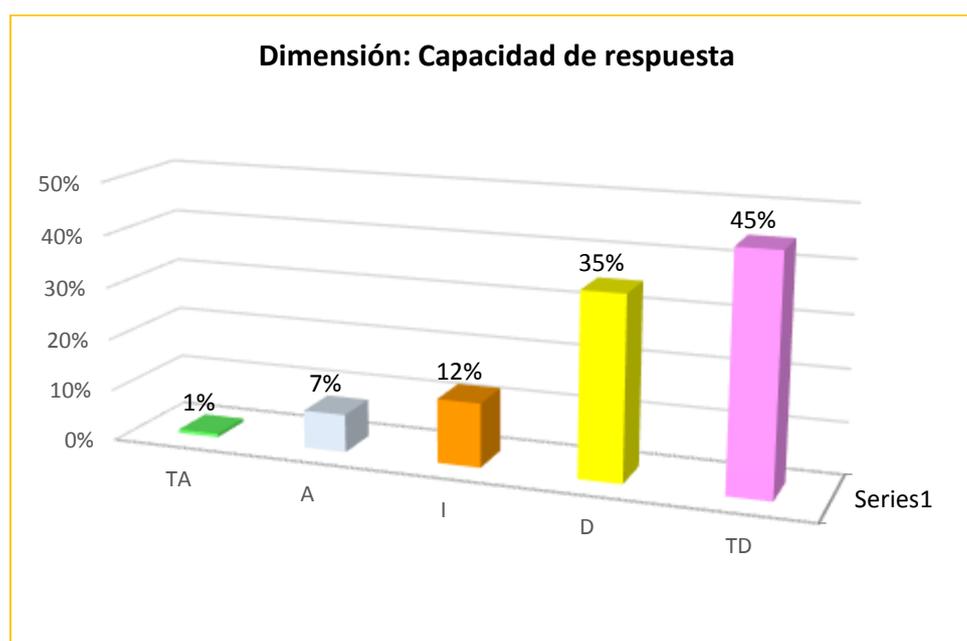
Análisis e interpretación de resultados: Del 100% de los encuestados, el 34% está totalmente en desacuerdo que MI BANCO brinda Fiabilidad, tales como solución de problemas, ahorro de tiempo, promesas cumplidas, un 25% está indiferente, un 21% está en desacuerdo, un 18% está de acuerdo y un 2% está totalmente de acuerdo.

3.3. Nivel de calidad de servicio en su dimensión calidad de respuesta en Mi Banco Agencia Cajabamba, 2018.

Ítems	TA	A	I	D	TD	TOTAL
-------	----	---	---	---	----	-------

¿Considera que el personal de MI BANCO tiene capacidad de respuesta, es puntual y brinda un servicio rápido?	1	11	19	53	67	150
	1%	7%	12%	35%	45%	100%

Nota: Cuestionario de instrumento de aplicado

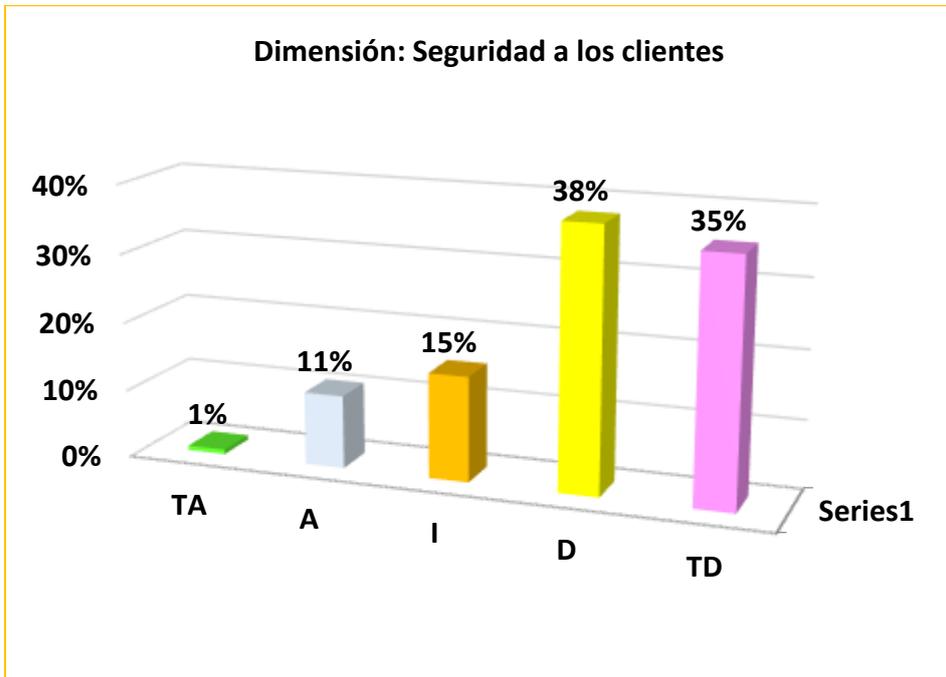


Análisis e interpretación de resultados: Del 100% de los encuestados, el 45% está totalmente en desacuerdo que MI BANCO tiene capacidad de respuesta, es puntual y brinda un servicio rápido, un 35% está en desacuerdo, un 12% es indiferente, un 7% está de acuerdo y un 1% está totalmente de acuerdo.

3.4. Nivel de calidad de servicio en su dimensión seguridad Mi Banco Agencia Cajabamba, 2018.

Ítems	TA	A	I	D	TD	TOTAL
¿Considera que el personal de MI BANCO brinda seguridad y un trato amable a los clientes?	1	16	23	57	53	150
	1%	11%	15%	38%	35%	100%

Nota: Cuestionario de instrumento de aplicado

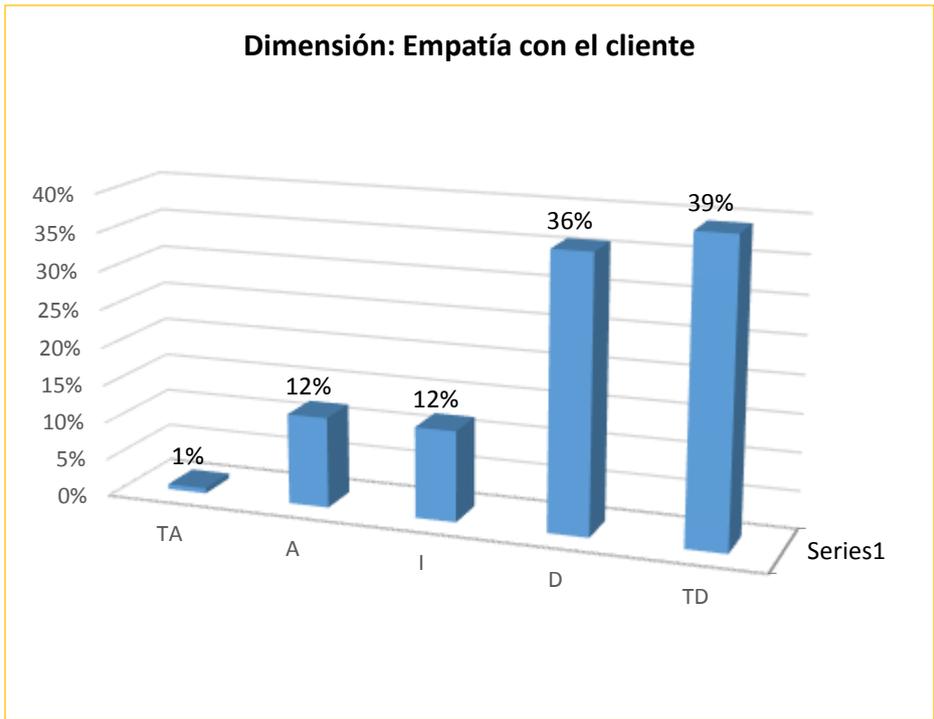


Análisis e interpretación de resultados: Del 100% de los encuestados, el 38% está en desacuerdo que MI BANCO brinda seguridad y un trato amable a los clientes, un 35% está totalmente en desacuerdo, un 15% es indiferente un 11% está de acuerdo y un 1% está totalmente de acuerdo.

3.5. Nivel de calidad de servicio en su dimensión empatía Mi Banco Agencia Cajabamba, 2018

Ítems	TA	A	I	D	TD	TOTAL
¿Considera que el personal de MI BANCO tiene empatía y comprende lo que el cliente necesita?	1	18	18	54	59	150
	1%	12%	12%	36%	39%	100%

Nota: Cuestionario de instrumento de aplicado



Análisis e interpretación de resultados: Del 100% de los encuestados, el 39% está totalmente en desacuerdo que MI BANCO tienen empatía y comprende lo que el cliente necesita, un 36% está en desacuerdo, un 12% es indiferente un 12% está de acuerdo y un 1% está totalmente de acuerdo.

IV. DISCUSIÓN

El trabajo de investigación tiene por objetivo general “Determinar la incidencia de la calidad de servicios en los resultados económicos de MiBanco agencia Cajabamba.2018” Se determinó que la calidad de servicio si incide en los resultados económicos de la empresa Mibanco SA, toda vez que los resultados económicos derivado del análisis comparativos del año 2018-2017 han mostrado una variación ya que la utilidad después del impuesto a la Renta ha pasado de S/ 416,038 en el año anterior a S/. 386,122 del año en curso.

En el primer objetivo específico se pudo determinar que Del 100% de los encuestados, el 34% está totalmente en desacuerdo que MI BANCO soluciona los problemas que presenta sus clientes, un 34% está de acuerdo, un 1% es indiferente un 1% está totalmente de acuerdo. Por tanto se tiene un cliente insatisfecho y ya no desea adquirir más productos ocasionando que los ingresos bajen por ende los resultados económicos también. Estos resultados guardan relación con la teoría Parasuraman, quien afirma que La calidad tiene que ver con el balance que hace el usuario cuando recibe el producto o servicio, en esta comparación, él vera si realmente el bien ofrecido supera sus expectativas. Esta percepción hace que el cliente se forma una idea sobre la empresa. Bimos y Rosales (2015) En su investigación denominada “La Inducción en el Personal Operativo y su Relación con la Calidad de Servicio al Cliente en la Empresa COBEFEC CIA LTDA. En la ciudad de Quito año 2012 – 2013. Platearon como objetivo general determinar si una adecuada Inducción de Personal mejorara la Calidad de Servicio al Cliente mediante distintas técnicas de evaluación. Concluyen que es necesario que exista un programa adecuado de inducción de personal, el mismo que permita mejorar la calidad de Servicio al cliente”.

En el segundo objetivo específico. Se pudo determinar que la utilidad neta se ha visto disminuida en S/ 29,916 lo que significa que no ha habido un buen manejo financiero, los gastos operacionales se han incrementado en S/ 30,892 y las provisiones por malas deudas también se vieron incrementadas en S/ 11,206. Estos resultados guardan relación con la teoría Issaly quien afirma que en términos generales, el resultado económico es el residuo que queda al restar al valor bruto de la producción o ingreso bruto, los costos (directos e indirectos) incurridos en la obtención de dicho ingreso

En el tercer objetivo específico: La propuesta de estrategias de calidad de servicios, se han realizado después de haber obtenido los resultados anteriores, con la finalidad de lograr mejorar los resultados económicos de MiBanco agencia Cajabamba.

V. CONCLUSIONES

- El análisis de las variables logró determinar la incidencia de la calidad de servicios en los resultados económicos de MiBanco agencia Cajabamba.2018, toda vez que al tener clientes insatisfechos conlleva a que ya no deseen ser clientes de Mibanco agencia Cajabamba y ello hace que no incrementen las venas, por ende los resultados económicos se ven reducidos.
- El Análisis del nivel de calidad de servicios de MiBanco agencia Cajabamba, determinó se pudo determinar que Del 100% de los encuestados, el 34% está totalmente en desacuerdo que MI BANCO soluciona los problemas que presenta sus clientes, un 34% está de acuerdo, un 1% es indiferente un 1% está totalmente de acuerdo. Así mismo; los clientes consideran que el tiempo que el cliente espera para ser atendido no es el apropiado, dado que un 65% así lo manifiesta.
- La propuesta de estrategias de calidad de servicios, se han realizado después de haber obtenido los resultados anteriores, con la finalidad de lograr mejorar los resultados económicos de MiBanco agencia Cajabamba.

VI. REFERENCIAS

- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación. (3era edición). Colombia: Pearson.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. (5ta Edición). México: Mc Graw Hill. Consultado en: https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia.
- Noreña, A.L., Alcaraz-Moreno, N.; Rojas, J.G. y Rebolledo-Malpica, D. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *Aquichan*, 12(3). 263-274.
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. & Villagómez, A. (2013). Metodología de la investigación científica y elaboración de tesis. (3° edición). Lima: Cepredim.
- Ojeda, F (2019) Los resultados económicos en las empresas. Artículo publicado en el diario de Yucatán. Recuperado de: <https://www.yucatan.com.mx/editorial/los-resultados-economicos-en-las-empresas>
- Tamayo, M. (2003). El proceso de la Investigación Científica (4ta edición). México. Limusa Noriega Editores.
- Vargas, M y Aldana, L. (2007). Calidad y Servicio. Conceptos y herramientas. (1° Edición). Colombia. ECOE Ediciones.