UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTÍN DE AREQUIPA

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE BANCA Y SEGUROS

"APLICACIÓN DEL MODELO SERVQUAL AL SISTEMA DE CRÉDITO TAXI UTILITARIO Y CONSUMO OFERTADO POR LA EDPYME ACCESO - AGENCIA AREQUIPA PARA DETERMINAR EL NIVEL DE CALIDAD DE SERVICIO – 2018."

Autor:

Bach. KEVYN JHORDY SARMIENTO AGUILAR.

Tesis presentada para optar el título profesional de:
LICENCIADO EN BANCA Y SEGUROS.

Asesor: Dr. Freddy Salinas Gainza.

Arequipa – Perú

2018

AGRADECIMIENTO:

- Agradezco a Dios, por guiarme por un camino de sabiduría y de éxitos, que sin su intervención divina no habría podido alcanzar el éxito obtenido.
- Mi agradecimiento de manera muy especial a mi hermana Wendy, que es la razón por la cual me esfuerzo diariamente para poder cumplir mis metas trazadas. Gracias a su apoyo, amor y comprensión logré culminar esta etapa de mi vida.
- A la plana docente de la Escuela Profesional de Banca y Seguros de la Facultad de Administración de la UNSA, por la enseñanza y conocimientos brindados.

DEDICATORIA:

- A mi familia, porque gracias a su incondicional apoyo logré la meta que tenía a corto plazo.

INDICE

CONTENIDO	PÁGINA
Relación de cuadros	7
Relación de figuras	7
Resumen	8
Abstract	9
Introducción	10
Capítulo N° I: Planteamiento teórico	12
1.1. Planteamiento del problema de investigación	12
1.1.1. Enunciado	12
1.1.2. Referencia de la empresa	12
1.1.3. Fundamentación	13
1.1.4. Justificación, viabilidad e importancia de la investigación	13
1.1.5. Descripción del problema	14
1.1.6. Tipo de problema	14
1.2. Variables, dimensiones e indicadores	15
1.2.1. Variables	15
1.2.2. Dimensiones	15
1.2.3. Indicadores	15
1.3. Interrogantes de la investigación	16
1.3.1. Interrogante general	16
1.3.2. Interrogantes específicas	16
1.4. Objetivos de la investigación	16

1.4.1. Objetivo general 16

1.4.2 . Objetivos específicos 17

1.5. Hipótesis de la investigación 17

Capítulo N° II: Marco teórico 18

2.1. Conceptualización 18

2.1.1. EDPYME 18

2.1.2. Sistema de crédito 19

2.1.3. Calidad de servicio 20

2.1.4. Satisfacción 21

2.1.5. Percepción 21

2.1.6. Exigencias 22

2.1.7. Metodo SERVQUAL 23

2.2. Alcances y limitaciones de la investigación 37

2.2.1. Alcances 37

2.2.2. Limitaciones 37

Capítulo N° III: Planteamiento operacional 38

3.1. Técnicas e instrumentos de investigación 38

3.1.1. Técnicas 38

3.1.2. Instrumentos 38

3.2. Campo de verificación 38

3.2.1. Ámbito 38

3.2.2. Temporalidad 39

3.2.3. Unidad de estudio universo 39

3.3. Apartados metodológicos 39

3.3.1. Método 39

3.3.2. Enfoque 39

3.3.3. Forma 40

3.4. Manejo de resultados 40

3.4.1. Supuestos 40

3.4.2. Limitaciones 40

3.5. Recursos 40

3.6. Matriz de operacionalización 41

Capítulo Nº IV: Aplicación del método SERVQUAL para determinar la calidad de servicio de la EDPYME ACCESO - Arequipa 42

Capítulo Nº V: Propuestas para mejorar la calidad de servico de atención al cliente en la EDPYME ACCESO agencia Arequipa. 75

CONCLUSIONES 88

RECOMENDACIONES 90

BIBLIOGRAFÍA 91

ANEXOS 92

RELACIÓN DE CUADROS

Cuadro	Página
Cuadro 1: Matriz de operacionalización	41
Cuadro 2: Cuestionario de expectativas para aplicación de método SERVQUAL.	48
Cuadro 3: Cuestionario de perspectivas para aplicación de método SERVQUAL.	51
Cuadro 4: Cuestionario de expectativas desarrollado con valores.	54
Cuadro 5: Cuestionario de perspectivas desarrollado con valores.	59
Cuadro 6: Plantilla para registro de información.	64
Cuadro 7: Información resumida de expectativa y perspectivas con puntaje correspondiente.	70
Cuadro 8: Procesamiento de datos puntualizando la brecha entre expectativa y perspectiva.	71
Cuadro 9: Procesamiento de brechas.	72

RELACIÓN DE FIGURAS

Figura	Página
Figura 1: Posicionamiento de las dimensiones en los cuadrantes correspondientes.	73
Figura 2: Posicionamiento de las dimensiones en el umbral de satisfacción.	74

RESUMEN

La aplicación del modelo SERVQUAL al sistema de crédito taxi, utilitario y consumo ofertado por la EDPYME ACCESO CREDITICIO SA -Agencia Arequipa permitió determinar los niveles de calidad alcanzados por esta organización en cuanto a las dimensiones de expectativas y perspectivas por parte de los clientes. El modelo SERVQUAL evaluó la calidad de servicio en los elementos de tangibilidad, respuesta y seguridad determinándose que estos reciben la calificación de estar totalmente de acuerdo con las actividades desarrolladas por parte de sus colaboradores y la organización.

Con respecto a los elementos de confiabilidad y seguridad evaluados por este modelo se obtuvo como resultado que la apreciación de los clientes es de no estar totalmente de acuerdo con el desarrollo de dichas actividades. Para poder concretizar los resultados que determinen la calidad de servicios alcanzados por la EDPYME ACCESO CREDITICIO SA se desarrolló los puntos necesarios en el planteamiento del problema, determinación de la problemática a establecerse por sus interrogantes y los objetivos a alcanzarse en la presente investigación de tal forma que permita comprobar la hipótesis planteada, esta información fue complementada con el planteamiento teórico respectivo para desarrollar la investigación, seguidamente se formuló el planteamiento metodológico para aplicar el modelo que permitió determinar los niveles alcanzados en cuanto a los elementos de tangibles, confiabilidad, respuesta, seguridad y empatía.

Finalmente se procedió al registro del análisis respectivo de cada elemento con la sugerencia de actividades y estrategias a ser consideradas por la gestión de la EDPYME ACCESO – Agencia Arequipa con fines de sostenerla y mejorarla en favor de sus clientes.

Palabras clave: Crédito; calidad; servicio; Servqual.

ABSTRACT

The application of the SERVQUAL model to the taxi, utilitarian and consumer credit system offered by the EDPYME ACCESO CREDITICIO SA -Agencia Arequipa allowed to determine the quality levels reached by this organization in terms of the dimensions of expectations and perspectives on the part of the clients. The SERVQUAL model evaluated the quality of service in the elements of tangibility, response and safety, determining that they receive the qualification of being totally in agreement with the activities developed by their collaborators and the organization.

Regarding the reliability and safety elements evaluated by this model, the result was that the clients' appreciation is not totally in agreement with the development of said activities. In order to be able to concretize the results that determine the quality of services reached by the EDPYME ACCESO CREDITICIO SA, the necessary points were developed in the approach of the problem, determination of the problem to be established by their questions and the objectives to be reached in the present investigation in such a way that allows to verify the hypothesis, this information was complemented with the respective theoretical approach to develop the research, then formulated the methodological approach to apply the model that allowed to determine the levels reached in terms of the elements of tangibles, reliability, response, safety and empathy.

Finally, the respective analysis of each element was recorded with the suggestion of activities and strategies to be considered by the management of the EDPYME ACCESO - Agency Arequipa in order to sustain it and improve it in favor of its clients.

Key words: Credit; quality; service; Servqual.

INTRODUCCIÓN

Actualmente las operaciones de las organizaciones que prestan servicios consideran con gran importancia la satisfacción de sus clientes, la misma que está relacionado con el comportamiento y las reacciones de los clientes con respeto a los servicios prestados. En este caso por la agencia de Arequipa EDPYME ACCESO CREDITICIO SA.

EDPYME ACCESO CREDITICIO SA es una agencia que ofrece servicios de crédito y financiamiento en las líneas de taxi, utilitario y de consumo a la población de Arequipa las mismas que se han incrementado desde el momento de su creación a la fecha, este acto ha provocado el crecimiento de su cartera de clientes y por consecuencia la colocación de sus créditos es mayores.

La operatividad de sus créditos no solo se debe al incremento de sus clientes, sino también a la aplicación de sus políticas crediticias y a la orientación que la agencia otorga a los servicios de calidad presentados por dicha agencia.

En consideración a estos aspectos en la presente investigación se pretende determinar el nivel de calidad de servicio alcanzado por la agencia de Arequipa EDPYME ACCESO CREDITICIO SA, empleando el método de SERVQUAL en mismo que evaluará la satisfacción de sus clientes a través de la información obtenida de la opinión sobre la percepción y sus exigencias y en base a la identificación de las brechas presentadas en lo que corresponde a su gestión del sistema de créditos de taxi, utilitarios y consumo.

Esta problemática se sometió a estudio mediante la investigación denominada “APLICACIÓN DEL MODELO SERVQUAL AL SISTEMA DE CREDITO TAXI, UTILITARIO Y CONSUMO OFERTADO POR LA EDPYME ACCESO CREDITICIO SA - AGENCIA AREQUIPA PARA DETERMINAR EL NIVEL DE CALIDAD DE SERVICIO”.

La investigación considera en el capítulo N° I: El planteamiento teórico; capítulo N° II: Marco teórico; Capítulo N° III: Planteamiento operacional; capítulo N° IV: Aplicación del método SERVQUAL para determinar la calidad de servicios; capítulo N° V: Propuesta de mejoramiento para la calidad se servicios. De esta manera el trabajo fue presentado al jurado para su revisión y autorización correspondiente para su exposición y sustentación.

El Autor.

CAPÍTULO N° I

PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1.1. Planteamiento del problema de investigación

1.1.1. Enunciado

Aplicación del modelo SERVQUAL al sistema de crédito taxi, utilitario y consumo ofertado por la EDPYME ACCESO CREDITICIO SA - Agencia Arequipa a fin de que se determine el nivel de calidad de dicho servicio.

1.1.2. Referencia de la empresa

La EDPYME ACCESO CREDITICIO SA inicia sus operaciones financieras el año 2001
en la región del norte de nuestro país en el mes de agosto mediante resolución SBS 1126 – 2007, en dicho documento la SBS otorgó la autorización a los nuevos socios para adquirir las acciones de acceso crediticio.

EDPYME ACCESO CREDITICIO SA es una organización que cuenta con 9 agencias a nivel nacional, una de ellas es la agencia de Arequipa la misma que tiene un año en el mercado y cuenta aproximadamente con 150 clientes que solicitaron créditos de denominación de taxis, utilitarios y consumo.

1.1.3. Fundamentación

La presencia por más de 10 años de la EDPYME ACCESO CREDITICIO SA en el mercado, hace necesario que los servicios de atención a sus clientes se sometan a un proceso de investigación con la finalidad de determinar el nivel de satisfacción de los mismos a través de la aplicación del método SERVQUAL, el mismo que nos permitirá obtener la opinión de los solicitantes de crédito mediante las respuestas al cuestionario de evaluación de las perspectivas y exigencias.

1.1.4. Justificación, viabilidad e importancia de la investigación

A. Justificación

a. Académica

Académicamente la investigación mostrará la aplicación práctica del modelo SERVQUAL, a la EDPYME ACCESO CREDITICIO SA.

Los resultados obtenidos traerán consigo información que servirán como material de consulta a la comunidad universitaria y población en general.

b. Social

La evaluación del servicio de calidad prestado por la EDPYME ACCESO CREDITICIO SA, permitirá obtener información sobre su apreciación y en base a ella la empresa puede implementar, mejoras y operativizar nuevas estrategias de atención a su mercado.

,

B. Viabilidad

El apoyo por parte de la agencia de Arequipa de la EDPYME ACCESO CREDITICIO SA, permitirá el desarrollo de la investigación.

Por otra parte, la viabilidad del estudio contará con el apoyo de los clientes ya que les permitirá poner de manifiesto su apreciación sobre los servicios ofertados por la EDPYME ACCESO.

C. Importancia

La importancia de la investigación se centra en la información a obtenerse y que debe tomarse en lo posible por los ejecutivos de la organización sometida a estudio, con la finalidad de tomar decisiones que mejoren sus políticas de atención al cliente.

1.1.5. Descripción del problema

Para la presente investigación se ha considerado como problema de la EDPYME ACCESO CREDITICIO SA, el desconocimiento de los niveles de satisfacción de sus clientes, provocado por su sistema de calidad de servicio. Lo que se determinará con la aplicación del método de evaluación SERVQUAL.

1.1.6. Tipo de problema

La investigación es aplicada a la ciencia de la administración y se desarrollará dentro de la especialidad del marketing y específicamente en el tema de servicios de calidad.

1.2. Variables, dimensiones e indicadores

1.2.1. Variables

- Nivel de calidad

1.2.2. Dimensiones

El Modelo SERVQUAL, considera cinco dimensiones básicas que influyen en la calidad de los servicios:

- Elementos tangibles.
- Empatía.
- Confiabilidad.
- Capacidad de respuesta.
- Seguridad.

1.2.3. Indicadores

El Modelo SERVQUAL, considerará los siguientes indicadores:

- Satisfacción
- Percepción
- Exigencias

1.3. Interrogantes de la investigación

1.3.1. Interrogante general

- ¿Cómo se aplica el modelo SERVQUAL al sistema de crédito taxi, utilitario y consumo ofertado por la EDPYME ACCESO CREDITICIO SA agencia Arequipa a fin de que se determine el nivel de calidad de dicho servicio?

1.3.2. Interrogantes específicas

- ¿Cuáles son los procedimientos para operativizar el sistema de créditos taxi, utilitario y de consumo ofertados por la EDPYME ACCESO - Agencia de Arequipa?
- ¿Qué elementos se desarrollan por el Método SERVQUAL, relacionados con los Tangibles? Confiabilidad, respuesta, seguridad y empatía.
- ¿Qué niveles de satisfacción alcanzó el sistema de créditos de la EDPYME ACCESO CREDITICIO SA?

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

Aplicar el modelo SERVQUAL al sistema de crédito taxi, utilitario y consumo ofertado por la EDPYME ACCESO CREDITICIO SA agencia Arequipa, para determinar el nivel de calidad de dicho servicio.

1.4.2. Objetivos específicos

- Describir el procedimiento de operatividad del sistema de créditos taxi, utilitario y de consumo, para determinar los montos ofertados por la EDPYME ACCESO CREDITICIO SA - Agencia de Arequipa.
- Operativizar el método SERVQUAL, para determinar la opinión de sus clientes en cuanto a lo tangible, confiabilidad, respuesta, seguridad y empatía.
- Determinar los niveles de satisfacción alcanzados por el sistema de créditos de la EDPYME ACCESO CREDITICIO SA.

1.5. Hipótesis de la Investigación

Es posible que con la aplicación del modelo SERVQUAL al sistema de crédito taxi, utilitario y consumo ofertado por la EDPYME ACCESO CREDITICIO SA - Agencia Arequipa, se determine el nivel de calidad de dicho servicio.

CAPÍTULO N° II

MARCO TEÓRICO

2.1. Conceptualización

2.1.1. EDPYME

La Resolución SBS Nº 847-94 del 23 de diciembre de 1994 que crea las EDPYMES y la Resolución SBS Nº 259-95 del 28 de marzo de 1995 que las reglamenta, todo en concordancia con el artículo 10º de la Ley General de Instituciones Bancarias, Financieras y de Seguros (D. Leg Nº 770 del 01 de abril de 1993), dan el marco legal para establecer las EDPYMES.

Las EDPYMEs son Entidades de Desarrollo para la Pequeña y Microempresa orientadas a satisfacer la permanente demanda de servicios crediticios. Conforme se expresa en la Resolución SBS Nº847-94

Las EDPYMEs tienen por objeto otorgar financiamiento a personas naturales y jurídicas que desarrollan actividades calificadas como de pequeña y microempresa, utilizando para ello su propio capital y los recursos que provengan de donaciones. Así como también, bajo la forma de líneas de crédito de instituciones financieras y los provenientes de otras fuentes, previa la autorización correspondiente.

2.1.2. Sistema de Crédito

El crédito es el cambio de un bien presente contra la promesa de entrega de un bien futuro, existente o no en el momento en que se acuerda la operación; en otros términos, es un cambio de prestaciones no simultáneas.

Para que exista crédito hace falta que exista fe y confianza en la persona que lo solicita, a fin de que dicha persona que promete el cumplimiento de una cosa, demuestre, por medio de sus antecedentes morales y materiales, su capacidad para hacerla.

El comprador que goza de crédito, podrá disponer de esos productos, sin desembolso de dinero en el acto de adquirirlos, y solamente los abona después de un plazo más o menos largo. El crédito llena, además, importantísimas funciones económicas, que son:

- Proporcionar los sustitutivos de la moneda, permitiendo economizar el empleo de aquélla. Estos son: la Letra de cambio, el Pagaré, la Factura conformada, etc. Por sí mismos no tienen valor alguno, y solamente lo adquieren cuando los deudores gozan de crédito ante sus acreedores.
- Permitir una mejor utilización de los capitales. En efecto, los capitales, por medio del crédito, pasan de las manos de los que no los necesitan a las de aquellos que se hallan en condiciones de utilizarlos. Los Bancos, a este respecto, desempeñan una misión económica de primer orden: reciben capitales de aquellos que no

desean usarlos en el proceso productivo, para ponerlos en manos de quienes los puedan convertir en productivos.

- Por último, facilita el cambio y aumenta el comercio; el proceso de la producción moderna es tan vasto y complicado, que suelen transcurrir meses y años antes de que el producto llegue a manos del consumidor, que habrá de pagar, en definitiva, el precio.

2.1.3. Calidad de Servicio

Los bienes intangibles se denominan, generalmente, servicios. Su estructura es inmaterial. Se trata de actos que recibe el cliente y a través de los cuales soluciona sus problemas o carencias.

En general, se puede entender por producto tanto un tangible como un intangible, siempre que esté referido a la prestación principal de la organización y, más concretamente, del departamento o unidad.

Toda organización o departamento, que produzca bienes o servicios, acompaña la entrega de unos u otros con un conjunto de prestaciones accesorias agregadas a la principal. Pues bien, la calidad de servicio supone el ajuste de estas prestaciones accesorias a las necesidades, expectativas y deseos del cliente.

Así, las prestaciones principales de una entidad bancaria, por ejemplo, son el depósito y el crédito. Evidentemente, este producto principal debe poseer calidad en sí mismo y tener unas condiciones competitivas. Pero, además, este producto está arropado por un servicio accesorio, que gira en torno al anterior;

en suma, por un buen número de servicios complementarios (lo que podemos entender por servicio en un sentido estricto): domiciliación, tarjeta de crédito, cheques de viaje, avales, gestión de inversiones, entre otros.

2.1.4. Satisfacción

Satisfacción, del latín satisfactio, es la acción y efecto de satisfacer o satisfacerse. Este verbo refiere a pagar lo que se debe, saciar un apetito, sosegar las pasiones del ánimo, cumplir con ciertas exigencias, premiar un mérito o deshacer un agravio. La satisfacción, por lo tanto, puede ser la acción o razón con que se responde a una queja o razón contraria.

2.1.5. Percepción

Percepción es la acción y efecto de percibir. En este sentido, el término percepción hace alusión a las impresiones que puede percibir un individuo de un objeto a través de los sentidos (vista, olfato tacto, auditivo y gusto).

Por otro lado, percepción es el conocimiento o la comprensión de una idea. La percepción comenzó a ser estudiada en el siglo XIX y, es el primer proceso cognoscitivo, en el cual el individuo o animal capta la información proveniente del exterior y, llega a los sistemas sensoriales y, es el cerebro quien se encarga de formar conexiones de neuronas que permite representar la imagen o idea completa de lo que fue descubierto.

Existen diferentes tipos de percepción, entre ellas:

- Percepción visual: el individuo y animal obtiene información a través de los ojos.
- Percepción auditiva: relacionado con los sonidos sonoros.
- Percepción táctil: es concerniente a los sentidos de la piel.
- Percepción gustativa: el ser humano percibe las sustancias a través del paladar.
- Percepción olfativa: se relaciona con los olores.
- Aunado a lo anterior, existen otros tipos de percepción como:

- Percepción social, en virtud de que el ser humano se relaciona constantemente con los individuos de su entorno, este tipo de percepción lo ayuda a obtener conclusiones con respecto al análisis e interpretación que realiza del comportamiento de ellos.
- Percepción musical: es la capacidad del individuo de percibir y reconocer el son, ritmo y melodía.
- Percepción del movimiento: es la habilidad que posee el individuo y los animales de mover la cabeza y los ojos para sobrevivir de las amenazas y peligros.

2.1.6. Exigencias

Sustantivo femenino. Esta palabra hace referencia como la acción y resultado de exigir o exigirse, en pedir de manera imperiosa a lo que tiene su derecho y por naturaleza o circunstancia alguna condición o requisito, también en cobrar dinero de algún tributo o contribución.

Cualquier intención o finalidad de tipo desmedido y caprichoso. En forma desusado acción o acto de exigir las contribuciones o multas, llamado exacción.

2.1.7. Método SERVQUAL

A. Concepto

SERVQUAL es un cuestionario con preguntas estandarizadas para la Medición de la Calidad del Servicio, herramienta desarrollada por Valerie A. Zeithaml, A. Parasuraman y Leonard L. Berry desarrollado en los Estados Unidos con el auspicio del Marketing Science Institute y validado para América Latina por Michelsen Consulting con el apoyo del nuevo Instituto Latinoamericano de Calidad en los Servicios. El Estudio de Validación concluyó en Junio de 1992.

Al aplicarse SERVQUAL a nuestros clientes mide:

- Una calificación global de la calidad del establecimiento, y la compara contra el estándar válido para el Perú.
- Lo que desean los consumidores de ese establecimiento (Beneficios Ideales).
- Lo que encuentran los consumidores en ese establecimiento (Beneficios Descriptivos).
- Calcula brechas de insatisfacción específicas.
- Ordena defectos de calidad desde el más grave y urgente hasta el menos grave.

B. Beneficios de SERVQUAL

- AMT: Ambiente Tangible
- CON: Confiabilidad
- REA: Reactividad
- SEG: Seguridad Interpersonal
- COM: Comunicación
- ACC: Acceso
- SUR: Surtido

SERVQUAL, que es una herramienta que sugiere que la diferencia entre las expectativas generales de los ciudadanos y sus percepciones respecto al servicio prestado, pueden constituir una medida de calidad del servicio.

Es conocido como "Modelo de Discrepancias" y sugiere que la diferencia entre las expectativas generales de los clientes y sus percepciones respecto al servicio de un proveedor específico pueden constituir una medida de la calidad en el servicio.

C. Dimensiones de SERVQUAL

- Percepción de las necesidades del cliente

  El cliente tiene ciertas necesidades reales, de las cuales a veces él mismo no es consciente. Estas necesidades son percibidas por el sistema para la posterior realización del servicio.

Algunos sistemas logran identificar las necesidades reales del cliente, mientras que otros solo perciben las necesidades de las cuales el cliente es consciente.

- Expectativas del cliente.

Aquí se define lo que espera el cliente del servicio, esta expectativa está formada por comunicación de boca a boca, información externa, experiencias pasadas y por sus necesidades conscientes. A partir de aquí puede surgir una retroalimentación hacia el sistema cuando el cliente emite un juicio.

Zeithalm, Parasuraman y Berry, a través de sus extensos estudios sobre la calidad en el servicio, han identificado cinco dimensiones que los clientes utilizan para juzgar a una compañía de servicios. Estas dimensiones son:

- Tangibles: La apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación. Son los aspectos físicos que el cliente percibe en la organización. Cuestiones tales como limpieza y modernidad son evaluadas en tres elementos distintos.

- Personas: Se considera la apariencia física de las personas. Su aseo, olor, vestido. Son las características que son detectadas en primera instancia por el usuario respecto a las personas que lo atienden.

- Infraestructura: Es el estado de los edificios o locales donde se realiza el servicio. Así mismo se consideran dentro de este factor, las instalaciones, máquinas o móviles con los que se realiza el servicio. Un camión, es ejemplo de infraestructura.

- Objetos: Varios sistemas de servicio, ofrecen representaciones tangibles de su producto. Boletos, letreros y folletos, son algunos de los objetos con los cuales el usuario tiene contacto. Los que sean prácticos, limpios y atractivos son cualidades que se deben de considerar.

- Confiabilidad: La habilidad de desarrollar el servicio prometido precisamente como se pactó y con exactitud.

  Los factores que conforman la dimensión de la confiabilidad son:

- Eficiencia: El desarrollar el servicio acertadamente, aprovechando tiempo y materiales, realizándolo de la mejor forma posible. Por ejemplo, si se necesita realizar una reparación de tubería en una casa, el cliente espera que la decoración, suelo y/o paredes no sufran averías innecesarias y que el trabajo se realice en el menor tiempo posible, de manera que se eviten problemas de comodidad o falta de abastecimiento de agua por mucho tiempo.

- Eficacia: Se refiere solo a obtener el servicio requerido, sin importar los procesos o recursos utilizados. Como ejemplo podemos mencionar, el correo. A un usuario del mismo, solo le importa que llegue la carta en el tiempo justo. A él no le importa como la lleven, la empaqueten y distribuyan, siempre y cuando cumplan con lo que él espera.

- Efectividad: Obtener el servicio mediante un proceso correcto que cumpla las expectativas para las que fue diseñado. Cumplir las expectativas de los clientes.

- Repetición: Cuando un servicio no se realizó bien, se tiene que volver a repetir algunas veces. Esto implica tiempo y esfuerzo tanto para el usuario como para el sistema, por lo que cobra vital importancia en la medición de la calidad en el servicio. Si un servicio no se tiene que repetir (hacerlo bien a la primera), el usuario estará satisfecho.

- Problemas: Es similar a los servicios clasificados como de no rutinarios, porque no son comunes ya que son provocados por problemas. A veces el mismo usuario puede crear el problema, pero éste toma mucho en cuenta la ayuda que el sistema le puede dar. Por ejemplo, el caso del empresario que dejó su maletín en el hotel cuando se dirigía rumbo al aeropuerto. El hotel, al darse cuenta de esto, mandó un chofer con el maletín, a buscar al empresario. Este

agradeció tanto el detalle del hotel por ese servicio no rutinario, que ahora, cada vez que viaja a esa ciudad, se hospeda en ese mismo hotel.

- Velocidad de respuesta: La disposición inmediata para atender a los clientes y dar un pronto servicio. La velocidad de respuesta implica características de horario y tiempo, las cuales se ven reflejadas en los siguientes factores:

  - Espera: Implica el tiempo que aguarda el usuario antes de que se le preste el servicio. Las famosas "colas" son representaciones tangibles de este factor. En un banco, por ejemplo, el mayor tiempo invertido por el usuario en el proceso de servicio, es el de espera, formando colas y criticando el servicio en sí.

  - Inicio y terminación: Muchas veces, los servicios son programados para empezar a una hora y finalizar a otra hora. El cumplimiento de estos términos, influyen en la calidad del servicio. Si un avión debe arribar a un aeropuerto a las 12:05 y lo hace, produce una buena impresión en el usuario.

- Duración: Es el tiempo que tarda el servicio en ser producido. En los sistemas a analizar, el proceso de servicio implica, una vez terminado el tiempo de espera, un tiempo determinado de prestación del servicio. Este tiempo, se sujeta también a la evaluación del usuario,

de acuerdo a lo prometido por el sistema y lo que el usuario espera que dure. Si el tiempo de producción no cumple con lo prometido, el usuario toma opinión sobre la calidad del servicio. Si una línea de autobuses, promete una duración del viaje de 4 horas, y en realidad dura 5 horas y media, obviamente el usuario quedará insatisfecho.

- Post servicio: Este factor se refiere al tiempo que el sistema tarda para resolver situaciones o problemas que no forman parte del servicio normal. Veamos como ejemplo el sistema de inscripciones académicas de la Universidad de Monterrey. Al ir con el asesor por primera vez y pasar posteriormente a las microcomputadoras a dar de alta su horario, se está proporcionando un servicio normal. Si surge un empalme, el alumno debe de ir a que se le autorice dicho empalme o bien se le cambie de grupo. Posteriormente, debe de volver a pasar a las computadoras para volver a dar de alta su horario. Este proceso es post servicio, e implica tiempo extra que el usuario debe de gastar y el cual toma en consideración como evaluador de la calidad en el servicio.

- Aseguramiento: El conocimiento y cortesía de los empleados y su habilidad para comunicarse e inspirar confianza.

- Cortesía: La cortesía implica amabilidad y buen trato en el servicio. El atender con buenos modales al usuario, como persona que es. Un

"buenos días" un "gracias por visitarnos", son elementos de cortesía, que hacen sentir a gusto al cliente.

- Servicialidad: Este factor podría confundirse con el anterior por la costumbre de utilizarlos para identificar acciones comunes. Pero en realidad, servicialidad es la disposición del empleado por servir al usuario, por buscar acercarse a él antes de que éste lo pueda requerir en un momento especial o de urgencia. Preguntas como "¿Le puedo ayudar?" O "¿Necesita algo?" Son claros ejemplos de este factor.

- Competencia: Es la capacidad de los empleados para realizar un servicio de calidad. Son sus conocimientos y acciones que demuestran al momento de realizar el servicio. El que un servidor pueda resolver un problema por sí mismo - y sin retraso - implica que es competente.

- Credibilidad: El comportamiento y forma de reaccionar de los servidores, puede provocar seguridad o inseguridad en el usuario. Si el empleado inspira confianza al usuario, el servicio tiene más probabilidades de desarrollarse en un mejor tiempo y sin preocupaciones. Es importante considerar el factor de credibilidad dentro de la empatía para evaluar la calidad en el servicio.

- Empatía: Proveer cuidados y atención individualizada a los clientes.

- Personalización: El buscar hacer sentir al usuario que se le trata individualmente, como alguien especial, le provocara tener una buena opinión de la empresa. No en todos los sistemas se puede dar un trato personalizado, tal es el caso de los sistemas masivos de transporte. Sin embargo, en aquellas empresas que sí aplica, es un elemento a considerar en los sistemas de servicio que toma mucha importancia para la calidad.

- Conocimiento del cliente: El ofrecer un trato personalizado, implica, además, conocer más a fondo las necesidades de cada cliente, factor esencial para proporcionar un buen servicio.

En base a los conceptos anteriores, la SERVQUAL es una herramienta que se divide en tres cuestionarios:

Fase 1:

Este cuestionario capta las percepciones de los clientes, contiene 22 preguntas respecto al servicio que se espera brinde una compañía de servicio excelente. Las preguntas están redactadas de manera general para aplicarse a cualquier empresa de servicio, por lo que para cada aplicación específica es posible -y deseable-, se adapten los enunciados que integran el SERVQUAL sobre la base de las características específicas de la empresa donde se aplicará.

Fase 2:

Consiste en un cuestionario mediante el cual los clientes evalúan la importancia que tiene cada una de las cinco dimensiones de servicio.

Fase 3:

En esta fase se solicita a los clientes sus percepciones específicas respecto a la compañía que se desea estudiar. Básicamente, los enunciados son los mismos que en la fase 1, pero aplicados a la compañía en estudio (usando el nombre de la empresa de estudio y preguntando por la percepción del cliente sobre la misma).

- El modelo de las cinco discrepancias

El modelo de PZB contempla la posible existencia de cinco discrepancias o "brechas" en la cadena de servicio de una organización. Mediante la Identificación de estas brechas, se pueden localizar áreas de oportunidad.

Discrepancia, diferencia entre:

- Expectativas de los clientes y percepciones de la administración respecto a dichas expectativas
- Percepciones de la administración respecto a las expectativas de los clientes y las especificaciones de calidad en el servicio
- Las especificaciones de calidad en el servicio y el servicio que actualmente se está brindando a los clientes

- El servicio que actualmente se está brindando a los clientes y lo que se comunicó a los clientes respecto a dicho servicio
- Servicio esperado y servicio percibido

La formalización de la medición de la calidad a través de la comparación de las expectativas con las percepciones se realiza a través de la escala SERVQUAL, que conceptualiza, dicha diferencia como una variable multidimensional.

La escala determina la calidad de servicio mediante la diferencia entre expectativas y percepciones valorando ambas a través de una encuesta de 22 ítems, divididos en 5 dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Cada uno de los ítems es medido a través de una escala numérica que va desde 1 para una percepción o expectativa muy baja para el servicio en cuestión, hasta el número 7 para una percepción o expectativa muy elevada del mismo servicio.

La escala SERVQUAL ha sido probada y validada empíricamente para una amplia variedad de servicios catalogados como puros.

En la actualidad SERVQUAL es el modelo de investigación más usado para medir la calidad en la industria de servicios, sin embargo, ésta metodología no está exenta de críticas, las cuales son resumidas por BUTTLE (1996) en los siguientes puntos:

a. Desde un punto de vista teórico

SERVQUAL, está basado en un modelo inapropiado de comparación (expectativas - percepciones) más que en modelo actitudinal frente a la calidad de servicio.

La operacionalización de las percepciones y expectativas (P - E) ha sido criticada debido a que hay muy poca evidencia de que los consumidores evalúen la calidad de servicio en función de la brecha existente entre percepciones y expectativas.

SERVQUAL, centra su atención en el proceso de entrega del servicio más que en el resultado de la provisión del servicio, es decir del encuentro del proveedor con el consumidor.

El número de dimensiones propuestas por el instrumento SERVQUAL y su estabilidad cuando se cambia el contexto en el cual fueron desarrolladas.

b. Desde un punto de vista operacional.

Las expectativas no desempeñan un rol fundamental en la calidad de servicios.

Los encuestados muestran una gran confusión cuando son inquiridos en base a expectativas y percepciones.

Estas controversias respecto a la validez, conceptualización y operacionalización de la medición de la calidad de servicio y su relación con la satisfacción del consumidor no son más que evidencias de que aún es necesario desarrollar mayor investigación sobre estos temas.

D. Etapas del Modelo SERVQUAL

Primera Etapa: Diseño de la Muestra

Se procederá a seleccionar dos muestras independientes que nos permitan consultar las expectativas y las percepciones en forma separada.

Segunda Etapa: Recolección de datos

Para el sondeo en general se utilizará un formato de una encuesta. Compuesta de 22 ítems a ser evaluados en cada una de las dimensiones en base a un valor asignado en la escala de 1 a 7 puntos.

Tomando en cuenta ello se procederá a evaluar las dimensiones de los elementos tangibles, confiabilidad, respuestas, seguridad y empatía.

Para la recolección de datos es importante que los 22 ítems a evaluar se den en forma afirmativa (todos), se tomará en cuenta que las respuestas a seleccionar correspondan al grado que corresponda con la afirmación, donde se establece que 1 recibirá la calificación de desacuerdo total y 7 será de acuerdo total.

Para el sondeo de datos se entregará la encuesta en forma presencial y se indicará la metodología a utilizar, procediendo luego a elaborar una plantilla (MATRICES) con fines de registrar la información

Tercera Etapa: Procesamiento de datos

En la primera parte del procesamiento de datos se consolidará datos del sondeo en cada una de sus dimensiones e ítems evaluados

Se calculará el promedio (redondeado a entero) de los valores obtenidos para cada una de las respuestas y luego se registrarán en una plantilla que consolide dichos valores por cada una de las dimensiones (Tangibles, Confiabilidad, Respuesta, Seguridad y Empatía)

Se calculará la brecha restando la expectativa menos la percepción.

En la segunda parte del procesamiento de datos se procederá a ajustar los valores de acuerdo a la ponderación de las dimensiones. Distribuyendo 100 puntos en las dimensiones según importancia dada por el investigador con el fin de recalcular los valores de expectativas y percepciones para cada dimensión.

Multiplicaremos los datos originales por el peso asignado a la dimensión, para luego realizar el cálculo de la brecha en base a los puntajes ponderados según el cuadro desarrollado en las líneas abajo.

Cuarta Etapa: Presentación de resultados

El indicador de nivel de calidad en la presente evaluación resultará del dato logrado por cálculo el promedio de las brechas ponderadas para cada una de las dimensiones. En base a la información obtenida se

representará en las dimensiones de los cuadrantes para identificar las oportunidades de mejora

2.2. Alcances y limitaciones de la investigación

2.2.1. Alcance

El presente estudio se aplicó a los clientes de la agencia de Arequipa de la EDPYME ACCESO CREDITICIO S.A.

2.2.2. Limitación

La limitación que se tomó en cuenta en el presente estudio es la información que la EDPYME ACCESO CREDITICIO SA considera de uso exclusivo de la empresa.

CAPÍTULO N° III

PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

3.1. Técnicas e instrumentos de investigación

3.1.1. Técnicas

Se emplearon las técnicas de:

- Observación.
- Encuesta.

3.1.2. Instrumentos

Se emplearon los instrumentos de:

- Participación directa
- Formulario de la encuesta

3.2. Campo de verificación

3.2.1. Ámbito

País	: Perú
Región	: Arequipa
Departamento	: Arequipa
Provincia	: Arequipa
Distrito	: Arequipa

3.2.2. Temporalidad

La formulación del plan de tesis se realizó entre el mes de Junio a Agosto del año 2017.

3.2.3. Unidad de Estudio Universo

La presente investigación está dirigida a los clientes de la EDPYME ACCESO CREDITICIO SA - Agencia de Arequipa la que según la información registrada en la cartera de clientes es de 150 solicitantes de créditos. Los que serán sometidos al método SERVQUAL.

3.3. Apartados Metodológicos

3.3.1. Método

La investigación se desarrolló en base al método general, el mismo que permite el levantamiento de la información con la aplicación del proceso de investigación.

3.3.2. Enfoque

El enfoque de la investigación es cuantitativo y cualitativo debido a que permitirá obtener información del sistema de crédito ofertado por la EDPYME sometida a estudio.

3.3.3. Forma

La forma de investigación es la aplicada al conocimiento de la ciencia de la administración y especifica por intervenir en la especialidad del desarrollo organizacional y dentro del tema de calidad del servicio.

3.4. Manejo de Resultados

3.4.1. Supuestos

Partiremos del supuesto que el comportamiento de los clientes sufra variaciones en la conceptualización y aplicación de políticas al momento de solicitar créditos.

Por otra parte, se supone que durante el estudio las EDPYMES competidoras establezcan políticas de crédito que contrarresten las implementadas por la EDPYME ACCESO CREDITICIO SA.

3.4.2. Limitaciones

Una de las limitaciones para la investigación estará dada posiblemente por la consideración de alguna información relacionada con el sistema de crédito de la EDPYME ACCESO, no estén a disposición de la investigación.

3.5. Recursos

Los recursos materiales serán aportados por parte del investigador, los recursos humanos estarán conformado por los ejecutivos de la EDPYME ACCESO y sus clientes, en relación a tema económico será aportado por el investigador.

3.6. Cuadro 1: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

PROBLEMA	HIPÓTESIS	VARIABLES	INTERROGANTES	OBJETIVOS	DIMENSIONES	INDICADORES
Desconocimiento de los niveles de satisfacción de sus clientes, provocado por su sistema de calidad de servicio.	Es posible que con la aplicación del modelo SERVQUAL al sistema de crédito taxi, utilitario y consumo ofertado por la EDPYME ACCESO agencia Arequipa, se determine el nivel de calidad de dicho servicio.	Nivel de calidad	Interrogante general ¿Cómo se aplica el modelo SERVQUAL al sistema de crédito taxi, utilitario y consumo ofertado por la EDPYME ACCESO agencia Arequipa de modo que se determine el nivel de calidad de dicho servicio?	Objetivo general Aplicar el modelo SERVQUAL al sistema de crédito taxi, utilitario y consumo ofertado por la EDPYME ACCESO agencia Arequipa, para determinar el nivel de calidad de dicho servicio.	Crédito taxi Crédito utilitario Crédito consumo	Monto de crédito taxi Monto de crédito utilitario Monto de crédito consumo
			Interrogantes específicas ¿Cuáles son los procedimiento para operativizar el sistema de créditos taxi, utilitario y de consumo ofertados por la EDPYME ACCESO - Agencia de Arequipa ?	Objetivos específicos Describir el procedimiento de operatividad del sistema de créditos taxi, utilitario y de consumo, para determinar los montos ofertados por la EDPYME ACCESO - Agencia de Arequipa.		
			¿Qué elementos se desarrollan por el Método SERVQUAL, relacionados con los Tangibles? Confiabilidad, respuesta, seguridad y empatía.	Operativizar el Método SERVQUAL, para determinar la opinión de sus clientes en cuanto a lo tangible, confiabilidad, respuesta, seguridad y empatía.	Elementos tangibles. Empatía. Confiabilidad. Capacidad de respuesta. Seguridad.	
			¿Qué niveles de satisfacción alcanzó el sistema de créditos de la EDPYME ACCESO?	Determinar los niveles de satisfacción alcanzados por el sistema de créditos de la EDPYME ACCESO.	Nivel de satisfacción	Percepción exigencias

CAPITULO N° IV

APLICACIÓN DEL METODO SERVQUAL PARA DETERMINAR LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA EDPYME ACCESO CREDITICIO SA - AREQUIPA

4.1. DE LA EDPYME ACCESO

4.1.1. REFERENCIAS

La información referencial de la EDPYME ACCESO se obtuvo de su memoria anual 2015 / ACCESO Lideres en créditos vehiculares.

El 2015 fue un año crucial para ACCESO, se logró consolidar lo que anualmente venían confirmando en cuanto a la alta connotación de profundidad social e impacto medio ambiental de nuestra propuesta. Contribuyeron a mejorar la calidad de vida de miles de familias de Lima y se proyectaron aportando bienestar a cientos de miles de peruanos en los años venideros.

En el afán de persistir en este modelo de negocio tan complejo como enriquecedor han comprobado que cada vez son más los inversionistas que consideran a ACCESO un referente en el otorgamiento de crédito vehicular. Se han mantenido enfocados, apostados por su fortalecimiento y el resultado es el crecimiento sobresaliente. Al cierre del 2015 su portafolio de colocaciones alcanzó los 14,000

mil clientes con un saldo de cartera de más de S/. 400 MM, representando un crecimiento de 32% vs el año anterior.

En el 2016 marcaron, sin duda alguna, un punto de inflexión en la historia de ACCESO. Aprovechando la experiencia de todos estos años para continuar especializándonos en el crédito vehicular, posicionándonos como líderes no sólo en el segmento de vehículos para taxi, sino también en vehículos utilitarios, vehículos de consumo y motos.

EDPYME ACCESO se identifica a través de los siguientes datos

- Gerente General: José Luis Hidalgo
- Razón social: EDPYME ACCESO CREDITICIO SA
- Nombre comercial: ACCESO CREDITICIO
- Actividad: Créditos vehiculares
- Numero de RUC: 20438563084
- Dirección: Av. 28 de Julio 334 – Jesús María

4.1.2. VISION

Ser la compañía líder en la bancarización a través del crédito vehicular en la base de la pirámide.

4.1.3. MISION

Mejorar la calidad de vida de nuestros clientes y sus familias, a través de un crédito accesible.

4.1.4. VALORES

- Orientación al Servicio: Nuestro principal objetivo es lograr que el crédito sirva al cliente, no el cliente al crédito.
- Trabajo en Equipo: Nos consideramos parte de un equipo que integra no solo a nuestros colaboradores, sino a nuestros aliados comerciales, aliados financieros y clientes.
- Espíritu de Superación: Deseamos seguir creciendo por encima de la industria y nos esforzamos por ser cada vez mejores, para alcanzar el éxito de la empresa, el crecimiento de los colaboradores y el beneficio de nuestra sociedad.
- Ética: Somos una institución íntegra, con gente honesta y responsable.
- Calidad Humana: Contamos con los mejores profesionales e incentivamos su desarrollo y potencial emprendedor.
- La innovación: Innovamos continuamente para responder a los requerimientos del mercado
- Integridad en el uso de los recursos: Utilización de los recursos, de toda índole, en el desarrollo de actividades permitidas por la legislación vigente y la normatividad interna y en beneficio de la organización.

4.1.5. SEGMENTO OBJETIVO

El segmento objetivo de ACCESO son las personas en la base de la pirámide sin acceso al sistema financiero tradicional.

Los activos que financiamos actualmente son taxis nuevos a GNV y GLP, vehículos de uso particular, mototaxis, motos lineales y actualmente incursionando en el financiamiento de vehículos utilitarios livianos de transporte de pasajeros y de carga.

4.1.6. PRINCIPIOS

- La integridad, honestidad, y transparencia como base para lograr la confianza de nuestros clientes y colaboradores.
- Vocación de servicio. Conocemos a nuestros clientes y estamos cerca de ellos para satisfacer sus necesidades.
- Calidad en la atención para brindar lo mejor a nuestros clientes.
- Responsabilidad financiera. Administramos el riesgo y tomamos decisiones responsables y prudentes.
- Crecer de manera eficiente y rentable para nuestros accionistas.
- El trabajo en equipo para lograr más y mejores resultados

4.2. DEL METODO SERVQUAL

4.2.1. OBJETIVO

Aplicar el modelo SERVQUAL al sistema de crédito de la EDPYME ACCESO CREDITICIO SA agencia de Arequipa, para determinar la calidad de servicio. A través de las perspectivas y expectativas de sus clientes

4.2.2. METODOLOGIA DEL CASO DE APLICACIÓN

Primero: se eligió el cuestionario para su aplicación de acuerdo al método SERVQUAL, de acuerdo a sus características y dimensiones.

Segundo: para su aplicación se determinó el momento, la muestra, se seleccionó al barrer a los clientes a ser encuestados, se obtuvo los resultados según el número de participantes procediéndose a el análisis respetivo con la finalidad de obtener

su percepción y expectativas. Que nos permitan determinar la calidad de servicio alcanzado.

4.2.3. DISEÑO DEL CUESTIONARIO

El mídelo SERVQUAL para su aplicación se ha empleado el cuestionario respectivo el mismo que considera las dimensiones de:

- ELEMENTOS TANGIBLES
- EMPATIA
- CONFIABILIDAD
- CAPACIDAD DE RESPUESTA Y SEGURIDAD
- SEGURIDAD

En cada una de las dimensiones se plantearon las preguntas respectivas las que mostraremos en el formato respectivo.

4.3. DE LAS FASES DEL METODO SERVQUAL

4.3.1. PRIMERA ETAPA: Diseño de la Muestra

Se determinó como muestra a 40 clientes de la EDPYME ACCESO CREDITICIO S.A. a quienes se les solicito dar a conocer las perspectivas y expectativas que tienen sobre la calidad de servicio que esta organización presta.

4.3.2. SEGUNDA ETAPA: Recolección de datos

La recolección de datos fue aplicada directamente a cada cliente seleccionado al azar, a través de 22 interrogantes distribuidas para cada dimensión la que fue evaluada en base a la calificación de 1 a 7 puntos

4.3.3. TERCERA ETAPA: Procesamiento de datos

El procesamiento de datos fue el siguiente:

- Se registró los datos en cada dimensión e ítems correspondientes
- Se calculó los promedios obtenidos para cada respuesta para registrarla su consolidación en los cuadrantes correspondientes.
- Se procedió a calcular la brecha restando las expectativas menos las percepciones.
- Con respecto al procesamiento de datos se realizó el ajuste de los valores en base a la ponderación de las dimensiones.

- Se distribuyó los 100 puntos en las dimensiones según importancia con la finalidad de recalcular los valores de expectativas y percepciones en cada una de las dimensiones.

- Se multiplicaron los datos originales por el peso asignado a las dimensiones, y de esta forma realizar el cálculo de la brecha de acuerdo los puntajes ponderados.

4.3.4. CUARTA ETAPA: Presentación de resultados

Los resultados se obtendrán del puntaje obtenido en cada una de las dimensiones:

- Elementos tangibles.
- Empatía.
- Confiabilidad.
- Capacidad de respuesta y seguridad.

- Seguridad.
- El resultado de los puntajes obtenidos se utilizará para ser ubicados en los cuadrantes correspondientes que nos permitan hacer la propuesta de mejorar de la calidad de servicio.

4.4. APLICACIÓN DEL METODO SERVQUAL

4.4.1. DISEÑO DE MUESTRAS

La muestra se aplicó a los clientes de la empresa tanto el cuestionario de expectativas y de las percepciones

A. EXPECTATIVAS

Cuadro 2: Cuestionario de expectativas para aplicación de método SERVQUAL.

ELEMENTOS TANGIBLES	1	2	3	4	5	6	7
LA EDPYME ACCESO dispondrá de equipamiento moderno	2	8	4	12	7	7	0
Las instalaciones fisicas de LA EDPYME ACCESO serán visualmente atrayentes	8	17	10	3	2	0	0
Los empleados de LA EDPYME ACCESO tendran una apariencia cuidada y prolija.	0	0	0	9	21	8	2
En LA EDPYME ACCESO, los materiales asociados al servicio (tales como folleteria,	0	9	13	10	3	5	0

documentacion, etc.) serán visualmente atrayentes.							
CONFIABILIDAD							
Cuando LA EDPYME ACCESO promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.	0	3	20	8	1	0	8
Cuando un cliente tiene un problema, LA EDPYME ACCESO mostrará sincero interes en resolverlo.	0	5	6	9	20	0	0
LA EDPYME ACCESO brindará su servicio de la manera correcta la primera vez	0	5	6	9	20	0	0
LA EDPYME ACCESO brindará su servicio en el tiempo prometido.	0	5	6	15	9	3	2
LA EDPYME ACCESO hará el mejor esfuerzo en tener registros libres de errores.	0	2	3	8	18	6	3
RESPUESTA							
Los empleados de LA EDPYME ACCESO informarán con exactitud a sus clientes el momento en el que seran brindados los servicios.	0	2	3	8	18	6	3
Los empleados de LA EDPYME ACCESO brindarán un servicio rapido a sus clientes.	0	4	0	1	28	7	0

Los empleados de LA EDPYME ACCESO estarán siempre dispuestos a ayudar a sus clientes.	0	0	18	4	9	4	5
Los empleados de LA EDPYME ACCESO nunca estarán ocupados al momento de responder a los pedidos de sus clientes.	0	0	2	4	18	8	8
SEGURIDAD							
El comportamiento de los empleados en LA EDPYME ACCESO siempre infundirá confianza.	0	0	18	9	8	4	1
Los clientes de la SUNAT se sentirán a salvo cuando realizen sus transacciones.	0	0	15	6	8	7	4
Se siente usted tranquilo y seguro en las instalaciones de LA EDPYME ACCESO	0	3	0	4	9	18	6
Confía en la integridad de los empleados de LA EDPYME ACCESO, para responder ante situaciones fortuitas.	0	1	0	4	19	9	7
EMPATIA							
LA EDPYME ACCESO dará a sus clientes atencion individual.	0	8	0	2	2	23	5
LA EDPYME ACCESO operará en horarios convenientes para todos sus clientes.	0	0	15	12	2	3	8

LA EDPYME ACCESO tendrá empleados que den a sus clientes un trato personalizado.	0	0	8	0	17	9	6
LA EDPYME ACCESO, siempre tendrá en cuenta el principal interes de sus clientes.	2	2	4	12	8	10	2
LA EDPYME ACCESO comprenderá las necesidades especificas de sus clientes.	0	2	1	19	9	2	7

B. PERSPECTIVAS

Cuadro 3: Cuestionario de perspectivas para aplicación de método SERVQUAL.

ELEMENTOS TANGIBLES	1	2	3	4	5	6	7
LA EDPYME ACCESO dispondrá de equipamiento moderno	0	3	8	17	10	2	0
Las instalaciones fisicas de LA EDPYME ACCESO serán visualmente atrayentes	2	14	9	7	5	3	0
Los empleados de LA EDPYME ACCESO tendran una apariencia cuidada y prolija.	0	0	3	5	9	21	2
En LA EDPYME ACCESO, los materiales asociados al servicio (tales como folleteria, documentacion, etc.) serán visualmente atrayentes.	2	2	9	7	20	0	0

CONFIABILIDAD							
Cuando LA EDPYME ACCESO promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.	0	8	17	0	10	5	0
Cuando un cliente tiene un problema, LA EDPYME ACCESO mostrará sincero interes en resolverlo.	0	1	15	12	4	8	0
LA EDPYME ACCESO brindará su servicio de la manera correcta la primera vez	0	2	0	22	15	1	0
LA EDPYME ACCESO brindará su servicio en el tiempo prometido.	0	2	0	3	27	0	8
LA EDPYME ACCESO hará el mejor esfuerzo en tener registros libres de errores.	0	9	0	18	2	11	0
RESPUESTA							
Los empleados de LA EDPYME ACCESO T informarán con exactitud a sus clientes el momento en el que seran brindados los servicios.	0	0	5	6	0	19	10
Los empleados de LA EDPYME ACCESO brindarán un servicio rapido a sus clientes.	2	0	2	23	4	9	0
Los empleados de LA EDPYME ACCESO estarán siempre dispuestos a ayudar a sus clientes.	2	0	10	3	18	7	0

Los empleados de LA EDPYME ACCESO nunca estarán ocupados al momento de responder a los pedidos de sus clientes.	0	2	0	8	0	25	5
SEGURIDAD							
El comportamiento de los empleados en LA EDPYME ACCESO siempre infundirá confianza.	0	0	9	6	11	8	6
Los clientes de LA EDPYME ACCESO se sentirán a salvo cuando realizen sus transacciones.	0	12	0	0	25	0	3
Se sentirá usted tranquilo y seguro en las instalaciones de LA EDPYME ACCESO.	0	1	0	9	22	3	5
Confiará en la integridad de los empleados de la LA EDPYME ACCESO, para responder ante situaciones fortuitas.	0	6	0	19	3	9	3
EMPATIA							
LA EDPYME ACCESO dará a sus clientes atencion individual.	0	7	12	0	16	2	3
LA EDPYME ACCESO operará en horarios convenientes para todos sus clientes.	0	4	0	3	8	18	7
LA EDPYME ACCESO tendrá empleados que den a sus clientes un trato personalizado.	0	6	1	3	18	12	0

LA EDPYME ACCESO, siempre tendrá en cuenta el principal interes de sus clientes.	3	3	9	0	16	7	2
LA EDPYME ACCESO comprenderá las necesidades especificas de sus clientes.	0	8	1	12	1	15	3

CUADROS DE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIONES CON VALORES

A. EXPECTATIVAS

Cuadro 4: Cuestionario de expectativas desarrollado con valores.

ELEMENTOS TANGIBLES	1	2	3	4	5	6	7	
LA EDPYME ACCESO dispondrá de equipamiento moderno	80	640	480	1920	1400	1680	0	6200
Las instalaciones fisicas de LA EDPYME ACCESO serán visualmente atrayentes	320	1360	1200	480	400	0	0	3760
Los empleados de LA EDPYME ACCESO tendran una apariencia cuidada y prolija.	0	0	0	1440	4200	1920	560	8120

En LA EDPYME ACCESO, los materiales asociados al servicio (tales como folleteria, documentacion, etc.) serán visualmente atrayentes.	0	720	1560	1600	600	1200	0	5680
	400	2720	3240	5440	6600	4800	560	23760
CONFIABILIDAD								
Cuando LA EDPYME ACCESO promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.	0	240	2400	1280	200	0	2240	6360
Cuando un cliente tiene un problema, LA EDPYME ACCESO mostrará sincero interes en resolverlo.	0	400	720	1440	4000	0	0	6560
LA EDPYME ACCESO brindará su servicio de la manera correcta la primera vez	0	400	720	1440	4000	0	0	6560
LA EDPYME ACCESO brindará su servicio en el tiempo prometido.	0	400	960	2400	1400	720	560	6440

LA EDPYME ACCESO hará el mejor esfuerzo en tener registros libres de errores.	0	160	360	1280	3600	1440	840	7680
	0	1600	5160	7840	13200	2160	3640	33600
RESPUESTA								
Los empleados de LA EDPYME ACCESO informarán con exactitud a sus clientes el momento en el que seran brindados los servicios.	0	160	360	1280	3600	1440	840	7680
Los empleados de LA EDPYME ACCESO brindarán un servicio rapido a sus clientes.	0	320	0	160	5600	1680	0	7760
Los empleados de LA EDPYME ACCESO estarán siempre dispuestos a ayudar a sus clientes.	0	0	2160	640	1800	960	1400	6960
Los empleados de LA EDPYME ACCESO nunca	0	0	240	640	3600	1920	2240	8640

estarán ocupados al momento de responder a los pedidos de sus clientes.								
	0	480	2760	2720	14600	6000	4480	31040
SEGURIDAD								
El comportamiento de los empleados en LA EDPYME ACCESO siempre infundirá confianza.	0	0	2160	1440	1600	960	280	6440
Los clientes de la SUNAT se sentirán a salvo cuando realizen sus transacciones.	0	0	1800	960	1600	1680	1120	7160
Se siente usted tranquilo y seguro en las instalaciones de LA EDPYME ACCESO	0	240	0	640	1800	4320	1680	8680
Confía en la integridad de los empleados de LA EDPYME ACCESO, para responder ante situaciones fortuitas.	0	80	0	640	3800	2160	1960	8640
	0	320	3960	3680	8800	9120	5040	30920
EMPATIA								

LA EDPYME ACCESO dará a sus clientes atencion individual.	0	640	0	320	400	5520	1400	8280
LA EDPYME ACCESO operará en horarios convenientes para todos sus clientes.	0	0	1800	1920	400	720	2240	7080
LA EDPYME ACCESO tendrá empleados que den a sus clientes un trato personalizado.	0	0	960	0	3400	2160	1680	8200
LA EDPYME ACCESO, siempre tendrá en cuenta el principal interes de sus clientes.	80	160	480	1920	1600	2400	560	7200
LA EDPYME ACCESO comprenderá las necesidades especificas de sus clientes.	0	160	120	3040	1800	480	1960	7560
	80	960	3360	7200	7600	11280	7840	38320

A. PERSPECTIVAS

Cuadro 5: Cuestionario de perspectivas desarrollado con valores.

ELEMENTOS TANGIBLES	1	2	3	4	5	6	7	
LA EDPYME ACCESO dispondrá de equipamiento moderno	0	240	960	2720	2000	480	0	6400
Las instalaciones fisicas de LA EDPYME ACCESO serán visualmente atrayentes	80	1120	1080	1120	1000	720	0	5120
Los empleados de LA EDPYME ACCESO tendran una apariencia cuidada y prolija.	0	0	360	800	1800	5040	560	8560
En LA EDPYME ACCESO, los materiales asociados al servicio (tales como folleteria, documentacion, etc.) serán visualmente atrayentes.	80	160	1080	1120	4000	0	0	6440
	160	1520	3480	5760	8800	6240	560	26520

CONFIABILIDAD								
Cuando LA EDPYME ACCESO promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.	0	640	2040	0	2000	1200	0	5880
Cuando un cliente tiene un problema, LA EDPYME ACCESO mostrará sincero interes en resolverlo.	0	80	1800	1920	2000	1920	0	7720
LA EDPYME ACCESO brindará su servicio de la manera correcta la primera vez	0	160	0	3520	3000	240	0	6920
LA EDPYME ACCESO brindará su servicio en el tiempo prometido.	0	160	0	480	5400	0	2240	8280
LA EDPYME ACCESO hará el mejor esfuerzo en tener registros libres de errores.	0	720	0	2880	400	2640	0	6640
	0	1760	3840	8800	12800	6000	2240	35440

RESPUESTA								
Los empleados de LA EDPYME ACCESO T informarán con exactitud a sus clientes el momento en el que seran brindados los servicios.	0	0	600	960	0	4560	2800	8920
Los empleados de LA EDPYME ACCESO brindarán un servicio rapido a sus clientes.	80	0	240	3680	800	2160	0	6960
Los empleados de LA EDPYME ACCESO estarán siempre dispuestos a ayudar a sus clientes.	80	0	1200	480	3600	1680	0	7040
Los empleados de LA EDPYME ACCESO nunca estarán ocupados al momento de responder a los pedidos de sus clientes.	0	160	0	1280	0	6000	1400	8840
	160	160	2040	6400	4400	14400	4200	31760
SEGURIDAD								

El comportamiento de los empleados en LA EDPYME ACCESO siempre infundirá confianza.	0	0	1080	960	2200	1920	1680	7840
Los clientes de LA EDPYME ACCESO se sentirán a salvo cuando realizen sus transacciones.	0	960	0	0	5000	0	840	6800
Se sentirá usted tranquilo y seguro en las instalaciones de LA EDPYME ACCESO.	0	80	0	1440	4400	720	1400	8040
Confiará en la integridad de los empleados de la LA EDPYME ACCESO, para responder ante situaciones fortuitas.	0	480	0	3040	600	2160	840	7120
	0	1520	1080	5440	12200	4800	4760	29800
EMPATIA								
LA EDPYME ACCESO dará a sus clientes atencion individual.	0	560	1440	0	3200	480	840	6520

LA EDPYME ACCESO operará en horarios convenientes para todos sus clientes.	0	320	0	480	1600	3600	1960	7960
LA EDPYME ACCESO tendrá empleados que den a sus clientes un trato personalizado.	0	480	120	480	3600	2880	0	7560
LA EDPYME ACCESO, siempre tendrá en cuenta el principal interes de sus clientes.	120	240	1080	0	3200	1680	560	6880
LA EDPYME ACCESO comprenderá las necesidades especificas de sus clientes.	0	640	120	1920	200	3600	840	7320
	120	2240	2760	2880	11800	12240	4200	36240

4.4.2. RECOLECCION DE DATOS

Para el sondeo general se utilizó un formato de una encuesta compuesta de 22 ítems a ser evaluados en cada una de las dimensiones en base a un valor asignado en la escala de 1 a 7 puntos.

Tomando en cuenta ello se procedió a evaluar las dimensiones de los elementos tangibles, confiabilidad, respuestas, seguridad y empatía.

Para la recolección de datos es importante que los 22 ítems a evaluar se obtengan en forma afirmativa (todos), se tomó en cuenta que las respuesta a seleccionar correspondan al grado que corresponda con la afirmación, donde se establece que 1 recibirá la calificación de desacuerdo total y 7 será de acuerdo total.

Para el sondeo de datos se procedió a entregar la encuesta en forma presencial y se procedió a indicar la metodología a utilizar, procediendo luego a elaborar una plantilla (MATRICES) con fines de registrar la información.

Cuadro 6: Plantilla para registro de información.

PERSPECTIVAS	PUNTAJE	EXPECTATIVAS	PUNTAJE
Elementos Tangibles	26520	Elementos Tangibles	23760
LA EDPYME ACCESO dispondrá de equipamiento moderno	6400	LA EDPYME ACCESO dispone de equipamiento moderno	6200
Las instalaciones fisicas de LA EDPYME ACCESO serán visualmente atrayentes	5120	Las instalaciones fisicas de LA EDPYME ACCESO son	3760

		visualmente atrayentes	
Los empleados de LA EDPYME ACCESO tendran una apariencia cuidada y prolija.	8560	Los empleados de LA EDPYME ACCESO tienen una apariencia cuidada y prolija.	8120
En LA EDPYME ACCESO, los materiales asociados al servicio (tales como folleteria, documentacion, etc.) serán visualmente atrayentes.	6440	En LA EDPYME ACCESO, los materiales asociados al servicio (tales como folleteria, documentacion, etc.) son visualmente atrayentes.	5680
Confiabilidad	35440	Confiabilidad	33600
Cuando LA EDPYME ACCESO promete hacer algo en cierto tiempo, lo ejecutara.	5880	LA EDPYME ACCESO cuando promete hacer algo en cierto tiempo, lo ejecuta.	6360

Cuando un cliente tiene un problema, LA EDPYME ACCESO mostrará sincero interes en resolverlo.	7720	Cuando un cliente tiene un problema, LA EDPYME ACCESO muestra un sincero interes en resolverlo.	6560
LA EDPYME ACCESO brindará su servicio de la manera correcta la primera vez	6920	LA EDPYME ACCESO brinda su servicio de la manera correcta la primera vez	6560
LA EDPYME ACCESO brindará su servicio en el tiempo prometido.	8280	LA EDPYME ACCESO brinda su servicio en el tiempo prometido.	6440
LA EDPYME ACCESO hará el mejor esfuerzo en tener registros libres de errores.	6640	LA EDPYME ACCESO hace el mejor esfuerzo en tener registros libres de errores.	7680
Respuesta	31760	Respuesta	31040
Los empleados de LA EDPYME ACCESO	8920	Los empleados de LA EDPYME	7680

informarán con exactitud a sus clientes el momento en el que seran brindados los servicios.		ACCESO informan con exactitud a sus clientes el momento en el que seran brindados los servicios.	
os empleados de LA EDPYME ACCESO brindarán un servicio rapido a sus clientes.	6960	Los empleados de la SUNAT brindan un servicio rapido a sus clientes.	7760
Los empleados de LA EDPYME ACCESO estarán siempre dispuestos a ayudar a sus clientes.	7040	Los empleados de LA EDPYME ACCESO estan siempre dispuestos a ayudar a sus clientes.	6960
Los empleados de LA EDPYME ACCESO nunca estarán ocupados al momento de responder a los pedidos de sus clientes.	8840	Los empleados de LA EDPYME ACCESO nunca estan ocupados al momento de responder a los pedidos de sus clientes.	8640

Seguridad	29800	Seguridad	30920
El comportamiento de los empleados en LA EDPYME ACCESO siempre infundirá confianza.	7840	El comportamiento de los empleados en la SUNAT siempre infunde confianza.	6449
Los clientes de LA EDPYME ACCESO se sentirán a salvo cuando realizen sus transacciones.	6800	Los clientes de LA EDPYME ACCESO se sienten a salvo cuando realizen sus transacciones.	7160
Se siente usted tranquilo y seguro en las instalaciones de LA EDPYME ACCESO.	8040	Se sentirá usted tranquilo y seguro en las instalaciones de LA EDPYME ACCESO.	8680
Confía en la integridad de los empleados de LA EDPYME ACCESO, para responder ante situaciones fortuitas.	7120	Confiará en la integridad de los empleados de LA EDPYME ACCESO, para responder ante	8640

		situaciones fortuitas.	
Empatia	36240	Empatia	38320
LA EDPYME ACCESO dará a sus clientes atención individual.	6520	LA EDPYME ACCESO da a sus clientes atencion individual.	8280
LA EDPYME ACCESO operará en horarios convenientes para todos sus clientes.	7960	LA EDPYME ACCESO opera en horarios convenientes para todos sus clientes.	7080
LA EDPYME ACCESO tendrá empleados que den a sus clientes un trato personalizado.	7560	LA EDPYME ACCESO tiene empleados que den a sus clientes un trato personalizado.	8200
LA EDPYME ACCESO, siempre tendrá en cuenta el principal interes de sus clientes.	6880	LA EDPYME ACCESO, siempre tiene en cuenta el principal interes de sus clientes.	7200

LA EDPYME ACCESO comprenderá las necesidades especificas de sus clientes.	7320	LA EDPYME ACCESO comprende las necesidades especificas de sus clientes.	7560

En resumen, la plantilla desarrollada con puntaje sería la siguiente:

Cuadro 7: Información resumida de expectativa y perspectivas con puntaje correspondiente.

EXPECTATIVA	PUNTAJE	PERSPECTIVAS	PUNTAJE
Tangibles	23760	Tangibles	26520
Confiabilidad	33600	Confiabilidad	35440
Respuesta	31040	Respuesta	31760
Seguridad	30920	Seguridad	29800
Empatia	38320	Empatia	36240
total	157640		159760

SATISFACCIÓN = PERCEPCIÓN- EXPECTATIVAS

SATISFACCIÓN = 159760

SATISFACCIÓN = - 2120

4.4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS

En resumen, con puntaje y brechas sería:

Cuadro 8: Procesamiento de datos puntualizando la brecha entre expectativa y perspectiva.

EXPECTATIVA	PUNTAJE	PERSPECTIVAS	PUNTAJE	BRECHA
Elementos Tangibles	23760	Elementos Tangibles	26520	2760
Confiabilidad	33600	Confiabilidad	35440	1840
Respuesta	31040	Respuesta	31760	720
Seguridad	30920	Seguridad	29800	(1120)
Empatia	38320	Empatia	36240	2080

Se realizaron los siguientes pasos:

- Se consolidó los datos del sondeo en cada una de sus dimensiones e ítems evaluados
- Se calculó el promedio de los valores obtenidos para cada una de las respuestas
- Se registró en las hojas de trabajo los valores obtenidos en las dimensiones tangibles, confiabilidad, respuesta, seguridad y empatía
- Se obtuvo la brecha restando la expectativa menos la percepción.

En la segunda parte del procesamiento de datos se distribuyó los 100 puntos entre las diferentes dimensiones

Luego se procedió a multiplicar los datos obtenidos por el peso asignado a la dimensión, de tal forma que podamos determinar la existencia de brechas

Cuadro 9: Procesamiento de brechas.

Dimensión	Peso	Puntaje de Expectativa	Puntaje de Percepción	Brecha	Expectativa	Percepción	Brecha
Tangibles	30	23760	26520	2760	712800	795600	82800
Confiabilidad	10	33600	35440	1840	336000	354400	18400
Respuesta	20	31040	31760	720	620800	635200	14400
Seguridad	30	30920	29800	(1120)	927600	894000	(33600)
Empatía	10	38320	36240	2080	383200	362400	20800
	100						

4.4.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

- Lo relacionado a las expectativas y perspectivas de los elementos tangibles muestra una brecha de 82800 puntos positivos.

- Lo relacionado a las expectativas y perspectivas del elemento de confiabilidad presenta una brecha de 18400 puntos ya que las perspectivas de los clientes son mayores a la exigencias de estos.

- Lo relacionado a las expectativas y perspectivas de los elementos de respuesta indica una brecha de 14400 puntos.

- Lo relacionado a las expectativas y perspectivas de los elemento de seguridad ofrece una brecha de (33600) puntos ya que las expectativas de los clientes son mayores a la percepción de estos

- Lo relacionado a las expectativas y perspectivas del elemento de empatía refiere una brecha de 20800 puntos positivos.

Se realizó la presencia de las dimensiones y sus elementos en el cuadro de posicionamiento de dimensiones donde se mostrará cuales se encuentran por encima de la línea de satisfacción o las que están por debajo debido a que las expectativas son mayores que la percepción de parte de los clientes

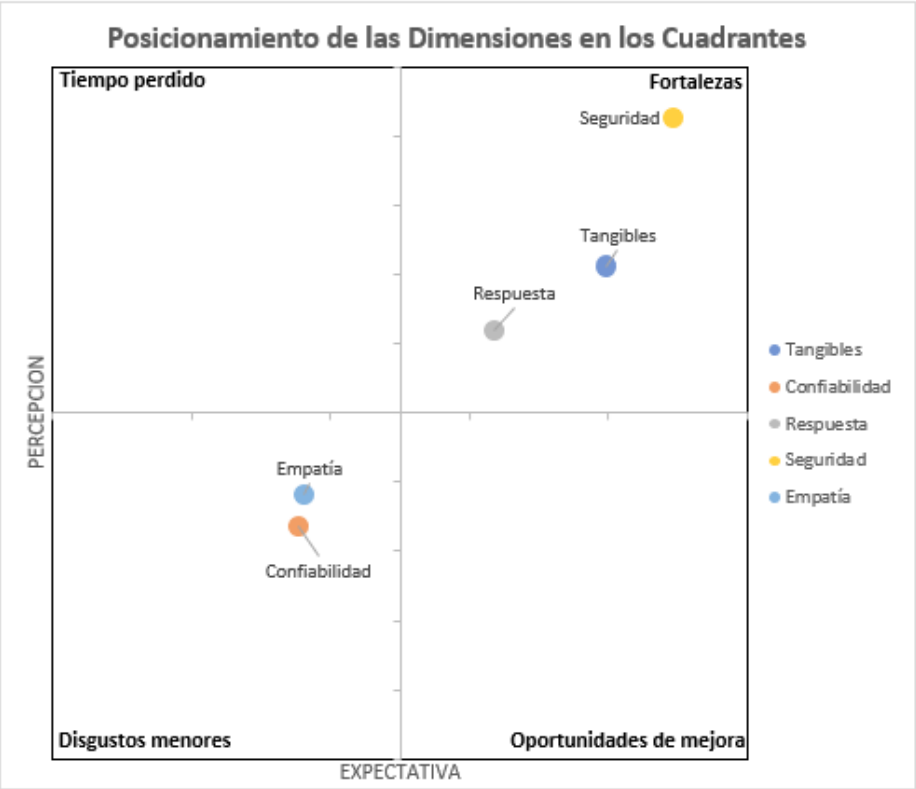

Figura 1: Posicionamiento de las dimensiones en los cuadrantes correspondientes.

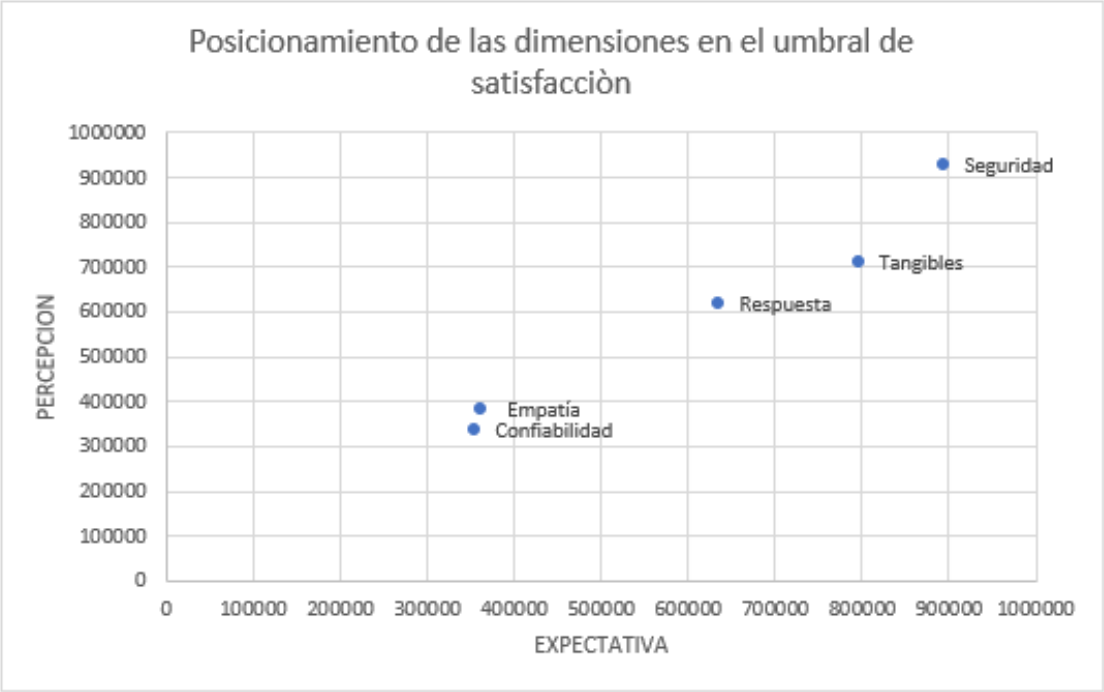

Figura 2: Posicionamiento de las dimensiones en el umbral de satisfacción.

CAPITULO N° V

PROPUESTAS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO DE ATENCION AL CLIENTE EN LA EDPYME ACCESO – AGENCIA AREQUIPA

5.1. PRESENTACION

De la aplicación del método SERVQUAL se presentaras las actividades a ser desarrolladas por la EDPYME ACCESO en cuanto a la apreciación de los clientes con respecto a las exigencias y perspectivas que tienen sus clientes.

5.2. NATURALEZA DE LA EDPYME ACCESO

EDPYME ACCESO es una organización que realiza operaciones de crédito para taxis, utilitarios y de consumo.

5.3. OBJETIVO

Formular actividades y estrategias de mejoramiento en las dimensiones tangible, confiabilidad, respuesta, seguridad y empatía.

5.4. ALCANCE

El mejoramiento de las exigencias y percepción de los clientes de la EDPYME ACCESO en cuanto a sus operaciones de crédito de taxi, consumo y utilitario a nivel de la región de Arequipa.

5.5. DE LAS DIMENSIONES DE EDPYME ACCESO

5.5.1. TANGIBLES

A. ANALISIS

Dimensión	Peso	Puntaje de Expectativa	Puntaje de Percepción	Brecha	Expectativa	Percepción	Brecha
Tangibles	30	23760	26520	2760	712800	795600	82800

La dimensión tangible muestra según la información procesada una brecha de 82800 puntos, desprendiendo de ello que recibe la apreciación de 712800

puntos con relación a las expectativas y de 795600 puntos la perspectiva de parte de los clientes recibiendo la calificación de acuerdo total con relación a los elementos tangibles siguientes:

Elementos Tangibles
EDPYME ACCESO dispondrá de equipamiento moderno
Las instalaciones fisicas de LA EDPYME ACCESO serán visualmente atrayentes
Los empleados de LA EDPYME ACCESO tendran una apariencia cuidada y prolija.
En LA EDPYME ACCESO, los materiales asociados al servicio (tales como folleteria, documentacion, etc.) serán visualmente atrayentes.

B. ACTIVIDADES

Con fines de mantener su posicionamiento y mejorar los servicios que presta deberá de tomar en cuenta las siguientes actividades:

- Implementar equipos modernos que estén de acuerdo a los servicios prestados.
- Mejorar la infraestructura de sus edificios haciéndola mas atrayente a los clientes.
- Constantemente deben realizar capacitación a su personal sobre temas de protocolo social y empresarial.
- Difundir la información de los servicios de la empresa no a través de bolanteria estacionada si no mediante difusión de movimiento.

C. ESTRATEGIAS

- Mantenerse en la vanguardia de los adelantos en cuanto a equipos modernos y aplicables a las operaciones de crédito ofertados por la EDPYME ACCESO.
- Habilitar o construir sus edificios que permitan la implementación de moderno flujo de operaciones y tránsito de sus clientes de tal forma que se les presente hospitalidad.
- Organizar eventos empresariales donde se difunda la modalidad de comportamiento y desarrollo personal.
- Difundir la información de las operaciones de la EDPYME ACCESO mediante las redes sociales dirigidas especialmente a sus clientes preferenciales

5.5.2. CONFIABILIDAD

A. ANALISIS

Dimensión	Peso	Puntaje de Expectativa	Puntaje de Percepción	Brecha	Expectativa	Percepción	Brecha
Confiabili-dad	10	33600	35440	1840	336000	354400	18400

La dimensión confiabilidad muestra según la información procesada una brecha de 18400 puntos, deduciendo de ello que recibe la apreciación de 336000 puntos con relación a las expectativas y de 354400 puntos la perspectiva de parte de los clientes recibiendo la calificación de desacuerdo total con relación a los elementos de confiabilidad siguientes:

Confiabilidad
Cuando LA EDPYME ACCESO promete hacer algo en cierto tiempo, lo ejecutara.
Cuando un cliente tiene un problema, LA EDPYME ACCESO mostrará sincero interes en resolverlo.

LA EDPYME ACCESO brindará su servicio de la manera correcta la primera vez
LA EDPYME ACCESO brindará su servicio en el tiempo prometido.
LA EDPYME ACCESO hará el mejor esfuerzo en tener registros libres de errores.

B. ACTIVIDADES

Con fines de mantener su posicionamiento y mejorar los servicios que presta deberá de tomar en cuenta las siguientes actividades:

- La empresa para el desarrollo de sus actividades debe someterse al cumplimiento de lo establecido en sus planes de gestión.
- Inducir a los colaboradores a mostrar mucho interés con relación a los problemas de sus clientes.
- Establecer como eslogan de la empresa el cliente debe ser atendido de la mejor forma desde su inicio y consecuentes operaciones financieras que vaya a realizar.
- Establecer como política de estricto cumplimiento la atención de sus clientes en el menor tiempo.
- Establecer como parte de su gestión la realización de sus operaciones a ser registradas con cero errores.

C- ESTRATEGIAS

- Buscar la participación de los colaboradores en la formulación de sus planes propios de su gestión.
- Realizar casuística donde los colaboradores hagan el papel de clientes con el fin de que estos experimenten el interés que tiene el cliente en que se resuelvan sus problemas.
- Aprovechar el estado emocional de sus clientes mediante mensajes que se apoderen de su mente y orientación de sus necesidades.
- Realizar casuísticas de atención al cliente en el menor tiempo mediante operaciones que reduzcan los tiempos y movimientos de parte de los colaboradores.
- Implementar procedimientos y controles alertas que permitan identificar los posibles errores

5.1.3. RESPUESTA

A. ANALISIS

Dimensión	Peso	Puntaje de Expectativa	Puntaje de Percepción	Brecha	Expectativa	Percepción	Brecha
Respuesta	20	31040	31760	720	620800	635200	14400

La dimensión respuesta muestra según la información procesada una brecha de 14400 puntos, deduciendo de ello que recibe la apreciación de 620800 puntos

con relación a las expectativas y de 635200 puntos la perspectiva de parte de los clientes recibiendo la calificación de acuerdo total con relación a los elementos de respuesta siguientes:

Respuesta
Los empleados de LA EDPYME ACCESO informarán con exactitud a sus clientes el momento en el que seran brindados los servicios.
Los empleados de LA EDPYME ACCESO brindarán un servicio rápido a sus clientes.
Los empleados de LA EDPYME ACCESO estarán siempre dispuestos a ayudar a sus clientes.
Los empleados de LA EDPYME ACCESO nunca estarán ocupados al momento de responder a los pedidos de sus clientes.

B. ACTIVIDADES

Con fines de mantener su posicionamiento y mejorar los servicios que presta deberá de tomar en cuenta las siguientes actividades:

- Desarrollar un manual de atención al cliente donde se establezca políticas relacionadas con la información a impartir con mayor exactitud.
- Realizar simulaciones de atención al cliente incidiendo en la rapidez de los servicios prestados.
- Motivar a los colaboradores a estar predispuestos a apoyar en el desarrollo de las operaciones o consultas de sus clientes.
- Inducir a dar preferencia a la atención de los clientes mediante un orden de sus actividades que les permita contar con el tiempo oportuno para responder a los requerimientos de sus clientes.

C- ESTRATEGIAS

- Orientar la participación de sus colaboradores en la formulación del manual de atención al cliente.
- Mostrar ante el cliente la rapidez en atender los servicios ofertados por la EDPYME ACCESO.
- Designar a colaboradores para guiar a los clientes según las operaciones que desea realizar.
- Disponer que las operaciones y transacciones crediticias a ser realizadas por los clientes en un tiempo solo para ellos.

5.1.4. SEGURIDAD

A. ANALISIS

dimencion	Peso	Puntaje de Expectativa	Puntaje de Percepción	Brecha	Expectativa	Percepción	Brecha
seguridad	30	30920	29800	(1120)	927600	894000	33600

La dimensión seguridad muestra según la información procesada una brecha de 33600 puntos, desprendiéndose de ello que recibe la apreciación 927600puntos con relación a las expectativas y de 894000 puntos la perspectiva de parte de los clientes recibiendo la calificación de desacuerdo total con relación a los elementos de seguridad siguientes:

Seguridad
El comportamiento de los empleados en LA EDPYME ACCESO siempre infundirá confianza.
Los clientes de LA EDPYME ACCESO se sentirán a salvo cuando realizen sus transacciones.
Se siente usted tranquilo y seguro en las instalaciones de LA EDPYME ACCESO.
Confía en la integridad de los empleados de LA EDPYME ACCESO, para responder ante situaciones fortuitas.

B. ACTIVIDADES

Con fines de mantener su posicionamiento y mejorar los servicios que presta deberá considerar las siguientes actividades:

- Desarrollar actividades que le permitan a los colaboradores irradiar confianza en lo que comunica y la realización de sus operaciones mostrando responsabilidad y seguridad.
- Brindar a los clientes ambientes de tranquilidad y de seguridad por parte de nuestro personal.
- Someter a los colaboradores a enfrentar temas de mayores dificultades y de exigencia de alta presión ante situaciones fortuitas.

C- ESTRATEGIAS

- Implementar equipos de seguridad acompañado de personal preparado para proteger los intereses de sus clientes.
- Ubicar al personal de seguridad en los puntos estratégicos y de mayor riesgo.
- Realizar simulaciones de operaciones complejas a ser resueltas por parte de los colaboradores.

5.1.5. EMPATIA

A. ANALISIS

Dimensión	Peso	Puntaje de Expectativa	Puntaje de Percepción	Brecha	Expectativa	Percepción	Brecha
Empatía	10	38320	36240	2080	383200	362400	20800

La dimensión empatía muestra según la información procesada una brecha de 20800 puntos, deduciendo que recibe la apreciación de 383200 puntos con relación a las expectativas y de 362400 puntos la perspectiva de parte de los clientes recibiendo la calificación de acuerdo total con relación a los elementos empatía siguientes:

Empatía
LA EDPYME ACCESO dará a sus clientes atencion individual.
LA EDPYME ACCESO operará en horarios convenientes para todos sus clientes.
LA EDPYME ACCESO tendrá empleados que den a sus clientes un trato personalizado.
LA EDPYME ACCESO, siempre tendrá en cuenta el principal interes de sus clientes.
LA EDPYME ACCESO comprenderá las necesidades especificas de sus clientes.

B. ACTIVIDADES

Con fines de mantener su posicionamiento y mejorar los servicios que presta deberá de tomar en cuenta las siguientes actividades:

- Establecer políticas de gestión preferencial a los clientes cuando realicen sus operaciones y transacciones financieras.
- Mantener en sus instalaciones personal que cubra los puestos especialmente en la etapa de capacitación y horas de refrigerio.
- Designar a colaboradores que den un trato personalizado a sus clientes cuando se den casos de refinanciamiento o absolución de problemas presentados en el incumplimiento de sus obligaciones
- Mostar a sus clientes que son un elemento muy importante para la financiera.
- Formar a los colaboradores en actitudes necesarias que les permita comprender las necesidades de los clientes.

C- ESTRATEGIAS

- Difundir y poner en conocimiento de los colaboradores las acciones preferenciales hacia sus clientes.
- Crear un cuadro de frecuencias para la atención de los clientes en forma rotativa de tal manera que siempre se cuente con personal que atienda a los clientes.
- Implementar una ventanilla de soluciones a los problemas presentados por los clientes especialmente cuando estos salieron del manejo de acuerdo a las políticas establecidas.

- Mostrar actitudes de parte de los colaboradores haciendo notar a los clientes su importancia.
- Preparar a los colaboradores mediante capacitaciones continuas que les permita comprender los problemas de los clientes en forma individual.

CONCLUSIONES

PRIMERA:

La aplicación del modelo SERVQUAL al sistema de crédito taxi, utilitario y consumo ofertado por la EDPYME ACCESO agencia Arequipa determinó el nivel de calidad de dicho servicio demostrando que las expectativas y perspectivas de los elementos tangibles , confiabilidad, respuesta y empatía presentan una brecha positiva, y una brecha negativa con respecto al elemento de seguridad, por lo que se deduce que la opinión es favorable al estar de acuerdo con la calidad de servicios prestados.

SEGUNDA:

Asimismo, la aplicación del modelo SERVQUAL al sistema de crédito taxi, utilitario y consumo ofertado por la EDPYME ACCESO agencia Arequipa, determinó que los elementos de tangibilidad 82800, confiabilidad 18400, respuesta 14400 y empatía 20800 muestran una brecha positivas debido a que las expectativas de los clientes son menores a la percepción por lo que se deduce que la opinión es favorable al estar en desacuerdo con la calidad de servicios prestados.

TERCERA:

Con respecto al elemento seguridad, la aplicación del modelo SERVQUAL al sistema de crédito taxi, utilitario y consumo ofertado por la EDPYME ACCESO agencia Arequipa, determinó que estos muestran una brecha de (33600) puntos debido a que las expectativas

de los clientes son mayores a la percepción por lo que se deduce que la opinión no es favorable al estar en desacuerdo con la calidad de servicios prestados.

CUARTA:

Los resultados en el posicionamiento de las dimensiones de los cuadrantes, determinan como fortalezas la seguridad, tangibles y la respuesta que tiene la EDPYME ACCESO CREDTICIO con los clientes.

QUINTA:

En el posicionamiento de las dimensiones de los cuadrantes, se observa que existen como disgustos menores la confiabilidad y empatía que tiene EDPYME ACCESO CREDITICIO con sus clientes.

RECOMENDACIONES

PRIMERA:

Implementar las actividades y estrategias formuladas en el capítulo V, sobre las dimensiones de expectativas y perspectivas de acuerdo al elemento de tangibilidad, confiabilidad, respuesta y empatía con fines de sostener la apreciación de sus clientes y consecuentemente mejorarlas.

SEGUNDA:

Implementar las actividades y estrategias formuladas en el capítulo V, sobre las dimensiones de tangibilidad , confiabilidad , respuesta y empatía las que muestran una brecha positivas, con la finalidad de sostener dichas dimensiones , de tal forma se pueda mejorarlas constantemente

TERCERA:

Implementar las actividades y estrategias formuladas en el capítulo V, sobre las dimensiones de expectativas y perspectivas de acuerdo al elemento de seguridad, para superar la apreciación negativa de sus clientes y consecuentemente establecer que cambien dichas apreciaciones.

BIBLIOGRAFÍA

1. Babakus, E. y Boller, G. W. (1992). "An empirical assessment of the SERVQUAL scale". Journal of Business Research, Vol. 24. Págs. 253-268.
2. Carman, J. M. (1990). "Consumer perceptions of service quality: An assessment of the SERVQUAL dimensions". Journal of Retailing, Volumen 66. Págs. 33-55
3. Cronin, J. J. y Taylor, S. A. (1994). "SERVPERF Versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality". Journal of Marketing, Vol. 58. Págs. 125-131.
4. Montoya Ricardo - Rodrigo Niño (2002). Investigación de mercados, 03 de octubre 2002.
5. Morales, M. y Calderón Moncloa, L. F. (2005). Desarrollo de un instrumento para medir la calidad de servicio en cursos y programas de educación para ejecutivos. *Revista de empresa*, *13*(1), 30-41.
6. Myrta Mireya Rodriguez Sifuentes, Una herramienta para evaluar el servicio: El SERVQUAL, ITESM Campus, Mazatlan, México. mrodrigu@campus.maz.itesm.mx
7. Parasuraman, A.; Zeithaml, V. A. y Berry, L. L. (1988). "SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". Journal of Retailing, Volumen 64, Nº 1, Primavera. Págs. 12-40.

ANEXOS

A. EXPECTATIVAS

ELEMENTOS TANGIBLES	1	2	3	4	5	6	7
LA EDPYME ACCESO dispondrá de equipamiento moderno							
Las instalaciones físicas de LA EDPYME ACCESO serán visualmente atrayentes							
Los empleados de LA EDPYME ACCESO tendrán una apariencia cuidada y prolija.							
En LA EDPYME ACCESO, los materiales asociados al servicio (tales como folleteria, documentación, etc.) serán visualmente atrayentes.							
CONFIABILIDAD							
Cuando LA EDPYME ACCESO promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.							
Cuando un cliente tiene un problema, LA EDPYME ACCESO mostrará sincero interés en resolverlo.							
LA EDPYME ACCESO brindará su servicio de la manera correcta la primera vez							

LA EDPYME ACCESO brindará su servicio en el tiempo prometido.							
LA EDPYME ACCESO hará el mejor esfuerzo en tener registros libres de errores.							
RESPUESTA							
Los empleados de LA EDPYME ACCESO informarán con exactitud a sus clientes el momento en el que serán brindados los servicios.							
Los empleados de LA EDPYME ACCESO brindarán un servicio rápido a sus clientes.							
Los empleados de LA EDPYME ACCESO estarán siempre dispuestos a ayudar a sus clientes.							
Los empleados de LA EDPYME ACCESO nunca estarán ocupados al momento de responder a los pedidos de sus clientes.							
SEGURIDAD							
El comportamiento de los empleados en LA EDPYME ACCESO siempre infundirá confianza.							
Los clientes de la SUNAT se sentirán a salvo cuando realicen sus transacciones.							
Se siente usted tranquilo y seguro en las instalaciones de LA EDPYME ACCESO							

Confía en la integridad de los empleados de LA EDPYME ACCESO, para responder ante situaciones fortuitas.							
EMPATIA							
LA EDPYME ACCESO dará a sus clientes atención individual.							
LA EDPYME ACCESO operará en horarios convenientes para todos sus clientes.							
LA EDPYME ACCESO tendrá empleados que den a sus clientes un trato personalizado.							
LA EDPYME ACCESO, siempre tendrá en cuenta el principal interes de sus clientes.							
LA EDPYME ACCESO comprenderá las necesidades especificas de sus clientes.							

B. PERSPECTIVAS

ELEMENTOS TANGIBLES	1	2	3	4	5	6	7
LA EDPYME ACCESO dispondrá de equipamiento moderno							
Las instalaciones físicas de LA EDPYME ACCESO serán visualmente atrayentes							
Los empleados de LA EDPYME ACCESO tendrán una apariencia cuidada y prolija.							
En LA EDPYME ACCESO, los materiales asociados al servicio (tales como folleteria, documentación, etc.) serán visualmente atrayentes.							
CONFIABILIDAD							
Cuando LA EDPYME ACCESO promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.							
Cuando un cliente tiene un problema, LA EDPYME ACCESO mostrará sincero interes en resolverlo.							
LA EDPYME ACCESO brindará su servicio de la manera correcta la primera vez							
LA EDPYME ACCESO brindará su servicio en el tiempo prometido.							
LA EDPYME ACCESO hará el mejor esfuerzo en tener registros libres de errores.							

RESPUESTA							
Los empleados de LA EDPYME ACCESO informarán con exactitud a sus clientes el momento en el que serán brindados los servicios.							
Los empleados de LA EDPYME ACCESO brindarán un servicio rápido a sus clientes.							
Los empleados de LA EDPYME ACCESO estarán siempre dispuestos a ayudar a sus clientes.							
Los empleados de LA EDPYME ACCESO nunca estarán ocupados al momento de responder a los pedidos de sus clientes.							
SEGURIDAD							
El comportamiento de los empleados en LA EDPYME ACCESO siempre infundirá confianza.							
Los clientes de LA EDPYME ACCESO se sentirán a salvo cuando realicen sus transacciones.							
Se sentirá usted tranquilo y seguro en las instalaciones de LA EDPYME ACCESO.							
Confiará en la integridad de los empleados de LA EDPYME ACCESO, para responder ante situaciones fortuitas.							
EMPATIA							
LA EDPYME ACCESO dará a sus clientes atención individual.							

LA EDPYME ACCESO operará en horarios convenientes para todos sus clientes.							
LA EDPYME ACCESO tendrá empleados que den a sus clientes un trato personalizado.							
LA EDPYME ACCESO, siempre tendrá en cuenta el principal interés de sus clientes.							
LA EDPYME ACCESO comprenderá las necesidades específicas de sus clientes.							