

**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**TESIS PARA OBTENER
EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**OPTIMIZACIÓN DE USO DE LA BANCA MÓVIL PARA
MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA CAJA
MUNICIPAL DE AHORRO Y CRÉDITO HUANCAYO
SUCURSAL CHACHAPOYAS, 2020.**

Autora:

Bach. Ana Gabriela Corbera Rodriguez

Asesor:

Mg. Cecil Wilmer Burga Campos

Registro: (.....)

CHACHAPOYAS - PERÚ

2022

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM



ANEXO 3-H

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM

1. **Datos de autor 1**
 Apellidos y nombres (tener en cuenta las tildes): CORBERA RODRIGUEZ ANA GABRIELA
 DNI N°: 41830918
 Correo electrónico: anag.corbera@gmail.com
 Facultad: Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
 Escuela Profesional: Administración de Empresas

- Datos de autor 2**
 Apellidos y nombres (tener en cuenta las tildes): _____
 DNI N°: _____
 Correo electrónico: _____
 Facultad: _____
 Escuela Profesional: _____

2. **Título de la tesis para obtener el Título Profesional**
"OPTIMIZACIÓN DE USO DE LA BANCA MÓVIL PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA CASA MUNICIPAL DE AHORRO Y CRÉDITO HUANCAYO SUCURSAL CHACHAPOYAS, 2020"

3. **Datos de asesor 1**
 Apellidos y nombres: BURGA CAMPOS CECIL WILMER
 DNI, Pasaporte, C.E N°: 33563307
 Open Research and Contributor-ORCID (<https://orcid.org/0000-0002-9670-0970>) https://orcid.org/0000-0001-6501-9172

- Datos de asesor 2**
 Apellidos y nombres: _____
 DNI, Pasaporte, C.E N°: _____
 Open Research and Contributor-ORCID (<https://orcid.org/0000-0002-9670-0970>) _____

4. **Campo del conocimiento según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos- OCDE (ejemplo: Ciencias médicas, Ciencias de la Salud-Medicina básica-Immunología)**
https://catalogos.concytec.gob.pe/vocabulario/ocde_ford.html
5-00.00 CIENCIAS SOCIALES / 5-01.00 ECONOMÍA, NEGOCIOS / 5-02.04 NEGOCIOS, ADMINISTRACIÓN .

5. **Originalidad del Trabajo**
 Con la presentación de esta ficha, el(la) autor(a) o autores(as) señalan expresamente que la obra es original, ya que sus contenidos son producto de su directa contribución intelectual. Se reconoce también que todos los datos y las referencias a materiales ya publicados están debidamente identificados con su respectivo crédito e incluidos en las notas bibliográficas y en las citas que se destacan como tal.

6. **Autorización de publicación**
 El(los) titular(es) de los derechos de autor otorga a la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas (UNTRM), la autorización para la publicación del documento indicado en el punto 2, bajo la *Licencia creative commons* de tipo BY-NC: Licencia que permite distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial por lo que la Universidad deberá publicar la obra poniéndola en acceso libre en el repositorio institucional de la UNTRM y a su vez en el Registro Nacional de Trabajos de Investigación-RENATI, dejando constancia que el archivo digital que se está entregando, contiene la versión final del documento sustentado y aprobado por el Jurado Evaluador.



Chachapoyas, 04, Noviembre, 2022

[Firma]
 Firma del autor 1

[Firma]
 Firma del Asesor

 Firma del autor 2

 Firma del Asesor 2

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a Dios por siempre darme la oportunidad de ser mejor ser humano. A mis padres, por inculcarme principios y valores, por ayudarme a confiar en mi potencial y darme la oportunidad de acceder a una buena educación. A mi hijo, por ser mi cimiento y motivación diaria. A mis seres amados que me presentó la vida y elegí como familia, cuya presencia es una pieza fundamental para alcanzar mis metas. A mis seres de luz que ya partieron pero que siempre estarán en mi corazón.

Ana Gabriela.

AGRADECIMIENTO

Expreso mi sincero agradecimiento al personal de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza, a todos los docentes quienes nos brindan las herramientas necesarias para forjar un gran futuro profesional y personal.

Asimismo, agradezco a la Oficina de Administración y de Asesores de Negocio de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - CMAC Huancayo, por su colaboración en el presente trabajo de investigación.

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ
DE MENDOZA DE AMAZONAS**

Ph.D. JORGE LUIS MAICELO QUINTANA

Rector

Dr. OSCAR ANDRÉS GAMARRA TORRES

Vicerrector Académico

Dra. MARÍA NELLY LUJÁN ESPINOZA

Vicerrectora de Investigación

Mg. CIRILO LORENZO ROJAS MALLQUI

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS



ANEXO 3-L

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

El que suscribe el presente, docente de la UNTRM ()/Profesional externo (), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada Optimización de uso de la Banca móvil para mejorar la atención al cliente en la caja Municipal de ahorro y crédito Huancayo sucursal Chachapoyas, 2020. ; del egresado Sra. Ana Gabriela Corben Rodríguez de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas Escuela Profesional de Administración de Empresas de esta Casa Superior de Estudios.

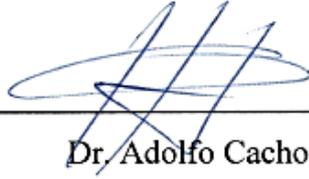
El suscrito da el Visto Bueno a la Tesis mencionada, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el Jurado Evaluador, comprometiéndose a supervisar el levantamiento de observaciones que formulen en Acta en conjunto, y estar presente en la sustentación.

Chachapoyas, 04 de Octubre de 2022


Firma y nombre completo del Asesor

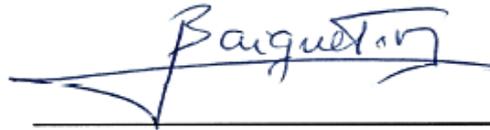
Cecil Wilmer Barga Campos
DOCENTE AUX-TC
UNTRM.

JURADO EVALUADOR DE LA TESIS



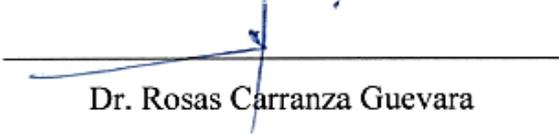
Dr. Adolfo Cacho Revilla

PRESIDENTE



Mg. Dennis Brayan Baique Timaná

SECRETARIO



Dr. Rosas Carranza Guevara

VOCAL

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS



ANEXO 3-Q

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

Los suscritos, miembros del Jurado Evaluador de la Tesis titulada:

Optimización de uso de la Banca Móvil para mejorar la atención al cliente
En la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo sucursal Chachapoyas, 2020

presentada por el estudiante ()/egresado (X) Ana Gabriela Corbera Rodríguez

de la Escuela Profesional de Administración de Empresas

con correo electrónico institucional anag.corbera@gmail.com

después de revisar con el software Turnitin el contenido de la citada Tesis, acordamos:

- La citada Tesis tiene 20 % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es menor (X) / igual () al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM.
- La citada Tesis tiene _____ % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es mayor al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM, por lo que el aspirante debe revisar su Tesis para corregir la redacción de acuerdo al Informe Turnitin que se adjunta a la presente. Debe presentar al Presidente del Jurado Evaluador su Tesis corregida para nueva revisión con el software Turnitin.



Chachapoyas, 19 de Octubre del 2022

[Signature]
SECRETARIO

[Signature]
PRESIDENTE

[Signature]
VOCAL

OBSERVACIONES:

.....
.....

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-S

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Chachapoyas, el día 02 de noviembre del año 2022, siendo las 16:00 horas, el aspirante: Ana Gabriela Cortez Rodríguez, asesorado por Mg. Cecil Wilmar Burga Campos defiende en sesión pública presencial (X) / a distancia () la Tesis titulada: Optimización de uso de la Banca Móvil para mejorar la atención al cliente en la caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo Sucursal Chachapoyas 2020, para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente: Dr. Adolfo Cacho Revilla.

Secretario: Mg. Dennis Otayán Baigue Trimani.

Vocal: Dr. Rodas Carranza Guevara.

Procedió el aspirante a hacer la exposición de la Introducción, Material y métodos, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.

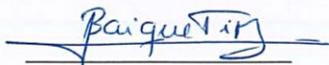
Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto de sustentación, para que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida a la sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional, en términos de:

Aprobado (X) por Unanimidad (X)/Mayoría () Desaprobado ()

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en esta misma sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las 17:00 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.


SECRETARIO


PRESIDENTE


VOCAL

OBSERVACIONES:
.....

ÍNDICE

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS	v
VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS.....	vi
JURADO EVALUADOR DE LA TESIS	vii
CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS.....	viii
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS.....	ix
ÍNDICE.....	x
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
RESUMEN	xiv
ABSTRACT.....	xv
I. INTRODUCCIÓN	16
II. MATERIAL Y MÉTODOS.....	19
2.1. Objeto de estudio	19
2.2. Variable de estudio	19
2.3. Tipo de estudio.....	19
2.4. Diseños de la investigación.....	19
2.5. Población.....	19
2.6. Muestra y muestreo: El muestreo fue por conveniencia.....	19
2.7. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	20
2.8. Análisis de datos	20

III.	RESULTADOS.	21
	3.1. Diagnóstico sobre uso de la banca móvil y atención al cliente en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo sucursal Chachapoyas, 2020.....	21
	3.2. Identificación de estrategias de sensibilización para el uso de la banca móvil en la caja municipal de ahorro y crédito de Huancayo sucursal Chachapoyas, 2020.	30
	3.3. Identificación de estrategias de capacitación para el uso de la banca móvil en la caja de ahorro y crédito Huancayo sucursal Chachapoyas, 2020	32
	3.4. Identificación de estrategias de motivación para el uso de la banca móvil en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo sucursal Chachapoyas, 2020.....	34
IV.	DISCUSIÓN	37
V.	CONCLUSIONES	40
VI.	RECOMENDACIONES.....	41
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.	42
	ANEXOS	44

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de entrevista al Administrador de la Caja Municipal ahorro y crédito Huancayo	27
--	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Tiempo de ser cliente de la Caja Municipal Huancayo :.....	21
Figura 2. Tipo de servicio que utilizó de la Caja Municipal Huancayo	21
Figura 3. Modo de realizar sus transacciones en la Caja Municipal Huancayo	22
Figura 4. En Agencia :	22
Figura 5. En Agente :	23
Figura 6. En la Banca móvil :	23
Figura 7. En época de emergencia sanitaria considera que la banca móvil ofertada es:	24
Figura 8. La banca móvil de la Caja Municipal Huancayo le da a usted ventajas para ahorrar dinero :	24
Figura 9. La banca móvil de la Caja Municipal Huancayo es de fácil acceso para realizar sus operaciones :	25
Figura 10. La banca móvil de la Caja Municipal Huancayo le permite ahorrar tiempo.	25
Figura 11. Tiene algunos problemas con el uso de la banca móvil de la Caja Municipal Huancayo :	26
Figura 12. Problemas encontrados	26
Figura 13. Alternativas de solución a los problemas encontrados	27
Figura 14. Uso de banca móvil en la Caja Municipal ahorro y crédito Huancayo en los años 2019, 2020 y 2021:	29

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo general proponer estrategias de optimización de uso de la banca móvil para mejorar la atención al cliente en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo sucursal Chachapoyas, 2020; el modelo de investigación fue descriptivo. Como resultado del diagnóstico se ha determinado que en los últimos tres años ha existido un incremento del uso de la banca móvil por parte de los clientes de la caja en mención, a pesar de que existe un grupo de clientes que no se encuentra satisfecho con este tipo de servicios y que prefiere hacer sus transacciones de manera presencial. Los principales problemas identificados con la banca móvil están relacionados con la complejidad de los aplicativos y la saturación del sistema. Las estrategias de sensibilización son importantes dentro del proceso de conseguir el incremento del uso de la banca móvil y estas están orientadas a generar conciencia e influir en los clientes en que este servicio les facilitará la realización de sus transacciones. Las estrategias de capacitación están orientadas a reducir el déficit de insatisfacción que tienen los clientes con el uso del aplicativo de banca móvil, fortaleciendo las capacidades tanto de clientes como de empleados mejorando la experiencia de su uso, lo cual contribuye a promover la inclusión financiera y a dinamizar la economía del País .Las estrategias de motivación son elementales para impulsar la necesidad de los clientes para que puedan canalizar sus operaciones en la banca móvil y ser parte de la transformación digital en la sociedad.

Palabras claves: Banca móvil, optimización de uso, atención al cliente, caja municipal.

ABSTRACT

The general objective of this research was to propose strategies for optimizing the use of mobile banking to improve customer service in the Huancayo Municipal Savings and Credit Bank, Chachapoyas branch, 2020; the research model was descriptive. As a result of the diagnosis, it has been determined that in the last three years there has been an increase in the use of mobile banking by customers of the bank in question, despite the fact that there is a group of customers who are not satisfied with this type of services and who prefers to make their transactions in person. The main problems identified with mobile banking are related to the complexity of the applications and the saturation of the system. Awareness strategies are important in the process of increasing the use of mobile banking and these are aimed at generating awareness and influencing customers that this service will make it easier for them to carry out their transactions. The training strategies are aimed at reducing the deficit of dissatisfaction that customers have with the use of the mobile banking application, strengthening the skills of both customers and employees, improving the experience of its use, which contributes to promoting financial inclusion and boost the country's economy. Motivation strategies are essential to boost the need of customers so that they can channel their operations into mobile banking and be part of the digital transformation in society.

Keywords: Mobile banking, optimization of use, customer service, municipal box.

I. INTRODUCCIÓN

El mercado competitivo del sistema financiero a Nivel Mundial viene siendo marcado por la tendencia de las entidades financieras de ofrecer sus productos y servicios mediante tecnologías digitales. A Nivel Nacional y Mundial existe una tendencia de transformar la Banca Tradicional en una Banca Digital, tecnologías sin contacto impulsada por múltiples beneficios tanto para la oferta como para la demanda.

The Financial Brand a través de una encuesta descubrió que un 75% de empresas financieras priorizaron la transformación de sus negocios a la Banca digital hasta el año 2021.

Domínguez (2018). En una investigación correlacional estudia la variable calidad y satisfacción de los usuarios de un banco con el fin de plantear una propuesta de mejora. Para medir la calidad utiliza el modelo SERVQUAL. Los resultados mostraron usuarios satisfechos con los servicios de banca en línea y un grupo de usuarios que no se encontraban satisfechos, teniendo en cuenta factores como la saturación de la banca en línea y la complejidad de las aplicaciones.

Loor & Meléndez (2017). Proponen un modelo para implementar la banca digital, para ello realizan un diagnóstico sobre sus repercusiones y el entorno competitivo. La investigación fue exploratoria – descriptiva. Los resultados muestran que existe una tendencia a desarrollar este tipo de banca y que es fundamental para los bancos comerciales que buscan su rentabilidad. La banca digital ayuda a reducir costos operativos a estas empresas y genera ingresos razonables por comisiones. Este tipo de servicio es necesario para competir en el mercado.

Polo (2018) investiga la aplicación de móviles y la atención al cliente en el banco financiero, el autor busca diseñar una aplicación móvil que ayude a la mejora de la atención, para ello realiza un diagnóstico y posteriormente la propuesta. Los resultados muestran un déficit en la atención al cliente en el banco objeto de estudio y una pre disposición de los clientes para utilizar una aplicación móvil.

Copa, (2017). Determina el nivel de desconocimiento de los canales Banca Móvil y Banca por internet del BCP. Esta investigación se utilizó el método y diseño:

“No experimental”, transaccionales – Descriptivos, concluyendo que el desconocimiento de los canales Banca Móvil y Banca por Internet del BCP es alto; porque muchas de las personas que son recurrentes en usar los servicios que brinda el BCP no saben de la existencia de estos canales, solo conocen las agencias, los cajeros automáticos, banca por teléfono y los agentes BCP los cuales son muy útiles pero se corre un riesgo constante cuando se maneja dinero en efectivo y se está propenso a sufrir un robo y/o asalto al momento de ir o salir de uno de estos canales de atención.

Arteaga & Choquehuanca, (2017). Determina la relación entre los factores perceptuales y la utilización de los servicios de banca móvil en Arequipa. El tipo de investigación fue no experimental, pues no se sometió a los clientes a ninguna situación específica y mucho menos se influyó en su comportamiento para obtener los resultados. Concluyendo que los factores perceptuales que se tomaron en cuenta para el estudio tienen una relación positiva con el uso de los servicios de banca móvil.

Gonzales, (2017). Determina la relación entre el desarrollo de la banca electrónica y la aceptación de los clientes de Lima Metropolitana de los 4 principales bancos del Perú. Tuvo un diseño metodológico no experimental y transversal, con la investigación se concluye que: La incorporación de la banca electrónica es una estrategia innovadora implementada por las principales entidades bancarias del Perú; sin embargo, actualmente no se tiene la aceptación necesaria por parte de los clientes. Hasta que no se identifiquen las necesidades de los clientes y los impedimentos que actualmente existen por las características socioculturales de los usuarios limeños no se tendrá una aceptación total del servicio.

Jiménez, (2019). Estudia los canales alternos con el banco de la nación, considera cuatro dimensiones en los canales internos y estos son: agentes multired, cajeros automáticos, banca por internet y banca celular y concluye que los clientes se encuentran satisfechos con la banca por internet en un 60% y banca por celular en un 45.7%; lo cual fue un indicador que se debería replantear estrategias para incrementar esta línea alternativa de atención al usuario.

El objetivo general de la investigación fue proponer estrategias de optimización de uso de la banca móvil para mejorar la atención al cliente en la caja municipal

de ahorro y crédito Huancayo sucursal Chachapoyas, 2020; y los objetivos específicos: realizar un diagnóstico sobre uso de la banca móvil y atención al cliente en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo sucursal Chachapoyas, 2020; Identificar estrategias de sensibilización para el uso de la banca móvil en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo sucursal Chachapoyas, 2020; Identificar estrategias de capacitación para el uso de la banca móvil en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo sucursal Chachapoyas, 2020; Identificar estrategias de motivación para el uso de la banca móvil en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo sucursal Chachapoyas, 2020.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Objeto de estudio

Estrategias de optimización de banca móvil

2.2. Variable de estudio

Variable 01: Uso de banca móvil

Variable 02: Atención al cliente

2.3. Tipo de estudio

Descriptiva – propositiva.

2.4. Diseños de la investigación

No experimental

2.5. Población

P1: 1 281 clientes de todas las carteras captados por el área de créditos a la fecha.

Muestra

La muestra será establecida mediante el muestreo aleatorio simple donde la fórmula es:

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

Dónde:

N = Total de la población

Z = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

p = Proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)

q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)

d = precisión (5%)

2.6. Muestra y muestreo: El muestreo fue por conveniencia.

Aplicando la formula se tomará en su totalidad a 69 clientes de todas las carteras captados por el área de créditos a la fecha.

$$n = \frac{(1281) \times (1.960)^2 (0.05)(0.95)}{(0.05)^2 \times (1281 - 1) + (1960)^2 (0.05)(0.95)} = 69.17$$

2.7. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.

La investigación partió de la obtención de información descriptiva, a través de la técnica de la encuesta , utilizando un cuestionario aplicado a otras investigaciones relacionadas con las mismas variables de estudio ; lo que permitió identificar las opiniones y las características del uso de la banca móvil en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo por parte de los clientes de la sucursal Chachapoyas con el fin de elaborar una propuesta que permitirá la utilización del uso de la banca móvil basándose en las dimensiones relacionadas con la sensibilización , la capacitación, y la motivación de los clientes con el fin de mejorar la atención al cliente.

2.8. Análisis de datos

La información fue obtenida tanto del cliente a través de encuestas y de la entidad financiera a través de cuestionario de entrevista y fichas de registro, los datos fueron procesados a través del Excel convirtiéndolas en distribuciones estadísticas que fueron analizados y confrontados con el fin de obtener un diagnóstico adecuado de la realidad.

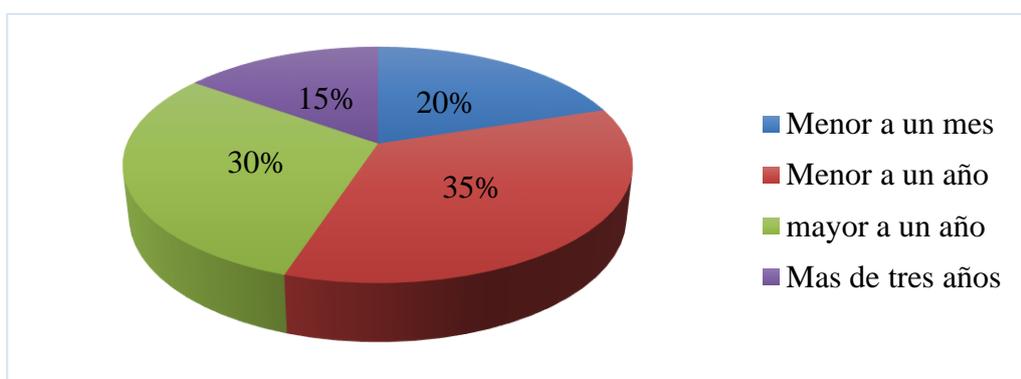
III. RESULTADOS.

3.1. Diagnóstico sobre uso de la banca móvil y atención al cliente en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo sucursal Chachapoyas, 2020.

Para realizar el diagnóstico del uso de la banca móvil de atención al cliente, se tomó información tanto de los clientes como de la empresa, llegándose a los siguientes resultados:

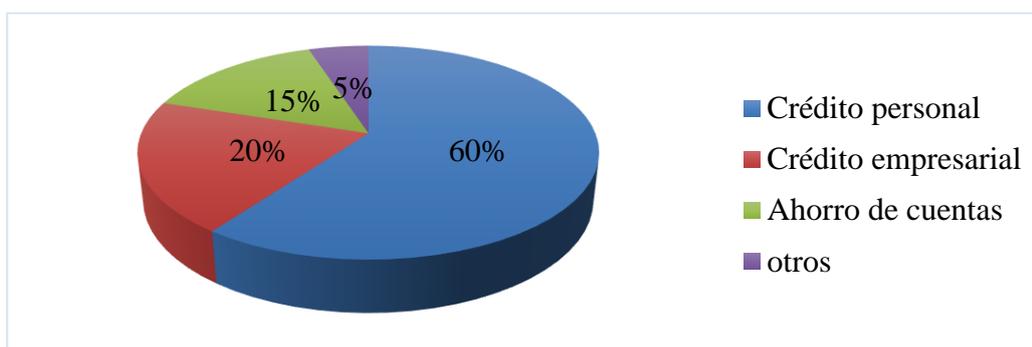
A los clientes se aplicó una encuesta siendo los resultados:

Figura 1. Tiempo de ser cliente de la Caja Municipal Huancayo :



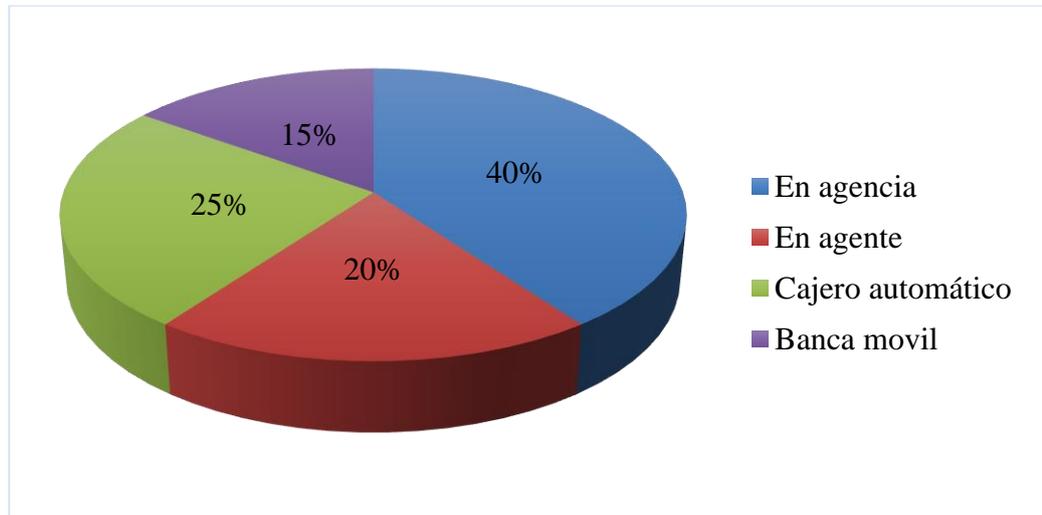
El 35% es cliente de la Caja Huancayo menos de un año , 30% mayor a un año , 20% menor a un mes y el 15% mas de tres años.

Figura 2. Tipo de servicio que utilizó de la Caja Municipal Huancayo



El 60% utilizó el crédito personal, el 20% crédito empresarial, el 15% ahorro de cuentas y el 5% utilizó otro tipo de servicio.

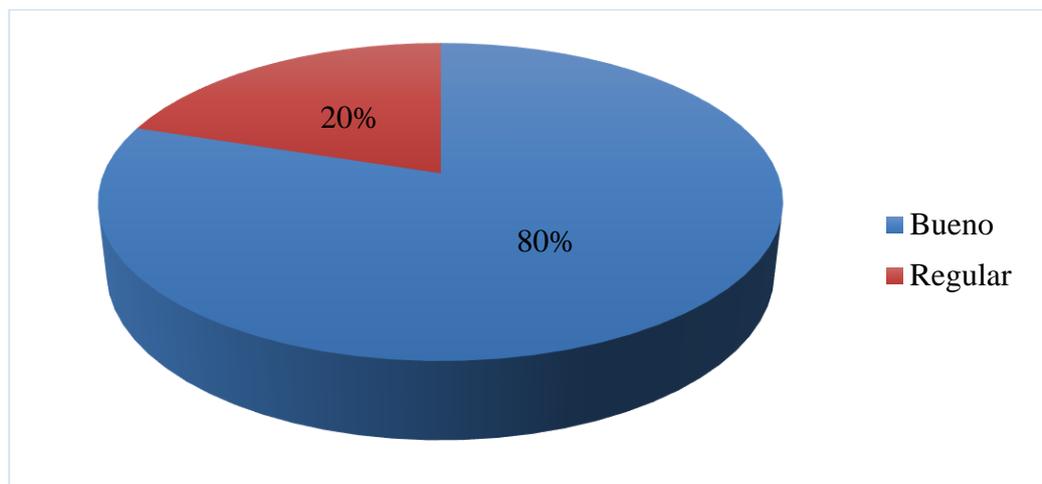
Figura 3. Modo de realizar sus transacciones en la Caja Municipal Huancayo



El 40% de clientes realiza sus transacciones en la misma agencia, el 25% en cajero automático, el 20% en agente y el 15% por banca movil.

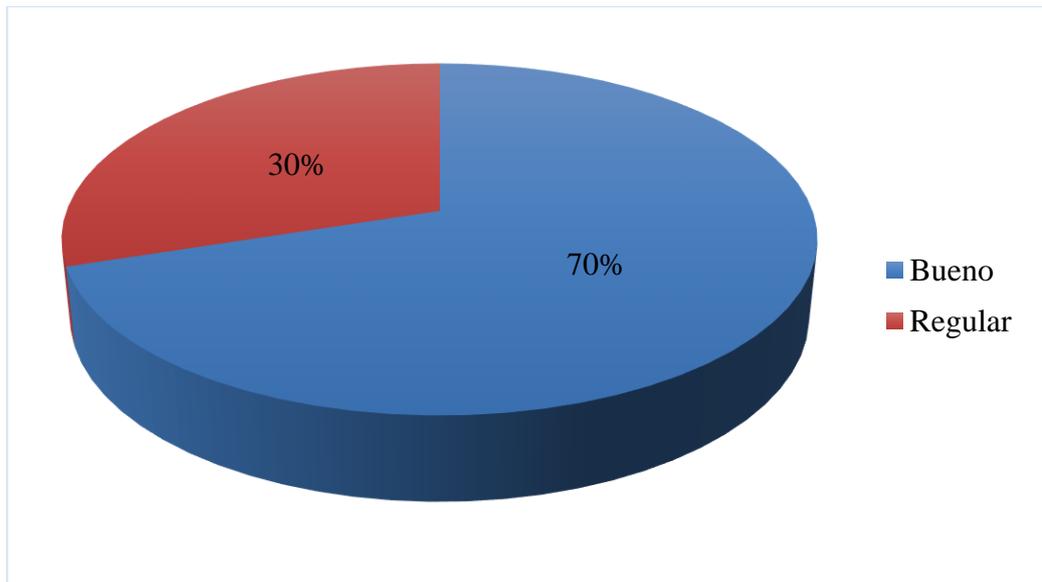
El servicio recibido a través del canal de atención fue :

Figura 4. En Agencia :



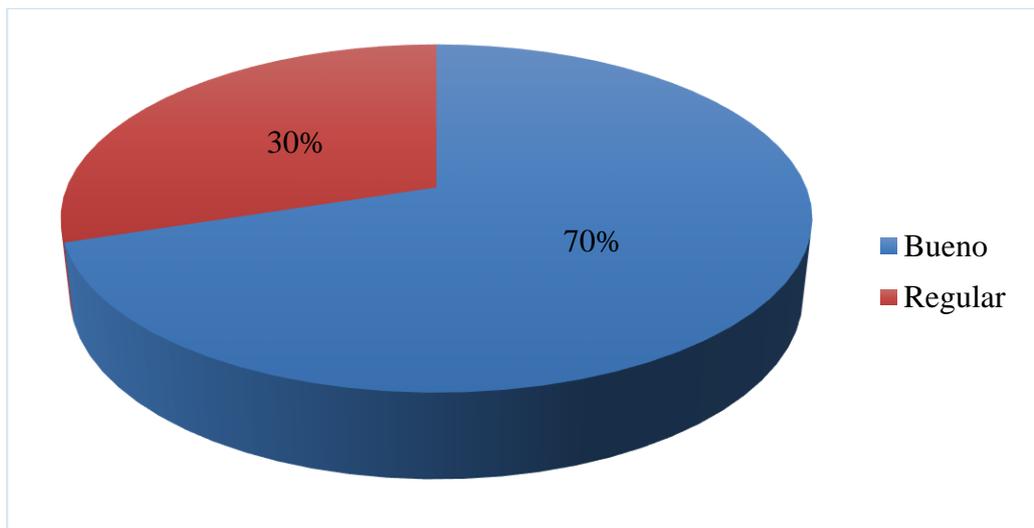
El 80% de clientes califican el servicio recibido en agencia como bueno y el 20% como regular.

Figura 5. En Agente :



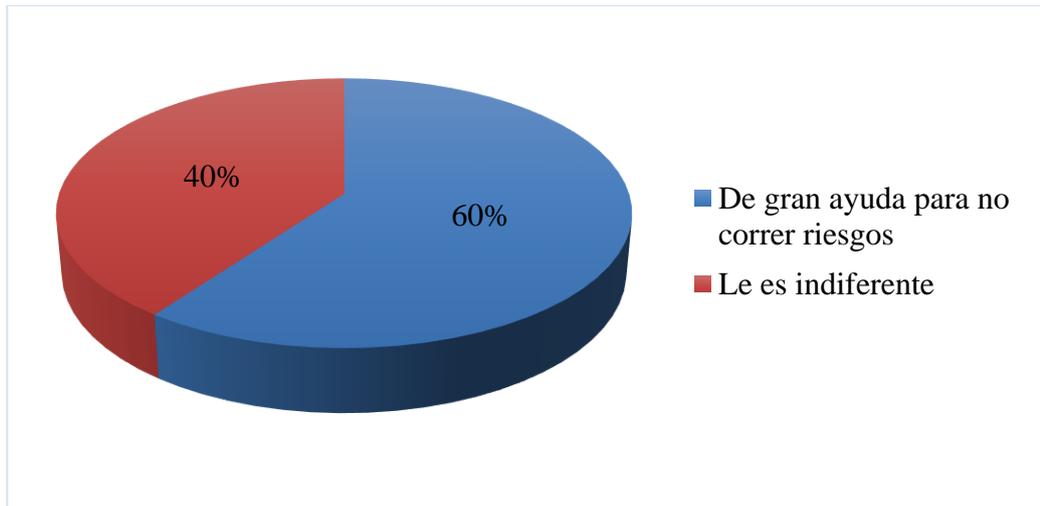
El 70% de clientes califican el servicio recibido en un agente como bueno y el 30% como regular.

Figura 6. En la Banca móvil :



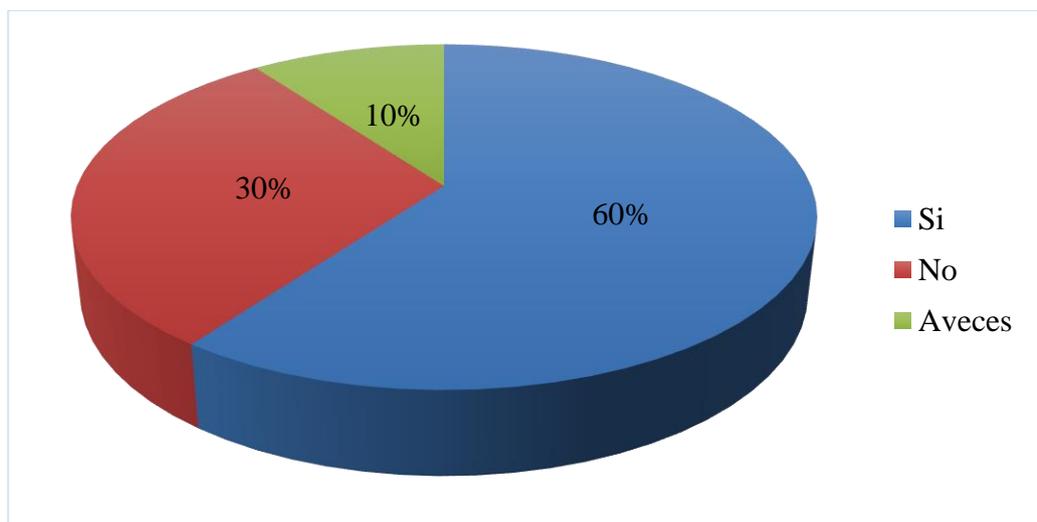
El 70% de clientes califican el servicio recibido por banca móvil como bueno y el 30% como regular.

Figura 7. En época de emergencia sanitaria considera que la banca móvil ofertada es:



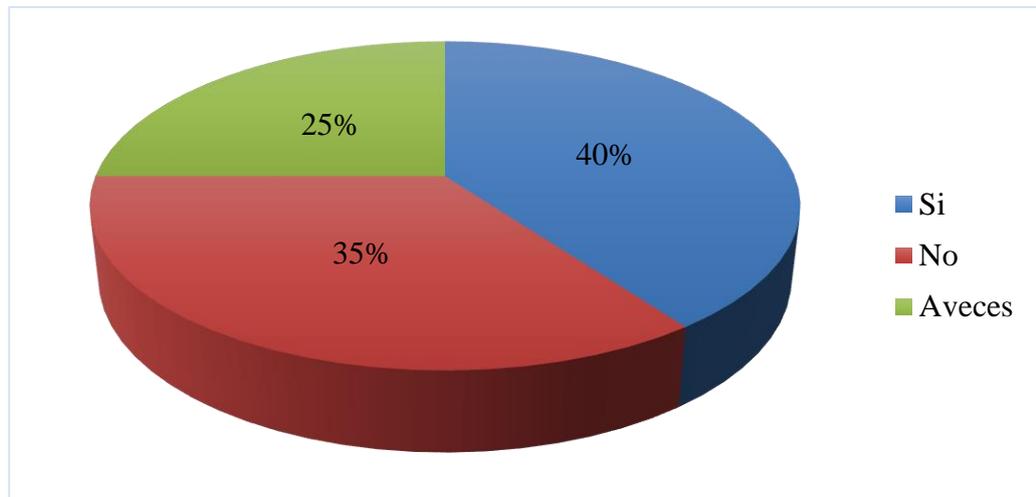
El 60% indica que en época de emergencia sanitaria la banca móvil es de gran ayuda para no correr riesgos y al 40% le es indiferente.

Figura 8. La banca móvil de la Caja Municipal Huancayo le da a usted ventajas para ahorrar dinero :



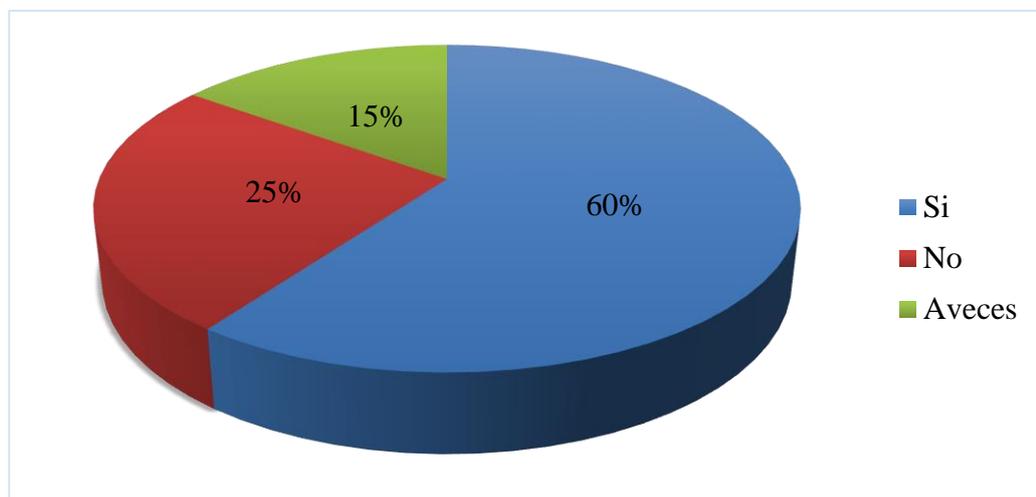
El 60% indica que la banca móvil de la caja municipal Huancayo le da ventajas para ahorrar dinero, el 30% indica que no le da ventajas y el 10% indica que aveces.

Figura 9. La banca móvil de la Caja Municipal Huancayo es de fácil acceso para realizar sus operaciones :



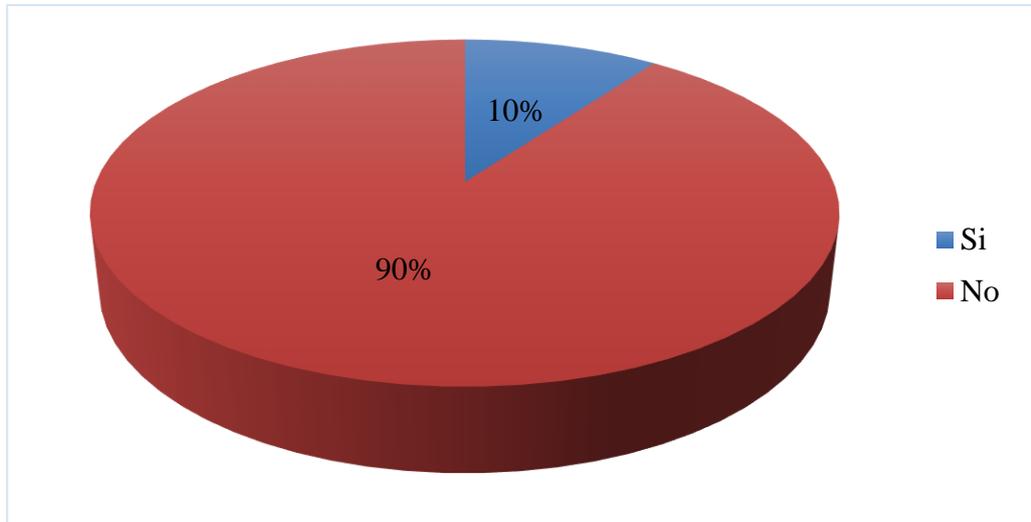
El 40% indica que la banca móvil de la caja municipal Huancayo es de fácil acceso para realizar sus operaciones, el 35% indica que no es de fácil acceso y el 25% indica que a veces.

Figura 10. La banca móvil de la Caja Municipal Huancayo le permite ahorrar tiempo.



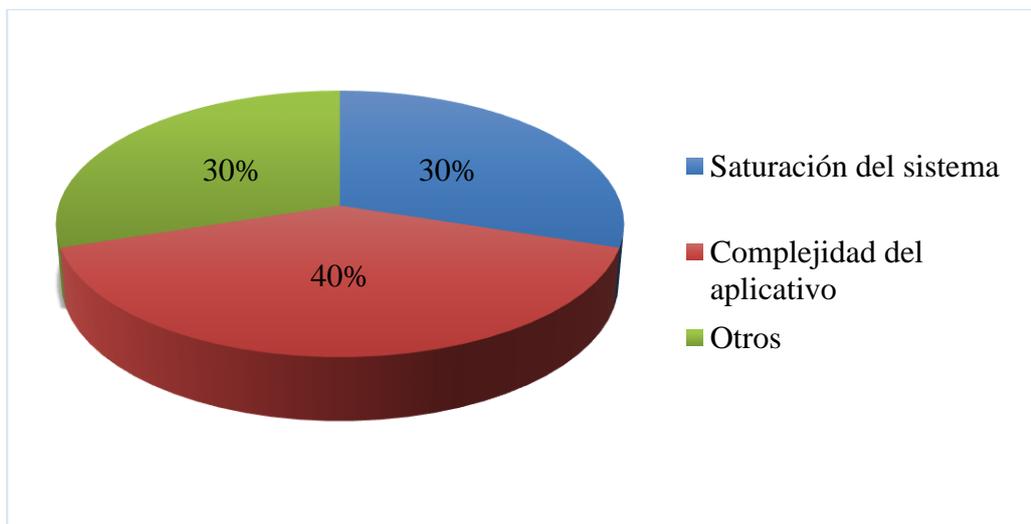
El 60% indica que la banca móvil si le permite ahorrar tiempo, el 25% que no y el 15% a veces.

Figura 11. Tiene algunos problemas con el uso de la banca móvil de la Caja Municipal Huancayo :



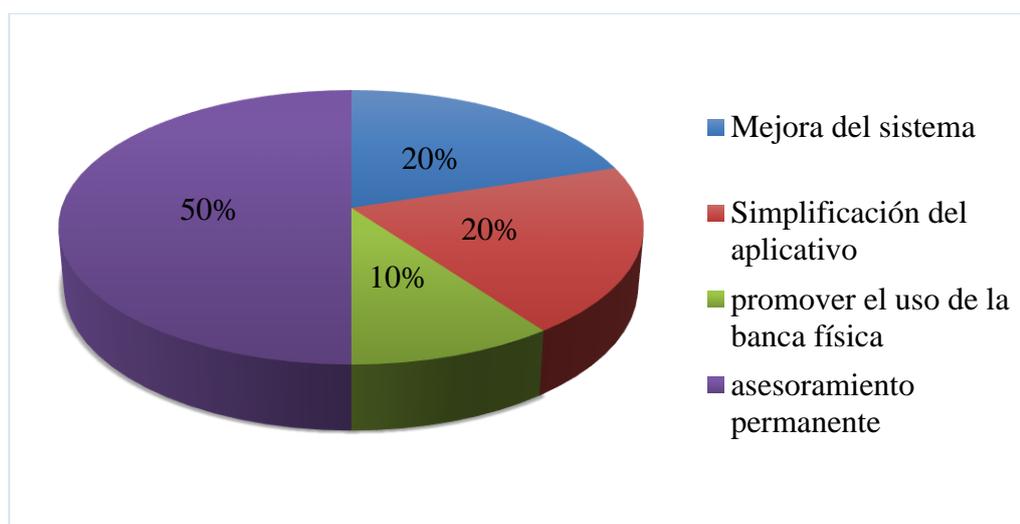
El 90% indica que no tiene problemas con el uso de la banca móvil y el 10% que sí.

Figura 12. Problemas encontrados



El 40% de los encuestados indica que la complejidad en el sistema es uno de los problemas encontrados, el 30% indica que la saturación del sistema y el otro 30% otro tipo de problemas.

Figura 13. Alternativas de solución a los problemas encontrados



El 50% de encuestados indica que una de las alternativas para solucionar los problemas encontrados sería contar con un asesoramiento permanente

Se aplicó una entrevista al Administrador de la Caja Municipal la Caja Municipal de ahorro y crédito Huancayo Sucursal Chachapoyas, los resultados se muestra a continuación:

Tabla 1. Matriz de entrevista al Administrador de la Caja Municipal ahorro y crédito Huancayo

Heriberto Gonzales Vera
(Administrador)

¿Ha existido cambio en el perfil de uso de los servicios de la Caja Huancayo por parte de los clientes a raíz del estado de emergencia?	Sí, definitivamente debido a la emergencia sanitaria , ha existido disminucion de concurrencia de los cliente a la oficina , incrementandose el uso de canales como la aplicación movil .
¿Los clientes de la Caja Huancayo en la ciudad de Chachapoyas utilizan con frecuencia el servicio de la banca móvil?	Sí y este cambio ha sido notorio durante los últimos dos años , donde se incrementó la cantidad de usuarios que aceptaban descargar el aplicativo movil de la Caja y canalizaban sus operaciones , ya en el

presente año tuvo una ligera disminución de uso.

¿Cuáles son los servicios más utilizados de la Caja Huancayo? Generalmente las operaciones mas frecuentes son , los depósitos , retiros, desembolsos de créditos, cambio de moneda extranjera, transferencias interbancarias , pago de productos activos donde tambien se realiza la colocacion de productos pasivos , como son las cuentas a plazo fijo , seguros entre otros.

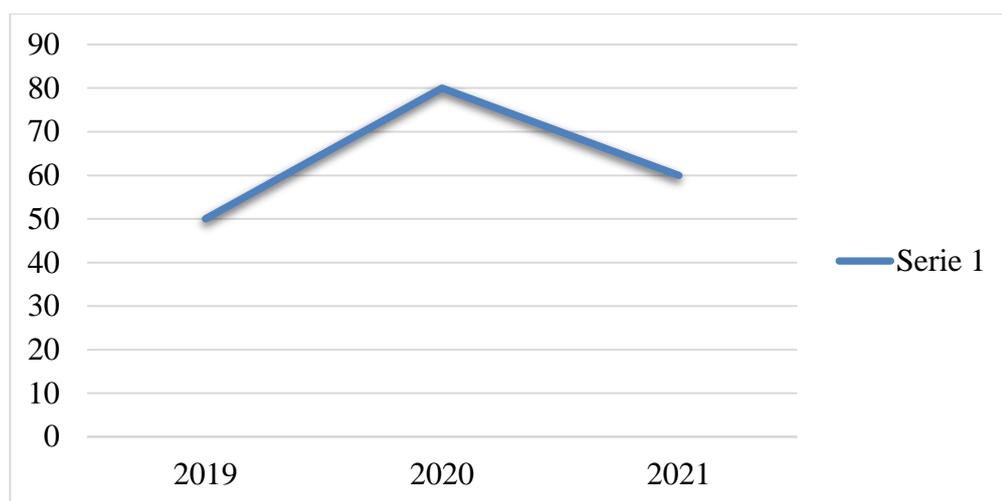
¿Cuáles son los servicios de banca móvil más utilizados de la Caja Huancayo? Bueno si tendríamos que seleccionar los mas utilizados por la demanda de los clientes podria hacer referencia a los pagos de créditos propios y de terceros , consulta de saldos y movimientos , transferencias, recargas , giros , pago de servicios y otros.

¿Ha existido problemas por el uso de la banca móvil de la Caja Huancayo? Sí claro, como en todo canal de atencion siempre suele surgir alguna insatisfacción , en este caso por la banca móvil lo que siempre se presenta son saturaciones del sistema y desconocimiento en el manejo de las aplicaciones , siendo problemas que cada cliente reporta a su asesor o en ventanilla o en los ultimos casos generan un reclamo o queja.

¿Existe algún plan o estrategia para optimizar e incrementar el uso de la banca móvil? Al momento no se ha desplegado ningun plan que este orientado a reforzar la banca móvil , el incremento se dio debido a la coyuntura , por la necesidad de los clientes por proteger su salud.

Para reforzar lo sostenido por el Administrador y mostrado a través de la tabla matriz de entrevista se detalla a continuación información cuantitativa proporcionada por el mismo sobre el uso de la banca móvil en la sucursal Chachapoyas de la Caja Municipal de ahorro y crédito Huancayo 2019,2020,2021.

Figura 14. Uso de banca móvil en la Caja Municipal ahorro y crédito Huancayo en los años 2019, 2020 y 2021:



Fuente: Base de datos Oficina de Administración.Reportes uso de Banca Móvil.

El 2019 los clientes de la Caja Huancayo en un 50% realizaban sus operaciones utilizando banca móvil para los servicios antes mencionados; en el 2020 con la llegada de la primera ola de la pandemia por COVID-19, sumado a las restricciones dictadas por el estado, el uso de la banca móvil se incrementó en un 80%. El 2021 y el 2022 se reaberturan ciertos servicios presenciales en mayor amplitud en la Caja municipal Huancayo y el uso de la banca móvil se redujo a un 60%, teniendo en cuenta que los clientes prefieren acudir presencialmente a este establecimiento.

En la información obtenida del administrador, mediante la entrevista, sostiene que los reclamos de los clientes con frecuencia son generados por el sistema informático que presenta saturaciones del sistema y desconocimiento en el manejo de las aplicaciones por parte de los clientes, dificultades que se presentan y al no ser solucionadas ocasiona el ingreso de reclamos y/o quejas por parte de los clientes, información que se muestra en el anexo 3- Fichas de Registro de Reclamos de los Clientes y Opiniones sobre Atención y Banca Móvil de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo.

3.2. Identificación de estrategias de sensibilización para el uso de la banca móvil en la caja municipal de ahorro y crédito de Huancayo sucursal Chachapoyas, 2020.

Objetivo de la estrategia sensibilización

Sensibilizar a los clientes de la Caja Municipal de ahorro y crédito Huancayo para incrementar el uso de la banca móvil en sus transacciones.

Planeación estratégica

Estrategia

Sensibilización a través de medios informativos.

Descripción de la estrategia

La estrategia de sensibilización plantea la ejecución de una serie de acciones que pretenden influir sobre las ideas y percepciones que tienen los clientes con respecto a los conceptos de la banca móvil, la oferta de servicios de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo y el comportamiento de la Sociedad frente a la transformación digital. De esta manera se pretende provocar ciertas actitudes o promover un cambio en el uso de la aplicación móvil durante las prácticas diarias de los clientes, teniendo en cuenta que la Caja Municipal de ahorro y crédito Huancayo, tiene a vuestra disposición la oferta de canales de atención que contribuyen a la seguridad, practicidad y la oportunidad que genera su uso. Mediante esta estrategia de sensibilización, se podrá generar una predisposición al uso de la banca móvil.

Actividades de la estrategia

- ✓ Elaboración del plan de estrategias de sensibilización: esta actividad buscará diseñar un plan de sensibilización a los pobladores de la ciudad de Chachapoyas, que son clientes de la caja de ahorro y crédito Huancayo utilizando una segmentación adecuada, teniendo en cuenta la perspectiva e idiosincrasia de la población objetivo, gestionando metas y objetivos claros y los recursos necesarios para su ejecución. En este plan se deberá

reforzar contenidos como los beneficios del uso de la banca móvil tales como:

- Ahorro de tiempo
 - Rapidez en realizar operaciones
 - Evitar riesgo de llevar efectivo
 - Comodidad
 - Flexibilidad
 - Seguimiento de operaciones en tiempo real
 - Entre otros.
- ✓ Implementación del plan de estrategias de sensibilización: Esto se realizará a través de los diversos medios de comunicación, página web y redes sociales más usadas, transmisión en la radio que es muy utilizada en la ciudad de Chachapoyas , transmisión en el microprograma “ Emprende Empresario”, folletería para ser distribuida de manera física y virtual durante la atención y las campañas de promoción quincenal de los colaboradores en diversos puntos estratégicos.
- ✓ Monitoreo: esta actividad permitirá monitorear las actividades de las estrategias de sensibilización y verificar el cumplimiento de los objetivos planteados.

Participantes

Colaboradores de la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo y clientes

Responsable

Administración de la caja Huancayo.

3.3. Identificación de estrategias de capacitación para el uso de la banca móvil en la caja de ahorro y crédito Huancayo sucursal Chachapoyas, 2020

Objetivo de la estrategia capacitación:

Diseñar estrategias de capacitación para el uso de la banca móvil

Planeación estratégica

Estrategias

Capacitación a través de las tecnologías de la información y comunicación.

Descripción de la estrategia

Esta estrategia está orientada en ayudar a las personas a fortalecer sus habilidades en la interacción con el aplicativo para así lograr una excelente experiencia en el uso. Mediante el desarrollo de esta estrategia se busca implantar y reforzar los conocimientos tanto de los colaboradores como de los clientes. Contribuyendo así a identificar las dificultades reales de los usuarios y enfocándonos en la resolución de incidentes. De esta manera la estrategia de capacitación nos abre la oportunidad de fidelizar a los clientes a través del logro de experiencias positivas y contribuir directamente con la inclusión financiera que origina beneficios colaterales como la dinamización de la economía del país, entre otros múltiples beneficios.

Actividades de la estrategia

Enfocadas en los colaboradores:

- ✓ Elaboración de un plan de capacitación interna de banca móvil para los colaboradores de la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo, donde se establezca un cronograma y metodologías de capacitación y asignación de recursos necesarios.
- ✓ Ejecución del plan de capacitación interna de banca móvil, estableciendo metas y compromisos por los colaboradores del área de operaciones, créditos y oficina de administración.

- ✓ Monitoreo sobre el cumplimiento de compromisos y metas y realización periódica de técnicas de juego de roles donde se evidencie que el personal ofrece atributos validos como:
 - Seguridad
 - Capacidad de respuesta
 - Enfoque en calidad de atención
 - Empatía
 - Confiabilidad

Enfocadas en los clientes:

- ✓ Diseño de materiales audiovisuales, como fotografías, videos cortos, tutoriales, que contribuyan a una mayor y más fácil comprensión e interpretación de las ideas para uso de banca móvil, estos videos serán diseñados teniendo en cuenta los servicios de banca móvil que oferta la caja Huancayo, deberán ser llamativos , didácticos, cortos con una duración no mayor a 05 minutos que permitan generar, retener el interés de los clientes.
- ✓ Inserción social en las redes sociales: se incluirá los videos de capacitación en 04 redes sociales: Facebook, Instagram, tik tok y whatsAap y se buscará el apoyo de difusión de personajes locales y nacionales.
- ✓ Generación de un cuestionario virtual como herramienta de retroalimentación.
- ✓ Proyección de material audiovisual en la sucursal Chachapoyas, tanto en las salas de espera de ventanilla como de asesores de negocio y administración.
- ✓ Realización de capacitaciones presenciales durante el desarrollo de las campañas promocionales , es importante enfocarnos en zonas rurales que tienen acceso a internet , ya que es un segmento con alta necesidad.
- ✓ Seguimiento y monitoreo: las estrategias de capacitación virtual serán monitoreadas de manera diaria para supervisar el cumplimiento del objetivo.
- ✓ Reconocimiento a los buenos resultados de los colaboradores en el incremento del uso de la banca móvil.

Participantes

Colaboradores de la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo y clientes.

Responsable

Oficina de Administración de la Caja Huancayo

3.4. Identificación de estrategias de motivación para el uso de la banca móvil en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo sucursal Chachapoyas, 2020.

Objetivo de la estrategia de motivación:

Diseñar estrategias de motivación para la Caja Municipal de ahorro y crédito Huancayo , Sucursal Chachapoyas.

Planeación estratégica

Estrategias

Estrategias de motivación a través de consecuencias

Descripción de la estrategia

Esta estrategia buscará motivar a los clientes en el uso de la banca móvil, reforzando su nivel de confianza, transfiriendo conceptos en los que la entidad financiera pone a su disposición múltiples beneficios y soluciones digitales sencillas a la distancia de su dispositivo celular. Esta estrategia, de acuerdo a la coyuntura actual generada por la pandemia COVID-19, representa una fortaleza por ser un canal seguro para la salud de los clientes. Esta estrategia será difundida por redes sociales y de manera presencial en las capacitaciones, también por los correos electrónicos que se tiene en la base de datos de los clientes.

Actividades de la estrategia

- ✓ Diseño de spots publicitarios creativos que refuercen la motivación por consecuencia y tengan contenido de atributos indudablemente significativos como flexibilidad, rapidez, funcionalidad, control, seguridad y sencillez de la banca móvil.

- ✓ Diseño videos motivacionales que incluyan conceptos de educación financiera, para ser proyectados mediante las redes sociales con mayor tendencia, pantallas gigantes y difundidas por correos electrónicos, directorios de WhatsApp, números telefónicos de acuerdo a la base de datos de las carteras de clientes de los asesores de negocio de la sucursal Chachapoyas, de esta manera captar nuevos clientes.

Participantes

Colaboradores de la caja municipal Huancayo y clientes

Responsable

Administrador de la caja municipal Huancayo y clientes

Estrategias

Estrategias de motivación de incentivo al uso

Descripción de la estrategia

Esta estrategia buscará motivar a los clientes en el uso de la banca móvil a través de los incentivos, premiará a los clientes que la utilicen en sus diversas operaciones. Los premios serán previamente seleccionados por el administrador de acuerdo a la disponibilidad de la empresa.

Actividades de la estrategia

- ✓ Elaboración de un cronograma para ejecutar estrategias de motivación con incentivo a los clientes que usan la banca móvil.
- ✓ Definición de los premios utilizados como incentivo para el uso de los clientes de banca móvil, tales como, sorteos semanales o mensuales por descarga del aplicativo. Obtención de código de sorteo de ciertos premios por la primera operación en banca móvil realizada,
- ✓ Seguimiento y monitoreo de resultados.

Participantes

Colaboradores de la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo y clientes

Responsable

Administrador de la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo sucursal Chachapoyas.

IV. DISCUSIÓN

Las entidades financieras, que es el mercado donde se desarrollan las cajas municipales de ahorro y crédito, vienen priorizando su atención digital en la oferta de sus productos y servicios, haciendo uso de las tecnologías de información y comunicación (tics). Esto les está permitiendo dinamizar su atención a los clientes e ir a la vanguardia del mercado competitivo que se encuentra en una etapa de transformación digital inminente. Por su parte la tendencia de los clientes o usuarios es favorable al uso de estas herramientas tecnológicas sobre todo en los últimos dos años y medio donde el mundo experimentó cambios radicales como consecuencia de la pandemia, que generó la necesidad de replantear la forma tradicional de realizar nuestras actividades cotidianas. La oportunidad de repotenciar el canal alternativo que es la banca móvil, surgió como un cumplimiento a las medidas de seguridad y restricciones adoptadas en la Sociedad, lo mismo que nos permitió tener la oportunidad de seguir desarrollando un canal con múltiples beneficios, al existir la posibilidad de poder operar desde los dispositivos móviles.

Los investigadores de las ciencias económicas y administrativas han articulado la variable banca móvil al servicio de atención al cliente para poder identificar si existe una problemática que necesite ser solucionada a través de estrategias que incrementan el uso de la banca móvil logrando satisfacer las necesidades de los usuarios. Los resultados encontrados en la presente tesis se discuten de la siguiente manera:

Domínguez (2018). En una investigación correlacional estudia la variable calidad y satisfacción de los usuarios de un banco con el fin de plantear una propuesta de mejora. Para medir la calidad utiliza el modelo SERVQUAL. Los resultados mostraron usuarios satisfechos con los servicios de banca en línea y un grupo de usuarios que no se encontraban satisfechos, teniendo en cuenta factores como la saturación de la banca en línea y la complejidad de las aplicaciones. La presente investigación no es correlacional, es descriptiva propositiva pero coincide con los resultados de Domínguez en cuanto a que en el servicio en línea o móvil tiene clientes que lo aceptan y otros que no por factores que están ligados a su conocimiento y la saturación como se pudo apreciar en los resultados encontrados en las fichas de reclamos y opiniones de caja de ahorro y crédito Huancayo. En la

presente investigación no se tomó como variable la calidad de servicio pero queda entendido que esta guarda relación con la satisfacción del usuario en cuanto a su atención.

Lloor & Meléndez (2017). Proponen un modelo para implementar banca digital, para ello realizan un diagnóstico sobre sus repercusiones y el entorno competitivo. La investigación fue exploratoria – descriptiva. Los resultados muestran que existe una tendencia a desarrollar este tipo de banca y que es fundamental para los bancos comerciales que buscan su rentabilidad. La banca digital ayuda a reducir costos operativos a estas empresas y genera ingresos razonables por comisiones. Este tipo de servicio es necesario para competir en el mercado. La presente investigación parte también de un diagnóstico que ha identificado que los clientes en los últimos tres años han incrementado el uso de la banca móvil sobre todo por el factor seguridad que surgió como una necesidad dentro de un periodo de pandemia. Esta tendencia debe seguir aprovechándose para poder generar un mayor dinamismo en este servicio ya que no solo favorece al cliente sino también a la rentabilidad de la empresa.

Polo (2018) investiga la aplicación de móviles y la atención al cliente en el banco financiero, el autor busca diseñar una aplicación móvil que ayude a la mejora de la atención, para ello realiza un diagnóstico y posteriormente la propuesta. Los resultados muestran un déficit en la atención al cliente en el banco objeto de estudio y un pre disposición de los clientes para utilizar una aplicación móvil. Frente a ello la presente investigación busca repotenciar el aplicativo existente a través de estrategias planificadas que en su conjunto lograrán que se incremente el uso de la banca móvil y que favorezca a los clientes y a la empresa y se mejore la atención.

Jiménez, (2019). Estudia los canales alternos con el banco de la nación, considera cuatro dimensiones en los canales internos y estos son: agentes multired, cajeros automáticos, banca por internet y banca celular y concluye que los clientes se encuentran satisfechos con banca por internet en un 60% y banca por celular en un 45.7%; lo cual fue un indicador que se debería replantear estrategias para incrementar esta línea alternativa de atención al usuario. En el caso de la presente investigación se concluye que los dos últimos años han jugado favorablemente

para el incremento del uso de la banca móvil en la caja Huancayo sucursal Chachapoyas y que esto se debe seguir manteniendo a través de estrategias planificadas que permitan un incremento y un uso sostenible de la banca móvil para mejorar la atención a los clientes y con ello su satisfacción.

En la investigación se plantea como hipótesis: La optimización de uso de banca móvil es a través de estrategias de sensibilización, capacitación y motivación para mejorar la atención al cliente en la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo sucursal Chachapoyas, 2020. Ha sido contrastada y comprobada teniendo en cuenta que la propuesta de la tesis se basa en las dimensiones sensibilización, capacitación y motivación.

V. CONCLUSIONES

- Como resultado del diagnóstico se ha determinado que en los últimos tres años ha existido un incremento del uso de la banca móvil por parte de los clientes de la Caja Municipal de ahorro y crédito Huancayo, a pesar de que existe un grupo de clientes que no se encuentra satisfecho con este tipo de servicios y que prefiere hacer sus transacciones de manera presencial. Los principales problemas identificados con la banca móvil están relacionados con la complejidad de los aplicativos y la saturación del sistema.
- En un mercado competitivo actual del Sistema financiero, es prioritario que la Caja Municipal de Ahorro y Crédito, se enfoque en desplegar estrategias que permitan ofertar sus productos o servicios mediante tecnologías como la Banca móvil, es un desafío para la organización mantenerse a la vanguardia de un mercado que a Nivel mundial fomentan el desarrollo de servicios digitales,
- Las estrategias de sensibilización tienen primordial importancia dentro del proceso orientado a incrementar el uso de la banca móvil, ya que están orientadas influir sobre las ideas y percepciones que tienen los clientes con respecto a los conceptos de la banca móvil, la oferta de servicios de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo, se busca provocar ciertas actitudes o promover un cambio en el uso de la aplicación móvil durante las practicas diarias de los clientes
- Las estrategias de capacitación están orientadas en ayudar a las personas a fortalecer sus habilidades en la interacción con el aplicativo para así lograr una excelente experiencia en el uso , reforzando los conocimientos tanto de los colaboradores como de los clientes ,identificando dificultades reales de los usuarios y enfocándonos en la resolución de incidentes, abriendo así la oportunidad de fidelizar a los clientes a través del logro de experiencias positivas y contribuir directamente con la inclusión financiera y la dinamización de la economía del país, entre otros múltiples beneficios.
- Las estrategias de motivación son elementales para reforzar el nivel de confianza de los clientes en el aplicativo digital, transfiriendo conceptos en los que la entidad financiera pone a su disposición múltiples beneficios y soluciones digitales sencillas a la distancia de su dispositivo celular y premiando su uso.

VI. RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda a los funcionarios de la Caja Municipal de ahorro y crédito Huancayo tomar en cuenta el presente documento como base referencial para una planificación de actividades orientadas a incrementar el uso de la banca móvil, con estándares que conlleven a mejorar la atención al cliente.

- ✓ Se recomienda a los funcionarios de la Caja Municipal de ahorro y crédito Huancayo realizar estudios de investigación periódicos que permitan hacer un seguimiento a la evolución del uso de la Banca móvil , enfocándose en convertir las debilidades en fortalezas y repotenciar su canal alternativo, como es la Banca móvil.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Arteaga, V. &. (2017). *Los factores perceptuales y su relación con la utilización del servicio de banca móvil en Arequipa Metropolitana – 2016*". (U. N. Arequipa, Ed.) Arequipa, Perú : Facultad de Administración. Recuperado el 25 de julio de 2020 , de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/2574/BSarpov.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chávez, M. &. (2018). *“Estudio de las acciones de mejora en el servicio de Banca Personas y su influencia en los clientes millennials al elegir un banco de preferencia en Lima Metropolitana”*. (U. P. Aplicadas, Ed.) Lima, Perú : Facultad de Negocios. Recuperado el 25 de julio de 2020 , de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625475/Chavez_gm.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Copa, R. (2017). *“Nivel de desconocimiento de los canales banca móvil y banca por internet, del banco de crédito en Moquegua, 2016”*. (U. J. Mariátegui, Ed.) Moquegua, Perú : Facultad de Ciencias Políticas, Empresariales y Pedagógicas. Recuperado el 25 de julio de 2020 , de http://notas.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/ujcm/149/Rony_Tesis_titulo_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Domínguez, J. (2018). *“Análisis de la calidad de los servicios en línea y la satisfacción de los clientes del Banco Internacional de la ciudad de Guayaquil”*. (U. C. Guayaquil, Ed.) Guayaquil, Perú : Sistema Posgrado. Recuperado el 25 de julio de 2020 , de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10987/1/T-UCSG-POS-MAE-186.pdf>
- Gonzales, A. (2017). *“El desarrollo de la banca electrónica y la aceptación de los clientes de Lima Metropolitana de los 4 principales bancos del Perú”*. (U. S. Loyola, Ed.) Lima, Perú : Facultad de Ciencias Empresariales. Recuperado el 25 de julio de 2020 , de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3581/1/2017_Gonzales-Hern%C3%A1ndez.pdf
- Ibañes, D. (2018). *“Factores que influyen en la aceptación de los pagos móviles en la economía; y un nuevo modelo a probar”*. (U. d. Lleida, Ed.) España : Escuela de

Posgrado. Recuperado el 25 de julio de 2020 , de <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/663183/Tdia1de1.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Jiménez, J. (2019). “*Satisfacción de los clientes en relación a los canales alternos de atención del Banco de la Nación en la ciudad de Bagua Grande, provincia de Utcubamba, 2018*”. (U. N. Amazonas, Ed.) Bagua Grande, Perú : Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Recuperado el 25 de julio de 2020 , de <http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/1854/Jim%C3%A9nez%20Carrasco%20Jos%C3%A9%20V%C3%ADctor.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Loor, W. &. (2017). “*Estudio de factibilidad para la implementación de la banca digital en Banco Amazonas S.A.*”. (U. d. Guayaquil, Ed.) Guayaquil, Ecuador : Facultad de Ciencias Administrativas. Recuperado el 25 de julio de 2020 , de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20720/1/ESTUDIO%20DE%20FACTIBILIDAD%20PARA%20LA%20IMPLEMENTACION%20DE%20LA%20BANCA%20DIGITAL%20EN%20BANCO%20AMAZONAS%20S.pdf>

Polo, Y. (2018). “*Aplicaciones móviles y la gestión de atención al cliente en el Banco Financiero – Lima*”. (U. N. Carrión, Ed.) Huacho, Perú : Facultad de Ingeniería Industrial, Sistemas e Informática. Recuperado el 25 de julio de 2020 , de http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/2027/TFIISI_02_11.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

Anexo 1: ENCUESTA SOBRE EL USO DE LA BANCA MÓVIL Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CRÉDITO HUANCAYO SUCURSAL CHACHAPOYAS

La encuesta forma parte de un trabajo de investigación, dirigido a los clientes de la Caja Municipal de ahorro y crédito Huancayo – Sucursal Chachapoyas. Responda las siguientes interrogantes que serán de gran ayuda para cumplir con el objetivo.

Edad:

Sexo: Masculino () Femenino ()

Ocupación: _____

1. Tiempo de ser cliente de la Caja Municipal Huancayo

- a. Menor a un mes
- b. Menor a un año
- c. Mayor a un año
- d. Mas de 3 años

2. Tipo de servicio que utilizó de la Caja Municipal Huancayo

- a. Crédito personal
- b. Crédito empresarial
- c. Ahorros de cuentas
- d. Giros
- e. Cuenta corriente
- f. Pago de servicios y seguros
- g. Otros _____

3. Modo de realizar sus transacciones en la Caja Municipal Huancayo

- a. En agencia
- b. En agente
- c. Banca móvil
- d. Otros _____

4. El servicio recibido a través del canal de atención fue :

▪ **En Agencia :**

- a. Bueno
- b. Regular
- c. Malo

▪ **En Agente :**

- a. Bueno
- b. Regular
- c. Malo

▪ **En Banca móvil :**

- a. Bueno
- b. Regular
- c. Malo

▪ **Otro canal :**

- d. Bueno
- e. Regular
- f. Malo

5. En época de emergencia sanitaria considera que la banca móvil ofertada es:

- a. De gran ayuda para no correr riesgo
- b. Insuficiente con los servicios
- c. Le es indiferente
- d. No sabe como usarla

6. ¿La banca móvil de la Caja Municipal Huancayo le da a usted ventajas para ahorrar dinero?

- a. Sí
- b. No
- c. A veces
- d. No precisa

7. ¿La banca móvil de la Caja Municipal Huancayo es de fácil acceso para realizar sus operaciones?

- a. Sí
- b. No
- c. A veces
- d. No precisa

8. ¿La banca móvil de la Caja Municipal Huancayo le permite ahorrar tiempo?

- a. Sí
- b. No
- c. A veces
- d. No precisa

9. ¿Tiene algunos problemas con el uso de la banca móvil de la Caja Municipal Huancayo?

- a. Sí
- b. No

- c. A veces
- d. No precisa

10. ¿Cuáles son esos problemas? (describir)

11. ¿Qué se debería hacer para superar esos problemas? (describir)

**Anexo 2: ENTREVISTA AL ADMINISTRADOR DE LA CAJA MUNICIPAL
HUANCAYO AGENCIA CHACHAPOYAS**

Nombre: _____

Cargo: _____

1. ¿Ha existido cambio en el perfil de uso de canales de atención de la Caja Huancayo por parte de los clientes a raíz del estado de emergencia?

2. ¿Los clientes de la Caja Huancayo en la ciudad de Chachapoyas utilizan con frecuencia el servicio de la banca móvil?

3. ¿Cuáles son los servicios más utilizados de la Caja Huancayo?

4. ¿Cuáles son los servicios de banca móvil más utilizados de la Caja Huancayo?

5. ¿Ha existido problemas por el uso de la banca móvil de la Caja Huancayo?

6. ¿Existe algún plan o estrategia para optimizar e incrementar el uso de la banca móvil?

Anexo 3:

Heriberto Gonzales Vera
(Administrador)

¿Ha existido cambio en el perfil de uso de canales de atención de la Caja Huancayo por parte de los clientes a raíz del estado de emergencia?

Sí, definitivamente debido a la emergencia sanitaria , ha existido disminucion de concurrencia de los cliente a la oficina , incrementandose el uso de canales como la aplicación movil .

¿Los clientes de la Caja Huancayo en la ciudad de Chachapoyas utilizan con frecuencia el servicio de la banca móvil?

Sí y este cambio ha sido notorio durante los últimos dos años , donde se incrementó la cantidad de usuarios que aceptaban descargar el aplicativo movil de la Caja y canalizaban sus operaciones , ya en el presente año tuvo una ligera disminución de uso.

¿Cuáles son los servicios más utilizados de la Caja Huancayo?

Generalmente las operaciones mas frecuentes son , los depósitos , retiros, desembolsos de créditos, cambio de moneda extranjera, transferencias interbancarias , pago de productos activos donde tambien se realiza la colocacion de productos pasivos , como son las cuentas a plazo fijo , seguros entre otros.

¿Cuáles son los servicios de banca móvil más utilizados de la Caja Huancayo?

Bueno si tendríamos que seleccionar los mas utilizados por la demanda de los clientes podria hacer referencia a las transferencias, depósitos, retiros, pago de servicios y de créditos y otros.

¿Ha existido problemas por el uso de la banca móvil de la Caja Huancayo?

Sí claro, como en todo canal de atencion siempre suele surgir alguna insatisfaccion , en este caso por la banca movil lo que

siempre se presenta son saturaciones del sistema y caídas de la red , siendo el problemas que cada cliente reporta a su asesor o en ventanilla o en algunos casos generan un reclamo o queja.

¿Existe algún plan o estrategia para optimizar e incrementar el uso de la banca móvil?

Al momento no se ha desplegado ningun plan que este orientado a reforzar la banca movil , el incremento se dio de manera espontánea por la necesidad de los clientes por proteger su salud en la mayoría de casos , pero los clientes lo están utilizando de manera espontánea , por supuesto con el apoyo de los colaboradores que laboran en esta agencia.

FICHA DE REGISTRO DE RECLAMOS DE LOS CLIENTES SOBRE ATENCIÓN Y BANCA MÓVIL DE LA CAJA MUNICIPAL HUANCAYO

Datos personales : Hoja de Reclamación : 2022 - 1986
Apellidos y Nombres : Ocampo Cedillo Luis Alberto
Tipo de documento : DNI
Número de D.O.I : 33429261
Dirección : Jr Pacasmayo Nro. 437
Distrito : Chachapoyas
Provincia : Chachapoyas
Departamento : Amazonas
Teléfono : -
Celular : 959410757
Correo electrónico : luis.ocampoce@hotmail.com

Tipo de solicitud :

Reclamo Queja

Información del Bien:

Producto Servicio

Agencia donde se originó el reclamo : 127 Ag. Chachapoyas
Fecha : 05/04/2022
Vía de reclamo : Internet
Medio de respuesta : Electrónico

Código de Operación: 09. Crédito de consumo
Motivo : 30. Fallas en el sistema Informático que involucran operaciones y servicios
Moneda :
Monto reclamado :

Pedido :

Cliente indica que solicitó pagar su crédito que vencía el día de hoy; sin embargo lo hizo por la aplicación de Caja Huancayo, la misma que se cerró antes de confirmarle el pago , cliente desconoce dicho pago y envía a la oficina a pagar a un tercero , por lo que solicita devolución de su cuota.

Acciones tomadas por la empresa:

La entidad financiera realiza la validación de su reporte de pagos y visualiza que existe doble pago, por lo que indica que su siguiente pago aun es en el mes de junio y que no dude en comunicarse con su asesor de negocios para realizarse las consultas e indica que probablemente se trate de inconvenientes con la conexión de su dispositivo las fallas de confirmación de pago al momento de usar la aplicación.

RECLAMO: Disconformidad relacionada a los productos o servicios.

QUEJA: Disconformidad no relacionada a los productos o servicios; o, malestar o descontento

FICHA DE REGISTRO DE RECLAMOS DE LOS CLIENTES SOBRE ATENCIÓN Y BANCA MÓVIL DE LA CAJA MUNICIPAL HUANCAYO

Datos personales :		Hoja de Reclamación : 2022 - 1977
Apellidos y Nombres :	Mas Gutiérrez Jorge Luis	
Tipo de documento :	DNI	
Numero de D.O.I :	47564649	
Dirección :	Dirección Jr. Chincha Alta Nro 96	
Distrito :	Chachapoyas	
Provincia :	Chachapoyas	
Departamento :	Amazonas	
Teléfono :	-	
Celular :	920221224	
Correo electrónico :	cocomas89@gmail.com	
Tipo de solicitud :		
<input checked="" type="checkbox"/> Reclamo	<input type="checkbox"/> Queja	
Información del Bien:		
<input type="checkbox"/> Producto	<input checked="" type="checkbox"/> Servicio	
Agencia donde se originó el reclamo: 127 Ag. Chachapoyas		
Fecha :	05/01/2022	
Via de reclamo :	Internet	
Medio de respuesta :	Electrónico	
Código de Operación:	97. Crédito a pequeñas empresas y microempresas	
Motivo :	30. Fallas en el sistema informático que involucran operaciones y servicios	
Moneda :		
Monto reclamado :		
Pedido :		
<p>Cliente indica que el día 03 de enero del 2022 realizó un pago de tarjeta de crédito de BBVA Continental desde la aplicación de Caja Huancayo; sin embargo, su pago no reporta en su estado de cuenta y su cuota se encuentra vencida. Solicita se detalle el motivo por el cual el pago no se hace efectivo .</p> <p>Acciones tomadas por la empresa:</p> <p>La entidad financiera corroboró que en dicho mes el cliente tenía un pago rechazado, lo mismo que se visualizaba en sus movimientos. El cliente consigna datos errados, motivo por el cual el dinero es devuelto. Se le indica a cliente su saldo en el cual se encuentra dicho dinero y le hacen llegar las disculpas del caso.</p>		

RECLAMO: Disconformidad relacionada a los productos o servicios.

QUEJA: Disconformidad no relacionada a los productos o servicios; o, malestar o descontento

FICHA DE REGISTRO DE RECLAMOS DE LOS CLIENTES SOBRE ATENCION Y BANCA MOVIL DE LA CAJA MUNICIPAL HUANCAYO

Datos personales : Hoja de Reclamación : 2022 - 1977
 Apellidos y Nombres : Segura Guerra Diego Alexander
 Tipo de documento : DNI
 Numero de D.O.I : 70035403
 Dirección : Dirección carretera Rodríguez de Mendoza nro 60
 Distrito : Chachapoyas
 Provincia : Chachapoyas
 Departamento : Amazonas
 Teléfono : -
 Celular : 935567749
 Correo electrónico : cocomas89@gmail.com

Tipo de solicitud :
 Reclamo Queja
Información del Bien:
 Producto Servicio

Agencia donde se originó el reclamo : 127 Ag. Chachapoyas
Fecha : 01/01/2022
Via de reclamo : Internet
Medio de respuesta : Electrónico

Código de Operación: 01. Cuenta de ahorro
Motivo : 30. Fallas en el sistema Informático que involucran operaciones y servicios
Moneda :
Monto reclamado :

Pedido :
 Cliente indica que por motivos de trabajo no se acerca de donde hay una oficina de Caja Huancayo, por lo que le indicaron el uso de la aplicación, pero ha estado intentando hacer transferencia, pero su cuenta se encuentra bloqueada. Y quiere saber los motivos del bloqueo y la solución y entrega de su dinero depositado.
Acciones tomadas por la empresa:
 La entidad financiera verifica en el sistema que su cuenta se encuentra bloqueada debido a que existió un error al momento que cliente realizo una consulta en ventanilla, la entidad procede al desbloqueo y hace llegar las disculpas del caso al cliente.

RECLAMO: Disconformidad relacionada a los productos o servicios.
QUEJA: Disconformidad no relacionada a los productos o servicios; o, malestar o descontento



CAJA HUANCAYO

Calificaciones y opiniones



★★★★★ July 11, 2022

La app no funciona. Informen cuándo se arregla. Espero unos días luego cerraré mis cuentas, ya que también hay irregularidades en la emisión de comprobantes (vouchers).

Esta opinión les resultó útil a 26 personas

¿Te resultó útil?



Jeremy Leyva Flores



★★★★★ July 8, 2022

Qué pasó con esta app lo instale en mi celular y no pasa de la primera parte al siguiente, y justo me iban a depositar y nunca pude instalarlo...lo cagaron la aplicación con la actualización. antes funcionaba bien

Esta opinión les resultó útil a 41 personas

¿Te resultó útil?



SERGIO MEZA



★★★☆☆ July 21, 2022

El app está correcto pero, que pena que no permite transferencias interbancarias inmediatas, al menos debería tener plin pero nada.



CAJA HUANCAYO

Calificaciones y opiniones



Jean Franco YD



★ ★ ★ ★ ★ August 29, 2022

No se puede ingresar, aparece mensaje de error desde el inicio...

Esta opinión le resultó útil a 1 persona

¿Te resultó útil?

Sí

No



Andre Gabriel



★ ★ ★ ★ ★ July 12, 2022

Pésima optimización no se puede usar la banca web a pesar de ya tenerlo instalado hace un mes no sucedía esto arreglenlo porfavor

Esta opinión le resultó útil a 1 persona

¿Te resultó útil?

Sí

No



elvira cruz Calderón



★ ★ ★ ★ ★ October 25, 2022

Muy buen aplicativo, puedo ver mis saldos.

¿Te resultó útil?

Sí

No



CAJA HUANCAYO

Calificaciones y opiniones



alberto poma



★★★★★ October 21, 2022

Aplicativo muy util, facil de usar

¿Te resultó útil?

Sí

No



Alex javier Mamani Ito



★★★★★ October 24, 2022

Fácil de usar muy bien

¿Te resultó útil?

Sí

No



Karla Meza



★★★★★ October 7, 2022

Muy buen aplicativo, fácil de usar y ayuda mucho.

¿Te resultó útil?

Sí

No



CAJA HUANCAYO

Calificaciones y opiniones



Julio Álvaro Yañe Carrasco



★★★★★ October 14, 2022

Exelente app, fácil de usar

¿Te resultó útil?

Sí

No



Victor Jhonathan Contreras Guaytisol



★☆☆☆☆ September 25, 2022

Falta implementar transferencia interbancaria inmediata.

¿Te resultó útil?

Sí

No



Un usuario de Google



★★★★☆ October 6, 2019

Son las 11:30 pm y no puedo realizar el pago de mi crédito por medio de la app, acaso existe alguna restricción en la app o es que está con errores ? Es un poco incómodo que desde hace 10 minutos sigo intentando y no puedo pagar. A pesar que el dinero lo tengo en la cuenta de ahorros de caja Huancayo. Espero su ayuda sobre este caso, gracias.

Esta opinión les resultó útil a 24 personas