



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

TESIS

**LOS CRÉDITOS PIGNORATICIOS Y SU INFLUENCIA EN LA
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA CAJA SOLIDARIA DE INVERSIÓN
POPULAR DE IQUITOS EN EL PRIMER SEMESTRE 2019**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN GESTIÓN
EMPRESARIAL**

**PRESENTADO POR : EDUARDO GABRIEL ROJAS PANDURO
ASESOR : ING. WILSON GUERRA SANGAMA, DR.**

IQUITOS, PERÚ

2021



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

TESIS

**LOS CRÉDITOS PIGNORATICIOS Y SU INFLUENCIA EN LA
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA CAJA SOLIDARIA DE INVERSIÓN
POPULAR DE IQUITOS EN EL PRIMER SEMESTRE 2019**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN GESTIÓN
EMPRESARIAL**

**PRESENTADO POR : EDUARDO GABRIEL ROJAS PANDURO
ASESOR : ING. WILSON GUERRA SANGAMA, DR.**

IQUITOS, PERÚ

2021



UNAP

Escuela de Postgrado "JOSÉ TORRES VÁSQUEZ"
Oficina de Asuntos Académicos



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS
050-2021-OAA-EPG-UNAP

Con Resolución Directoral N° 0634-2021-EPG-UNAP, se autoriza la sustentación de la Tesis denominada: "LOS CRÉDITOS PIGNORATICIOS Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA CAJA SOLIDARIA DE INVERSIÓN POPULAR DE IQUITOS EN EL PRIMER SEMESTRE 2019", teniendo como jurados a los siguientes profesionales:

| | |
|--|------------|
| CPC. Abelardo Lener Tuesta Cárdenas, Dr. | Presidente |
| Lic. Adm. Víctor Arturo Jesús Castillo Canani, Dr. | Miembro |
| Lic. Adm. Carlos Leandro Tuesta Chuquipiondo, Mgr. | Miembro |
| Ing. Wilson Guerra Sangama, Dr. | Asesor |

A los veintitres días del mes de setiembre del 2021, a las 14:00 horas, en la modalidad virtual zoom institucional de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, se constituyó el Jurado Evaluador y dictaminador, para escuchar y evaluar la sustentación de la Tesis denominada: "LOS CRÉDITOS PIGNORATICIOS Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA CAJA SOLIDARIA DE INVERSIÓN POPULAR DE IQUITOS EN EL PRIMER SEMESTRE 2019" presentado por el señor EDUARDO GABRIEL ROJAS PANDURO, como requisito para obtener el **Grado Académico de Maestro en Gestión Empresarial**, que otorga la UNAP de acuerdo a la Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.

Después de haber escuchado la sustentación y luego de formuladas las preguntas, éstas fueron:

RESPONDIDAS SATISFACTORIAMENTE

El Jurado, después de la deliberación correspondiente en privado, llegó a las siguientes conclusiones, la sustentación es:

1. Aprobado como: a) Excelente () b) Muy bueno () c) Bueno (X)

2. Desaprobado: ()

Observaciones: *NINGUNA*

A Continuación, el Presidente del Jurado, da por concluida la sustentación, siendo las *16.30* del veintitres de setiembre del 2021; con lo cual, se le declara al sustentante *Apto* para recibir el **Grado Académico de Maestro en Gestión Empresarial**.

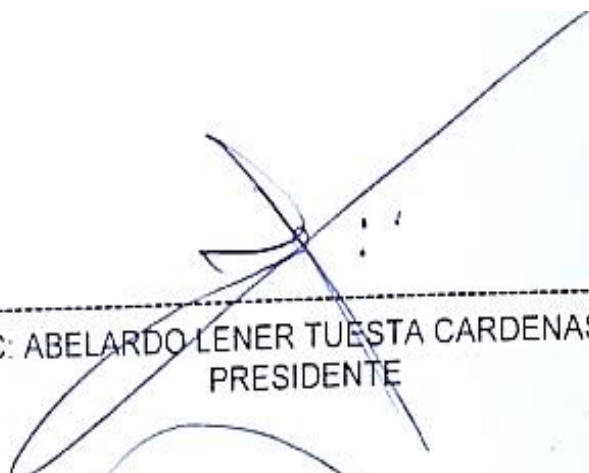
CPC. Abelardo Lener Tuesta Cárdenas, Dr.
Presidente

Lic. Adm. Víctor Arturo Jesús Castillo Canani, Dr.
Miembro


Lic. Adm. Carlos Leandro Tuesta Chuquipiondo, Mgr.
Miembro

Ing. Wilson Guerra Sangama, Dr.
Asesor


TESIS APROBADA EN SUSTENTACIÓN PÚBLICA EL 23 DE SEPTIEMBRE DE 2021 POR EL APLICATIVO ZOOM DE LA ESCUELA DE POSTGRADO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA AMAZONÍA PERUANA, EN LA CIUDAD DE IQUITOS – PERÚ.



CPC: ABELARDO LENER TUESTA CARDENAS, DR.
PRESIDENTE



LIC. ADM. VÍCTOR ARTURO CASTILLO CANANI, DR.
MIEMBRO



LIC. ADM. CARLOS LEANDRO TUESTA CHUQUIPIONDO, MGR.
MIEMBRO



ING. WILSON GUERRA SANGAMA, DR.
ASESOR

Dedico el presente trabajo a mis padres, por el esfuerzo y cariño que me brindaron durante todo el proceso de mi vida. Por ser mi inspiración y fortaleza para seguir encaminando mis proyectos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a los docentes de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana por formarme como profesional y apoyarme con sus conocimientos; Por brindarme sus tiempo y fortaleza en el proceso; y, así lograr cumplir una de mis metas.

Agradezco al Ing. WILSON GUERRA SANGAMA, por su orientación en el proceso y ser mi guía en el camino del desarrollo de esta tesis.

Agradezco al gerente general y colaboradores de la CAJA SOLIDARIA DE INVERSIÓN POPULAR DE IQUITOS, por facilitarme la información y colaborar en el desarrollo de la presente investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | Páginas |
|---|----------------|
| Carátula | i |
| Contracarátula | ii |
| Acta de sustentación | iii |
| Jurado | iv |
| Dedicatoria | v |
| Agradecimiento | vi |
| Índice de contenidos | vii |
| Índice de tablas, gráficos o ilustraciones | viii |
| Resumen | x |
| Abstract | xi |
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| CAPITULO I: MARCO TEÓRICO | 4 |
| 1.1 Antecedentes | 4 |
| 1.2 Bases teóricas | 7 |
| 1.3 Definición de Términos Básicos | 17 |
| CAPITULO II: VARIABLES E HIPÓTESIS | 18 |
| 2.1 Variables y su Operacionalización | 18 |
| 2.2 Formulación de hipótesis | 20 |
| CAPITULO III: METODOLOGIA | 21 |
| 3.1 Tipo y diseño de la investigación | 21 |
| 3.2 Población y muestra | 22 |
| 3.3 Técnicas e instrumentos | 22 |
| 3.4 Procedimientos de recolección de datos | 22 |
| 3.5 Técnicas de procesamiento y análisis de los datos | 23 |
| CAPITULO IV: RESULTADOS | 24 |
| CAPITULO V: DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS | 36 |
| CAPITULO VI: PROPUESTA | 39 |
| CAPITULO VII: CONCLUSIONES | 41 |
| CAPITULO VIII: RECOMENDACIONES | 42 |
| CAPITULO IX: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 43 |
| ANEXOS | 46 |
| 1. Matriz de consistencia | |
| 2. Instrumentos de recolección de datos | |
| 3. Informe de validación y confiabilidad | |

ÍNDICE DE TABLAS

| | Páginas |
|---|----------------|
| Tabla N° 01 Análisis de la oferta de los créditos pignoraticios en los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos | 26 |
| Tabla N° 02 Análisis de la tasa de interés de los créditos pignoraticios en los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos | 27 |
| Tabla N° 03 Análisis del acceso al crédito de los créditos pignoraticios en los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos | 28 |
| Tabla N° 04 Análisis del préstamo de los créditos pignoraticios en los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos | 29 |
| Tabla N° 05 Análisis de la variable créditos pignoraticios en los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos | 30 |
| Tabla N° 06 Análisis de elementos tangibles en la satisfacción de los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos | 31 |
| Tabla N° 07 Análisis de la fiabilidad en la satisfacción de los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos | 32 |
| Tabla N° 08 Análisis de la capacidad de respuesta en la satisfacción de los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos | 33 |
| Tabla N° 09 Análisis de la seguridad en la satisfacción de los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos | 34 |
| Tabla N° 10 Análisis de la empatía en la satisfacción de los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos | 35 |
| Tabla N° 11 Análisis de la variable satisfacción del cliente en la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos | 36 |
| Tabla N° 12 Influencia de los créditos pignoraticios en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019 | 37 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | Páginas |
|---|----------------|
| Gráfico N° 01 Análisis de la oferta de los créditos pignoraticios en los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos | 26 |
| Gráfico N° 02 Análisis de la tasa de interés de los créditos pignoraticios en los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos | 27 |
| Gráfico N° 03 Análisis del acceso al crédito de los créditos pignoraticios en los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos | 28 |
| Gráfico N° 04 Análisis del préstamo de los créditos pignoraticios en los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos | 29 |
| Gráfico N° 05 Análisis de la variable créditos pignoraticios en los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos | 30 |
| Gráfico N° 06 Análisis de elementos tangibles en la satisfacción de los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos | 31 |
| Gráfico N° 07 Análisis de la fiabilidad en la satisfacción de los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos | 32 |
| Gráfico N° 08 Análisis de la capacidad de respuesta en la satisfacción de los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos | 33 |
| Gráfico N° 09 Análisis de la seguridad en la satisfacción de los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos | 34 |
| Gráfico N° 10 Análisis de la empatía en la satisfacción de los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos | 35 |
| Gráfico N° 11 Análisis de la variable satisfacción del cliente en la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos | 36 |
| Gráfico N° 12 Influencia de los créditos pignoraticios en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019 | 37 |

RESUMEN

Esta investigación tuvo como problema general ¿De qué manera los créditos pignoratícios influyen en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019? El objetivo general fue identificar la influencia de los créditos pignoratícios en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019. El estudio fue cuantitativo, de tipo descriptivo correlacional y transversal. La población estuvo integrada por 1,200 clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos. La muestra estuvo formada por 379 clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos. La técnica fue la entrevista y los instrumentos fueron el cuestionario. En la ejecución de los resultados, tabla 5 y gráfico 5; se observa que del 100% (379) clientes encuestados, 59% (224) refirieron satisfacción media, 21% (81) se mostraron satisfechos y el 20% (74) insatisfechos; en la tabla 12 y gráfico 12, se observa que del 100% (379) clientes encuestados, 59% (225) refirieron satisfacción media, 23% (85) se mostraron satisfechos y el 18% (69) insatisfechos. Llegando a la conclusión de que se debería replantear los niveles de tasas de interés. En su mayoría, los clientes se muestran medianamente satisfechos e insatisfechos respecto de los intereses de sus créditos pignoratícios. Sería adecuado realizar un estudio de la competencia en el mercado nacional, y adecuar las tasas de interés, a fin de estar en el nivel de la competencia.

Palabras clave: Satisfacción del cliente, crédito pignoratício, crédito prendario y los clientes.

ABSTRACT

This research had as a general problem, in what way do pledge loans influence customer satisfaction of the Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos in the first half of 2019? The general objective was to identify the influence of pledged loans on customer satisfaction of the Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos in the first semester of 2019. The study was quantitative, descriptive, correlational and cross-sectional. The population was made up of 1,200 clients of the Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos. The sample consisted of 379 clients of the Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos. The technique was the interview and the instruments were the questionnaire. In the execution of the results, table 5 and graph 5; It is observed that of 100% (379) surveyed clients, 59% (224) reported average satisfaction, 21% (81) were satisfied and 20% (74) were dissatisfied; Table 12 and graph 12 show that of the 100% (379) surveyed customers, 59% (225) reported average satisfaction, 23% (85) were satisfied and 18% (69) were dissatisfied. Coming to the conclusion that interest rate levels should be rethought. Most of the clients are moderately satisfied and dissatisfied with the interest on their pledged loans. It would be appropriate to carry out a study of competition in the national market, and adjust interest rates, in order to be at the level of competition.

Keywords: Customer satisfaction, pledge credit, pledge credit and custom

INTRODUCCIÓN

La Superintendencia de Banca y Seguros y AFP- Ley N° 26702. La Superintendencia De Banca y Seguros (SBS) es el organismo que se encarga de la supervisión y regulación de los sistemas financieros de seguros y del Sistema Privado de Pensiones, así como detectar y prevenir el lavado de activos y la financiación del terrorismo. El sistema financiero en el Perú se encuentra regulado por esta. En el 2014 emite la Resolución S.B.S. N° 1802-2014 donde se precisa sobre el sistema de los créditos pignoratícios. Según la Resolución S.B.S. N° 1802-2014 “los créditos pignoratícios son una modalidad de crédito de consumo que se concede al afectarse en garantía, con la desposesión del bien, alhajas y otros objetos”. (p.3).

Tal es así que en la ciudad de Iquitos se crean Micro Empresas dedicadas a este rubro y una de ellas es la Caja Solidaria De Inversión Popular, que inicialmente contaba con tres colaboradores, estando formalizada desde el inicio de sus actividades en la SUNAT, generando ingresos promedios anual de medio millón de SOLES por pago de intereses y cancelación de créditos pignoratícios, con una cartera de morosidad de un 10%, y una cartera castigada de cero, con el pasar del tiempo se incrementaron los clientes haciendo que todo vaya en ascenso, adquiriendo local propio y dos sucursales en diversos lugares estratégicos de la ciudad de Iquitos e implementando el número de colaboradores, contando también con un sistema y base de datos de los clientes, control de pagos y ambientes más amplio.

En su mayoría los clientes de estas entidades son personas no tienen récord crediticio y los que tienen historial crediticio, gran parte de ellos, presentan problemas de calificación de riesgo en el sistema financiero, lo que les impide acceder a nuevas líneas de crédito que ofrecen las entidades del sistema financiero. Ante el aumento de estas entidades financieras aparece la competitividad y con ello las mejoras en los servicios que brindan cada una de ellas. En ese sentido, esta investigación considera como propósito principal investigar si los clientes se sienten satisfechos en todos los sentidos (tales como servicio y pago por gramo de oro) con los créditos pignoratícios ofrecidos en la Caja Solidaria de Inversión Popular.

En este parámetro, la investigación buscará identificar la satisfacción del cliente y su relación con los créditos pignoraticios, mediante procedimientos que se estimaran en el desarrollo de la presente investigación; dado en el contexto se precisó como problema general: ¿De qué manera los créditos pignorativos influyen en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019?, teniendo como problemas específicos; ¿Cómo influye las ofertas en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019?, ¿Cómo influye las tasas de interés en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019?; y, ¿Cómo influye el acceso al crédito en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019?

Por lo tanto, se estableció como objetivo general: Determinar si los créditos pignorativos influyen en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019. Para ello se consideró 3 objetivos específicos: Establecer si influye las ofertas en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019, Establecer si influye las tasas de interés en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019; y, Establecer si influye el acceso al crédito en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019.

Por otro lado, la investigación facilitó la información a las diversas cajas y/o otras entidades dedicadas al rubro de los créditos pignoraticios, con el fin de hacer mejoras en los diversos puntos que puedan carecer en la satisfacción del cliente con referencia a los créditos, a su vez se enfatizó la problemática mostrando las diversas alternativas de posibles soluciones que se puedan realizar en la ejecución de alguna mejora. Así mismo, la presente investigación fue viable, ya que se contó que los recursos financieros necesarios para cubrir los gastos que genera el proceso de investigación y desarrollo del estudio, además, se contó con los recursos humanos que contribuyan a la recolección y procesamiento de datos, a su vez con los materiales necesarios según lo programado.

En la actualidad una de las limitaciones para el recabo de información fue el confinamiento social y las medidas de bioseguridad, debido a la pandemia por el Covid-19, el incremento de los precios en transportes y materiales de bioseguridad para el acceso a los establecimiento, ya que se necesitaba recabar información y llenar cuestionarios para enriquecer al presente trabajo de investigación, tomando como medio preventivo los trabajos remotos y evitar el contacto directo con otra personas; buscando alternativas de soluciones con las reuniones vía zoom en diversos periodos, para adquirir la mayor cantidad de información que sea necesario.

CAPITULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes

En el 2018 se desarrollaron una investigación de tipo cualitativa que empleó un diseño descriptivo, en vista que describió y detalló la realidad al igual que se presenta en la vida real con una población de 21 trabajadores de la Entidad de Desarrollo Para la Pequeña y Microempresa Inversiones La Cruz S.A. Se llegó a la conclusión de que un 57.1 % de los trabajadores no conocen que existe una planificación estratégica y tampoco conocen los objetivos estratégicos de la entidad, lo cual incide en la falta de incremento de cartera de créditos en joyas durante el primer trimestre del año; asimismo, un 95 % de los colaboradores afirman que si llegar a implementar una planificación estratégica ellos la apoyarían. (Guerra, A. y Contreras, S: 2018).

En el 2014 se desarrolló una investigación de tipo descriptiva, con enfoque cuantitativo y con diseño no experimental y transversal, y que tuvo como población a 97 clientes de Casa Mazatlán. Se llegó a la conclusión de que los créditos prendarios llegan a satisfacer las necesidades, tanto para aquellas personas naturales frente a eventos urgentes como alimentación, salud o gastos varios; como para la satisfacción suntuosa de compras de uso personal o viajes. Asimismo, para personas jurídicas (MYPE) el fácil acceso a créditos ante la ausencia de capital de trabajo, liquidez o pago de proveedores, lo que permitiría el cumplimiento de obligaciones de pagos o la realización de actividades como microempresa. Adicionalmente, se tendría evidencia de una variedad de oferta para esta clase de crédito, ante una demanda creciente en vista de su fácil acceso a créditos, y cantidades mínimas de requerimientos. (Tacure, 2014)

En el 2017 se desarrollaron una investigación de tipo descriptivo y tuvo como población a 1,500 clientes de créditos pignotarios de la Caja Piura de Ahorro y Crédito de Huánuco. Se llegó a la conclusión de que la gestión se ve afectada por la deficiencia en la renovación de crédito

pignoraticio de las actividades de control interno y que los malos procesos de evaluación no permiten un adecuado planeamiento estratégico a largo plazo, tampoco una adecuada ejecución presupuestal, situación que dificulta su desarrollo. Asimismo, las actividades de control relativas a la gestión directa de funciones por actividades administrativas no se cumplen con eficiencia debido al incremento de la morosidad de la cartera. (Jesús et. al., 2017).

En el 2016 se realizó una investigación de tipo aplicada y tuvo como población a 584 trabajadores de las cajas municipales y de crédito popular. Se llegó a la conclusión de que los datos obtenidos producto de la investigación, permitieron establecer que las colocaciones de créditos pignoraticios incidirían de manera favorable en los ingresos financieros de las cajas municipales de crédito popular en el Perú. Asimismo, los datos obtenidos lograron precisar que las clases de provisiones de los créditos pignoraticios tendrían efectos en el margen de operación de las cajas municipales de crédito popular en el Perú. (Chávez, 2016).

En el 2016 se desarrollaron una investigación de tipo descriptivo correlacional con una población de 19 mil 065 clientes de la base de datos registrados en una entidad bancaria de Trujillo. Los investigadores llegaron a la conclusión de que la calidad de servicio impactaría positivamente en la satisfacción del cliente, al observarse que existiría una brecha entre lo que se espera y lo que se percibe, lo cual afectaría el nivel de satisfacción del cliente. En tal sentido, la gerencia debería enfocarse en reducir la brecha, con la asignación de recursos, orientando a mejorar la calidad del servicio y por consiguiente el nivel de satisfacción del cliente. (Liza y Siancas, 2016).

En el 2015 se desarrolló una investigación de tipo cuantitativo y de diseño no experimental que tuvo como población a 3,675 personas clientes de las pollerías del distrito de Andahuaylas en Apurímac. Se llegó a la conclusión de que, en relación con el objetivo general el p valor (sig. = .000) sería menor que el nivel de significancia .05, y por ende, existe evidencia estadística suficiente para aceptar la hipótesis que sustenta la relación. Así mismo, el coeficiente de correlación de Rho

Spearman sería de .0841, lo que significa que sí existe correlación positiva alta. Del mismo modo, se podría afirmar con un nivel de confianza de 99 por ciento, que existe relación significativa entre las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente en las pollerías del distrito de Andahuaylas, en la provincia de Andahuaylas en le región Apurímac. (Ramírez, 2015).

En el 2018 se desarrolló una investigación de tipo descriptiva y de diseño no experimental que tuvo una población de 200 clientes mayores de 18 años que hacen uso de los servicios de Interbank. Se llegó a la conclusión:

1. Se presenta un alto nivel de satisfacción entre los clientes y usuarios de INTERBANK con respecto a la atención de los empleados, infraestructura, horarios, seguridad, cumplimiento de promesas.
2. El promedio de aprobación de los servicios tangibles es del 44.5%, los indiferentes en promedio representan el 7% y quienes se sienten insatisfechos en promedio alcanza al 2% de clientes entrevistados.
3. La aprobación de los clientes con respecto a la prestación de servicios es del 36.2%, el nivel de indiferencia es del 21.6% y quienes rechazan la atención que reciben de parte del personal del banco, es del 2.5%.
4. Con respecto a la capacidad de respuesta del banco, el promedio de satisfacción de los clientes es de 42%. La media de insatisfacción de los clientes es del 2% y el nivel de indiferencia representa el 8.5%.
5. El nivel de confiabilidad de los clientes con el banco es del 38.25%, los niveles de insatisfacción afectan al 2% de los clientes entrevistados y el nivel de indiferencia es en promedio de 19.5%
6. La calidad del servicio bancario es aprobada por el 43.6% de clientes, el nivel de indiferencia corresponde al 8.8% de clientes y el rechazo a la calidad del servicio es del 2%

1.2 Bases teóricas

1.2.1. Crédito pignoraticio

Según Sosa (2019) “el crédito es una transacción entre dos entes, en el cual, el que entrega recursos se basa básicamente en la confianza para la devolución del que lo recibe”. (p. 28).

De acuerdo con La Helguera y García (2006), citado en Sosa (2019) esta confianza proviene de la idea de quien entrega el crédito, tiene en el creditario, si podrá cancelarlo según las cláusulas estipuladas en el contrato, de acuerdo a sus cualidades de capacidad, laboriosidad, moralidad y solventabilidad. (p. 28).

En la conceptualización de Chacón (2009) “se caracteriza por ser rápido de otorgar, siendo el único requisito entregar a la institución financiera una prenda como garantía”. (pp.72, 73).

Para (Aguinaga, 2018):

La palabra “pignoraticio” tiene procedencia etimológicamente del latín “pignus”, que significa prenda. Puede utilizarse “pignoraticio” de raíz latina o “prendaria” cuando se hace mención al préstamo o crédito que se otorga con garantía prendaria de valor custodiada en poder de alguna entidad de crédito, prestamista o acreedor pignoraticio y de esa forma garantizar la devolución del préstamo en efectivo que recibe el deudor. Este tipo de créditos tiene un referente en el mundo; Pignus es la Asociación Internacional de Entidades de Crédito Prendario y Social; actualmente tiene 54 entidades asociadas pertenecientes a 13 países en tres continentes (Europa, América y África).

El crédito Pignoraticio es también conocido como crédito prendario, esta modalidad creció mucho en nuestro país y su creciente popularidad está sustentada en la facilidad de la tramitación, y en que los requisitos para poder acceder a un crédito son mucho menores. Solamente, basta con presentar la joya y el Documento Nacional de Identidad. (Tacure, 2014, p. 46).

1.2.2. Crédito prendario

A decir de Tacure (2014):

Los créditos prendarios son créditos de libre disponibilidad, lo cual significa que el cliente puede hacer lo que quiera con ese dinero, ya sean viajes, compras o el pago de deudas y servicios. Este crédito cuenta la gran ventaja de que no se necesitan de garantías de vivienda ni se deben presentar boletas o recibos de pago. (p. 46)

1.2.2.1. Características de un crédito prendario

De acuerdo a Caja Piura (2020):

- Los créditos prendarios son considerados créditos de consumo; que se otorgan por el empeño de alhajas de oro.
- Se trata de un tipo de crédito que financia apremios económicos urgentes.
- Es oportuno y rápido.
- Es otorgado en moneda nacional.
- Tiene plazos de entre 7, 15, 30, 60 y 90 días.
- Es renovable al pagar, por lo menos, los intereses generados en la fecha de pago.
- El monto mínimo de un crédito es el equivalente a un gramo de oro y de acuerdo a sus kilates.
- El monto máximo del crédito es el 60 por ciento de su valor de tasación.

1.2.3. Procedimiento del crédito prendario

La SBS (2008), en la Resolución N° 11356 (2008) explica los procedimientos para obtención del Crédito Prendario:

La joya es tasada por la institución y cuanto más valor posee, mayor es el momento del préstamo. Generalmente, quien presta dinero requiere que el peso mínimo de la joya a empeñar, no sea inferior a dos gramos. Esta clase de crédito prendario es factible de solicitarse en soles o en dólares, según la institución prestataria. Algunas instituciones prestan el 60 por ciento del valor de la tasación, otras el 70, 80, 90 o 100 por ciento.

Estas empresas no cobran un interés o importe extra por la custodia de la joya o joyas en garantía. Sin embargo, si el solicitante del crédito no reintegra el dinero del préstamo en la forma y tiempo estipulados, con un atraso de más de 30 días, la institución tendrá el derecho de rematar la joya. (p. 47).

A través de la Resolución SBS N° 1802 – 2014, la Superintendencia de Banca y Seguros y AFPs, modificó el Reglamento para la Evaluación y Clasificación del Deudor y la Exigencia de Provisiones, Resolución SBS N°. 11356 – 2008 SBS (2014).

La primera modificación es acerca de la definición de crédito pignoraticio. Con la incorporación del Número Dos del Capítulo I del literal r), se define al crédito pignoraticio como una modalidad de crédito de consumo concedido al afectarse en garantía, con desposesión del bien, alhajas de oro y otros objetos de oro y plata.

Asimismo, se dispuso la modificación del primer párrafo del Numeral 5.1 del Capítulo I, que corresponde a criterios de evaluación acerca de la capacidad de pago de los solicitantes para el otorgamiento de un crédito; en el cual se establece en casos de créditos pignoraticios o crédito de consumo con garantía de depósitos en efectivo realizados en la misma compañía o con garantías de oro en lingotes en custodia con la entidad prestamista, y se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- a) Créditos pignoraticios con objetos de oro o alhajas: por el importe del crédito que exceda el 80 por ciento del valor de la garantía, tendrá que realizarse una evaluación de la capacidad de pago de la persona solicitante, conforme con los criterios aplicables a deudores minoristas.
- b) Créditos pignoraticios con objetos de plata o alhajas: por el importe del crédito que exceda el 70 por ciento del valor de la garantía, tendrá que realizarse una evaluación de la capacidad de pago de la persona solicitante, conforme con los criterios aplicables a deudores minoristas.
- c) Créditos de consumo con garantía de oro en lingotes en custodia de la entidad prestamista: por el importe del crédito que exceda el 80 por ciento del valor de la garantía, tendrá que realizarse una evaluación de

la capacidad de pago de la persona solicitante, conforme con los criterios aplicables a deudores minoristas.

- d) Créditos de consumo con garantía de depósitos en efectivo realizados en la misma entidad: por el importe del crédito que exceda el 100 por ciento del valor de la garantía, tendrá que realizarse una evaluación de la capacidad de pago de la persona solicitante, conforme con los criterios aplicables a los deudores minoristas. (p. 3).

1.2.4. Aspectos que se tienen en cuenta en el crédito pignoraticio

a) Oferta

Según consigna Quispe (2016) es definido como la cantidad de servicios o bienes que los productores estarían dispuestos a vender bajo determinadas condiciones de mercado, una promesa que realiza con la promesa de ejecutar algo. (p. 28).

La oferta está integrada por el conjunto de servicios y bienes que se ofrecen en el mercado en un determinado momento y con un precio concreto. Tras realizar una simplificación, puede decirse que la oferta es la cantidad de servicios y productos que se encuentren disponibles para ser consumidos. (Íbidem, p. 28).

b) Tasa de interés

De acuerdo al Banco Central De Reserva Del Perú, citado en Madrid (2013) el interés es el precio que una persona paga (prestatario) por utilizar el dinero de otra persona (prestamista) en un periodo determinado. La tasa de interés es el porcentaje al que está invertido un capital en una unidad de tiempo. La tasa es expresada como un porcentaje anual y existe a fin de compensar la pérdida del poder adquisitivo del dinero en el tiempo. (p. 18).

c) Acceso al crédito

Según García (2012) el perfil del cliente que acude al empeño es solamente el que se encuentra mal calificado, sin ingresos y que no tiene otra opción que hacerse de capital al poner en garantía una joya adquirida, heredada o regalada, agregándole con esto sentimientos de

nostalgia ante la eventualidad de pérdida de la joya. A los créditos otorgados a este perfil de clientes, se les denomina comúnmente créditos de última lona. (P. 5).

Los clientes encontrados como mal calificados no lo son estrictamente porque son deudores recurrentes que procuran hacerse de dinero y no pagar a la fecha, ya saben que si se encuentran mal calificados no podrán acceder a financiamientos y quedarán relegados al sector informal, riesgoso y costoso. Llegar a una mala calificación, en muchas ocasiones se da a causa de enfermedades imprevistas en donde el dinero se prioriza a la cura del mal, robos o eventos de pérdida en negocios debidos a recesiones económicas, corrupción u otros factores. (Íbidem, p. 15).

De los diferentes portales de instituciones que realizan los créditos prendarios, se podría concluir que los requisitos para acceder a un crédito son:

- Ser persona natural mayor de edad
- Presentar original y copia de DNI o carné de extranjería
- Presentación de la joya de oro, equivalente al valor de tasación de un gramo de oro de 16, 18 o 21 quilates como mínimo.

1.2.2 Satisfacción del cliente

Según la RAE (2014) “el término satisfacción en su segunda acepción se define como: Razón, acción o modo con que se sosiega y responde enteramente a una queja, sentimiento o razón contraria”.

Para Hernández (2011) en su percepción más primigenia, satisfacer tiene como significado la complacencia de un deseo, y por ende satisfacción se entendería como la acción de satisfacer algún deseo alguna necesidad. El sentido de estos dos términos dispone que nuestra ontología o esencia sería complacer aquellas necesidades de nuestros usuarios. (p. 350).

En la percepción de Guzmán (2006), citado en Peñaloza (2015):

Satisfacción vendría a ser la evaluación que realizan los clientes en torno a un servicio o producto, en términos de si el servicio o producto respondió las expectativas y necesidades. Las emociones del cliente también podrían afectar su percepción de satisfacción hacia los servicios y productos; estas emociones pueden ser estables o existir previamente, como los estados de ánimo o la satisfacción en sus vidas. (p. 25).

Asimismo, Richard (1997) sostiene que “Satisfacción es la respuesta de saciedad de los clientes. Es un juicio acerca de que un rasgo del servicio o producto, o de que un servicio o producto en sí mismo, proporciona un nivel placentero de recompensa relacionado con el consumo”. (p. 65).

1.2.1. Los clientes

Para el RAE (2014) en su primera acepción, cliente es la persona que compra en una tienda, o que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa.

En la conceptualización de la American Marketing Association (2003), citada en Alpízar y Hernández (2015) “el término cliente viene del griego antiguo y se refiere a la persona que depende de. En otras palabras, mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un servicio o producto que mi empresa puede satisfacer”. (p. 19).

De acuerdo a la American Marketing Association (2003), citada en Alpízar y Hernández (2015):

Se entiende como cliente a la persona, organización o empresa que compra o adquiere de manera voluntaria servicios o productos desea o necesita para sí mismo, para otra persona o para una organización o empresa; por lo cual, es el motivo principal por el que se producen, crean, fabrican o comercializan servicios y productos. (p. 19).

Como expresa Albrecht (2001), existen siete principios que definirían a los clientes:

- El cliente viene a ser la persona más importante en todo negocio.
- El cliente no depende de nosotros. Nosotros dependemos del cliente.
- El cliente no es una interrupción en nuestro trabajo. El cliente es un objetivo.
- El cliente nos hace un favor cuando llega a nosotros. Nosotros no le estamos haciendo un favor al atenderlo.
- El cliente es la parte esencial de nuestro negocio; no se trata de ningún extraño.
- El cliente no solamente es dinero en la caja. Se trata de un ser humano con sentimiento y se merece un tratamiento con respeto.
- El cliente se merece la atención más comedida que podamos ofrecerle. El cliente es el alma en nuestro negocio.

1.2.2. Modelo SERVQUAL

Para evaluar la satisfacción del cliente, el modelo SERVQUAL tiene identificadas 5 dimensiones básicas que caracterizan a un servicio, que se miden a través de la percepción del usuario o cliente mediante un cuestionario. Estas preguntas nos permiten conocer aquellas deficiencias de calidad en los servicios y satisfacción del cliente. (Parasuraman et. al., 1988). (p. 29).

a) Elementos tangibles

A juicio de Parasuraman et. al. (1988) está referido a la apariencia de los equipos, instalaciones físicas, materiales de comunicación y personal. En la escala SERVQUAL los elementos tangibles se relaciona con la apariencia de los equipos, instalaciones físicas, materiales de comunicación y personal. Se trata de los aspectos físicos que el cliente percibe de la organización.

En la escala SERVQUAL, los elementos tangibles están relacionados con la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación. Son los aspectos físicos que el cliente percibe en la organización. Aspectos tales como modernidad y limpieza son evaluados en los elementos infraestructura, personas y objetos. (p. 13).

En palabras de Zeithman y Bitner (2002) “está referido a la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales de comunicación. Estos transmiten imágenes del servicio o representaciones físicas, que el cliente utiliza en particular a fin de evaluar la calidad”. (p. 103).

En consecuencia, “se trata de la capacidad para poder identificar los problemas, disminuir los errores y buscar las soluciones, con el objetivo de evitar riesgos; a través de la mejora de los procesos, capacitación del personal e innovación de la tecnología, abastecimiento de insumos, y que se ejecute el servicio prometido de manera fiable y cuidadosa”. La fiabilidad es visiblemente un factor primordial en la seguridad de un producto que asegure el adecuado rendimiento de los objetivos funcionales a través del:

- Cumplimiento de las promesas.
- Interés en la solución de problemas.
- Realización del servicio a la primera.
- Conclusión en el plazo pactado y prometido.
- Ausencia de errores. (Benavente y Figueroa 2012).

b) Fiabilidad

Parasuraman (1988) sostiene que “se trata de la capacidad para poder cumplir la promesa del servicio de forma precisa y segura, y en un sentido más amplio, se trata de la compañía o empresa cumpla con sus promesas, lo que se convino acerca de la entrega, la presentación del servicio, los precios y la solución de problemas”. (p. 15).

c) Capacidad de respuesta

Como afirma Parasuraman et. al. (1988):

Se trata de la predisposición de ayudar al cliente y proveerlo de un servicio rápido. La capacidad de respuesta es primordial gestionarla en aquellos procesos en los que se da el contacto con los clientes, cuales son, por ejemplo la producción, la innovación, la gestión de reclamaciones, las campañas de comunicación y las peticiones de información. (p. 18).

Para Benavente y Figueroa (2012) “el personal está dispuesto a ayudar al usuario y el trato del personal con los clientes es amable y considerado, siempre y cuando se cuente con los siguientes atributos”:

- Personal rápido.
- Personal comunicativo.
- Personal informado.
- Personal colaborador.

A decir de Castello (2007):

La capacidad de las instituciones financieras a fin de hacer posible una mejora en los márgenes del negocio compatible con una optimización de la calidad de los servicios brindados al cliente, dependería en gran medida, del compromiso de los empleados con la gestión comercial de bancos. Es fundamental su capacidad para comunicar al cliente el valor de los servicios y de establecer con él una relación de mutua confianza. (p. 75).

d) Seguridad

De acuerdo a Parasuraman et. al. (1988):

Se trata de una habilidad, cualidad y aptitud del conocimiento de las personas, a fin de brindar la información respecto del servicio que se ofrece de una manera sencilla, fácil y precisa. Asimismo, es la capacidad de transmitir confianza a las personas para que ellas puedan transmitirnos sus necesidades y así brindar la ayuda requerida. (p. 22).

Por su parte, González (2006), citado en Peñaloza (2015) sostiene que “la seguridad es el pleno conocimiento del servicio, así como la cortesía prestada, la amabilidad de los empleados; además de sus habilidades para transmitir confianza a los clientes”. (p. 33).

Según Peñaloza (2015):

En una entidad bancaria, la seguridad está referida a la cortesía y competencia del personal de servicio que transmite confianza al cliente. Cuando los clientes tratan con empleados entendidos y agradables, sienten la tranquilidad de estar negociando con la compañía precisa. La competencia sin cortesía o la cortesía sin competencia no tiene el impacto positivo en el cliente que puede tener la combinación de ambas características. Los clientes esperan de la entidad financiera trato amable y seguridad. (pp. 33 -34).

e) Empatía

Parasuraman et. al. (1988) definen a la empatía como “la capacidad de comprender y sentir las emociones de otros, a través de un proceso de identificación, atendiendo de forma individual al cliente. Los clientes quisieran sentir que son importantes para las entidades que les prestan el servicio y estas los comprendan. (p. 35).

Según Zeithman y Bitner (2002) empatía es “brindar a los clientes atención cuidadosa e individualizada”. (p. 103).

Por su parte, Peñaloza (2015) refiere que:

En las compañías bancarias la empatía va más allá de la cortesía. Se trata de un compromiso con el cliente. La voluntad de entender en cualquier momento sus necesidades precisas y hallar el modo de satisfacerlas. En tal sentido, la empatía es un valor propio de los seres humanos que les permite ponerse en el lugar de las otras personas, y de ese modo entender los problemas que los aquejan, para así ayudarlos de forma más eficiente. (p. 34).

1.3 Definición de Términos Básicos

Satisfacción del cliente

Complacer un deseo, y por derivación satisfacción se entiende como la acción de satisfacer un deseo o una necesidad, el sentido de estos dos términos dispone que nuestra ontología o esencia es complacer las necesidades de nuestros usuarios. (Hernández, 2011). (p. 350).

Crédito pignoraticio

Se caracteriza por ser rápido de otorgar, siendo el único requisito entregar a la institución financiera una prenda como garantía". (Chacón, 2009). (pp.72, 73).

El crédito prendario.

Es un crédito de libre disponibilidad, lo que significa que el cliente puede realizar lo que desee con ese dinero, ya sean compras, viajes, o el pago de servicios y deudas. Este crédito cuenta con la invaluable ventaja de que no se requieren garantías de vivienda ni se deben presentar boletas de pago". (Tacure: 2014: p. 46).

Los clientes

La palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la persona que depende de. Es decir, mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer". (Alpízar y Hernández, 2015). (p. 19).

CAPITULO II: VARIABLES E HIPÓTESIS

2.1 Variables y su Operacionalización

Conceptualización de las variables

Variable independiente: Créditos pignoraticios

“Es una modalidad de crédito de consumo que se concede al afectarse en garantía, con desposesión de bienes, alhajas u otros objetos de oro o plata”. (SBS 2014; p.3).

Variable dependiente: Satisfacción del cliente

Satisfacer tiene como significado complacer un deseo, y por derivación satisfacción se entiende como la acción de satisfacer un deseo o una necesidad, el sentido de estos dos términos dispone que nuestra ontología o esencia es complacer las necesidades de nuestros usuarios. (Hernández, 2011). (p. 350).

2.1.1. Operacionalización de las variables

| Variables | Definición conceptual | Definición operacional | Indicadores | Items | Instrumento |
|------------------------|---|---|-------------------------|---|--|
| Créditos pignoraticios | “Es una modalidad de crédito de consumo que se concede al afectarse en garantía, con desposesión de bienes, alhajas u otros objetos de oro o plata”. (SBS 2014; p.3). | La variable Créditos Pignoraticios se define operacionalmente en cuatro indicadores | Ofertas | 1.Premios y regalos. 2.Pago por gramo. 3.Apreciación de la oferta. | Encuestas Normativa Protocolos |
| | | | Tasa de interés activa. | 1.Accesible a los clientes. 2.La más baja del mercado. 3.Apreciación de la tasa de interés. | |
| | | | Acceso al crédito | 1.Requisitos mínimos. 2.Créditos al instante. 3.Apreciación sobre acceso al crédito. | |
| | | | Préstamo | 1.Los montos del préstamo. 2.Las cuotas del préstamo. 3.La refinanciación del préstamo. | |

| | | | | | |
|--------------------------|--|--|------------------------|--|--|
| | | | | 4. Apreciación del préstamo. | |
| Satisfacción del cliente | Es la evaluación que realiza el cliente respecto de un producto o servicio, en términos de si ese producto o servicio respondió a sus necesidades y expectativas. (Hernández, 2011). (p. 350). | La variable Satisfacción del Cliente se define operacionalmente en cinco indicadores | Elementos tangibles | 1. Instalaciones visualmente atractivas. 2. Apariencia del personal. 3. Flujograma comprensible 4. Elementos tangibles atractivos | Encuestas Normativa Protocolos |
| | | | Fiabilidad | 1. Cumplimiento de promesas. 2. Interés en la resolución de problemas. 3. Realización del servicio a la primera. 4. Ausencia de errores. | |
| | | | Capacidad de respuesta | 1. Resolución de problemas 2. Personal informado 3. Personal rápido 4. Personal colaborador | |
| | | | Seguridad | 1. Personal que transmite confianza. 2. Personal amable. 3. Clientes seguros con su proveedor. 4. Sistema de crédito protegido | |
| | | | Empatía | 1. Evitar palabras técnicas en la atención 2. Reconocimiento de clientes 3. Atención personalizada a los clientes 4. Horario conveniente. | |

2.2 Formulación de hipótesis

Hipótesis General

Los créditos pignorativos influyen en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019.

Hipótesis Específicas

1.- Influye las ofertas en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019.

2.- Influye las tasas de interés en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019.

3.- Influye el acceso al crédito en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019.

CAPITULO III: METODOLOGIA

3.1 Tipo y diseño de la investigación

3.1.1 Tipo de investigación

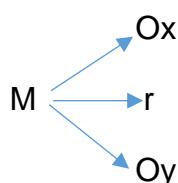
El estudio pertenece al tipo descriptivo correlacional porque se describió cada variable y se midió el grado de asociación entre las variables: créditos pignoraticios y Satisfacción del cliente, es decir primero se midió cada variable en forma independiente y después se midió y analizó la relación entre las variables en estudio. (Hurtado, 2015).

3.1.2 Diseño de investigación

El diseño de investigación que se utilizó en el estudio fue el no probabilístico experimental.

Fue el no experimental porque no se manipuló deliberadamente la variable independiente: créditos pignoraticios, sino que se observó los hechos tal como se dan en su contexto natural, para luego analizarlo.

Fue del tipo transeccional correlacional porque se recolectó los datos de las variables créditos pignoraticios y satisfacción del cliente en un solo momento y en un tiempo único, luego se describió el comportamiento de cada una de las variables y después se estableció las relaciones entre las variables en estudio. (Hurtado, 2015).



Significado de los símbolos

| | | |
|---------|---|--|
| M | = | Muestra de estudio |
| Ox , Oy | = | Observación en cada una de las variables |
| r | = | Relación entre las variables observadas |

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

La población estuvo constituida por los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos durante el primer trimestre del año 2019, los cuales hacen un total de 1200 clientes.

3.2.2 Muestra

La muestra se determinó mediante la fórmula para población menor de 1500 con proporciones y errores absolutos.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot (pe) \cdot (qe)}{E^2 N + Z^2 pe \cdot qe}$$

De acuerdo al desarrollo de la fórmula, la muestra es igual a 379 clientes.

3.3 Técnicas e instrumentos

La técnica que se utilizó, fue la encuesta.

El instrumento fue el cuestionario.

El instrumento fue sometido al juicio de expertos.

3.4 Procedimientos de recolección de datos

El procedimiento de la información recopilada implicó la clasificación sistematización y/o tabulación de los datos estadísticos, realizados de acuerdo a los objetivos propuestos en el trabajo. Se aplicaron las siguientes técnicas estadísticas de procedimiento de datos:

- Se solicitó permiso al gerente general de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos.
- Se aplicó la encuesta a los clientes que contaban con disponibilidad para llenar las mismas.
- Se ordenó y clasificaron los datos.
- Conciliación de datos.
- Coeficiente de correlación.

3.5 Técnicas de procesamiento y análisis de los datos

3.5.1. Procesamiento de datos

Para el procesamiento de datos se utilizó la hoja de cálculo Excel y el programa estadístico SPSS, versión 25. La información fue presentada en tablas y de manera textual.

3.5.2. Análisis de datos

Para el análisis univariado se empleó la estadística descriptiva: distribución de frecuencia, promedio simple (\bar{x}) y porcentaje (%) y luego se describió lo que expresaron los datos.

Para el análisis bivariado se empleó la estadística inferencial no paramétrica Ji Cuadrada (χ^2) y luego se explicó lo que expresó el resultado. (Hurtado, 2015).

CAPITULO IV: RESULTADOS

4.1 Análisis Univariado

4.1.1 Variable (X) Créditos Pignoraticios

Tabla N°1

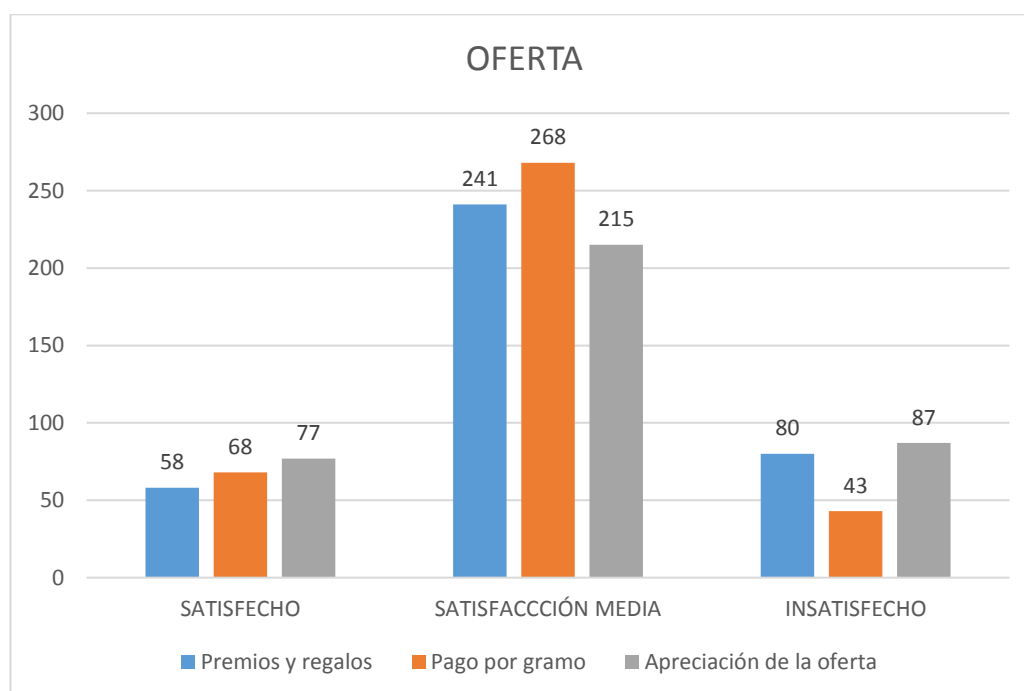
Análisis de la oferta de los créditos pignoraticios en los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos

| Oferta | SATISFECHO | | SATISFACCIÓN MEDIA | | INSATISFECHO | | Total | |
|--|------------|-----------|--------------------|-----------|--------------|-----------|------------|--------------|
| | 16 - 20 | | 11 - 15 | | 0 - 10 | | f | % |
| | f | % | f | % | f | % | | |
| 1.1. Premios y regalos | 58 | 15 | 241 | 64 | 80 | 21 | 379 | 100.0 |
| 1.2. Pago por gramo | 68 | 18 | 268 | 71 | 43 | 11 | 379 | 100.0 |
| 1.3. Apreciación de la oferta | 77 | 20 | 215 | 57 | 87 | 23 | 379 | 100.0 |
| Promedio (\bar{x}) | 68 | 18 | 241 | 64 | 70 | 18 | 379 | 100.0 |

Fuente: Base de datos del autor.

Gráfico N°1

Análisis de la oferta de los créditos pignoraticios en los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos



En la tabla 1 y gráfico 1, se observa que del 100% (379) clientes encuestados, el 64% (241) refirieron satisfacción media, el 18% (68) se mostró satisfecho y el 18% (70) insatisfecho.

Tabla N°2

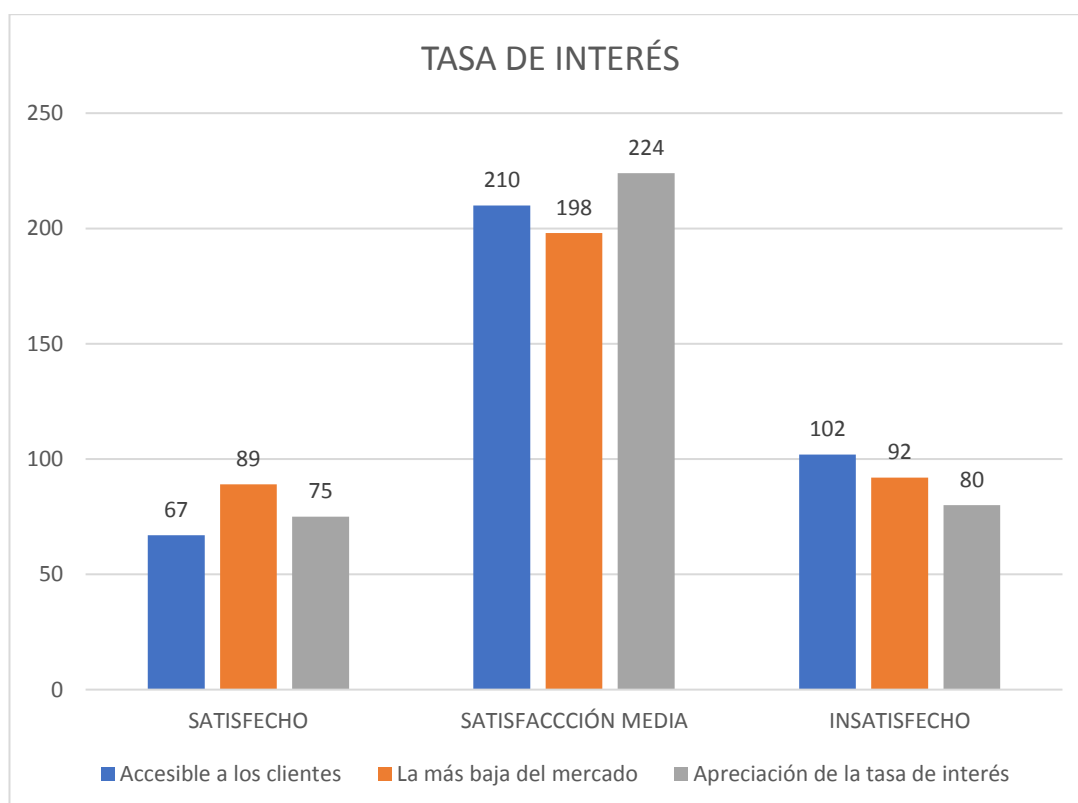
Análisis de la tasa de interés de los créditos pignoraticios en los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos

| Tasa de interés | SATISFECHO 16 - 20 | | SATISFACCIÓN MEDIA 11 - 15 | | INSATISFECHO 0 - 10 | | Total | |
|--|-------------------------------|-----------|----------------------------------|-----------|------------------------|-----------|------------|--------------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % |
| | 2.1. Accesible a los clientes | 67 | 18 | 210 | 55 | 102 | 27 | 379 |
| 2.2. La más baja del mercado | 89 | 24 | 198 | 52 | 92 | 24 | 379 | 100.0 |
| 2.3. Apreciación de la tasa de interés | 75 | 20 | 224 | 59 | 80 | 21 | 379 | 100.0 |
| Promedio (\bar{x}) | 77 | 21 | 211 | 55 | 91 | 24 | 379 | 100.0 |

Fuente: Base de datos del autor.

Gráfico N°2

Análisis de la tasa de interés de los créditos pignoraticios en los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos



En la tabla 2 y gráfico 2, se observa que del 100% (379) clientes encuestados, 55% (211) refirieron satisfacción media, el 24% (91) se mostró insatisfecho y el 21% (77) satisfecho.

Tabla N°3

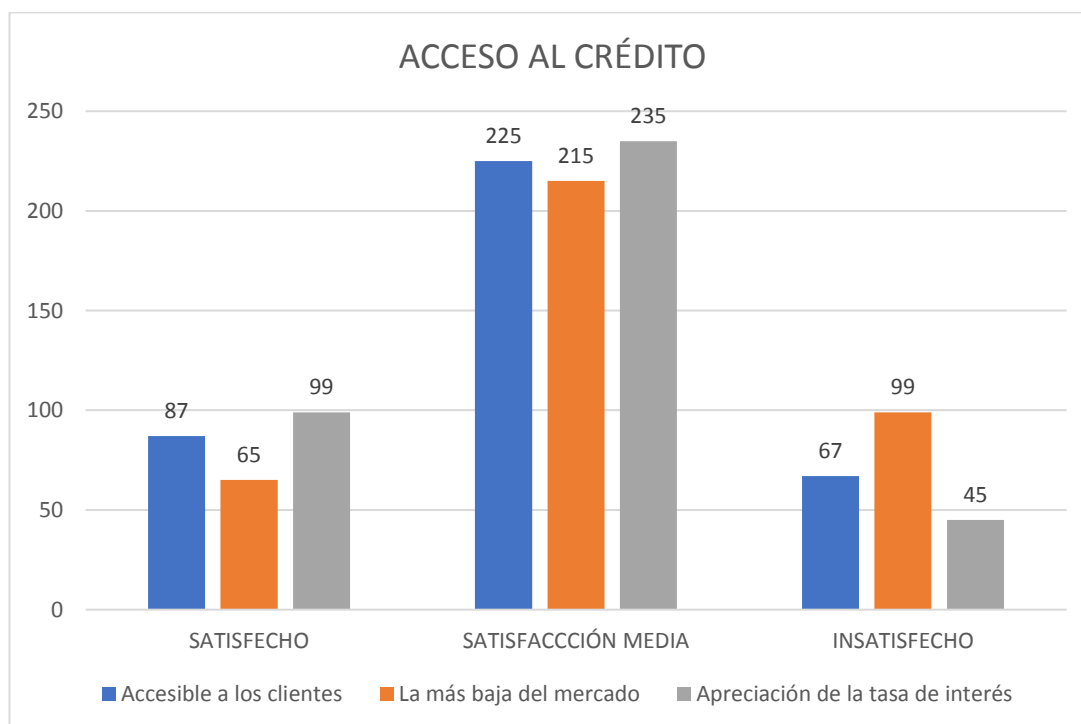
Análisis del acceso al crédito de los créditos pignoratícios en los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos

| Acceso al crédito | SATISFECHO 16 - 20 | | SATISFACCIÓN MEDIA 11 - 15 | | INSATISFECHO 0 - 10 | | Total | |
|--|-------------------------------|-----------|----------------------------------|-----------|------------------------|-----------|------------|--------------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % |
| | 3.1. Accesible a los clientes | 87 | 23 | 225 | 59 | 67 | 18 | 379 |
| 3.2. La más baja del mercado | 65 | 17 | 215 | 57 | 99 | 26 | 379 | 100.0 |
| 3.3. Apreciación de la tasa de interés | 99 | 26 | 235 | 62 | 45 | 12 | 379 | 100.0 |
| Promedio (\bar{x}) | 84 | 22 | 225 | 59 | 70 | 19 | 379 | 100.0 |

Fuente: Base de datos del autor.

Gráfico N°3

Análisis del acceso al crédito de los créditos pignoratícios en los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos



En la tabla 3 y gráfico 3, se observa que del 100% (379) clientes encuestados, 59% (225) refirieron satisfacción media, 22% (84) se mostró satisfecho y el 19% (70) insatisfecho.

Tabla N°4

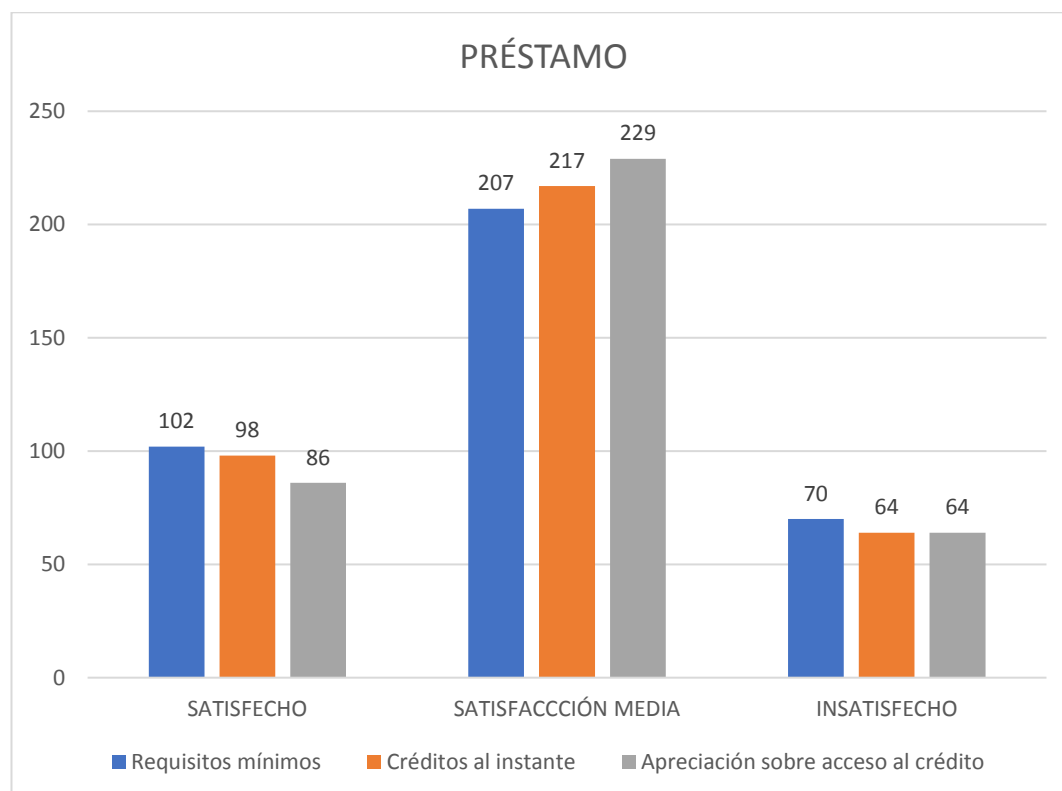
Análisis del préstamo de los créditos pignoraticios en los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos

| Préstamo | SATISFECHO 16 - 20 | | SATISFACCIÓN MEDIA 11 - 15 | | INSATISFECHO 0 - 10 | | Total | |
|--|-------------------------|-----------|----------------------------------|-----------|------------------------|-----------|------------|--------------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % |
| | 4.1. Requisitos mínimos | 102 | 27 | 207 | 55 | 70 | 18.5 | 379 |
| 4.2. Créditos al instante | 98 | 26 | 217 | 57 | 64 | 17 | 379 | 100.0 |
| 4.3. Apreciación sobre acceso al crédito | 86 | 23 | 229 | 60 | 64 | 17 | 379 | 100.0 |
| Promedio (\bar{x}) | 95 | 25 | 218 | 58 | 66 | 17 | 379 | 100.0 |

Fuente: Base de datos del autor.

Gráfico N°4

Análisis del préstamo de los créditos pignoraticios en los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos



En la tabla 4 y gráfico 4, se observa que del 100% (379) clientes encuestados, 58% (218) refirieron satisfacción media, 25% (95) se mostró satisfecho y 17% (66) insatisfecho.

Tabla N°5

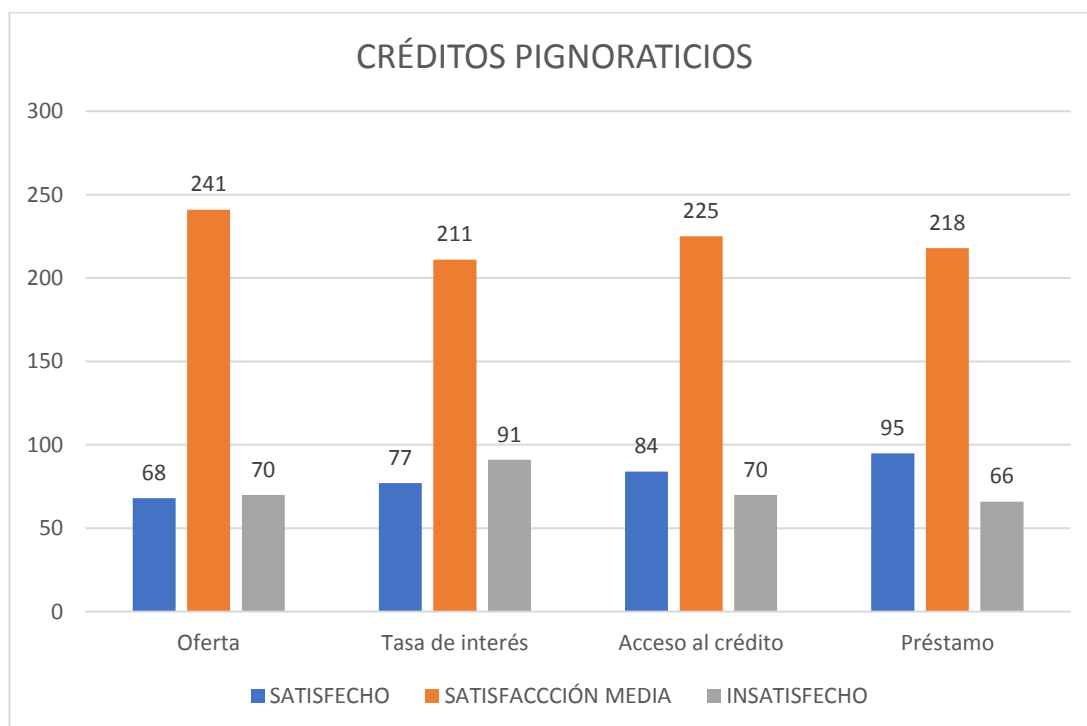
Análisis de la variable créditos pignoraticios en los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos

| Crédito Pignoratico | SATISFECHO | | SATISFACCIÓN MEDIA | | INSATISFECHO | | Total | |
|--|------------|-----------|--------------------|-----------|--------------|-----------|------------|--------------|
| | 16 - 20 | | 11 - 15 | | 0 - 10 | | | |
| | f | % | f | % | f | % | f | % |
| 5.1 Oferta | 68 | 18 | 241 | 64 | 70 | 18 | 379 | 100.0 |
| 5.2 Tasa de interés | 77 | 21 | 211 | 55 | 91 | 24 | 379 | 100.0 |
| 5.3 Acceso al crédito | 84 | 22 | 225 | 59 | 70 | 19 | 379 | 100.0 |
| 5.4 Préstamo | 95 | 25 | 218 | 58 | 66 | 17 | 379 | 100.0 |
| Promedio (\bar{x}) | 81 | 21 | 224 | 59 | 74 | 20 | 379 | 100.0 |

Fuente: Base de datos del autor.

Gráfico N°5

Análisis de la variable créditos pignoraticios en los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos



En la tabla 5 y gráfico 5, se observa que del 100% (379) clientes encuestados, 59% (224) refirieron satisfacción media, 21% (81) se mostraron satisfechos y el 20% (74) insatisfechos.

4.1.2 Variable (Y) Satisfacción del Cliente

Tabla N°6

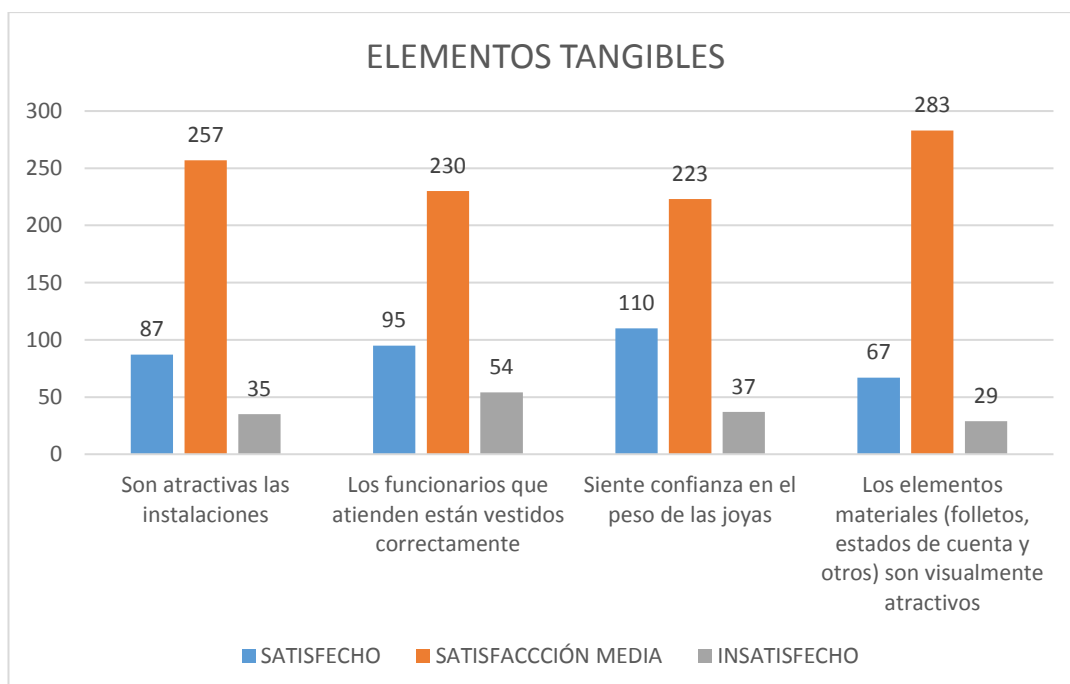
Análisis de elementos tangibles en la satisfacción de los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos

| Elementos tangibles | SATISFECHO | | SATISFACCIÓN MEDIA | | INSATISFECHO | | Total | |
|--|------------|-----------|--------------------|-----------|--------------|-----------|------------|--------------|
| | 16 - 20 | | 11 - 15 | | 0 - 10 | | | |
| | f | % | F | % | f | % | f | % |
| 6.1. Son atractivas las instalaciones | 87 | 23 | 257 | 68 | 35 | 9 | 379 | 100.0 |
| 6.2. Los funcionarios que atienden están vestidos correctamente | 95 | 25 | 230 | 61 | 54 | 14 | 379 | 100.0 |
| 6.3. Siente confianza en el peso de las joyas | 110 | 29 | 223 | 61 | 37 | 10 | 379 | 100.0 |
| 6.4. Los elementos materiales (folletos, estados de cuenta y otros) son visualmente atractivos | 67 | 18 | 283 | 74 | 29 | 8 | 379 | 100.0 |
| Promedio (\bar{x}) | 91 | 24 | 249 | 66 | 39 | 10 | 379 | 100.0 |

Fuente: Base de datos del autor.

Gráfico N°6

Análisis de elementos tangibles en la satisfacción de los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos



En la tabla 6 y gráfico 6, se observa que del 100% (379) clientes encuestados, 66% (249) refirieron satisfacción media, 24% (91) se mostraron satisfechos y el 10% (39) insatisfechos.

Tabla N°7

Análisis de la fiabilidad en la satisfacción de los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos

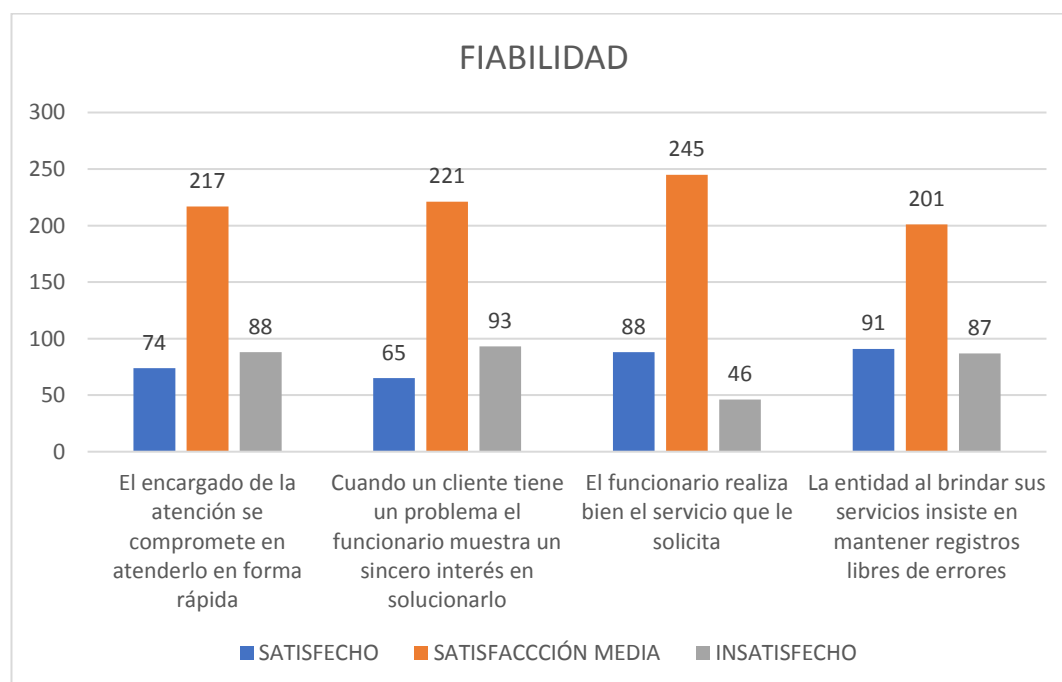
Fiabilidad

| Fiabilidad | SATISFECHO | | SATISFACCIÓN MEDIA | | INSATISFECHO | | Total | |
|--|------------|-----------|--------------------|-----------|--------------|-----------|------------|--------------|
| | 16 - 20 | | 11 - 15 | | 0 - 10 | | | |
| | f | % | F | % | f | % | f | % |
| 7.1. El encargado de la atención se compromete en atenderlo en forma rápida | 74 | 20 | 217 | 57 | 88 | 23 | 379 | 100.0 |
| 7.2. Cuando un cliente tiene un problema el funcionario muestra un sincero interés en solucionarlo | 65 | 17 | 221 | 58 | 93 | 25 | 379 | 100.0 |
| 7.3. El funcionario realiza bien el servicio que le solicita | 88 | 23 | 245 | 65 | 46 | 12 | 379 | 100.0 |
| 7.4. La entidad al brindar sus servicios insiste en mantener registros libres de errores | 91 | 24 | 201 | 53 | 87 | 23 | 379 | 100.0 |
| Promedio (\bar{x}) | 80 | 21 | 221 | 58 | 78 | 21 | 379 | 100.0 |

Fuente: Base de datos del autor.

Gráfico N°7

Análisis de la fiabilidad en la satisfacción de los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos



En la tabla 7 y gráfico 7, se observa que del 100% (379) clientes encuestados, 58% (221) refirieron satisfacción media, 21% (80) se mostraron satisfechos y el 21% (78) insatisfechos.

Tabla N°8

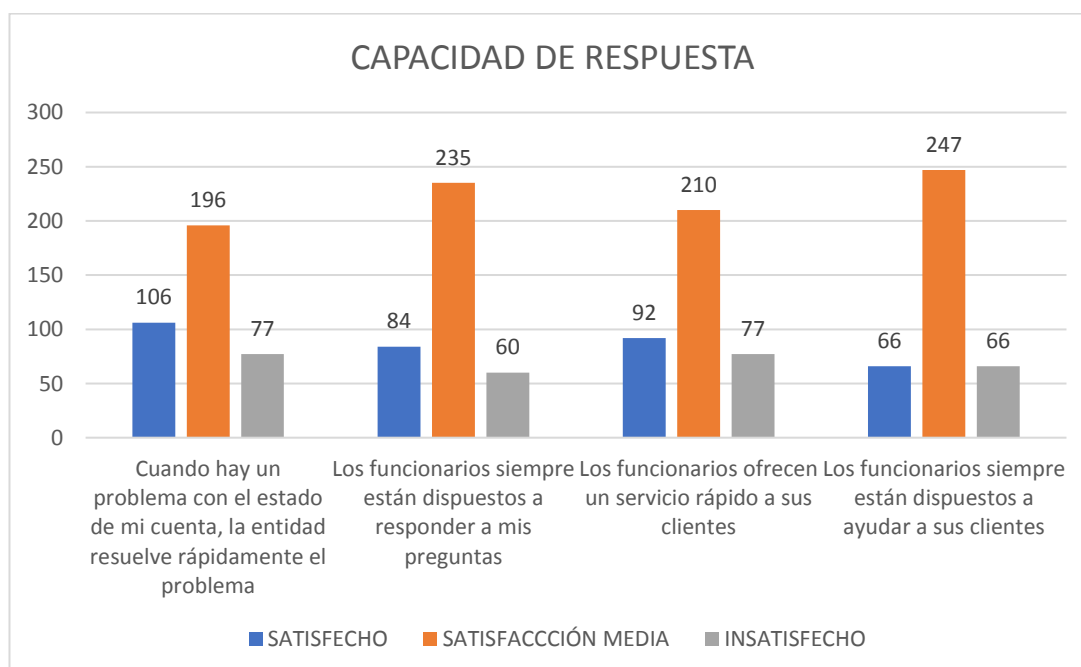
Análisis de la capacidad de respuesta en la satisfacción de los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos

| Capacidad de respuesta | SATISFECHO | | SATISFACCIÓN MEDIA | | INSATISFECHO | | Total | |
|---|------------|-----------|--------------------|-----------|--------------|-----------|------------|--------------|
| | 16 - 20 | | 11 - 15 | | 0 - 10 | | | |
| | f | % | F | % | f | % | f | % |
| 8.1. Cuando hay un problema con el estado de mi cuenta, la entidad resuelve rápidamente el problema | 106 | 28 | 196 | 52 | 77 | 20 | 379 | 100.0 |
| 8.2. Los funcionarios siempre están dispuestos a responder a mis preguntas | 84 | 22 | 235 | 62 | 60 | 16 | 379 | 100.0 |
| 8.3. Los funcionarios ofrecen un servicio rápido a sus clientes | 92 | 24 | 210 | 56 | 77 | 20 | 379 | 100.0 |
| 8.4. Los funcionarios siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes | 66 | 17 | 247 | 66 | 66 | 17 | 379 | 100.0 |
| Promedio (\bar{x}) | 87 | 23 | 222 | 59 | 70 | 18 | 379 | 100.0 |

Fuente: Base de datos del autor.

Gráfico N°8

Análisis de la capacidad de respuesta en la satisfacción de los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos



En la tabla 8 y gráfico 8, se observa que del 100% (379) clientes encuestados, 59% (222) refirieron satisfacción media, 23% (87) se mostraron satisfechos y el 18% (70) insatisfechos.

Tabla N°9

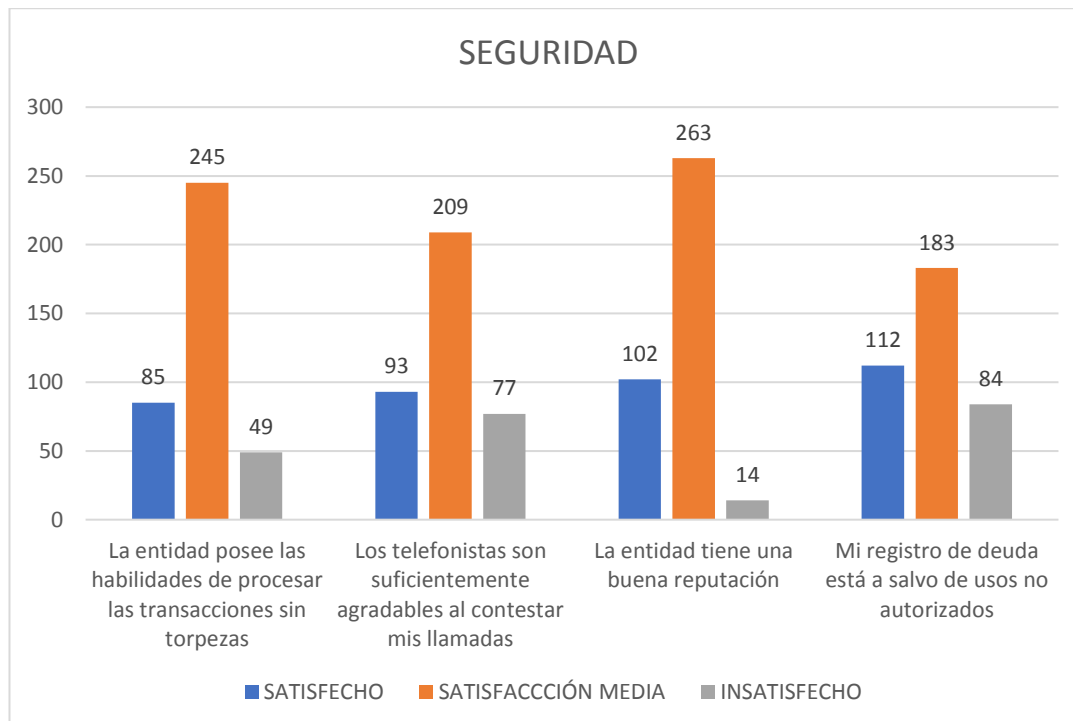
Análisis de la seguridad en la satisfacción de los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos

| Seguridad | SATISFECHO 16 - 20 | | SATISFACCIÓN MEDIA 11 - 15 | | INSATISFECHO 0 - 10 | | Total | |
|--|--|-----------|----------------------------------|-----------|------------------------|-----------|------------|--------------|
| | f | % | F | % | f | % | f | % |
| | 9.1. La entidad posee las habilidades de procesar las transacciones sin torpezas | 85 | 22 | 245 | 65 | 49 | 13 | 379 |
| 9.2. Los telefonistas son suficientemente agradables al contestar mis llamadas | 93 | 25 | 209 | 55 | 77 | 20 | 379 | 100.0 |
| 9.3. La entidad tiene una buena reputación | 102 | 27 | 263 | 69 | 14 | 4 | 379 | 100.0 |
| 9.4. Mi registro de deuda está a salvo de usos no autorizados | 112 | 30 | 183 | 48 | 84 | 22 | 379 | |
| Promedio (\bar{x}) | 98 | 26 | 225 | 59 | 56 | 15 | 379 | 100.0 |

Fuente: Base de datos del autor.

Gráfico N°9

Análisis de la seguridad en la satisfacción de los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos



En la tabla 9 y gráfico 9, se observa que del 100% (379) clientes encuestados, 59% (225) refirieron satisfacción media, 26% (98) se mostraron satisfechos y el 15% (56) insatisfechos.

Tabla N°10

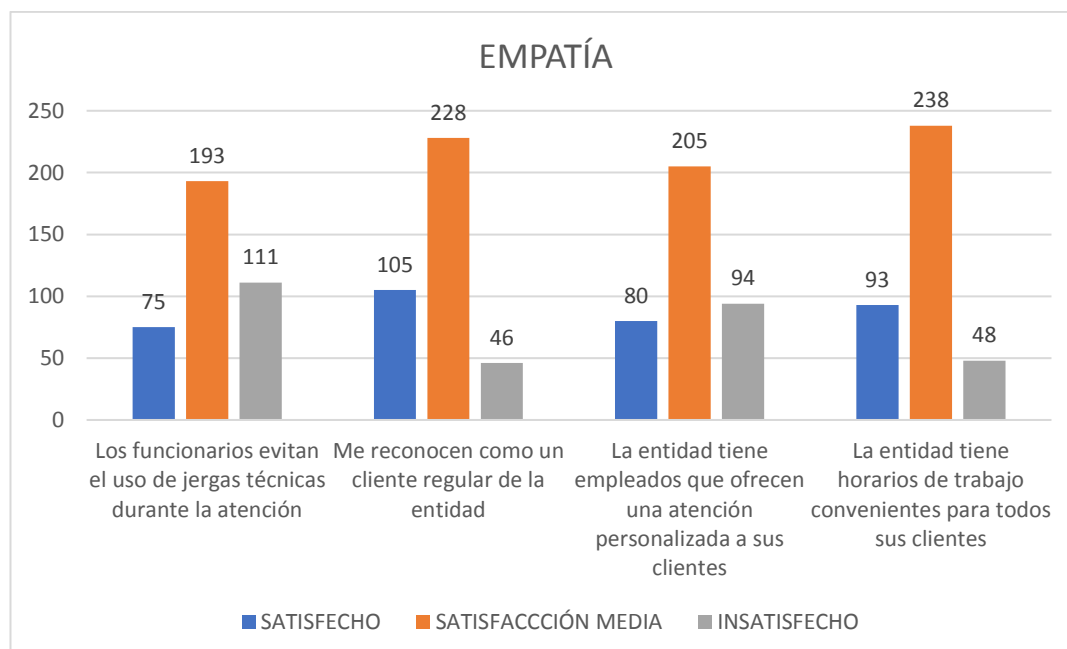
Análisis de la empatía en la satisfacción de los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos

| Empatía | SATISFECHO | | SATISFACCIÓN MEDIA | | INSATISFECHO | | Total | |
|--|------------|-----------|--------------------|-----------|--------------|-----------|------------|--------------|
| | 16 - 20 | | 11 - 15 | | 0 - 10 | | | |
| | F | % | f | % | f | % | f | % |
| 10.1. Los funcionarios evitan el uso de jergas técnicas durante la atención | 75 | 20 | 193 | 51 | 111 | 29 | 379 | 100.0 |
| 10.2. Me reconocen como un cliente regular de la entidad | 105 | 28 | 228 | 60 | 46 | 12 | 379 | 100.0 |
| 10.3. La entidad tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes | 80 | 21 | 205 | 54 | 94 | 25 | 379 | 100.0 |
| 10.4. La entidad tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes | 93 | 24 | 238 | 63 | 48 | 13 | 379 | 100.0 |
| Promedio (\bar{x}) | 88 | 23 | 216 | 57 | 75 | 20 | 379 | 100.0 |

Fuente: Base de datos del autor.

Gráfico N°10

Análisis de la empatía en la satisfacción de los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos



En la tabla 10 y gráfico 10, se observa que del 100% (379) clientes encuestados, 57% (216) refirieron satisfacción media, 23% (88) se mostraron satisfechos y el 20% (75) insatisfechos.

Tabla N°11

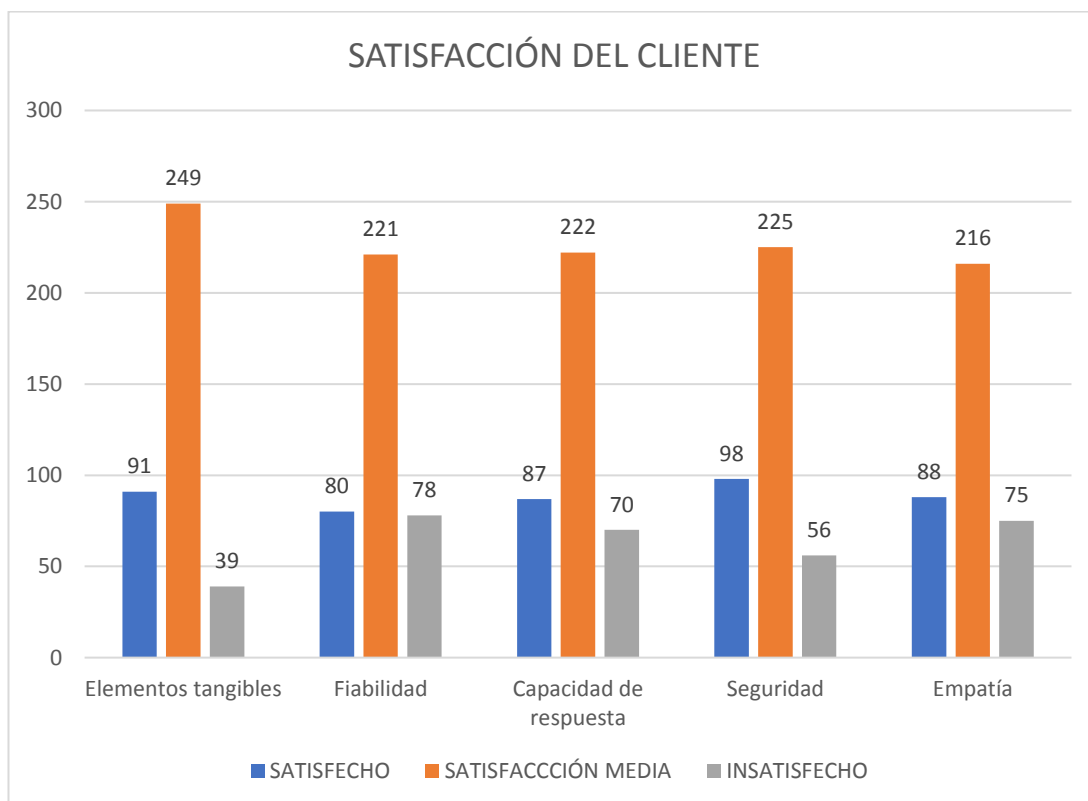
Análisis de la variable satisfacción del cliente en la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos

| Satisfacción del cliente | SATISFECHO | | SISFACCIÓN MEDIA | | INSATISFECHO | | Total | |
|--|------------|-----------|------------------|-----------|--------------|-----------|------------|--------------|
| | 16 - 20 | | 11 - 15 | | 0 - 10 | | | |
| | F | % | f | % | f | % | f | % |
| 11.1 Elementos tangibles | 91 | 24 | 249 | 66 | 39 | 10 | 379 | 100.0 |
| 11.2 Fiabilidad | 80 | 21 | 221 | 58 | 78 | 21 | 379 | 100.0 |
| 11.3 Capacidad de respuesta | 87 | 23 | 222 | 59 | 70 | 18 | 379 | 100.0 |
| 11.4 Seguridad | 98 | 26 | 225 | 59 | 56 | 15 | 379 | 100.0 |
| 11.5 Empatía | 88 | 23 | 216 | 57 | 75 | 20 | 379 | 100.0 |
| Promedio (\bar{x}) | 89 | 23 | 226 | 60 | 64 | 17 | 379 | 100.0 |

Fuente: Base de datos del autor.

Gráfico 11

Análisis de la variable satisfacción del cliente en la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos



En la tabla 11 y gráfico 11, se observa que del 100% (379) clientes encuestados, 60% (226) refirieron satisfacción media, 23% (89) se mostraron satisfechos y el 17% (64) insatisfechos.

Tabla N°12

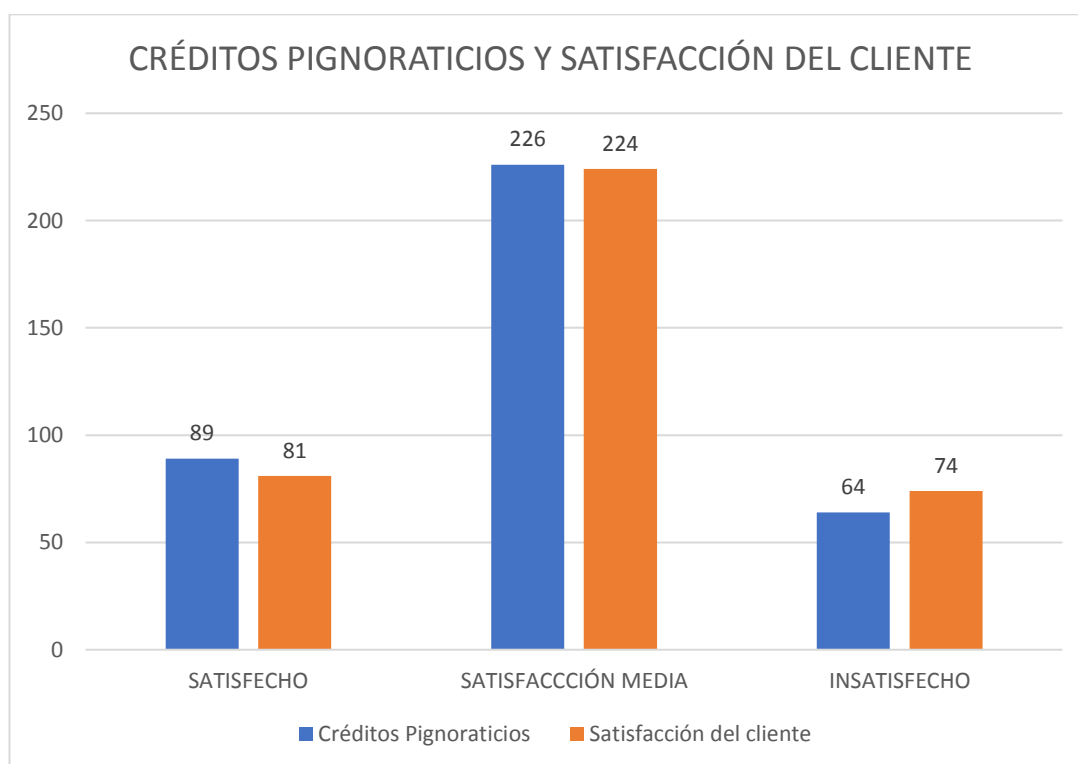
Influencia de los créditos pignoraticios en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019

| Créditos Pignoraticios y Satisfacción del cliente | SATISFECHO | | Satisfacción Media | | INSATISFECHO | | Total | |
|---|------------|-----------|--------------------|-----------|--------------|-----------|------------|--------------|
| | 16 - 20 | | 11 - 15 | | 0 - 10 | | | |
| | F | % | F | % | f | % | f | % |
| 12.1 Créditos Pignoraticios | 89 | 23 | 226 | 60 | 64 | 17 | 379 | 100.0 |
| 12.2 Satisfacción del cliente | 81 | 21 | 224 | 59 | 74 | 20 | 379 | 100.0 |
| Promedio (\bar{x}) | 85 | 23 | 225 | 59 | 69 | 18 | 379 | 100.0 |

Fuente: Base de datos del autor.

Gráfico N°12

Influencia de los créditos pignoraticios en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019



En la tabla 12 y gráfico 12, se observa que del 100% (379) clientes encuestados, 59% (225) refirieron satisfacción media, 23% (85) se mostraron satisfechos y el 18% (69) insatisfechos.

CAPITULO V: DISCUSION DE LOS RESULTADOS

Al analizar los créditos pignoraticios, un 59% (224 clientes) evidenciaron estar medianamente satisfechos, un 21% (81 clientes), satisfechos y un 20% (74 clientes) insatisfechos. Estos resultados se desprenden de la política de la institución, que durante un buen tiempo no han bajado las tasas de interés, lo cual ha generado cierto malestar entre los usuarios. Es una verdad de Perogrullo afirmar que los clientes siempre van a desear tasas de interés bajas en sus créditos prendarios, y que ciertamente, el nivel de tasas podría incidir al elegir una caja solidaria por parte de los usuarios.

En relación con la satisfacción del cliente, el 60% (226 clientes) se mostró medianamente satisfecho, mientras que un 23% (89 clientes) satisfecho, y un 17% (64 clientes) se mostró insatisfecho.

Estos resultados están estrechamente ligados a los resultados de la primera variable, en vista de que la satisfacción del cliente está ligada a la oferta de créditos pignoraticios otorgados por la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos.

Los clientes estarán más satisfechos, en la medida en que perciban la tasa de intereses de los créditos pignoraticios, compitan con la de otras cajas solidarias en la región y en el país en su conjunto.

Asimismo, se pudo determinar que esta investigación tiene similitud con la de Guerra y Contreras (2018), quienes llegaron a la conclusión de que un 57.1 % de los trabajadores no conocen de que exista una planificación estratégica y tampoco conocen los objetivos estratégicos de la entidad, lo cual incide en la falta de incremento de cartera de créditos en joyas durante el primer trimestre del año; asimismo, un 95 % de los colaboradores afirman que si llegar a implementar una planificación estratégica ellos la apoyarían.

En el mismo sentido, esta investigación también tiene similitud con la Jesús et. al., (2017), quienes llegaron a la conclusión de que la gestión se ve afectada por la deficiencia en la renovación de crédito pignoraticio de las actividades de control interno y que los malos procesos de evaluación no permiten un adecuado planeamiento estratégico a largo plazo, tampoco una

adecuada ejecución presupuestal, situación que dificulta su desarrollo. Asimismo, las actividades de control relativas a la gestión directa de funciones por actividades administrativas no se cumplen con eficiencia debido al incremento de la morosidad de la cartera.

En ese mismo orden, esta investigación también tiene similitud con la de Chávez (2016), quien llegó a la conclusión de que los datos obtenidos como producto de la investigación, han permitido establecer que las colocaciones en créditos pignoraticios inciden favorablemente en los ingresos financieros de las Cajas Municipales de Crédito Popular en el Perú. Asimismo, los datos obtenidos lograron precisar que los tipos de provisiones del crédito pignoraticio tienen efectos en el margen de operación de las Cajas Municipales de Crédito Popular en el Perú.

Asimismo, esta investigación también tiene similitud con la de Liza y Siancas (2016), quienes llegaron a la conclusión de que la calidad de servicio impactaría positivamente en la satisfacción del cliente, al observarse que existiría una brecha entre lo que se espera y lo que se percibe, lo cual afectaría el nivel de satisfacción del cliente. En tal sentido, la gerencia debería enfocarse en reducir la brecha, con la asignación de recursos, orientando a mejorar la calidad del servicio y por consiguiente el nivel de satisfacción del cliente.

De igual manera, esta investigación también tiene similitud con la de Ramírez (2015) quien llegó a la conclusión de que en relación con el objetivo general el p valor (sig. = .000) sería menor que el nivel de significancia .05, y por ende, existe evidencia estadística suficiente para aceptar la hipótesis que sustenta la relación. Así mismo, el coeficiente de correlación de Rho Spearman sería de .0841, lo que significa que sí existe correlación positiva alta. Del mismo modo, se podría afirmar con un nivel de confianza de 99 por ciento, que existe relación significativa entre las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente en las pollerías del distrito de Andahuaylas, en la provincia de Andahuaylas en la región Apurímac.

En igual sentido, esta investigación tiene similitud con la de Tacure (2014), quien llegó a la conclusión de que los créditos prendarios llegan a

satisfacer las necesidades, tanto para aquellas personas naturales frente a eventos urgentes como alimentación, salud o gastos varios; como para la satisfacción suntuosa de compras de uso personal o viajes. Asimismo, para personas jurídicas (MYPE) el fácil acceso a créditos ante la ausencia de capital de trabajo, liquidez o pago de proveedores, lo que permitiría el cumplimiento de obligaciones de pagos o la realización de actividades como microempresa. Adicionalmente, se tendría evidencia de una variedad de oferta para esta clase de crédito, ante una demanda creciente en vista de su fácil acceso a créditos, y cantidades mínimas de requerimientos.

CAPITULO VI: PROPUESTA

Tesis:

Los créditos pignoratícios y su influencia en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019.

Autor:

Eduardo Gabriel Rojas Panduro.

Título de la propuesta:

Los créditos pignoratícios y su influencia en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019.

Objetivo:

Identificar la influencia de los créditos pignoratícios en la satisfacción del cliente en la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019.

Contenido:

Respecto de los créditos pignoratícios en la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos, el 59% de los clientes manifestaron tener una satisfacción media, el 21% estar satisfecho y el 20% se siente insatisfecho. Con base a estos hallazgos se proponen las siguientes actividades:

- Organizar una comisión de mejora en la oferta de créditos pignoratícios de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos, cuyos gerentes se comprometan de forma mediática a mejorar la mencionada oferta.
- Desarrollar un plan de mejora de la oferta de créditos, en donde participen administrativos, personal técnico y gerentes; a fin de generar mayor confianza en los clientes y que estos opten por estar satisfechos.
- El plan de mejora de la oferta de créditos debe ser atractiva al cliente, luego de un profundo estudio del tema, y tras haber estudiado las ofertas de otras cajas solidarias de inversión en el país y el extranjero.

Respecto de la satisfacción del cliente, del 100% (379 clientes encuestados), el 60% de los clientes manifestaron tener una satisfacción

media, el 23% estar satisfecho y el 17% se siente insatisfecho. Con base a estos hallazgos se proponen las siguientes actividades:

- Realizar encuestas de satisfacción del cliente cada tres meses, aplicando entrevistas, así como determinar cuáles son las razones para que los clientes se sienten medianamente satisfechos o insatisfechos. Las encuestas estarán referidas a tiempos de espera en las oficinas, atención personalizada, resolución de problemas, empatía, etc.
- Una vez identificadas las razones o motivos de la satisfacción media o de la insatisfacción, ubicar esos motivos o razones, su porqué y quiénes han sido afectados o a quiénes podría afectar. Asimismo, determinar esos motivos o razones, de dónde salen y qué o quiénes lo están generando, para inmediatamente, poner en marcha una alternativa de solución e involucrar al personal ad hoc, que se encargará de buscar resolverlo.

CAPITULO VII: CONCLUSIONES

Conclusiones parciales:

- 1.- Según el análisis de la primera hipótesis específica, se logró determinar que el servicio de los créditos pignoratícios es regular en la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos 2019.
- 2.- Según el análisis de la segunda hipótesis específica, se logró determinar que el nivel de satisfacción del cliente es regular en la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos 2019.
- 3.- Según el análisis de la tercera hipótesis específica, se logró determinar que existe un alto grado de influencia estadística de los créditos pignoratícios en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos 2019.

Conclusión general:

Según el análisis de la hipótesis general, se logró determinar que los créditos pignoratícios influyen en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos 2019.

CAPITULO VIII: RECOMENDACIONES

Recomendación general

La satisfacción del cliente es la base primordial de la empresa, ya que mediante los créditos pignoratícios se pretende cubrir alguna necesidad de los mismos, en base a ello se recomienda que la tasa de interés se debería replantear. En su mayoría, los clientes se muestran medianamente satisfechos e insatisfechos respecto de los intereses de sus créditos pignoratícios. Sería adecuado realizar un estudio de la competencia en el mercado nacional, y adecuar las tasas de interés, a fin de estar en el nivel de la competencia.

Recomendaciones específicas

Mediante el servicio brindado se recomienda desarrollar capacitaciones en el nivel técnico y profesional de los empleados de la caja, respecto de las últimas tendencias en el rubro de créditos pignoratícios, a nivel nacional e internacional. La capacitación constante, contribuiría a una mejor captación de clientes y prestigio.

La satisfacción de nuestros clientes refleja un gran avance en nuestras mejoras; y, por lo tanto, los empleados de las ventanillas deberían ser constantemente capacitados en el nivel de atención al público y un mejor trato con los clientes. También deberían llevar cursos de Relaciones Públicas y Relaciones Humanas.

Mediante las estadísticas que muestran el avance de la Caja Solidaria de Inversión Popular en el mercado, se debería capacitar al personal encargado de la resolución de problemas o inconvenientes que presenten los clientes. Una rápida solución de problemas, tendrá al cliente satisfecho.

En el mismo sentido, todo el personal, desde el gerente, hasta el personal de servicio, debería tener talleres de capacitación en Satisfacción del Cliente. Es muy importante este rubro, en vista de que, luego de aplicar la encuesta, casi el 80% sostuvo sentirse medianamente satisfecho o insatisfecho.

CAPITULO IX: REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- AFP, S. y. (2014). *Resolución SBS N. 1802 - 2014*. Lima: SBS y AFP.
- Alván Panayfo J y Ramírez ríos D (2018) *Satisfacción del Cliente de Interbank en la ciudad de Iquitos*. Tesis para obtener el título de contador. Universidad Nacional de la Amazonía Peruana. Iquitos, Perú
- Aguinaga, S. (2018). *Las campañas de ventas y el impacto en las colocaciones pignoraticias de la Caja Metropolitana e Inversiones La Cruz en el Perú en el periodo 2013 al 2017*. Lima: UCS.
- Albrecht, K. (2001). *Todo el poder al cliente*. Buenos Aires: Ediciones Paidós.
- Alpizar, A. y. (2015). *Estudio de mercado para determinar el nivel de satisfacción del cliente en Estelaris Mueblerías 2015*. México: UAM.
- Benavente, B. y. (2012). *Medición del grado de satisfacción de los clientes bancarios de Puerto Montt basada en la "Escala SERVQUAL"*. Puerto Montt: Universidad Austral de Chile.
- Castello, E. (2007). *Gestión comercial de servicios financieros*. México D.F.: ESIC Editorial.
- Chacón, E. (2009). *Auditoría de gestión en la política del crédito pignoraticio a nivel de cajas municipales de crédito popular*. Lima: USMP.
- Chávez, E. (2016). *Los créditos pignoraticios y sus efectos en la rentabilidad financiera de las cajas municipales de crédito popular en el Perú 2010 - 2014*. . Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- García, R. (2012). *El crédito y las tasas de interés*. Lima: Tersa.
- Guerra, A. y. (2018). *Planificación estratégica y crédito de joyas de oro Edpyme Inversiones La Cruz, Agencia América Norte, Trujillo, 2018*. Trujillo: Universidad Privada del Norte.
- Hernández, P. (2011). *La importancia de la satisfacción del usuario*. México D.F.: Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas.

- Hurtado, J. (2015). *El proyecto de investigación, comprensión holística de la metodología y la investigación*. Caracas: Sypal.
- Jesús, K. P. (2017). *La Caja Piura de Ahorro y Crédito de Huánuco y los procesos de crédito pignoraticio en el marco del control interno*. Huánuco: Universidad Nacional Herminio Valdizán.
- Liza, C. y. (2016). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una entidad bancaria de Trujillo 2016*. Trujillo: Universidad Privada del Norte.
- Madrid, V. (2013). *Modelación del comportamiento de la tasa de interés activa promedio en moneda nacional del Sistema Bancario Peruano*. Piura: UP.
- Parasuraman, A. Z. (1988). Servqual: *A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. *Journal of Retailing*, Volume 64. No. 1 Primavera, 12-40.
- Peñaloza, G. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción de los clientes en el Banco de la Nación, Puno 2015*. Puno: Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez.
- Piura, C. (1 de Noviembre de 2020). *Caja Piura de Ahorro y Crédito*. Obtenido de <http://www.cajapiura.pe/prod/credpre.jsp>
- Quispe, S. (2016). *Oferta informal de servicios de las agencias de viaje y la satisfacción del turista en la Calle Procuradores de la ciudad del Cusco - 2016*. Cusco: UAC.
- RAE. (2014). *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española*. Madrid: RAE.
- Ramírez, J. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del Distrito de Andahuylas, Región Apurímac, 2015*. Andahuaylas: Universidad Nacional José María Arguedas.
- Richard, L. (1997). *Satisfacción: una perspectiva de comportamiento en el consumidor*. New York: Mc. Graw Hill.
- SBS. (2008). *Resolución SBS*. Lima: SBS.

- Sosa, J. (2019). *Los intereses usureros en las empresa de crédito pignoraticio y los sobrecostos de los préstamos*. Lima: UNFV.
- Tacure, D. (2014). *El sistema de créditos prendarios de Casa Mazatlán y la caracterización del perfil de sus clientes en la Ciudad de Piura - Año 2013*. Piura: Universidad Nacional de Piura.
- Zeithman, A. y. (2002). *Marketing de servicio. 2da. Edición*. New York: Mc Graw Hill Interamericana.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

| Título de la investigación | Problema de investigación | Objetivos de la investigación | Hipótesis | Tipo de diseño de estudio | Población de estudio y procesamiento | Instrumento de recolección |
|---|--|--|--|--|---|---|
| Los créditos pignoraticios y su influencia en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019 | <p>General</p> <p>¿De qué manera los créditos pignoraticios influyen en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019?</p> <p>Específicos</p> <p>a. ¿Cómo influye las ofertas en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019?</p> <p>b. ¿Cómo influye las tasas de interés en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019?</p> | <p>General</p> <p>Determinar si los créditos pignoraticios influyen en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019.</p> <p>Específicos</p> <p>a. Establecer si influye las tasas de interés en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos 2019.</p> <p>b. Establecer si influye las ofertas en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos 2019.</p> <p>c. Establecer si influye el acceso al crédito en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos 2019.</p> | <p>General</p> <p>Los créditos pignoraticios influyen en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019.</p> <p>Específicos</p> <p>a. Influye las tasas de interés en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos 2019.</p> <p>b. Influye las ofertas en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos 2019.</p> <p>c. Influye el acceso al crédito en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos 2019.</p> | <p>Tipo:</p> <p>El estudio pertenece al tipo correlacional porque se medirá el grado de asociación entre las variables:</p> <p>Créditos pignoraticios y Satisfacción del cliente.</p> <p>Diseño:</p> <p>El diseño de investigación que se utilizará en el estudio fue el no experimental del tipo transeccional correlacional.</p> | <p>Población:</p> <p>La población estuvo constituida por los clientes de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos durante el primer trimestre del año 2019, los cuales hacen un total de 1200 clientes</p> <p>Muestra:</p> <p>La muestra se determinó mediante la fórmula para población menor de 1500 con proporciones y errores absolutos.</p> <p>De acuerdo al desarrollo de la fórmula, la muestra es igual a 379 clientes.</p> <p>Procesamiento:</p> <p>Para el procesamiento de datos se utilizó la hoja de cálculo Excel y el programa estadístico SPSS, versión 25. La información fue presentada en tablas y de manera textual.</p> <p>Para el análisis univariado se empleó la estadística descriptiva: distribución de</p> | <p>Técnicas:</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumentos:</p> <p>· Cuestionario</p> |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | <p>c. ¿Cómo influye el acceso al crédito en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos en el primer semestre 2019?</p> | | | <p>frecuencia, promedio simple (\bar{x}) y porcentaje (%) y luego se describió lo que expresaron los datos.</p> <p>Para el análisis bivariado se empleó la estadística inferencial no paramétrica Ji Cuadrada (X^2) y luego se explicó lo que expresó el resultado. (Hurtado, 2015).</p> | |
|--|--|--|--|--|--|

Anexo 2: Instrumento de recolección de datos



Maestría en Gestión Empresarial



“LOS CRÉDITOS PIGNORATICIOS Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA CAJA SOLIDARIA DE INVERSIÓN POPULAR DE IQUITOS EN EL PRIMER SEMESTRE 2019”

I. PRESENTACIÓN

Estimado cliente es un gusto saludarle y agradecerle anticipadamente por su valiosa colaboración. Este cuestionario es totalmente anónimo.

El presente forma parte de un estudio de investigación, siendo necesario obtener información a través de este instrumento de recolección de datos que permitirá identificar los créditos pignoratícios y su influencia en la satisfacción del cliente de la Caja Solidaria de Inversión Popular de Iquitos; satisfecho, satisfacción media e insatisfacción y, a la vez los resultados obtenidos orientaran a los gerentes a mejorar las atenciones y créditos en esta institución. Por ello se le solicita responda las siguientes preguntas con veracidad.

Duración: 30 minutos.

II. INSTRUCCIONES

Lee detenidamente las preguntas y marca la respuesta que creas conveniente.

III. CONTENIDO

| PREGUNTAS DE LAS VARIABLES CRÉDITO PIGNORATICIO | Satisfecho | Satisfacción media | Insatisfecho |
|---|------------|-----------------------|--------------|
| Oferta | | | |
| Premios y regalos. | | | |
| Pago por gramo. | | | |
| Apreciación de la oferta. | | | |
| Tasa de interés | | | |
| Accesible a los clientes. | | | |
| La más baja del mercado. | | | |
| Apreciación de la tasa de interés. | | | |
| Acceso al crédito | | | |
| Requisitos mínimos. | | | |
| Créditos al instante. | | | |
| Apreciación sobre acceso al crédito. | | | |
| Préstamo | | | |
| Los montos del préstamo. | | | |
| Las cuotas del préstamo. | | | |
| La refinanciación del préstamo. | | | |
| Apreciación del préstamo. | | | |
| PREGUNTAS DE LAS VARIABLES SATISFACCIÓN DEL CLIENTE | Satisfecho | Satisfacción media | Insatisfacci |
| Elementos Tangibles | | | |
| Son atractivas las instalaciones | | | |
| Los funcionarios que atienden están vestidos correctamente | | | |
| Siente confianza en el peso de las joyas. | | | |
| Los elementos materiales (folletos, estados de cuenta y otros) son visualmente atractivos | | | |
| Fiabilidad | | | |
| El encargado de la atención se compromete en atenderlo en forma rápida | | | |
| Cuando un cliente tiene un problema el funcionario muestra un sincero interés en solucionarlo | | | |
| El funcionario realiza bien el servicio que le solicita | | | |
| La entidad al brindar sus servicios insiste en mantener registros libres de errores | | | |
| Capacidad de respuesta | | | |

| | | | |
|--|--|--|--|
| Cuando hay un problema con el estado de mi cuenta, la entidad resuelve rápidamente el problema | | | |
| Los funcionarios siempre están dispuestos a responder a mis preguntas | | | |
| Los funcionarios ofrecen un servicio rápido a sus clientes | | | |
| Los funcionarios siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes | | | |
| Seguridad | | | |
| La entidad posee las habilidades de procesar las transacciones sin torpezas | | | |
| Los telefonistas son suficientemente agradables al contestar mis llamadas | | | |
| La entidad tiene una buena reputación | | | |
| Mi registro de deuda está a salvo de usos no autorizados | | | |
| Empatía | | | |
| Los funcionarios evitan el uso de jergas técnicas durante la atención | | | |
| Me reconocen como un cliente regular de la entidad | | | |
| La entidad tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes | | | |
| La entidad tiene horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes | | | |



Anexo 3: Informe de validación y confiabilidad



Maestría en Gestión Empresarial

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto :
- 1.2 Título Profesional : Licenciado/a (x) Ingeniero/a () Otro ()
- 1.3 Grado académico : Bachiller (x) Maestro (x) Doctor ()
- 1.4 Título de la Investigación : **LOS CRÉDITOS PIGNORATICIOS Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA CAJA SOLIDARIA DE INVERSIÓN POPULAR DE IQUITOS EN EL PRIMER SEMESTRE 2019.**
- 1.5 Nombre del instrumento : CRÉDITOS PIGNORATICIOS Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.
- 1.6 Criterios de Aplicabilidad :
- a. De 01 a 09: (No válido, reformular) DEFICIENTE
- b. De 10 a 12: (No Válido, modificar) REGULAR
- c. De 13 a 15: (Válido, mejorar) BUENO
- d. De 16 a 18: (Válido, precisar) MUY BUENO
- e. De 19 a 20: (Válido, aplicar) EXCELENTE

II. ASPECTOS A EVALUAR

| INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO | | CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVO | Deficiente (01 – 09) | Regular (10 -12) | Bueno (13 – 15) |
|---|-----------------|---|----------------------|------------------|-----------------|
| | | | 01 | 02 | 03 |
| 1 | CLARIDAD | Es formulado con lenguaje apropiado | | | |
| 2 | OBJETIVIDAD | Está expresado con conductas observables | | | |
| 3 | ACTUALIDAD | Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología | | | |
| 4 | ORGANIZACIÓN | Existe una organización lógica | | | |
| 5 | SUFICIENCIA | Comprende los aspectos en cantidad y calidad | | | |
| 6 | INTENCIONALIDAD | Adecuado para valorar los aspectos de estudio (VI y VD) | | | |
| 7 | CONSISTENCIA | Basado en el aspecto teóricos científico y del tema de estudio | | | |
| 8 | COHERENCIA | Entre Título: (Problema. Objetivos e Hipótesis) (Marco Teórico. Operacionalización e Indicadores) | | | |
| 9 | METODOLOGÍA | La estrategia responde al propósito del estudio | | | |
| Sub Total | | | | | |
| Total | | | | | |

| | | | | | |
|---|--------------|---------|-------|---------------|-----------|
| VALORACION CUANTITATIVA (Total X 0.4): | | | | | |
| VALORACION CUALITATIVA: | Deficiente | Regular | Bueno | Muy Bueno | Excelente |
| | () | () | () | () | () |
| OPINIÓN DE APLICABILIDAD: | ACEPTADO () | | | RECHAZADO () | |

OBSERVACIONES

Lugar y Fecha:

Firma del experto informante

D.N.I. N° ----- Teléf. N° -----



Resultado de la prueba de validez



Maestría en Gestión Empresarial

TÍTULO: “LOS CRÉDITOS PIGNORATICIOS Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA CAJA SOLIDARIA DE INVERSIÓN POPULAR DE IQUITOS EN EL PRIMER SEMESTRE 2019”

Autor (es) del Instrumento:

Nombre del instrumento motivo de evaluación: CRÉDITOS PIGNORATICIOS Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Se realizó la prueba de validez del instrumento de recolección de datos, a través del Juicio de Expertos, donde colaboraron los siguientes profesionales:

Dra. Judith Alejandrina Soplín Ríos, docente universitaria.

Dra. Claudet Cadillo López, docente universitaria.

Mag. Francisco Antonio Gallo Infantes, docente universitario.

| Profesionales | Indicadores | | | | | | | | |
|---------------------------------------|--------------|----|----|----|----|----|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| Dra. Judith Alejandrina Soplín Ríos | 75 | 65 | 68 | 68 | 75 | 76 | 75 | 84 | 89 |
| Dra. Claudet Cadillo López | 82 | 86 | 87 | 79 | 86 | 84 | 91 | 82 | 88 |
| Mag. Francisco Antonio Gallo Infantes | 81 | 86 | 98 | 89 | 87 | 91 | 73 | 79 | 94 |
| Promedio General | 82.14 | | | | | | | | |

Teniendo en cuenta la tabla de valoración:

| VALORACIÓN | |
|--------------|-------------|
| CUANTITATIVA | CUALITATIVA |
| Deficiente | 0 – 20 |
| Regular | 21 – 40 |
| Buena | 41 – 60 |
| Muy Buena | 61 – 80 |
| Excelente | 81 – 100 |

Como resultado general de la prueba de validez realizado a través del Juicio de Expertos, se obtuvo: 82.14 puntos, lo que significa que está en el rango de “Excelente”, quedando demostrado que el instrumento de esta investigación, cuenta con una sólida evaluación realizado por profesionales conocedores de instrumentos de recolección de datos.



Resultado de la prueba de confiabilidad



Maestría en Gestión Empresarial

TÍTULO: “LOS CRÉDITOS PIGNORATICIOS Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA CAJA SOLIDARIA DE INVERSIÓN POPULAR DE IQUITOS EN EL PRIMER SEMESTRE 2019”

Autor (es) del Instrumento:

Nombre del instrumento motivo de evaluación: CRÉDITOS PIGNORATICIOS Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

- a. La confiabilidad para “**LOS CRÉDITOS PIGNORATICIOS Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA CAJA SOLIDARIA DE INVERSIÓN POPULAR DE IQUITOS EN EL PRIMER SEMESTRE 2019**” se llevó a cabo mediante el método de intercorrelación de ítems cuyo coeficiente es el ALFA DE CRONBACH a través de una muestra piloto, los resultados obtenidos se muestran a continuación
- b. Estadísticos de confiabilidad para “**LOS CRÉDITOS PIGNORATICIOS Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA CAJA SOLIDARIA DE INVERSIÓN POPULAR DE IQUITOS EN EL PRIMER SEMESTRE 2019**”

| ALFA DE CRONBACH para | ALFA DE CRONBACH basado en los elementos tipificados | Nº de ítems |
|--|--|-------------|
| (“LOS CRÉDITOS PIGNORATICIOS Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA CAJA SOLIDARIA DE INVERSIÓN POPULAR DE IQUITOS EN EL PRIMER SEMESTRE 2019”) | 0.848 | 11 |

c. Criterio de confiabilidad valores

Según Herrera (1998):

| VALORACIÓN | |
|--------------|-------------------------|
| CUANTITATIVA | CUALITATIVA |
| 0,53 a menos | Confiabilidad nula |
| 0,54 a 0,59 | Confiabilidad baja |
| 0,60 a 0,65 | Confiable |
| 0,66 a 0,71 | Muy Confiable |
| 0,72 a 0,99 | Excelente confiabilidad |
| 1.0 | Confiabilidad perfecta |

Para la validación del cuestionario sobre la **CRÉDITOS PIGNORATICIOS Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**, se utilizó el Alfa de CronBach el cual arrojó el siguiente resultado:

La confiabilidad de 9 ítems que evalúan el instrumento sobre **LOS CRÉDITOS PIGNORATICIOS Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA CAJA SOLIDARIA DE INVERSIÓN POPULAR DE IQUITOS EN EL PRIMER SEMESTRE 2019**. Según Herrera (1998) donde el valor va de 0,53 a 1. Nos da como resultado de un ALFA DE CRONBACH y validado la variable sus dimensiones e indicadores arrojó 0.848 ubicándose en el rango cuantitativo 0,72 a 0,99 y cualitativo de Excelente Confiabilidad lo que permite aplicar el instrumento en la muestra del presente estudio.