

**UNIVERSIDAD NACIONAL “HERMILIO VALDIZÁN”
DE HUÁNUCO**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS
PROGRAMA DE CAPACITACIÓN Y TITULACIÓN
PROFESIONAL**



**“GESTIÓN DE INFORMACIÓN EN LA ATENCIÓN AL
USUARIO DE LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y
CREDITO AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO 2015”**

**TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

**BACHILLERES: PRÍNCIPE GAVIDIA, Rossel Nelken
TAPIA ZEVALLOS, Cristian Omar
TARAZONA ACUÑA, Geral Rober**

**HUÁNUCO – PERÚ
2015**

DEDICATORIA

A Dios por todo lo que somos y hemos logrado ser, porque está presente en cualquier lugar, en cualquier momento y circunstancia.

A nuestros queridos padres por su esfuerzo e invaluable apoyo, lleno de sacrificio y privaciones para darnos esta satisfacción.

Los Autores

AGRADECIMIENTO

Al Programa de Capacitación y Titulación Profesional de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan de Huánuco, por constituirse en una gran oportunidad de superación y en el logro de nuestra profesionalización.

A los docentes de PROCAP, que nos brindaron sus conocimientos y experiencias durante nuestros estudios, por brindarnos su asesoramiento en el campo de la investigación, por sus críticas y orientación en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

Al Gerente de Agencia y colaboradores de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco por brindarnos las facilidades e informaciones necesarias para ser plasmadas en el presente trabajo de investigación.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación realizó un análisis para conocer la influencia de la gestión de información en la calidad de atención al usuario de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco, por la que surgió la inquietud, ya que en dicha institución financieras, se observó que en esta determinada área, existen deficiencias que a pesar del esfuerzo que se realiza, los usuarios no se sienten tan convencido con lo proporcionado, por esa razón en este tema se procedió a utilizar técnicas y procedimientos que redunden en indicadores más eficientes y eficaces.

El problema por otro lado surgió de la inquietud de la entidad financiera por hacer un diagnóstico de las situaciones actuales para conocer la influencia de la gestión de información en la calidad de atención al usuario de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco.

La investigación se realizó en base a la metodología de estudio planteado, obteniendo información de diversas fuentes, como cuestionarios de la entidad, entrevistas, encuestas, observaciones. Se analizaron dos variables a lo largo de la investigación que son: (i) Gestión de la Información y, (ii) Calidad de Atención al Usuario.

Lo investigado favoreció al trabajo realizado, para la formulación de conclusiones, y recomendaciones que nos ayudará a obtener una visión general de la influencia de la gestión de información en la calidad de atención al usuario de manera que se tomen decisiones determinantes para buscar el cumplimiento de mejores procedimientos para que el usuario este satisfecho con la atención e información brindada.

SUMMARY

This research conducted an analysis to determine the influence of information management in the quality of customer service of the Municipal Savings and Credit AREQUIPA - Huanuco Agency, why the concern arose because in that institution financial, it was noted that in this particular area, there are deficiencies that despite the efforts made, users do not feel as confident with what I provided, which is why in this issue we proceeded to use techniques and procedures that result in indicators more efficient and effective.

On the other hand the problem arose from the concern of the financial institution to make a diagnosis of the current situation to determine the influence of information management in the quality of customer service of the Municipal Savings and Credit AREQUIPA - Huanuco Agency.

The research was conducted based on the methodology proposed study, obtaining information from various sources, including the company questionnaires, interviews, surveys, observations. two variables were analyzed throughout the research are: (i) Information management and (ii) Quality of Customer Care.

The favored researched work, to formulate conclusions and recommendations that will help us get an overview of the influence of information management in the quality of customer service so that important decisions are taken to seek compliance better ways for the user is satisfied with the care and information provided.

INTRODUCCIÓN

Al realizar la investigación sobre “Gestión de información en la atención al usuario de la Caja Municipal De Ahorro Y Crédito Arequipa – Agencia Huánuco 2015”; tuvo como origen la incertidumbre de conocer cuál sería el resultado si se supera como influye la gestión de información en la calidad de atención hacia el usuario.

Considerando que el desarrollo de este estudio, tiene como finalidad conocer y analizar las deficiencias encontradas tanto en calidad de atención y en calidad de información ya que según los usuarios no se encuentran tan satisfechos con estas finalidades que toda entidad financiera quiere lograr alcanzar.

Para el desarrollo de la investigación se mantuvo el orden lógico de acuerdo a la estructura normada por el reglamento de grados y títulos de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras; tratando en su **Capítulo I: El Problema de Investigación**, sobre la descripción de la realidad problemática, formulación de problemas, objetivos e hipótesis de la investigación, variables, Justificación, Viabilidad y Limitaciones.

En su **Capítulo II Marco Teórico**, se contó con material teórico especializado que respalda las variables de investigación, el mismo que ha permitido dar un marco explicativo a base de conceptualizaciones sobre la “Gestion de la Información y conocimiento sobre calidad de atención”, finalizando con la definición de términos.

El desarrollo del **Capítulo III – Marco Metodológico**, se describió el tipo, diseño y esquema de la investigación, población, muestra, y las técnicas de investigación utilizadas.

En el **Capítulo IV - Resultados**, donde se esbozan los resultados de la encuesta con aplicación estadística mediante frecuencias y gráficos y la contratación de las hipótesis secundarias.

En el **Capítulo V – Discusión de los Resultados**, Se presenta la contratación de los resultados con los referentes bibliográficos, de las bases teóricas y la prueba de hipótesis general. Para concluir el trabajo se presenta las Conclusiones y Recomendaciones; las primeras, se encontraron como resultado de un trabajo de inferencia; en cuanto a la segunda, se dedujeron como resultado de un proceso metodológico integral.

Como colofón de la Tesis se presenta la bibliografía, el cuestionario de preguntas de las encuestas aplicadas, y la matriz de consistencia.

Los Autores

INDICE

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Resumen	iv
Summary	v
Introducción	vi

CAPITULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACION

	Pág.
1.1. Descripción del problema.....	10
1.2. Formulación del problema.....	13
1.2.1 Problema general.....	13
1.2.2 Problemas específicos.....	13
1.3. Objetivos.....	14
1.3.1 Objetivo general.....	14
1.3.2 Objetivos específicos.....	14
1.4. Hipótesis.....	14
1.4.1 Hipótesis principal.....	14
1.4.2 Hipótesis específicas.....	15
1.5. Variables.....	15
1.5.1 Identificación de las variables.....	15
1.6. Justificación e importancia.....	16
1.6.1 justificación	16
1.6.2 importancia	17
1.7. Delimitación y limitaciones.....	18
1.7.1 Delimitación.....	18
1.7.2 Limitaciones.....	19

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes.....	20
2.2. Bases teóricas.....	25
2.3. Definición de términos básicos.....	38

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

3.1. Tipo de investigación.....	42
3.2. Población y muestra.....	43
3.2.1 Población.....	44
3.2.2 Muestra.....	44
3.3. Técnicas y técnicas de recolección de datos.....	45
3.3.1 Técnicas.....	45
3.3.2 Instrumentos de recolección de datos.....	46
3.4. Procesamiento y presentación de datos.....	47
3.4.1 Procesamiento.....	47
3.4.2 Presentación de datos.....	47

CAPITULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

4.1. Presentación de resultados.....	48
4.2. Contrastación de las hipótesis secundarias.....	68
CONCLUSIONES.....	78
SUGERENCIAS.....	79
BIBLIOGRAFIA.....	80
ANEXOS.....	81

CAPITULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Hoy en día con los constantes cambios y la facilidad con que procesa la información a nivel mundial, en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco, donde la calidad de la Gestión de Información en la atención del usuario es un problema, donde se hace necesario medirlo para poderlo controlarlo, de no hacerlo puede ocasionar pérdidas cuantitativas de dinero, perjudicando los objetivos y metas que se quiere alcanzar, entonces es necesario conocer como es la atención al usuario que frecuenta y que hace esta institución financiera quienes solicitan préstamos, ahorros comprometiendo el capital que repercute significativamente en los resultados económicos y financieros de esta institución económica instalada en el distrito de Huánuco.

Hoy en día los gestores de negocios, las instituciones financieras han diseñado políticas para gestionar este recurso en beneficio de los intereses de entidad pero se simplifican la gestión de la información con la simple incorporación de la tecnología de la información de última generación, que si bien tiene importancia fundamental como herramientas para la gestión de la información, siendo un soporte para dar cobertura económica, política y social a los sistemas de redes de telecomunicaciones, estos cambios que en un principio que afectan bien

hace días secciones o departamentos en el campo de la información, hoy son los más utilizados sin ninguna excepción.

Para esta situación en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco ha generado un cambio donde la riqueza de la gestión de la información que solucionarán los problemas de comunicación con los usuarios que solicitan créditos, fundamentalmente cuyo pase es la riqueza en el conocimiento, pues la adecuada administración del capital es parte del quehacer intelectual, que la institución es el elemento que puede propiciar una ventaja competitiva y corporativa frente a otras instituciones financieras siendo las personas los generadores de este activo de gestión de información, un componente esencial en la gestión del conocimiento.

En la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco, es una constante preocupación en la actividad crediticia el desarrollo de las herramientas que permiten comprender la conducta del consumidor (cliente) a nivel financiero para determinar sus capacidades de pago que reflejan en lo financiero y económico, a través de los lenguajes contables que su interpretación y análisis de la gestión información garantiza el éxito organizacional, sin este requisito es imposible tomar decisiones adecuadas, como trazar políticas y diseñar los procesos de la organización crediticia, donde la vinculación entre directivos, clientes, recursos y los procesos garantiza la ubicación del mercado financiero y la competitividad de la organización.

Pero en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco se logrará con el aporte de los trabajadores y los equipos con inteligencia para poder detectar errores y sus causas que ponen en peligro el flujo de información de personas, tecnología, infraestructura y en los servicios que se presta.

Este nuevo paradigma basado en el servicio debe tener un acercamiento a las organizaciones de cualquier tamaño, las empresas deben adoptar y adaptar estas mejores prácticas bajo un enfoque de "Calidad de Servicio" y oportunidad para el cambio del negocio con la aplicación de estándares actualizados. Este paradigma se fundamenta en el mejoramiento continuo de la Cultura de Servicio TI.

Los productos y servicios de estos marcos de referencia están orientados a la implantación de sistemas consolidados de mejoramiento continuo en la gestión de servicio de tecnología de información en alineación con los objetivos del negocio, de punta a punta desde las fases diagnóstica y de planificación hasta la implantación, monitoreo, supervisión y optimación. La tendencia de Gestión de Servicio TI se basa en la promoción y soporte de aplicación de las mejores prácticas, marcos referenciales y estándares de aceptación internacional, tales como ISO/IEC 20000, ITIL, ITSCMM, COBIT, MOF, ISO/IEC -17799 – 2700X y otras.

La gestión tradicional ha estado orientada al efecto y el beneficio, olvidando su principal causa inmediata: contar con usuarios satisfechos y fieles. Cada persona concentra su esfuerzo en la tarea que tiene asignada, tratando de hacerla conforme a las instrucciones y

especificaciones recibidas, pero con poca información en relación al resultado final de su trabajo. Aún en los procesos fabriles no es extraño que un productor no sepa, al menos claramente, cómo contribuye su trabajo al producto final. En los trabajos administrativos y de gestión esto es aún más frecuente.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El presente trabajo de investigación pretende dar respuesta a las siguientes interrogantes:

1.2.3 PROBLEMA GENERAL

¿De qué manera la gestión de la información influye en la calidad de atención al usuario de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco 2015?

1.2.4 PROBLEMAS ESPECÍFICOS

1. ¿De qué manera la Administración del Capital Intelectual, influye en la riqueza del Conocimiento de la Gestión de la Información para una mejor atención al usuario de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco?
2. ¿En qué medida el Éxito Organizacional depende de la atención al usuario como soporte para la Cobertura Económica y Financiera de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco?

3. ¿Cómo es que la gestión de información a través de sus Políticas establecidas proporciona beneficios a los intereses de la Actividad Crediticia de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco?

1.3. OBJETIVOS

1.3.3 OBJETIVO GENERAL

Conocer la influencia de la gestión de información en la calidad de atención al usuario de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco.

1.3.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Determinar si la administración de capital intelectual influenciadas de jefes de conocimiento de la gestión de información en la atención al usuario de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco.
2. Determinar en qué medida el éxito organizacional depende de la Atención al Usuario como soporte para la Cobertura Económica y Financiera de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco.
3. Determinar cómo es que la gestión de información a través de sus Políticas establecidas, proporciona beneficios a los intereses de la Actividad Crediticia de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco.

1.4. HIPÓTESIS

1.4.3 HIPÓTESIS PRINCIPAL

Si conocemos la influencia de la Gestión de la Información entonces, se conocerá la calidad de Atención al Usuario de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco.

1.4.4 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

1. Si conocemos la Administración del Capital Intelectual entonces influenciará en la riqueza del conocimiento de la Gestión de Información para una mejor Atención del Usuario de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco.
2. Si determinamos que el Éxito Organizacional depende de la Atención al Usuario, entonces mejoraremos nuestros servicios para un mejor soporte de cobertura Ecómica – Financiera de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco.
3. Si logramos determinar que la Gestión de Información a través de sus políticas establecidas proporciona beneficios a los intereses de las Actividades Crediticias, entonces mejorara la calidad de atención a los usuarios de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco.

1.5. VARIABLES

1.5.2 IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable Dependiente: Es aquello cuyos valores dependen de los que toman otras variables, se representa con “x”.

Variable Independientes: Es aquello cuyo valor no depende de otra variable, se representa con “y”.

VARIABLES DE HIPÓTESIS GENERAL

X → Variable Dependiente: Gestión de la Información.

Y → Variable Independiente: Calidad de Atención al Usuario.

VARIABLES DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA

Variables Dependientes:

X₁ → Administración del Capital Intelectual

X₂ → Éxito Organizacional

X₃ → Política de Gestión

Variables Independientes:

Y₁ → Riqueza del Conocimiento

Y₂ → Cobertura Económica – Financiera

Y₃ → Actividad Crediticia

1.6. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

1.6.3 JUSTIFICACIÓN

El presente estudio se justifica en el hecho de que la Gestión de la Información es una herramienta gerencial, dirigida a contextualizar la información oportuna y pertinente; sienta las bases para el

desarrollo de una gestión del conocimiento, útil para la adopción de decisiones y la reorientación estratégico – táctica de la empresa. Siendo el objetivo de la Gestión de la Información garantizar la integridad, disponibilidad y confidencialidad de la información. Para la organización, la información es un activo imprescindible e intangible, capaz de elevar la eficacia, la competitividad y la capacidad de respuesta ante las señales del entorno. Implica un conjunto de procedimientos, acciones integradas y procesos normalizados que responden al ciclo de vida de la información, con el soporte de los sistemas y las tecnologías de la información. Entre otros, requiere de procesos de captación, recolección, procesamiento, ubicación en un contexto, compilación, almacenamiento, transmisión y diseminación de la información, provenga ésta de fuentes externas o internas y en cualquier formato. Subsisten aun dificultades, asociadas a la incomprensión del paradigma de la gestión informativa. Qué información se desea, cuán accesible es, cómo se desea recibir, cuándo es necesario poseerla, quiénes serían los clientes de esa información, qué vigencia posee en función de la toma de una decisión.

1.6.4 IMPORTANCIA

Gestionar información es de suma importancia para las Instituciones Financieras porque implica en ir en busca de nuevos significados, análisis, aplicar el principio de que el todo, es más

que la suma de las partes. Es producir un impacto en el ambiente de cualquier organización.

Es un proceso que debe estar presente en cada uno de los pasos de la organización, es un proceso y a la vez un subproceso. Requiere acción, decisión y evaluación.

Mediante la gestión se van a proporcionar los recursos de información necesarios para una buena toma de decisiones, se desarrollan nuevos conocimientos que posibilitan calidad y eficiencia en los servicios y productos de las organizaciones.

Una empresa con una adecuada gestión de información, del conocimiento y de la calidad es una organización de excelencia. Sin información, sin datos, es imposible hacer, administrar. La gestión de la calidad garantiza el éxito de la organización en general. Sin la gestión de la información, sus productos y servicios, es imposible tomar decisiones adecuadas, trazar políticas y diseñar los procesos de la organización.

Un Sistema de Gestión de Información permite la gestión de los recursos de información tanto internos como externos. Su finalidad es generar servicios y productos que respondan a las necesidades y sobrepasen las expectativas de los usuarios, posibilitando que el sistema trabaje eficientemente y económicamente a la vez. El Sistema de Gestión de Información aprovecha al máximo sus recursos de información en función de la mejora continua y de la

toma de decisiones organizacional a todos los niveles jerárquicos desde la cúspide estratégica hasta la base operativa.

1.7. DELIMITACIÓN Y LIMITACIONES

1.7.3 DELIMITACIÓN

Espacial: El trabajo de investigación se desarrollará en el siguiente espacio determinado:

LUGAR : Huánuco

DISTRITO : Huánuco

PROVINCIA : Huánuco

DEPARTAMENTO : Huánuco

Temporal: Se tomará como referencia el año 2015.

1.7.4 LIMITACIONES

El problema planteado implica conocer como la Gestión de Información va mejorar la atención a los usuarios de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco.

Económicas. La investigación será financiada por los tesistas.

Tiempo. Para el presente trabajo de investigación se cuenta con un periodo de tres meses.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.4. ANTECEDENTES

PÉREZ RÍOS, Cinthia Katherine (2014) en su TESIS “LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE Y SU INFLUENCIA EN LOS RESULTADOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS DE LA EMPRESA RESTAURANTE CAMPESTRE SAC -CHICLAYO PERIODO ENERO A SEPTIEMBRE 2011 Y 2012”¹; nos manifiesta la que empresa en mención tiene por Visión Ser un restaurant campestres responsable y comprometido con el principio de satisfacer las necesidades de nuestros clientes, así como también, mantener altos estándares de calidad en el servicio.

DURO NOVOA, Viviana (2013), “CONCEPTOS RELACIONADOS CON LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO ²” UNIVERSIDAD DE LA HABANA.

Concluyendo lo siguiente: Los historiadores tienen a dividir el tiempo en épocas y periodos, de acuerdo con las circunstancias que permiten identificar el progreso de la humanidad teniendo en cuenta diferentes aspectos. Podemos ver que la humanidad según el desarrollo tecnológico ha atravesado las siguientes etapas: Recolección y caza (30, 000 a.n.e),

¹ PÉREZ RÍOS, Cinthia Katherine (2014) TESIS “LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE Y SU INFLUENCIA EN LOS RESULTADOS ECONÓMICOS Y FINANCIEROS DE LA EMPRESA RESTAURANTE CAMPESTRE SAC -CHICLAYO PERIODO ENERO A SEPTIEMBRE 2011 Y 2012”.

² DURO NOVOA, Viviana (2013), “CONCEPTOS RELACIONADOS CON LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO” UNIVERSIDAD DE LA HABANA. Pág. 5 – 8.

Era de la agricultura (3, 000 a.n.e), Era Industrial (1, 800 d.n.e) y la Era de la información (1, 950 d. n. e). Se puede decir que en cierto sentido en todas las épocas del desarrollo de la humanidad ha estado presente el tratamiento de la información. Pero el sentido que esta última adquiere en la actualidad está dado a que la inmensa mayoría de las funciones sociales básicas están fuertemente influenciadas por los archivos electrónicos, el teleprocesamiento de la información y las tecnologías de procesamiento del conocimiento. Dentro de esta época, es indudable que el desarrollo vertiginoso de las tecnologías de la Información y las comunicaciones (TIC), así como sus aplicaciones representan no solamente oportunidades sino también nuevos desafíos. En los últimos años se han producido notables avances en materia de tecnologías de la información, gracias a los cuales cada nueva generación de equipos (hardware) y programas computacionales (software) han suscitado rápidamente innovaciones y posibilidades importantes de convergencias con otras tecnologías. Han aparecido combinaciones imprevistas de medios de alcance mundial que han configurado la sociedad de la información y el conocimiento y que representan un gran reto para todos los que viven en ella. La evolución hacia las llamadas autopistas de la información y sus efectos económicos, sociales, culturales y educativos asociados han causado cambios considerables en las formas de dirección, cooperación, intercambio y compartición de ideas y de conocimiento. En la sociedad actual, la información y el conocimiento se han convertido en elementos fundamentales para el progreso pues las

organizaciones necesitan construir conocimientos que permitan dar las respuestas adecuadas ante las circunstancias que se presentan. Información y conocimiento son dos cosas distintas. En este momento deberíamos plantearnos cuál es la diferencia entre dato, información y conocimiento. Para que exista información los datos son la materia prima.

POSSO SÁNCHEZ-PEREIRA, Katherine (2010), en su TESIS “ANÁLISIS, FORMULACIÓN Y ELABORACIÓN DEL MODELO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL DEPARTAMENTO DE GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURA CODENSA S.A ESP³” nos dice que es importante fortalecer la atención a los Clientes, estableciendo un contacto que se traduzca en solución efectiva y oportuna a sus necesidades y una adecuada atención a sus requerimientos. Esto con el propósito de mantener altamente satisfecho al cliente, desarrollar nuevas oportunidades de negocio que generen valor a CODENSA y superar las expectativas de los clientes para propiciar su fidelidad.

PONJUÁN DANTE, Gloria (2004), UNIVERSIDAD DE LA HABANA, TRATA DE “GESTIÓN DE INFORMACIÓN: DIMENSIONES E IMPLEMENTACIÓN PARA EL ÉXITO ORGANIZACIONAL⁴”.

Concluyendo en lo siguiente: Los flujos de información responden a cada organización, por lo que tienen características particulares. La gestión de

³ POSSO SÁNCHEZ, Katherine (2010), TESIS “ANÁLISIS, FORMULACIÓN Y ELABORACIÓN DEL MODELO DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL DEPARTAMENTO DE GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURA CODENSA S.A.” Universidad Tecnológica de Pereira-Colombia Pág. 123 – 127.

⁴ PONJUÁN DANTE, Gloria (2004), UNIVERSIDAD DE LA HABANA, TRATA DE “GESTIÓN DE INFORMACIÓN: DIMENSIONES E IMPLEMENTACIÓN PARA EL ÉXITO ORGANIZACIONAL” Pag.34-127

información ocurre en un contexto particular por lo que cada caso puede ser considerado como único. No obstante, por lo general pueden asociarse a segmentos típicos de la organización y/o a una dimensión. Se pueden identificar las siguientes dimensiones: el ambiente, los procesos, las personas, la tecnología, la infraestructura y los productos/servicios.

ZEITHAML, A. V., PARASURAMAN, A., Y BERRY, L. L. (1992). NUEVO INSTITUTO LATINOAMERICANO DE CALIDAD EN LOS SERVICIOS⁵, presenta un cuestionario con preguntas estandarizadas para la Medición de la Calidad del Servicio, desarrollado en los Estados Unidos, con el auspicio del Marketing Science Institute y validado a América Latina por Michelsen Consulting, “El modelo SERVQUAL de calidad de servicio”.

Concluyendo lo siguiente: Las dimensiones del Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio son cinco y pueden ser definidas del siguiente modo: fiabilidad (habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso y fiable), capacidad de respuesta (disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido), seguridad (conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza), empatía (atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes) y elementos tangibles (apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación).

QUIROGA (2002), UNIVERSIDAD DE ANÁHUAC, “EXPLICO QUE SE ANALIZAN LAS DIFERENTES ACEPCIONES DE LOS TÉRMINOS

⁵ ZEITHAML, A. V., PARASURAMAN, A., Y BERRY, L. L. (1992). NUEVO INSTITUTO LATINOAMERICANO DE CALIDAD EN LOS SERVICIOS Recopilación Universidad del Bío Bío-Chile 2005 Pág. 5-12

*GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN, GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y GESTIÓN DE LA CALIDAD, ASÍ COMO SU RELACIÓN CON LA ACTIVIDAD DE LAS INSTITUCIONES DE INFORMACIÓN...*⁶

Concluyendo lo siguiente: Sin información, sin datos, es imposible hacer, administrar. Las organizaciones flexibles, ágiles y con mayor capacidad de aprendizaje, en un entorno que varía con rapidez, presentan las mejores condiciones para su supervivencia, mejoramiento y el logro de un mayor nivel de competitividad y de calidad. Una empresa con una adecuada gestión de información, del conocimiento y de la calidad es una organización de excelencia. La gestión activa de la información, del conocimiento y de la calidad son tres partes componentes de un mismo proceso, cuyo objetivo es el progreso de la organización (la existencia de una condiciona a la otra y viceversa). La gestión de la calidad garantiza el éxito de la organización en general. Sin la gestión de la información, sus productos y servicios, es imposible tomar decisiones adecuadas, trazar las políticas y diseñar los procesos de la organización. La vinculación existente entre los directivos, los recursos y los procesos en el contexto de la gestión de la calidad garantiza la ubicación en el mercado y la, competitividad de la organización. La gestión de la información no sólo se logra con el respeto a los procesos de gestión general, sino a partir de los

⁶ QUIROGA (2002), UNIVERSIDAD DE ANÁNUAC, Explico que “se analizan las diferentes acepciones de los términos, gestión de la información, gestión del conocimiento y gestión de la calidad, así como su relación con la actividad de las instituciones de información ACIMED V.10 n°5 Ciudad de la Habana Sep.-Oct 2002

logros de los colectivos y los equipos, que aportan el conocimiento y la inteligencia. La gestión de la información, en función de la gestión de la calidad, se orienta en gran medida, hacia la identificación de los errores y sus causas.

2.5. BASES TEÓRICAS

PONJUÁN DANTE, Gloria (2004)⁷; GESTIÓN DE INFORMACIÓN: DIMENSIONES E IMPLEMENTACIÓN PARA EL ÉXITO EN LA VIDA ORGANIZACIONAL

Define la gestión de la información como el proceso mediante el cual se obtienen, despliegan o utilizan recursos básicos (económicos, físicos, humanos, materiales) para manejar información dentro y para la sociedad a la que sirve. Tiene como elemento básico la gestión del ciclo de vida de este recurso y ocurre en cualquier organización. Es propia también de unidades especializadas que manejan este recurso en forma intensiva, llamadas unidades de información. Tiene el objetivo de: maximizar el valor y los beneficios derivados del uso de la información; minimizar el costo de adquisición, procesamiento y uso de la información; determinar responsabilidades para el uso efectivo, eficiente y económico de información y asegurar un suministro continuo de la información.

VAN BON, Jan (2002)⁸ “LA GUÍA PARA EL USO DE LA GESTIÓN DE SERVICIO”

⁷ PONJUÁN DANTE, Gloria (2004) “GESTIÓN DE INFORMACIÓN: DIMENSIONES E IMPLEMENTACIÓN PARA EL ÉXITO EN LA VIDA ORGANIZACIONAL”. Universidad de la Habana Pág. 34 – 127

Manifiesta que los objetivos de una buena gestión de servicios tecnología de información son: proporcionar una adecuada gestión de la calidad, aumentar la eficiencia, alinear los procesos de negocio y la infraestructura, reducir los riesgos asociados a los Servicios y generar negocio. Los proveedores de los servicios de Tecnología de Información no pueden seguir manteniendo su enfoque en la tecnología y sus propias organizaciones, ahora tienen que considerar la calidad de los servicios que proveen y enfocarse en sus relaciones con los clientes. Usualmente la gestión de servicios de Tecnología de Información involucra el uso de outsourcings, insourcings y servicios compartidos. Es extremadamente importante mantener una base de conocimiento amplia dentro de la organización para que estas prácticas sean exitosas.

Las organizaciones actuales hacen inversiones importantes en recursos de tecnología de información para apoyar los procesos de negocio. El valor significativo y relevante que el uso de la información tiene para las organizaciones, determina que todos los procesos relativos a la producción, administración y uso de servicios de Tecnologías de Información (TI) deben ser óptimamente gestionados y controlados para asegurar la calidad de la información, soporte del cumplimiento de los objetivos del negocio.

Los procesos de datos e información producto de las operaciones y procesos del negocio, requieren la aplicación de técnicas y medidas de

⁸ VAN BON, Jan (2002) "LA GUÍA PARA EL USO DE LA GESTIÓN DE SERVICIO". Editorial London. Gran Bretaña. Pág. 7 - 24.

control en el marco de un sistema de gestión que garantice la prestación de los servicios y la reducción de vulnerabilidad a amenazas generadoras de riesgo que pongan en peligro la estabilidad del sistema operacional, organizacional y del sistema macro del negocio. Todo lo anterior, justifica la necesidad de optimizar los recursos de TI en apoyo y alineación con los objetivos de negocio a través de procesos efectivos de "Gestión de servicio TI".

En las organizaciones existe una organización de TI que genera y provee los servicios de TI y un grupo de clientes internos (usuarios) y externos que demandan esos servicios y esperan su prestación oportuna y con calidad. Las relaciones y comunicaciones entre el proveedor de TI y los clientes de TI deben ser canalizadas a través de un sistema que garantice la optimización de los procesos de entrega y soporte de servicios a través de la consolidación de Gestión de Servicio TI.

Las inversiones en la infraestructura de TI y en los activos de información de las organizaciones cada vez son más importantes, lo cual justifica la implantación de sistemas que aseguren el rendimiento de los procesos basados en servicios de TI para asegurar la reducción del costo total de propiedad (TCO) y un retorno de la inversión (ROI) razonable. Hasta ahora, solo algunas empresas de alto nivel y tamaño han asumido e incorporado a su cultura organizacional y planes de negocio, los procesos de Gestión de Servicio TI basada en las mejores prácticas de aceptación internacional.

NORMA INTERNACIONAL ISO 9004 (2000)⁹ “SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD. RECOMENDACIONES PARA LA MEJORA DE DESEMPEÑO”

La gestión de la calidad, se basa en ocho principios, desarrollados con la intención de que la alta dirección de las empresas los emplee para liderar la organización hacia un mejor desempeño. Ellos son: enfoque al cliente, liderazgo, participación del personal, enfoque a los procesos, enfoque de sistema para la gestión, mejora continua, toma de decisiones basadas en hechos y relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor.

MOREIRO GONZALES, José Antonio ¹⁰(1998) “INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE LA INFORMACIÓN Y LA DOCUMENTACIÓN”

Define la gestión de la información como el conjunto de políticas y normas relacionadas entre sí que se establecen para el acceso y tratamiento de los recursos de información, incluye los registros administrativos y los archivos, el soporte tecnológico de los recursos y el público a que se destina. En su evolución el sistema puede manejar la función de inteligencia corporativa y generar productos de inteligencia.

CHAM KIM, W., & MAUBORGNE, R. (1997). FAIR PROCESS: MANAGING IN THE KNOWLEDGE ECONOMY ¹¹(1997)

⁹ NORMA INTERNACIONAL ISO 9004 (2000) “SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD. DIRECTRICES PARA LA MEJORA DE DESEMPEÑO”. Edit. Ginebra. Suiza. Pág. 1 - 8

¹⁰ MOREIRO GONZALES, José Antonio (1998) “INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE LA INFORMACIÓN Y LA DOCUMENTACIÓN”. Editorial Antioquia. Medellín - Colombia. Pág. 5 - 7.

¹¹CHAM KIM, W., & MAUBORGNE, R. (1997). FAIR PROCESS: MANAGING IN THE KNOWLEDGE ECONOMY. HARVARD BUSINESS REV Magazine Edic. N° 03-USA (JUL-AUG) Pág. 7-15

En el mundo actual, la gestión del conocimiento por parte de las empresas, adquiere nuevas características, determinadas por la gestión de información y de la calidad. En las organizaciones más modernas cohabitan, indisolublemente ligadas, la gestión de información, del conocimiento y de la calidad; ellas son organizaciones de excelencia, donde la ética, la motivación y el buen desempeño rinden incrementos constantes en los resultados y en el reconocimiento de las empresas.

CONGRESO DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA (2000)¹²

Se debatió que la gestión de la información no tiene una diferenciación clara con la gestión documental o la archivística. La Gestión de la información aparece a mediados de los años 1970, cuando los sistemas informáticos empezaron a ser comunes en todo tipo de organizaciones. De acuerdo a la definición que se haga de "documento" y "archivo", puede llegarse a utilizarse indistintamente los conceptos. El uso del término es extendido cuando se quiere hacer énfasis en un modelo de gestión documental que, además de los elementos tradicionales, involucra tecnología de la información y la comunicación (TIC), en la organización, almacenamiento, y recuperación de información. En este contexto, un experto en Gestión de la Información, deberá además de poseer la competencia de archivística, tener competencias en áreas relacionadas con las TIC tales como redes de computadores, criptografía, administración de sistemas operativos y servidores, etc.

¹² CONGRESO DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA -2000-Informe de Debate N° 0115-2000-Pag. 14-17

WOODMAN, L. (1985). INFORMATION MANAGEMENT IN LARGE ORGANIZATIONS. EN: INFORMATION MANAGEMENT FROM STRATEGIES TO ACTION ¹³ (1985)

Plantea que “la gestión de la información es todo lo que tiene que ver con obtener información correcta, en la forma adecuada, para la persona indicada, el costo correcto, en el momento oportuno, en el lugar indicado para tomar la acción precisa”.

MARCO LEGAL DE LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CRÉDITO AREQUIPA – AGENCIA DE HUÁNUCO¹⁴

Las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito, fueron creadas por el D.L. 23039, norma que regulaba el funcionamiento de las Cajas Municipales ubicadas fuera del perímetro de Lima y Callao. En mayo de 1990 fue promulgado el D.S. 157-90EF, el cual adquiere jerarquía de ley por el Decreto Legislativo 770 en 1993.

En la actualidad la ley 26702, Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Ley Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguro promulgada en diciembre de 1996, dispone en su quinta disposición complementaria que las cajas municipales como empresas del sistema financiero sean regidas además por las normas contenidas en sus leyes respectivas.

¹³ WOODMAN, L. (1985). INFORMATION MANAGEMENT IN LARGE ORGANIZATIONS. EN: INFORMATION MANAGEMENT FROM STRATEGIES TO ACTION. LONDON: ASLIB. P. 95-114.

¹⁴ MARCO LEGAL DE LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CREDITO AREQUIPA-AGENCIA DE HUÁNUCO D.L. 23039-1990 Lima y Callao Promulgado D.S. 157-90EF

Las cajas municipales como empresas financieras están supervisadas por la Superintendencia de Banca y Seguros y el Banco Central de Reserva, sujetándose a las disposiciones sobre encaje y otras normas obligatorias, así mismo de acuerdo a ley son miembros del Fondo de Seguro de Depósitos. La Ley General permite el crecimiento modular de operaciones de las instituciones financieras, así la Caja Arequipa, es la única institución no bancaria que cumple con los requisitos exigidos para poder operar nuevos productos y servicios, según lo dispone el art. 290 de la Ley General.

LEY DE PROTECCIÓN Y DEFENSA AL USUARIO DE SERVICIOS FINANCIEROS TÍTULO PRIMERO - CAPÍTULO ÚNICO- DISPOSICIONES GENERALES¹⁵

Última reforma publicada DOF 10-01-2014 del artículo del 1 al 9

Artículo 1°. - La presente Ley tiene por objeto la protección y defensa de los derechos e intereses del público usuario de los servicios financieros, que prestan las instituciones públicas, privadas y del sector social debidamente autorizadas, así como regular la organización, procedimientos y funcionamiento de la entidad pública encargada de dichas funciones.

Artículo 2°. - Para los efectos de esta Ley, se entiende por:

¹⁵ LEY DE PROTECCIÓN Y DEFENSA AL USUARIO DE SERVICIOS FINANCIEROS TÍTULO PRIMERO - CAPÍTULO ÚNICO- DISPOSICIONES GENERALES - Última reforma publicada DOF 10-01-2014 del artículo del 1 al 9

- a. Usuario, en singular o plural, la persona que contrata, utiliza o por cualquier otra causa tenga algún derecho frente a la Institución Financiera como resultado de la operación o servicio prestado.
- b. Comisión Nacional, a la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros
- c. Comisiones Nacionales, a la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, a la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas, y a la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro
- d. Institución Financiera, en singular o plural, a las sociedades controladoras, instituciones de crédito, sociedades financieras de objeto múltiple, sociedades de información crediticia, casas de bolsa, especialistas bursátiles, fondos de inversión, almacenes generales de depósito, uniones de crédito, casas de cambio, instituciones de seguros, sociedades mutualistas de seguros, instituciones de fianzas, administradoras de fondos para el retiro, PENSIONISSSTE, empresas operadoras de la base de datos nacional del sistema de ahorro para el retiro, Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores, sociedades cooperativas de ahorro y préstamo, sociedades financieras populares, sociedades financieras comunitarias, y cualquiera otra sociedad que requiera de la autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público o de cualesquiera de las Comisiones Nacionales para constituirse y funcionar como tales y ofrecer un producto o servicio financiero a los Usuarios.

- e. Junta, a la Junta de Gobierno de la Comisión Nacional
- f. Presidente, al titular de la Comisión Nacional.
- g. Estatuto Orgánico, al estatuto orgánico de la Comisión Nacional
- h. Secretaría, a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público
- i. Defensor, en singular o plural a la persona empleada por la Comisión Nacional para brindar la orientación jurídica y defensa legal, en su caso, a los Usuarios.

Artículo 3°. - Esta Ley es de orden público, interés social y de observancia en toda la República, de conformidad con los términos y condiciones que la misma establece. Los derechos que otorga la presente Ley son irrenunciables.

Artículo 4°. - La protección y defensa de los derechos e intereses de los Usuarios, estará a cargo de un organismo público descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propios, denominado Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros, con domicilio en el Distrito Federal.

La protección y defensa que esta Ley encomienda a la Comisión Nacional, tiene como objetivo prioritario procurar la equidad en las relaciones entre los Usuarios y las Instituciones Financieras, otorgando a los primeros elementos para fortalecer la seguridad jurídica en las operaciones que realicen y en las relaciones que establezcan con las segundas

Artículo 5°.- La Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros tendrá como finalidad promover, asesorar, proteger y defender los derechos e intereses de los Usuarios

frente a las Instituciones Financieras, arbitrar sus diferencias de manera imparcial y proveer a la equidad en las relaciones entre éstos, así como supervisar y regular de conformidad con lo previsto en las leyes relativas al sistema financiero, a las Instituciones Financieras, a fin de procurar la protección de los intereses de los Usuarios.

La Comisión Nacional procurará el establecimiento de programas educativos, y de otra índole en materia de cultura financiera, para lo cual los elaborará y propondrá a las autoridades competentes.

Las Instituciones Financieras por conducto de sus organismos de representación o por sí solas colaborarán con la Comisión Nacional en la elaboración de los programas educativos a que se refiere el párrafo anterior.

Artículo 6°. - El Ejecutivo Federal, a través de la Secretaría, podrá interpretar para efectos administrativos los preceptos de esta Ley.

Artículo 7°. - Para efecto de las notificaciones de los actos administrativos que emita la Comisión Nacional, a falta de norma que provea un procedimiento específico, se aplicará lo dispuesto en la Ley Federal de Procedimiento Administrativo.

Esta disposición no será aplicable a las notificaciones y resoluciones dictadas dentro del procedimiento de arbitraje seguido conforme a lo previsto en esta Ley.

Artículo 8°. - La Comisión Nacional, con la información que le proporcionen las autoridades competentes y las Instituciones Financieras, establecerá y mantendrá actualizado un Registro de Prestadores de

Servicios Financieros, en los términos y condiciones que señala esta Ley. Lo anterior, sin perjuicio de los demás registros que corresponda llevar a otras autoridades.

Asimismo, la Comisión Nacional establecerá y mantendrá actualizada una Base de Datos de comisiones que le sean reportadas y que comprenderá sólo las comisiones vigentes que efectivamente cobren, misma que se dará a conocer al público en general, por el medio de difusión que la Comisión Nacional considere pertinente.

La Comisión Nacional establecerá y mantendrá actualizado, un Registro de Usuarios que no deseen que su información sea utilizada para fines mercadotécnicos o publicitarios.

Queda prohibido a las Instituciones Financieras utilizar información relativa a la base de datos de sus clientes con fines mercadotécnicos o publicitarios, así como enviar publicidad a los clientes que expresamente les hubieren manifestado su voluntad de no recibirla o que estén inscritos en el registro a que se refiere el párrafo anterior. Las Instituciones Financieras que sean objeto de publicidad son corresponsables del manejo de la información de sus Clientes cuando dicha publicidad la envíen a través de terceros.

Los usuarios se podrán inscribir gratuitamente en el Registro Público de Usuarios, a través de los medios que establezca la Comisión Nacional, la cual será consultada por las Instituciones Financieras.

Las Instituciones Financieras que incumplan lo dispuesto por el presente artículo, se harán acreedoras a las sanciones que establece esta Ley.

Artículo 8°. - La Comisión Nacional, establecerá y mantendrá un Buró de Entidades Financieras, el cual se integrará con la información que aquella haya obtenido de las Instituciones Financieras y de los Usuarios en el ejercicio de sus atribuciones, así como la que le proporcionen las autoridades competentes.

Su organización y funcionamiento se sujetará a las disposiciones que al efecto expida la propia Comisión Nacional.

La información contenida en el Buró de Entidades Financieras se referirá a los productos que ofrecen las Instituciones Financieras, sus comisiones, sus prácticas, sus sanciones administrativas, sus reclamaciones, y otra información que resulte relevante para informar a los Usuarios del desempeño en la prestación de sus servicios y contribuir así a la adecuada toma de decisiones de los Usuarios de servicios financieros.

La Comisión Nacional al establecer el Buró de Entidades Financieras, tomará en consideración la experiencia internacional en materia de calificación de instituciones financieras, con especial énfasis en el riesgo para los Usuarios en la contratación de servicios financieros.

La información del Buró de Entidades Financieras será pública, y la Comisión Nacional deberá difundirla en su portal de internet. Asimismo, la Comisión Nacional emitirá una publicación periódica con información relevante para la toma de decisiones de los Usuarios de servicios financieros. Las Instituciones Financieras deberán publicar a través de su Portal de Internet y en sus sucursales la información que sobre ellas conste en el Buró de Entidades Financieras, en los términos que

establezca la Comisión Nacional mediante disposiciones de carácter general que al efecto emita.

Artículo 9°. - Las relaciones de trabajo entre la Comisión Nacional y sus trabajadores se regularán por la Ley Federal de los Trabajadores al Servicio del Estado, Reglamentaria del Apartado B) del artículo 123 Constitucional, y las condiciones generales de trabajo que al efecto se determinen. Los trabajadores de la Comisión Nacional quedan incorporados al régimen del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado.

POLÍTICAS DE SEGURIDAD DE LA CAJA AREQUIPA¹⁶

Evite el acceso a Operaciones por Internet desde "Cabinas", "Cibercafés", o computadores personales de uso público, ya que ocasionalmente estas computadoras podrían estar contaminados por programas que capturan la secuencia de caracteres de la clave. Para su seguridad hemos implementado un Teclado Virtual Móvil que minimiza esta posibilidad.

- Cuando esté accediendo a Operaciones por Internet no desatienda sus operaciones ausentándose o distrayéndose con otras cosas. Cierre la sesión cuando termine de operar.
- Cuando reciba un correo electrónico, verifique su autenticidad. No siga las instrucciones automáticamente, recuerde que la Caja Arequipa nunca le solicitará actualizar sus datos ni mucho menos revelar su clave secreta mediante correos electrónicos.

¹⁶ POLÍTICAS DE SEGURIDAD DE LA CAJA AREQUIPA
<http://secure.cajaarequipa.pe/arequipa-ib1/politicas.html>

- Verifique que la dirección que aparece en la parte superior de la página Web corresponda a nuestra entidad. Si no puede verla o duda de la veracidad de un correo, contáctese con nosotros.
- Cuando utilice el sistema de operaciones por internet y requiera ingresar su código de usuario y clave personal, verifique que se encuentre en una zona segura. Presione el icono del candado que aparece en la parte inferior de su navegador de internet
- Instale algún programa antivirus en su equipo y manténgalo actualizado.

2.6. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

GESTIÓN DE INFORMACIÓN

Es la denominación convencional de un conjunto de procesos por los cuales se controla el ciclo de vida de la información, desde su obtención (por creación o captura), hasta su disposición final (su archivo o eliminación). Tales procesos también comprenden la extracción, combinación, depuración y distribución de la información a los interesados. El objetivo de la gestión de la información es garantizar la integridad, disponibilidad y confidencialidad de la información.

CALIDAD DE ATENCIÓN DE USUARIO

Es un proceso para la satisfacción total de los requerimientos y necesidades de los mismos. Los clientes constituyen el elemento vital de cualquier organización. Sin embargo, no todas las organizaciones consiguen adaptarse a las necesidades de sus clientes ya sea en cuanto a

calidad, eficiencia o servicio personal. Es por ello que los directivos deben iniciar el proceso de mejorar la calidad del servicio que ofrecen a sus clientes, ya que no es cuestión de elección: la imagen de la organización depende de ello. Para mantener la imagen de la organización, es necesario entre otras cosas mejorar continuamente el lugar de trabajo, enfocándolo hacia la calidad y la mejora continua

ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL INTELECTUAL

Dentro de una organización o empresa, el capital intelectual es el conocimiento intelectual de esa organización, la información intangible que posee y que puede producir valor.

RIQUEZA DEL CONOCIMIENTO

El conocimiento es una nueva fuente de generación de riqueza. Generar conocimiento es una habilidad que todos tenemos y muy pocos aprovechan, simplemente porque no es reconocido como una fuente de ingresos.

ÉXITO ORGANIZACIONAL

Es lograr las metas planeadas en la empresa, por lo que no sólo tiene que ver con tener un puesto específico o lograr un aumento de sueldo, sino lograr la visión y empatarla con los objetivos personales del empleado.

COBERTURA ECONÓMICA – FINANCIERA

Se llama al conjunto de operaciones dirigidas a anular o reducir el riesgo de un activo o pasivo financiero en posesión de una empresa o de un particular. Los fondos creados con este fin se denominan fondos de cobertura.

Las operaciones de cobertura consisten en la adquisición o venta de un activo financiero que se encuentre correlacionado con el elemento sobre el que quiere establecerse la cobertura. Dicha adquisición o venta puede ser de acciones, índices, tipos de interés, opciones, futuros, etc.

POLÍTICA DE GESTIÓN

Las Empresas establecen como Política de Gestión, realizar el cumplimiento a los requisitos de las normas ISO 9001:2000, mediante el Sistema de Gestión de Calidad. En este marco se llevarán a cabo acciones tales como las siguientes:

- a. Satisfacción total de los clientes.
- b. Capacitar al personal para Incrementar su idoneidad.
- c. Mejora constante de los productos y servicios.
- d. Trabajo en equipo.
- e. Detectar no conformidades y reclamos de los Clientes.
- f. Desarrollo de Proveedores.
- g. Adoptar planes de mejora.
- h. Verificar periódicamente el Sistema de Gestión de Calidad.

ACTIVIDAD CREDITICIA

La actividad crediticia es una actividad de intermediación financiera en que se captan fondos (con obligación de restitución) y se emplean esos fondos en concesión por cuenta propia- de créditos.

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

3.5. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación es de **TIPO APLICADA**, porque concentra su atención en las posibilidades fácticas de llevar a la práctica las teorías generales y específicas para dar a conocer como la Gestión de la Información, influye en la calidad de Atención al Usuario de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia HUÁNUCO. Es decir, el tema planteado es de interés fundamental para la propuesta de solución en el contexto económico, financiero y sociocultural específico; como conocer la relación que existe entre la Gestión de la Información y la Calidad en la Atención al Usuario.

MÉTODOS

1. Método Deductivo: Partiremos de los hechos y fenómenos generales que se han dado dentro de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito

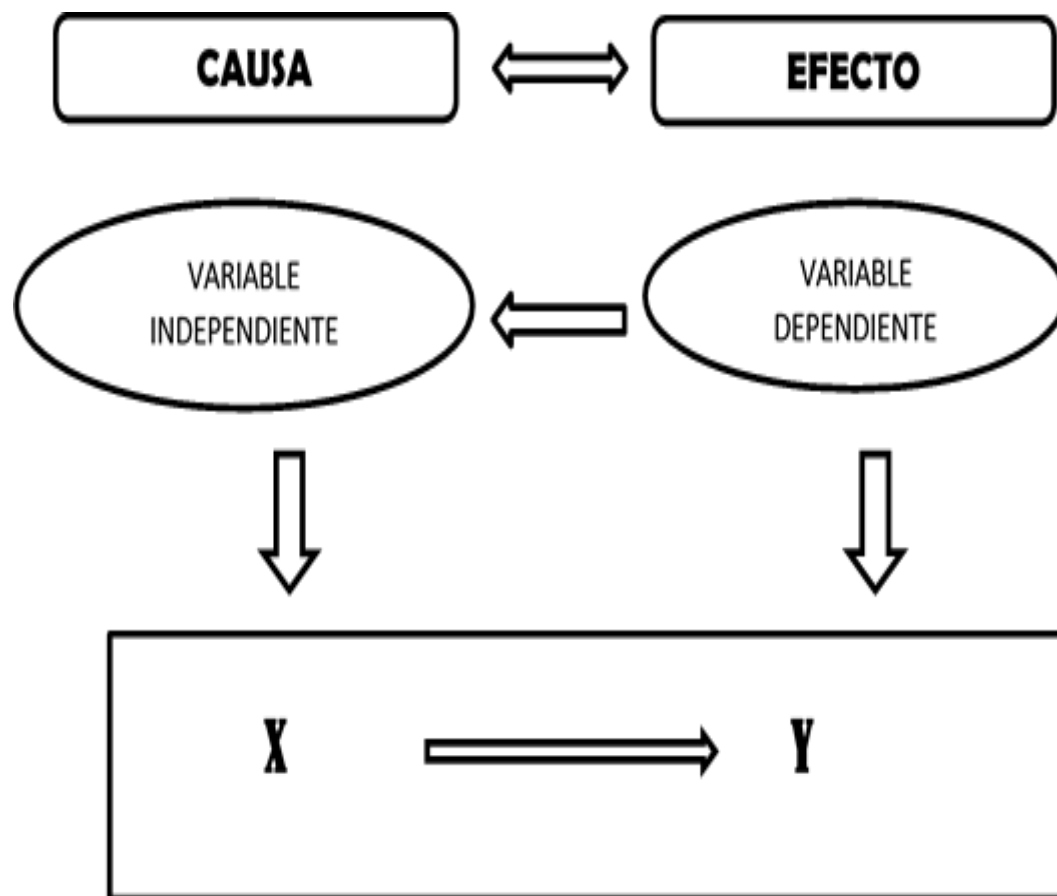
AREQUIPA – Agencia HUÁNUCO en lo que se refiere a la Atención al Usuario, así como las teorías, actos y normas genéricas que se han obtenido a través de las fuentes secundarias con el propósito de explicar la determinación de la Gestión de Información.

2. Método de Análisis: Comenzaremos por la identificación de cada una de las variables en estudio que caracteriza a la investigación (VD: Gestión de la Información y VI: Calidad de Atención al Usuario), de tal manera que permita separarlos de un todo hasta llegar a conocer los elementos y determinar la relación causa – efecto entre las variables que componen los objetivos de investigación.

3. Método Inductivo: Partiremos de hechos particulares que se han venido dando en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia HUÁNUCO, datos obtenidos a través de las fuentes primarias, con el propósito de explicar el comportamiento global o universo y el efecto multiplicados que tiene la Gestión de Información.

DISEÑO Y ESQUEMA DE LA INVESTIGACIÓN

Se utilizará el siguiente diseño:



3.6. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.3 POBLACIÓN

La población está constituida por **42 472** personas, de 20 a 60 años de edad, del Distrito de Huánuco, ya que muchos de ellos acuden significativamente a solicitar los servicios brindados por la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia HUÁNUCO.

3.2.4 3.2.2 MUESTRA

La selección de la muestra se ha establecido con las jóvenes, adultos, y ancianos que acuden frecuentemente a la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia HUÁNUCO, por reunir todas las características, condiciones y por las facilidades que se puede obtener los datos planteados en la investigación.

Para efectos de que la investigación resulte más integra en sus resultados se ha toma el 30% de los Población en mención resultando **12 742**.

Determinación de la Muestra: La muestra se obtendrá mediante el muestreo simple no probabilístico, para lo cual se aplicará la siguiente fórmula de precisión:

$$n = \frac{N Z^2 p q}{e^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

Donde:

N = Tamaño de la muestra.

p = Probabilidad de aceptación 95% = 0.95.

q = Probabilidad de rechazo 5% = 0.05

e = Limite de error probable = 0.03

Z = Distribución normal estándar 95% = 1.96

N = Población de 20 – 60 años = 42,472 ~~30%~~ **2 742**

Reemplazando:

$$n = \frac{(12472) (1.96)^2 (0.95) (0.05)}{(0.03)^2 (12472 - 1) + (1.96)^2 (0.95) (0.05)}$$

$$n = \frac{2\,325.1092}{11.6496}$$

$$n = 199.59 \rightarrow 200$$

La muestra será de **200 personas entre 20 y 60 años** que acuden frecuentemente a la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia HUÁNUCO a fin de utilizar los servicios que brinda la entidad financiera en todos sus rubros, ya no es necesario aplicar la fórmula para determinar la muestra corregida ya que la muestra determinada es intencional por el Investigador.

3.7. TÉCNICAS Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.3.3 TÉCNICAS

Para establecer la relación entre la GESTIÓN DE INFORMACIÓN EN LA ATENCIÓN AL USUARIO DE LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CREDITO AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO 2015; se recurrió a las siguientes técnicas e instrumentos.

Fuentes. - Las Fuentes que han sido utilizadas para la investigación son de carácter primario, puesto que se tomaron como referencia las investigaciones bibliográficas que permitió

ubicar la bibliografía básica y especializada, los aportes y experiencias sobre el objeto de estudio, que sirvió como la base teórica para establecer la relación entre la GESTIÓN DE INFORMACIÓN EN LA ATENCIÓN AL USUARIO DE LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CREDITO AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO 2015.

3.3.4 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Como herramientas auxiliares se utilizó:

Las Encuestas. - Tuvo por finalidad analizar de hechos, opiniones y actitudes mediante la administración de un cuestionario a una muestra de la población. Para realizar las encuestas se utilizó:
Encuesta personal.

Análisis Documental. - Se tomaron datos válidos, a través, de las fichas bibliográficas y documentales, a fin de conceptualizar y recolectar información de estudios realizados sobre Gestión de la Información en la atención al usuario.

Cuestionarios. - Para obtener información confiable directa de los empleados de la empresa muestra.

3.8. PROCESAMIENTO Y PRESENTACIÓN DE DATOS

3.4.3 PROCESAMIENTO

Los datos se obtuvieron a través del estudio de campo dentro de las áreas de administración, caja, ventanilla, reparto y ruteo; aplicando

encuestas por medio de cuestionarios, luego ordenamos para su respectivo análisis e interpretación de los objetivos del trabajo de investigación y de la hipótesis aplicada

3.4.4 PRESENTACION DE DATOS

Luego de haber analizado los datos recolectados a través de las encuestas que se realizó a los usuarios de la CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CREDITO AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO se procedió a elaborar los cuadros estadísticos en donde se detallan las opiniones de los encuestados.

CAPITULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

4.3. PRESENTACION DE RESULTADOS

4.1.1 GESTIÓN DE INFORMACIÓN COMO BASE PARA MEJORAR LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL USUARIO

Interrogante:

¿Cree Ud. que se puede considerar a la Gestión de Información como base para mejorar la Calidad de Atención al Usuario en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO?

Interpretación:

Del total de 200 personas encuestadas, obtuvimos:

- a. 14 personas de los encuestados, respondieron “Completamente Verdadero”, el cual alcanzaron el 7.00% del total.
- b. 168 personas de los encuestados, respondieron “Verdadero”, el cual alcanzaron el 84.00% del total.
- c. 18 personas de los encuestados, respondieron “Ni falso Ni Verdadero”, el cual alcanzaron el 9.00% del total.
- d. Ninguna persona de los encuestados, respondió “Falso”, el cual alcanzaron el 0.00% del total.
- e. Ninguna persona de los encuestados, respondió “Completamente Falso”, el cual alcanzaron el 0.00% del total.

La mayoría coincidió con la Gestión de la Información como base para mejorar la Calidad de Atención al Usuario en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO, a excepción de algunos de los encuestados que desconocen la importancia que tiene la Gestión de la Información para mejorar la Calidad de Atención al Usuario.

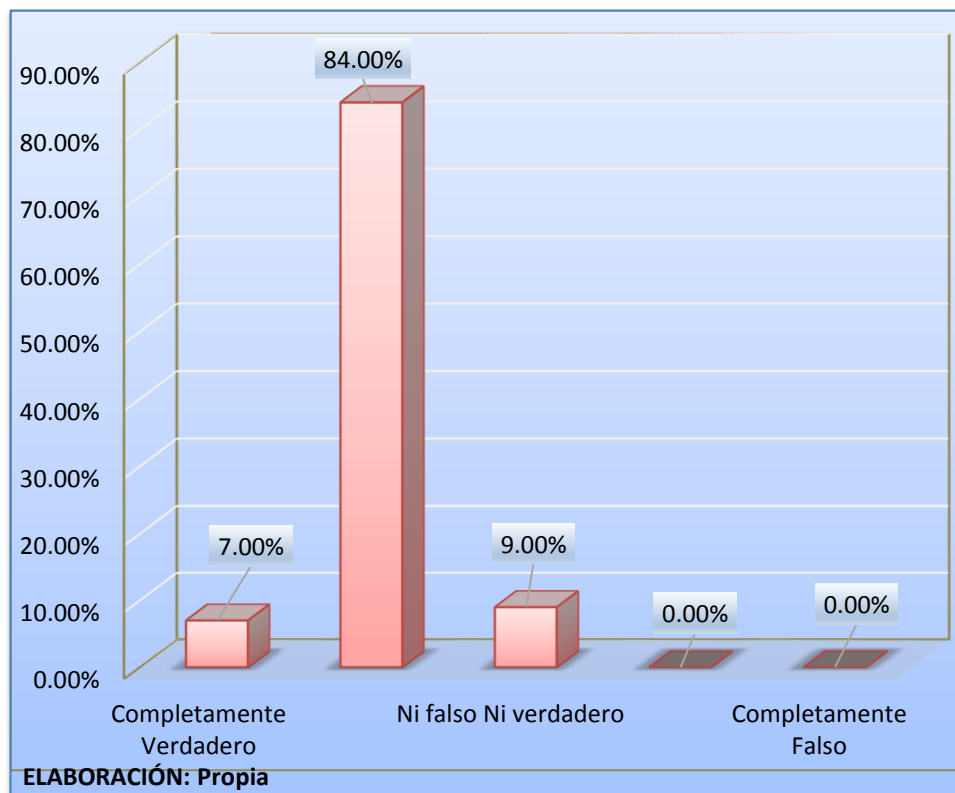
T

ALTERNATIVA	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Completamente Verdadero	14	7.00%
Verdadero	168	84.00%
Ni falso Ni verdadero	18	9.00%
FALSO	0	0.00%
Completamente Falso	0	0.00%
TOTAL	200	100.00%

FUENTE: Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA –
AGENCIA HUÁNUCO 2015
ELABORACION: Propia

GRÁFICO Nº 1

**GESTIÓN DE INFORMACIÓN COMO BASE PARA MEJORAR
LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL USUARIO**



4.1.2 EL CICLO DE VIDA DE LA INFORMACIÓN MEJORARA LA CALIDAD DE SERVICIO

Interrogante:

¿Cree Usted que a través del Ciclo de Vida de la Información mejorara la calidad de servicio de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO?

Interpretación:

Del total de 200 personas encuestadas, obtuvimos:

- a. 9 personas de los encuestados, respondieron “Completamente Verdadero”, el cual alcanzaron el 4.50% del total.
- b. 147 personas de los encuestados, respondieron “Verdadero”, el cual alcanzaron el 73.50% del total.
- c. 30 personas de los encuestados, respondieron “Ni falso Ni Verdadero”, el cual alcanzaron el 15.00% del total.
- d. 14 persona de los encuestados, respondió “Falso”, el cual alcanzaron el 7.00% del total.
- e. Ninguna persona de los encuestados, respondió “Completamente Falso”, el cual alcanzaron el 0.00% del total.

La mayoría coincidió que a través del Ciclo de Vida de la Información mejorara la calidad de servicio, a excepción de algunos de los encuestados que desconocen la importancia que tiene el Ciclo de Vida de la Información.

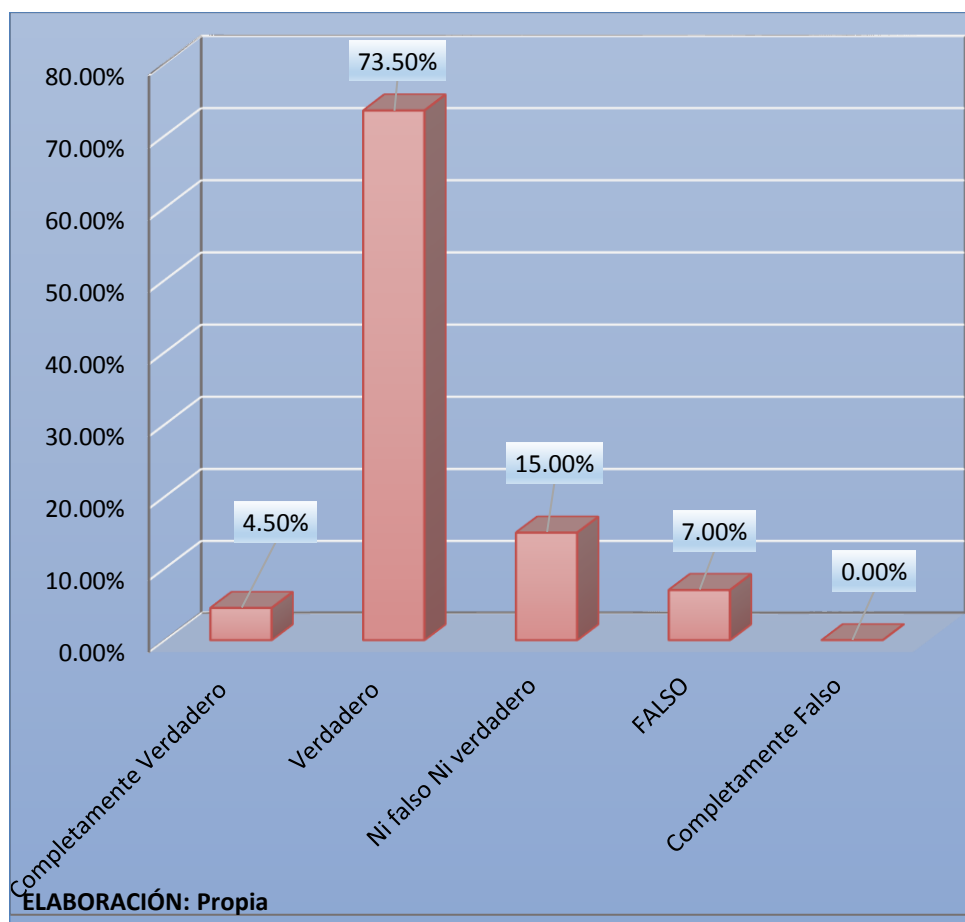
TABLA N° 2

ALTERNATIVA	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Completamente Verdadero	9	4.50%
Verdadero	147	73.50%
Ni falso Ni verdadero	30	15.00%
FALSO	14	7.00%
Completamente Falso	0	0.00%
TOTAL	200	100.00%

FUENTE: Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA –
AGENCIA HUÁNUCO 2015
ELABORACION: Propia

GRÁFICO Nº 2

EL CICLO DE VIDA DE LA INFORMACIÓN MEJORARA LA CALIDAD DE SERVICIO



4.1.3 EL CONOCIMIENTO INTELECTUAL DE LOS COLABORADORES INCREMENTARA LA FUENTE DE INGRESOS

Interrogante:

¿Piensa Usted que el conocimiento intelectual de los colaboradores incrementara la fuente de ingresos de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO?

Interpretación:

Del total de 200 personas encuestadas, obtuvimos:

- a. 28 personas de los encuestados, respondieron “Completamente Verdadero”, el cual alcanzaron el 14% del total.
- b. 133 personas de los encuestados, respondieron “Verdadero”, el cual alcanzaron el 66.50% del total.
- c. 18 personas de los encuestados, respondieron “Ni falso Ni Verdadero”, el cual alcanzaron el 9.00% del total.
- d. 18 persona de los encuestados, respondió “Falso”, el cual alcanzaron el 9.00% del total.
- e. 3 persona de los encuestados, respondió “Completamente Falso”, el cual alcanzaron el 1.50% del total.

La mayoría coincidió que el conocimiento intelectual de los colaboradores incrementara la fuente de ingresos de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO, a excepción de algunos de los encuestados que desconocen la importancia que tiene el Conocimiento Intelectual y un porcentaje mínima no está de acuerdo.

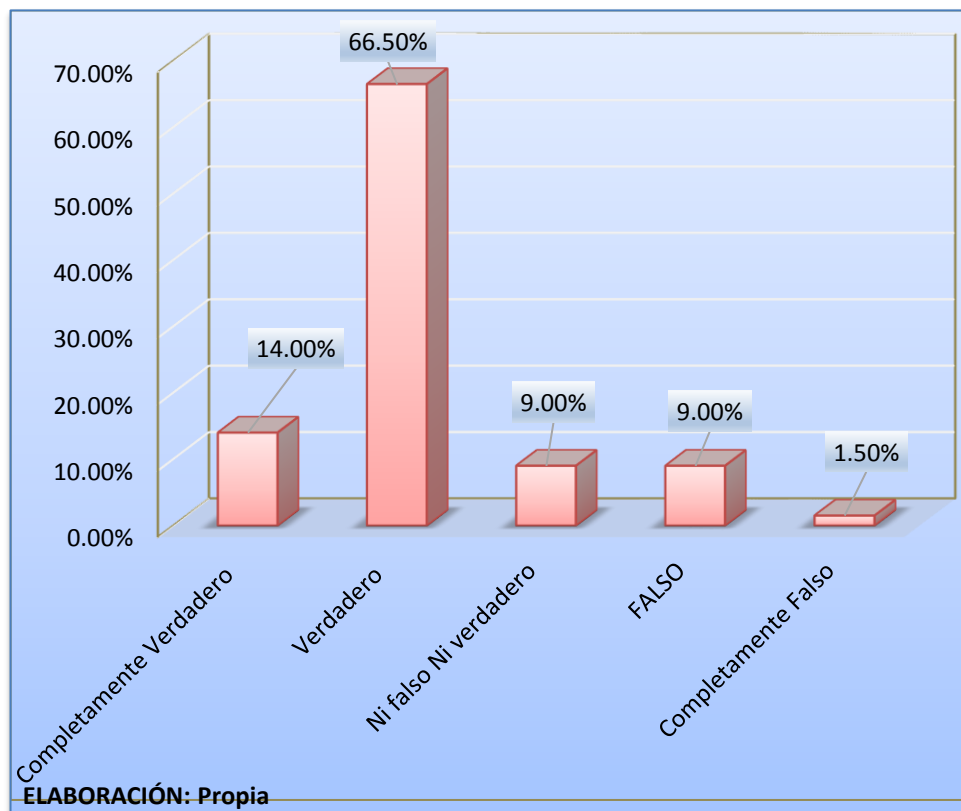
TABLA N° 3

ALTERNATIVA	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Completamente Verdadero	28	14.00%
Verdadero	133	66.50%
Ni falso Ni verdadero	18	9.00%
FALSO	18	9.00%
Completamente Falso	3	1.50%
TOTAL	200	100.00%

FUENTE: Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO 2015
ELABORACION: Propia

GRÁFICO Nº 3

**EL CONOCIMIENTO INTELECTUAL DE LOS
COLABORADORES INCREMENTARA LA FUENTE DE
INGRESOS**



4.1.4 LA PRODUCCION DE VALOR ESTA REFLEJADA EN LA HABILIDAD EMPRESARIAL

Interrogante:

¿Cree Ud. que la producción de valor está reflejada en la habilidad empresarial de cada uno de sus colaboradores de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO?

Interpretación:

Del total de 200 personas encuestadas, obtuvimos:

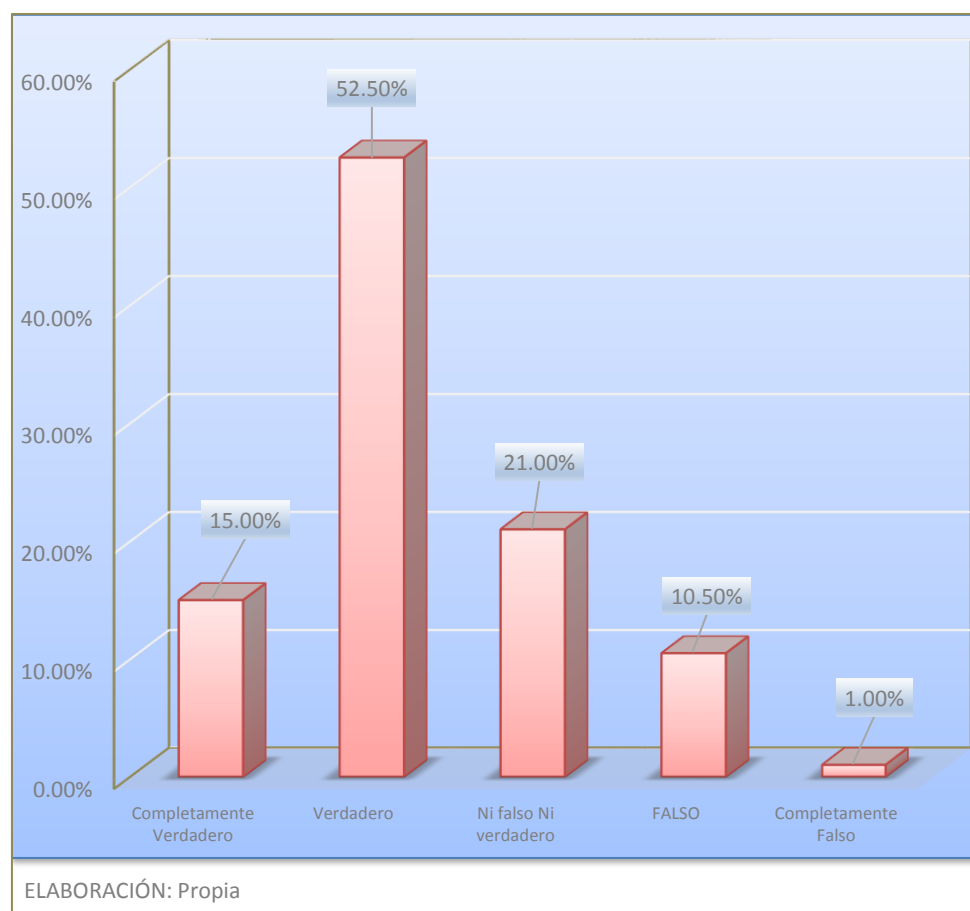
- a. 30 personas de los encuestados, respondieron “Completamente Verdadero”, el cual alcanzaron el 15% del total.
- b. 105 personas de los encuestados, respondieron “Verdadero”, el cual alcanzaron el 52.50% del total.
- c. 42 personas de los encuestados, respondieron “Ni falso Ni Verdadero”, el cual alcanzaron el 21.00% del total.
- d. 21 persona de los encuestados, respondió “Falso”, el cual alcanzaron el 10.05% del total.
- e. 2 persona de los encuestados, respondió “Completamente Falso”, el cual alcanzaron el 1.00% del total.

El 52.50 % de los encuestados coinciden que la producción de valor es el resultado de la habilidad empresarial de los colaboradores de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO, mientras que el resto de los encuestados no coinciden que la producción de valor está reflejada en la habilidad empresarial.

TABLA N° 4

ALTERNATIVA	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Completamente Verdadero	30	15.00%
Verdadero	105	52.50%
Ni falso Ni verdadero	42	21.00%
FALSO	21	10.50%
Completamente Falso	2	1.00%
TOTAL	200	100.00%

FUENTE: Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO 2015
ELABORACION: Propia

GRÁFICO Nº 4**LA PRODUCCIÓN DE VALOR ESTÁ REFLEJADA EN LA
HABILIDAD EMPRESARIAL****4.1.5 LA MEJORA SALARIAL A SUS COLABORADORES REDUCIRÁ
EL RIESGO DE PÉRDIDA DE CLIENTES ACTIVOS****Interrogante:**

¿Cree Ud. Que la mejora salarial a sus colaboradores reducirá el riesgo de pérdida de clientes activos de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO?

Interpretación:

Del total de 200 personas encuestadas, obtuvimos:

- a. 18 personas de los encuestados, respondieron “Completamente Verdadero”, el cual alcanzaron el 9.00 % del total.
- b. 60 personas de los encuestados, respondieron “Verdadero”, el cual alcanzaron el 30.00% del total.
- c. 56 personas de los encuestados, respondieron “Ni falso Ni Verdadero”, el cual alcanzaron el 28.00% del total.
- d. 60 persona de los encuestados, respondió “Falso”, el cual alcanzaron el 30.00% del total.
- e. 5 persona de los encuestados, respondió “Completamente Falso”, el cual alcanzaron el 3.00% del total.

Con respecto a esta pregunta el 9% y el 30% de las personas encuestadas consideran que mejorar el sueldo de sus colaboradores reducirá el riesgo de pérdida de clientes activos mientras que el 30% y el 3% consideran que mejorar el salario no influirá en la pérdida de clientes de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO.

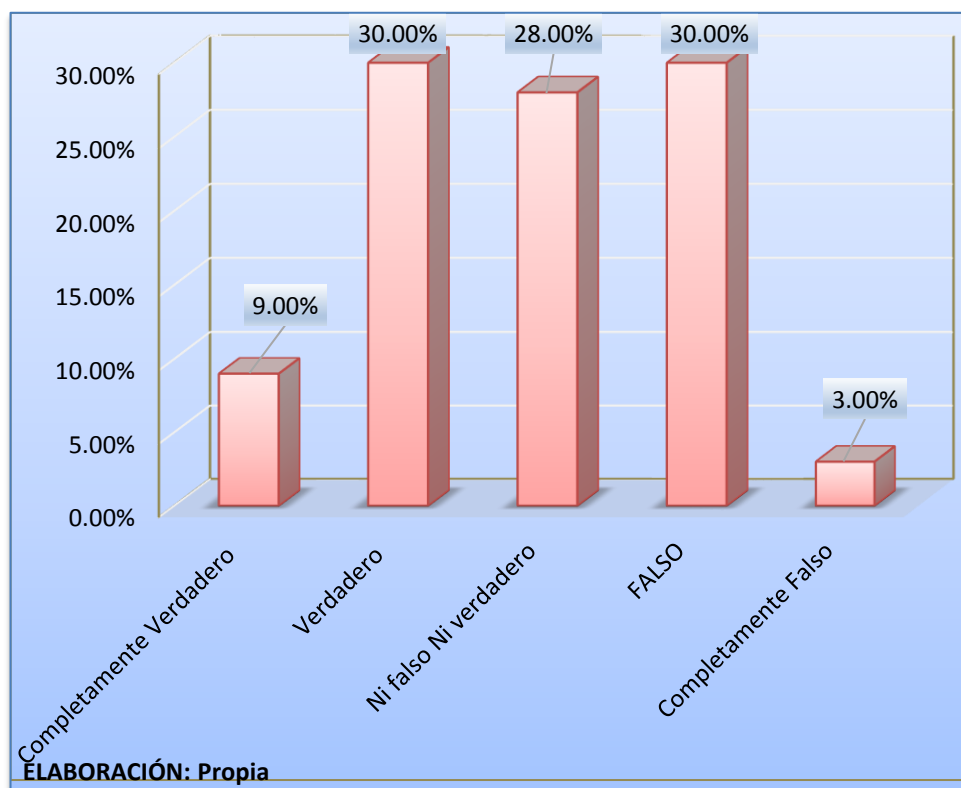
TABLA N° 5

ALTERNATIVA	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Completamente Verdadero	18	9.00%
Verdadero	60	30.00%
Ni falso Ni verdadero	56	28.00%
FALSO	60	30.00%
Completamente Falso	6	3.00%
TOTAL	200	100.00%

FUENTE: Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA –
AGENCIA HUÁNUCO 2015
ELABORACION: Propia

GRÁFICO Nº 5

**LA MEJORA SALARIAL A SUS COLABORADORES
REDUCIRÁ EL RIESGO DE PÉRDIDA DE CLIENTES**

ACTIVOS

**4.1.6 LA VISION EMPRESARIAL SE VERA AFECTADO CON LA
DISMUNICION DE TIPOS DE INTERES**

Interrogante:

¿Piensa Usted que la visión empresarial de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO se verá afectado con la disminución de los tipos de interés que viene ofertando a sus clientes?

Interpretación:

Del total de 200 personas encuestadas, obtuvimos:

- a. 24 personas de los encuestados, respondieron “Completamente Verdadero”, el cual alcanzaron el 12.00 % del total.
- b. 77 personas de los encuestados, respondieron “Verdadero”, el cual alcanzaron el 38.50% del total.
- c. 48 personas de los encuestados, respondieron “Ni falso Ni Verdadero”, el cual alcanzaron el 24.00% del total.
- d. 42 persona de los encuestados, respondió “Falso”, el cual alcanzaron el 21.00% del total.
- e. 9 persona de los encuestados, respondió “Completamente Falso”, el cual alcanzaron el 4.50% del total.

Con respecto a esta pregunta el 12% y el 38.50% de las personas encuestadas consideran que la visión empresarial Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO si afectara el tipo de interés que viene ofertando la Caja, mientras que el resto de los encuestados coinciden que la visión empresarial no afectara el interés de la Caja Arequipa.

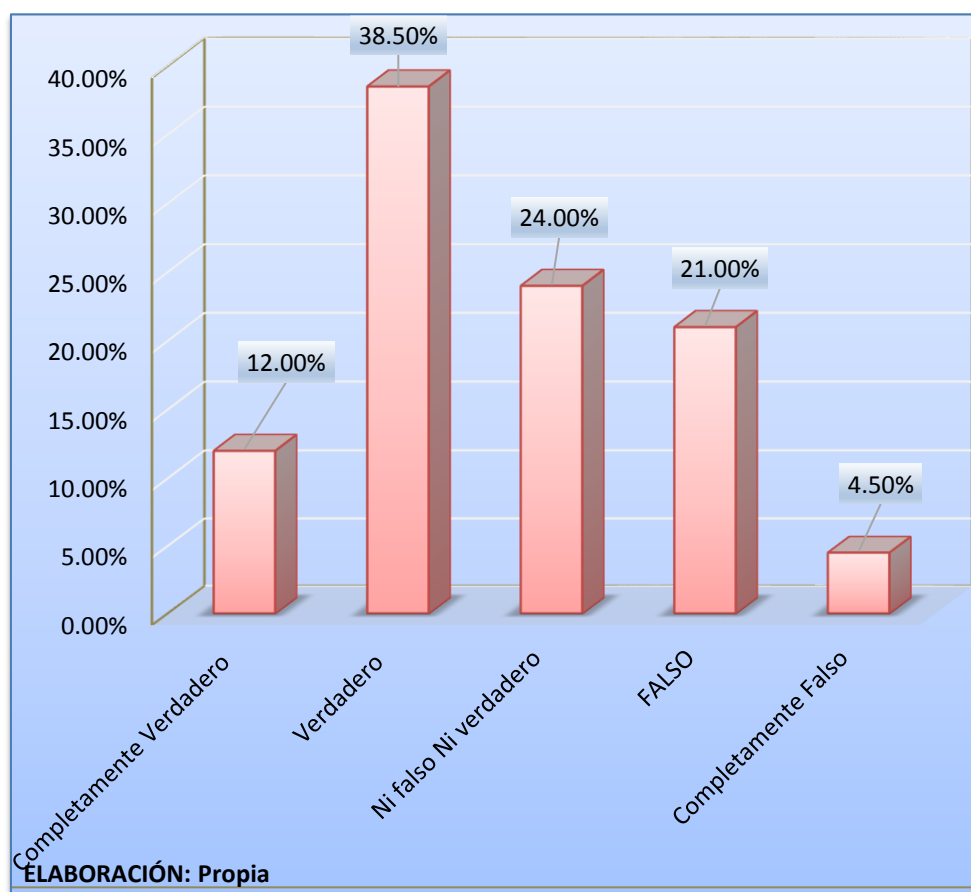
TABLA N° 6

ALTERNATIVA	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Completamente Verdadero	24	12.00%
Verdadero	77	38.50%
Ni falso Ni verdadero	48	24.00%
FALSO	42	21.00%
Completamente Falso	9	4.50%
TOTAL	200	100.00%

FUENTE: Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA –
AGENCIA HUÁNUCO 2015
ELABORACION: Propia

GRÁFICO Nº 6

LA VISIÓN EMPRESARIAL SE VERÁ AFECTADO CON LA
DISMINUCIÓN DE LOS TIPOS DE INTERÉS



4.1.7 LA CAPACITACION AL PERSONAL AYUDARA A CAPTAR
FONDOS DE NUEVOS CLIENTES

Interrogante:

¿Piensa Usted que la capacitación al personal de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO ayudara a captar fondos de nuevos clientes?

Interpretación:

Del total de 200 personas encuestadas, obtuvimos:

- a. 72 personas de los encuestados, respondieron “Completamente Verdadero”, el cual alcanzaron el 36.00 % del total.
- b. 105 personas de los encuestados, respondieron “Verdadero”, el cual alcanzaron el 52.50% del total.
- c. 15 personas de los encuestados, respondieron “Ni falso Ni Verdadero”, el cual alcanzaron el 7.50% del total.
- d. 5 persona de los encuestados, respondió “Falso”, el cual alcanzaron el 2.50% del total.
- e. 3 persona de los encuestados, respondió “Completamente Falso”, el cual alcanzaron el 1.50% del total.

Con respecto a esta pregunta el 36% y el 52.50% de los encuestados consideran que capacitar al personal ayudara a captar nuevos fondos a la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO, mientras que el resto de los encuestados consideran que el capacitar al personal no influirá en la captación de nuevos clientes.

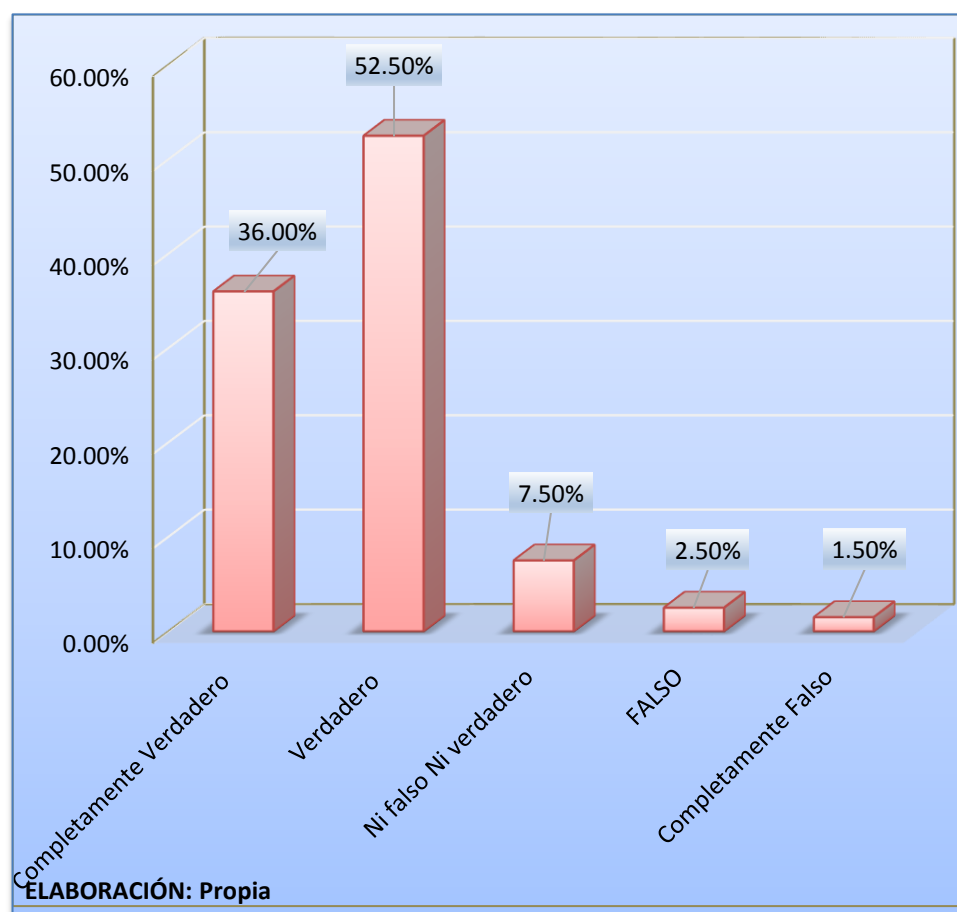
TABLA N° 7

ALTERNATIVA	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Completamente Verdadero	72	36.00%
Verdadero	105	52.50%
Ni falso Ni verdadero	15	7.50%
FALSO	5	2.50%
Completamente Falso	3	1.50%
TOTAL	200	100.00%

FUENTE: Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO 2015
ELABORACION: Propia

GRÁFICO N° 7

**LA CAPACITACIÓN AL PERSONAL AYUDARA A
CAPTAR FONDOS DE NUEVOS CLIENTES**



**4.1.8 LAS MEJORAS DE SERVICIOS AUMENTARAN LAS
CONSESIONES POR CUENTA PROPIA**

Interrogante:

**¿Cree Usted que con la mejora de servicios que brinda la
Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA
HUÁNUCO aumentara las concesiones por cuenta propia?**

Interpretación:

Del total de 200 personas encuestadas, obtuvimos:

- a. 14 personas de los encuestados, respondieron “Completamente Verdadero”, el cual alcanzaron el 7.00 % del total.
- b. 84 personas de los encuestados, respondieron “Verdadero”, el cual alcanzaron el 42.00% del total.
- c. 48 personas de los encuestados, respondieron “Ni falso Ni Verdadero”, el cual alcanzaron el 24.00% del total.
- d. 54 persona de los encuestados, respondió “Falso”, el cual alcanzaron el 27.00% del total.
- e. 0 persona de los encuestados, respondió “Completamente Falso”, el cual alcanzaron el 0.00% del total.

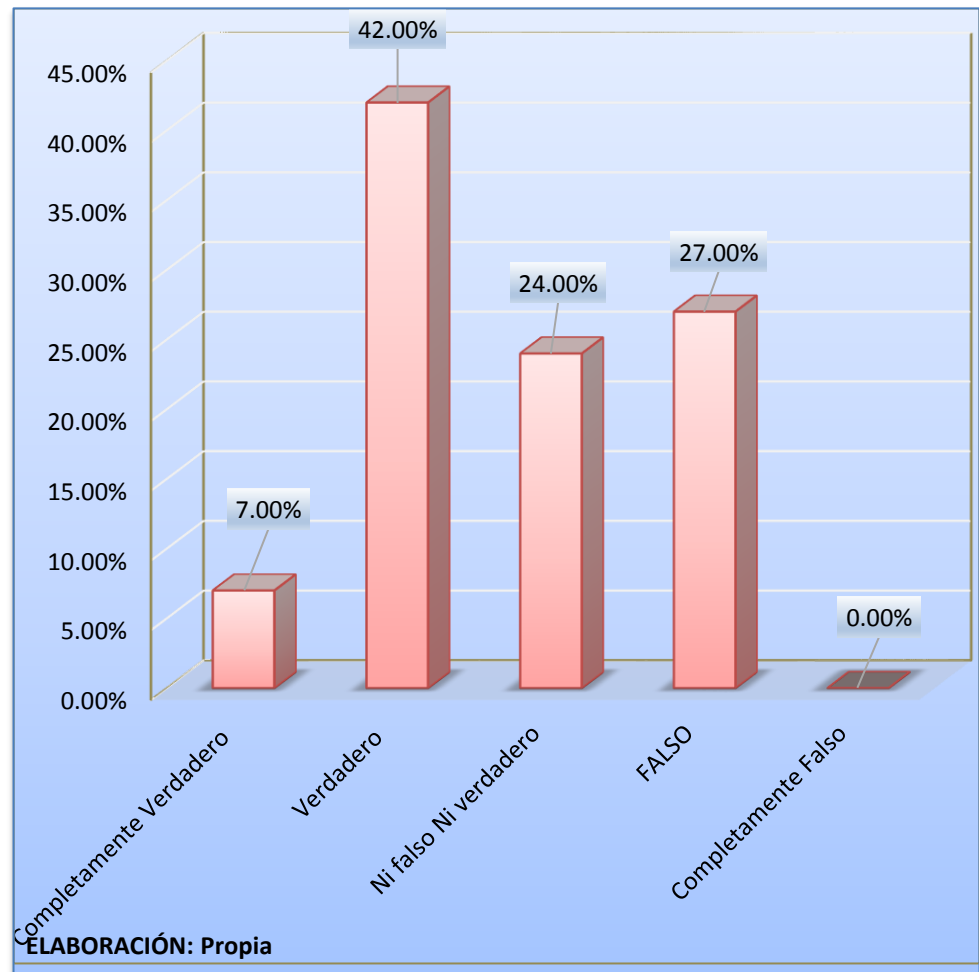
Con respecto a esta pregunta las personas encuestadas consideran que la mejora de los servicios que brinda la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO, aumentara el número de concesiones de la Caja Arequipa, mientras que un grupo de encuestados consideran que es falso y otro grupo no tiene conocimiento del tema.

TABLA N° 8

ALTERNATIVA	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Completamente Verdadero	14	7.00%
Verdadero	84	42.00%
Ni falso Ni verdadero	48	24.00%
FALSO	54	27.00%
Completamente Falso	0	0.00%
TOTAL	200	100.00%

FUENTE: Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO 2015

ELABORACION: Propia

GRÁFICO Nº 8**LA MEJORA DE SERVICIOS AUMENTARA LAS
CONCESIONES POR CUENTA PROPIA****4.1.9 AL CREAR NUEVOS PUESTOS DE TRABAJO SE REDUCIRA
LA ADQUISICION DE ACTIVOS DE LOS CLIENTES**

Interrogante:

¿Piensa Ud. que al crear nuevos puestos de trabajo en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO se reducirá la adquisición de activos de los clientes?

Interpretación:

Del total de 200 personas encuestadas, obtuvimos:

- a. 27 personas de los encuestados, respondieron “Completamente Verdadero”, el cual alcanzaron el 13.50 % del total.
- b. 80 personas de los encuestados, respondieron “Verdadero”, el cual alcanzaron el 40.00% del total.
- c. 42 personas de los encuestados, respondieron “Ni falso Ni Verdadero”, el cual alcanzaron el 21.00% del total.
- d. 50 persona de los encuestados, respondió “Falso”, el cual alcanzaron el 25.00% del total.
- e. 1 persona de los encuestados, respondió “Completamente Falso”, el cual alcanzaron el 0.50% del total.

Con respecto a esta pregunta las personas encuestadas consideran que al crear nuevos puestos de trabajo la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO, reducirá la adquisición de activos de los clientes mientras que el resto de los encuestados consideran que la creación de nuevos puestos de trabajo no influirá en la reducción de la adquisición de activos de los clientes.

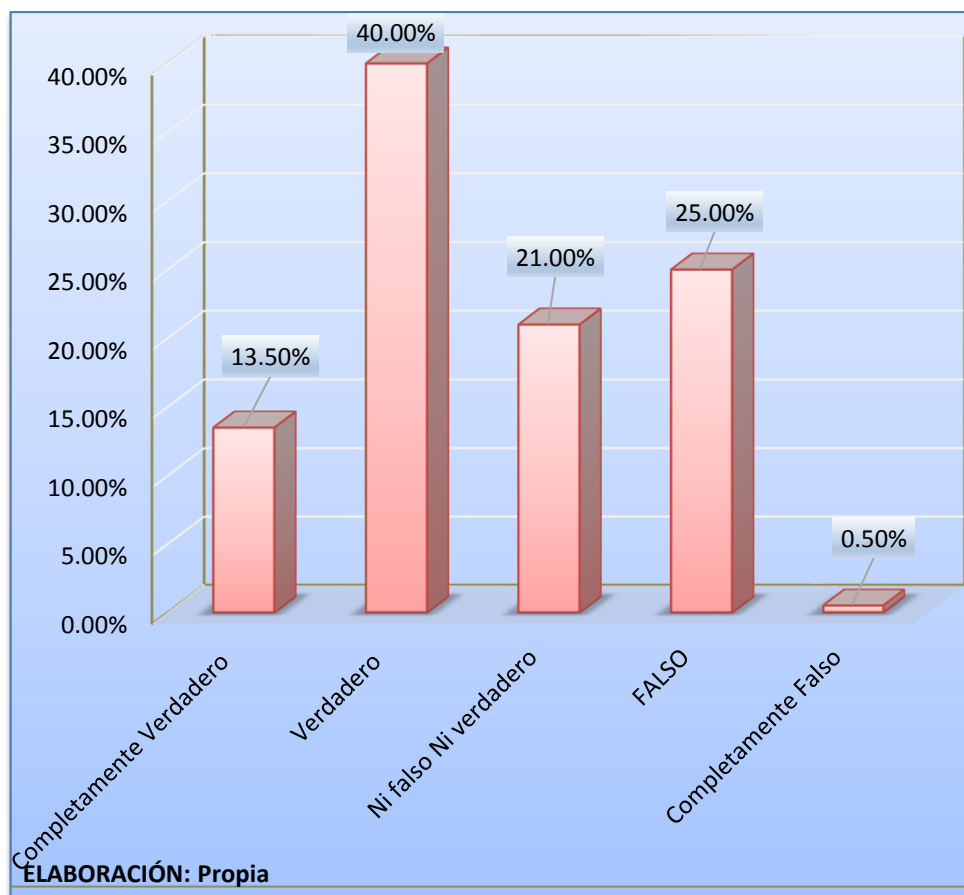
TABLA N° 9

ALTERNATIVA	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Completamente Verdadero	27	13.50%
Verdadero	80	40.00%
Ni falso Ni verdadero	42	21.00%
FALSO	50	25.00%
Completamente Falso	1	0.50%
TOTAL	200	100.00%

FUENTE: Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA –
 AGENCIA HUÁNUCO 2015
 ELABORACION: Propia

GRÁFICO N° 9

**AL CREAR NUEVOS PUESTOS DE TRABAJO SE
 REDUCIRÁ LA ADQUISICIÓN DE ACTIVOS DE LOS
 CLIENTES**



4.1.10 AL GENERAR CONOCIMIENTOS A SUS CLIENTES LA INFORMACION INTANGIBLE SE VERA AFECTADA

Interrogante:

¿Cree Usted que al generar conocimiento a sus clientes la información intangible de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO se verá afectada?

Interpretación:

Del total de 200 personas encuestadas, obtuvimos:

- a. 16 personas de los encuestados, respondieron “Completamente Verdadero”, el cual alcanzaron el 8.00 % del total.

- b. 70 personas de los encuestados, respondieron “Verdadero”, el cual alcanzaron el 35.00% del total.
- c. 24 personas de los encuestados, respondieron “Ni falso Ni Verdadero”, el cual alcanzaron el 12.00% del total.
- d. 84 persona de los encuestados, respondió “Falso”, el cual alcanzaron el 42.00% del total.
- e. 6 persona de los encuestados, respondió “Completamente Falso”, el cual alcanzaron el 3.00% del total.

Con respecto a esta pregunta la mayoría de las personas encuestadas consideran que generar conocimiento en los clientes no afectara la información intangible de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO, mientras que el resto de los encuestados si coinciden que generar conocimiento en los clientes afectara la información intangible de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO.

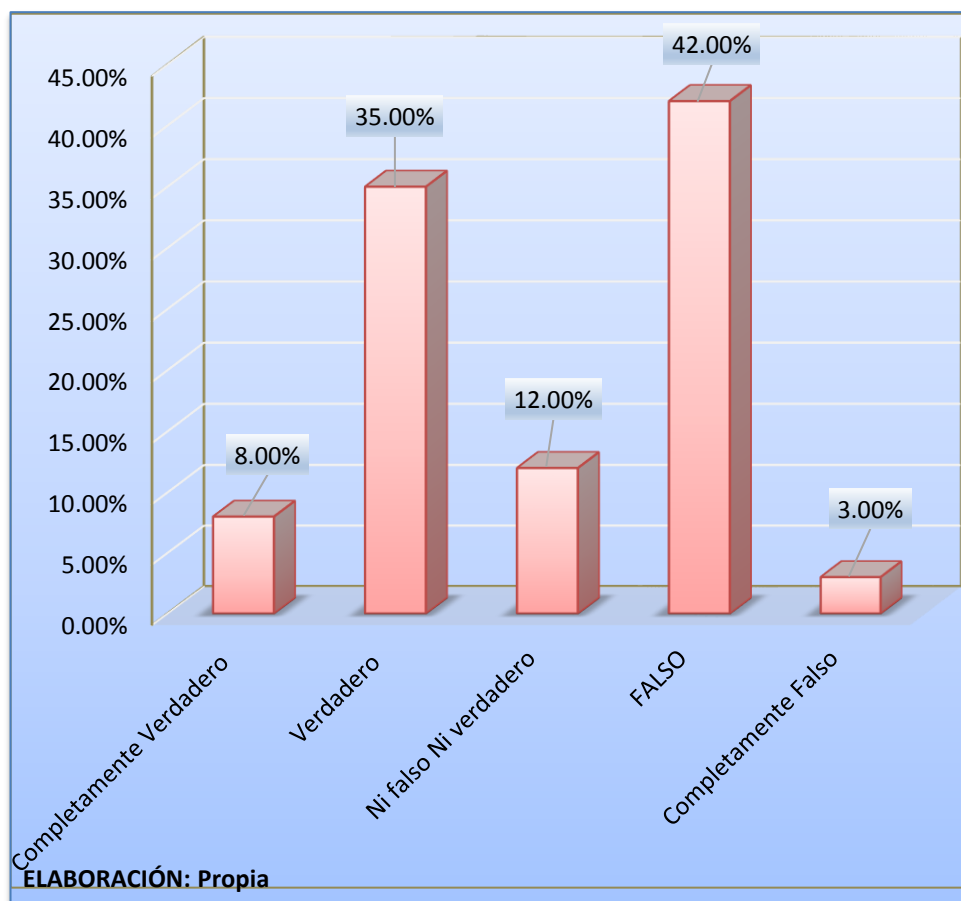
TABLA N° 10

ALTERNATIVA	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Completamente Verdadero	16	8.00%
Verdadero	70	35.00%
Ni falso Ni verdadero	24	12.00%
FALSO	84	42.00%
Completamente Falso	6	3.00%
TOTAL	200	100.00%

FUENTE: Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA –
AGENCIA HUÁNUCO 2015
ELABORACION: Propia

GRÁFICO Nº 10

**AL GENERAR CONOCIMIENTO A SUS CLIENTES LA
INFORMACIÓN INTANGIBLE SE VERA AFECTADA**



4.4. CONTRASTACION DE LAS HIPOTESIS SECUNDARIAS

4.2.1 PRIMERA HIPOTESIS ESPECÍFICA

HIPOTESIS NULA:

Si conocemos la Administración del Capital Intelectual entonces no influenciará en la riqueza del conocimiento de la Gestión de Información para una mejor Atención del Usuario de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco.

HIPOTESIS ALTERNA:

Si conocemos la Administración del Capital Intelectual entonces influenciará en la riqueza del conocimiento de la Gestión de Información para una mejor Atención del Usuario de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco.

TABLA 11
LA ADMINISTRACIÓN DEL CAPITAL INTELECTUAL Y LA
GESTION DE LA INFORMACION PARA UNA MEJOR ATENCION
AL USUAIO

VARIABLES		ESCALA				
		1	2	3	4	5
		e	d	c	b	a
1.	La Gestión de Información como base para mejorar la Calidad de Atención al Usuario	0	0	18	168	14
2.	A través del Ciclo de Vida de la Información mejorara la calidad de servicio	0	14	30	147	9
3.	El conocimiento intelectual de los colaboradores incrementara la fuente de ingresos de	3	18	18	133	28
4.	La producción de valor está reflejada en la habilidad empresarial de cada uno de sus colaboradores	2	21	42	105	30
TOTALES		5	53	108	553	81
H1 OPCIONES	a	B	c	d	e	N
O _i	81	553	108	53	5	800
E _i	160	160	160	160	160	800
X ²	7.80	193.06	3.38	14.31	30.03	248.59

H(o) = Hipótesis Nula = **21.02606982**

H (2) = Hipótesis Alterna = **248.585**

Número de Filas (r) = 4

Número de Columnas (C) = 5

Probabilidad α = 0.05

Grado de Libertad, gl = 12

El valor crítico de la prueba, considerando 12 grados de libertad y la probabilidad α = 0.05 es 21.02606982

Como la $X^2 = 248.585 > X^2_c = 21.02606982$, entonces se rechaza la Hipótesis Nula (H_0)

Interpretación:

Dado que el valor calculado de la prueba X^2 es mayor al valor crítico, se rechaza la H_0 y se acepta la H_1 , a la probabilidad de $\alpha = 0.05$, H_1 es $<$ que la H_0 . De los 800 datos extraídos (553) de la unidad de análisis revelaron que si conocemos la Administración del Capital Intelectual entonces influenciará en la riqueza del conocimiento de la Gestión de Información para una mejor Atención del Usuario de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco, mientras que (53) encuestados en la unidad de análisis revelaron que no es necesario lo propuesto.

4.2.2 SEGUNDA HIPOTESIS ESPECÍFICA

HIPOTESIS NULA

Si determinamos que el Éxito Organizacional depende de la Atención al Usuario, entonces no mejoraremos nuestros servicios para un mejor soporte de cobertura Económica – Financiera de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco

HIPOTESIS ALTERNA:

Si determinamos que el Éxito Organizacional depende de la Atención al Usuario, entonces mejoraremos nuestros servicios para un mejor soporte de cobertura Económica – Financiera de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco

TABLA 12

**EL ÉXITO ORGANIZACIONAL DEPENDE DE LA ATENCIÓN AL
USUARIO PARA UN MEJOR SOPORTE DE COBERTURA
ECÓMICA – FINANCIERA**

VARIABLES	ESCALA				
	1	2	3	4	5
	e	d	c	b	a
5. La mejora salarial a sus colaboradores reducirá el riesgo de pérdida de clientes activos	6	60	56	60	18
6. La visión empresarial se verá afectado con la disminución de los tipos de interés que viene ofertando a sus clientes	9	42	48	77	24
7. La capacitación al personal ayudara a captar fondos de nuevos clientes	3	5	15	105	72
TOTALES	18	107	119	242	114

H1 OPCIONES	a	b	c	d	e	N
O _i	114	242	119	107	18	600
E _i	120	120	120	120	120	600
X ²	0.05	18.61	0.00	0.21	13.01	31.87

H(o) = Hipótesis Nula = **15.50731306**

H (2) = Hipótesis Alterna = **31.87**

Número de Filas (r) = 3

Número de Columnas (C) = 5

Probabilidad a = 0.05

Grado de Libertad, gl = 8

El valor crítico de la prueba, considerando 8 grados de libertad y la probabilidad a = 0.05 es 15.5073130

Como la X² = 31.868 > X² c = 21.02606982, entonces se rechaza la Hipótesis Nula (H_o)

Interpretación:

Dado que el valor calculado de la prueba X² es mayor al valor crítico, se rechaza la H_o y se acepta la H₂, a la probabilidad de a = 0.05, H₂ es < que la H_o. De los 600 datos extraídos (242) de la unidad de análisis revelaron que, si determinamos que el Éxito

Organizacional depende de la Atención al Usuario, entonces mejoraremos nuestros servicios para un mejor soporte de cobertura Económica – Financiera de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco, mientras que (107) encuestados en la unidad de análisis revelaron que no es necesario lo propuesto.

4.2.3 TERCERA HIPOTESIS ESPECÍFICA

HIPOTESIS NULA

Si logramos determinar que la Gestión de Información a través de sus políticas establecidas proporciona beneficios a los intereses de las Actividades Crediticias, entonces no mejorara la calidad de atención a los usuarios de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco.

HIPOTESIS ALTERNA

Si logramos determinar que la Gestión de Información a través de sus políticas establecidas proporciona beneficios a los intereses de las Actividades Crediticias, entonces mejorara la calidad de atención a los usuarios de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco.

TABLA 13
GESTIÓN DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE SUS POLÍTICAS
ESTABLECIDAS PROPORCIONA BENEFICIOS A LOS
INTERESES DE LAS ACTIVIDADES CREDITICIAS

VARIABLES	ESCALA				
	1	2	3	4	5
	e	d	c	b	a
8. La mejora de servicios que brinda aumentara las concesiones por cuenta propia?	0	54	48	84	14
9. Al crear nuevos puestos de trabajo se reducirá la adquisición de activos de los clientes	1	50	42	80	27
10. Al generar conocimiento a sus clientes la información intangible se verá afectada de la información brindada	6	84	24	70	16
TOTALES	7	188	114	234	57

H1 OPCIONES	a	b	c	d	e	N
O _i	57	234	114	188	7	600
E _i	120	120	120	120	120	600
X²	4.96	16.25	0.05	5.78	15.96	42.99

H(o) = Hipótesis Nula = **15.50731306**

H (2) = Hipótesis Alterna = **42.993**

Número de Filas (r) = 3

Número de Columnas (C) = 5

Probabilidad a = 0.05

Grado de Libertad, gl = 8

El valor crítico de la prueba, considerando 8 grados de libertad y la probabilidad $\alpha = 0.05$ es 15.50731306

Como la $X^2 = 42.993 > X^2_c = 15.50731306$, entonces se rechaza la Hipótesis Nula (H_0)

Interpretación:

Dado que el valor calculado de la prueba X^2 es mayor al valor crítico, se rechaza la H_0 y se acepta la H_3 , a la probabilidad de $\alpha = 0.05$, H_3 es $<$ que la H_0 . De los 600 datos extraídos (234) de la unidad de análisis revelaron que, si logramos determinar que la Gestión de Información a través de sus políticas establecidas proporciona beneficios a los intereses de las Actividades Crediticias, entonces mejorara la calidad de atención a los usuarios de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco, mientras que (188) encuestados en la unidad de análisis revelaron que no es necesario lo propuesto.

4.2.4 PRUEBA DE HIPOTESIS GENERAL HIPOTESIS NULA

Si conocemos la influencia de la Gestión de la Información entonces, no se conocerá la calidad de Atención al Usuario de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco.

HIPOTESIS ALTERNA

Si conocemos la influencia de la Gestión de la Información entonces, se conocerá la calidad de Atención al Usuario de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco.

TABLA 14
LA INFLUENCIA DE LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN
ENTONCES, SE CONOCERÁ LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL
USUARIO

VARIABLES	ESCALA				
	1	2	3	4	5
	e	d	c	b	a
1. Administración de capital en función a la riqueza del conocimiento	5	53	108	553	81
2. El éxito organizacional en función a la cobertura económica financiera	18	107	119	242	114
3. Políticas de atención en función a la actividad crediticia	7	188	114	234	57
TOTALES	30	348	341	1029	252

H1 OPCIONES	a	b	c	d	e	N
O _i	252	1029	341	348	30	2000
E _i	400	400	400	400	400	2000
X ²	10.95	197.82	1.74	1.35	68.45	280.32

$H(o)$ = Hipótesis Nula = **15.50731306**

$H(2)$ = Hipótesis Alterna = **280.315**

Número de Filas (r) = 3

Número de Columnas (C) = 5

Probabilidad α = 0.05

Grado de Libertad, gl = 8

El valor crítico de la prueba, considerando 36 grados de libertad y la probabilidad α = 0.05 es 50.99846017

Como la $X^2 = 280.315 > X^2 c = 50.99846017$, entonces se rechaza la Hipótesis Nula (H_o)

Dado que el valor calculado de la prueba X^2 es mayor al valor crítico, se rechaza la H_o y se acepta la H_a , a la probabilidad de $\alpha = 0.05$, H_a es $<$ que la H_o . De los 2000 datos extraídos (1029) de la unidad de análisis revelaron que, si conocemos la influencia de la Gestión de la Información entonces, se conocerá la calidad de Atención al Usuario de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco, mientras que (348) encuestados de la unidad de análisis revelaron que no es necesario lo propuesto.

CONCLUSIONES

1. Conclusiones Específicas:

- 1.1. La mayoría de los encuestados (80.5%) manifiestan que el conocimiento intelectual de los colaboradores incrementará la fuente de ingresos, así como el 67.5% manifiestan que la producción del valor está reflejada en la habilidad empresarial. Lo que demuestra la relación entre la administración del capital intelectual y la gestión de información, donde con la prueba de hipótesis, χ^2 es equivalente a 248.585 mayores al valor crítico de 21.026. Ver Tabla N° 11.
- 1.2. Solamente el 39% manifiestan que la mejora salarial reducirá el riesgo de pérdida de los clientes activos, así como la mitad aproximadamente (50.50%) manifiestan que la visión empresarial se verá afectado con la disminución de tipos de interés. Lo que demuestra en que el éxito organizacional depende de la atención al usuario, mediante la prueba de hipótesis en que χ^2 es equivalente 31.868 mayor al valor crítico de 21.026. Ver Tabla N° 12.
- 1.3. La mayoría de los encuestados (88.5%) manifiestan que la capacitación al personal ayudará a captar fondos de nuevos clientes, pero solamente 49% manifiestan que las mejoras de servicios aumentarán las concesiones por cuenta propia, además que el 53.5% manifiestan que al crear nuevos puestos de trabajo

se reducirá la adquisición de activos de los clientes. Lo que demuestra en que la gestión de la información a través de sus políticas establecidas proporciona beneficios a los intereses de las actividades crediticias, donde con la prueba de hipótesis, χ^2 es equivalente a 42.993 mayores al valor crítico de 15.5507. Ver Tabla N° 13.

2. Conclusión General

Se ha determinado que existe un relación entre la gestión de información y calidad de atención al usuario, como manifiestan la mayoría de los encuestados (84%) y demostrado con la prueba de hipótesis en que el valor de χ^2 es equivalente 280.32, mayor al valor crítico de 50.998. Ver Tabla N° 14.

RECOMENDACIONES

3. Recomendaciones Específicas:

- 3.1. Es necesario estar en constante actualización ya que la información tiene un tiempo determinado de vigencia donde conocer la Administración del Capital Intelectual influenciará en la riqueza del conocimiento de la Gestión de Información para una mejor atención y darlo a conocer aun si el usuario se niegue a recibirlo.
- 3.2. A pesar de tener un porcentaje significado de encuestados que si creen que el éxito organizacional depende de la Atención al Usuario existe también un porcentaje considerable que no cree en lo propuesto, entonces sería necesario mostrar la estabilidad y bienestar de cada empleado y así reflejara lo cómodo y capacitado que se encuentra para el desempeño de sus labores diarias.
- 3.3. Cuando existe mejora de los servicios que se brinda será más atractiva la elección del usuario hacia la Caja Arequipa porque podrá distinguir las diferencias de una financiera a otra. También al existir más personal capacitado, estos en vez de reducir el activo lo harán crecer periódicamente porque habrá una mayor captación de usuarios que requieran los servicios financieros y al mejorar la información los Usuarios dejaran a un lado la efímera

información que creían sobre Caja Arequipa y al momento de acercarse el usuario ya sabrá lo que requiere para su bienestar.

4. Recomendación General

Es conveniente por parte de la entidad financiera, que desarrolle programas de capacitación al personal encargado de estas operaciones y el desarrollo y reconversión de los sistemas de procesamiento de información referida a todos los usuarios y a las operaciones efectuadas con ellas, con la finalidad de poder incrementar su cartera de colocaciones.

BIBLIOGRAFÍA

1. **CONGRESO DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA 2000** - *Informe de Debate N°0115- COLOMBIA -2000-Pág. 14-17*
2. **CHAM KIM, W., & MAUBORGNE, R. (1997)**. “Fair Process: Managing in the Knowledge Economy”. HARVARD BUSINESS REV-Magazine Edic. N° 03- USA -(JUL-AUG)-Pág. 7-15
3. **DURO NOVOA, Viviana (2013)**. “Conceptos relacionados con la Gestión de la Información y el Conocimiento” UNIVERSIDAD DE LA HABANA. Pág. 5 – 8.
4. **LEY DE PROTECCION Y DEFENSA AL USUARIO DE SERVICIOS FINANCIEROS;** TITULO PRIMERO – CAPITULO UNICO-DISPOSICIONES GENREALES; Ultima Reforma Publicada DOF 10-01-2014 del artículo 1 al 9
5. **MARCO LEGAL DE LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CREDITO AREQUIPA-AGENCIA HUÁNUCO;** D.L. 23039-1990-Lima y Callao-Promulgado D.S 157-90EF
6. **MOREIRO GONZALES, José Antonio (1998)**. “Introducción al estudio de la Información y la Documentación”. Editorial Antioquia. Medellín – Colombia-Pág. 5-7
7. **NORMA INTERNACIONAL ISO 9004 (2000)**. “Sistema de Gestión de Calidad. Directrices para la Mejora de Desempeño”. Edit. Ginebra. Suiza. Pág.1-8
8. **PÉREZ RÍOS, Cinthia Katherine (2014)**. TESIS “La Calidad del Servicio al Cliente y Su Influencia en los Resultados Económicos y Financieros de la Empresa Restaurante Campestre SAC -CHICLAYO Periodo Enero a Septiembre 2011 y 2012”.
9. **PONJUÁN DANTE, Gloria (2004)**. “Gestión de Información: Dimensiones e Implementación para el Éxito Organizacional “Universidad de la Habana” Pág. 34-127
10. **POLITICAS DE SEGURIDAD DE LA CAJA AREQUIPA**
https://secure.cajaarequipa.pe/arequipa_ib1/politicas.html

- 11. POSSO SÁNCHEZ-PEREIRA, Katherine (2010).** “Análisis, Formulación y Elaboración del Modelo de Atención al Cliente del Departamento de Gestión de Infraestructura CODENSA S.A.” Universidad Tecnológica de Pereira-Colombia-Pag.123-127
- 12. QUIROGA (2002), UNIVERSIDAD DE ANÁHUAC,** *Explico que se analizan las diferentes acepciones de los términos gestión de la información, gestión del conocimiento y gestión de la calidad, así como su relación con la actividad de las instituciones de información.* ACIMED v.10 n.5 Ciudad de La Habana sep.-oct. 2002
- 13. VAN BON, Jan (2002).** “La Guía para el Uso de la Gestión de Servicio”. Editorial London. Gran Bretaña. Pág. 7 – 24.
- 14. WOODMAN, L. (1985).** “Information Management in large Organizations. en: Information Management from Strategies to Action”. LONDON: ASLI. Pág. 95-114
- 15. ZEITHAML, A. V., PARASURAMAN, A., Y BERRY, L. L. (1992).** “Nuevo Instituto Latinoamericano de Calidad en los servicios” Recopilación Universidad del BIO BIO-Chile 2005 Pág. 5-12

ANEXOS

ANEXO 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES $y = f(x)$		DIMENSION	INDICADORES
	PROBLEMA GENERAL:	OBJETIVO GENERAL:	HIPOTESIS PRINCIPAL:	VARIABLE GENERALES			
"GESTIÓN DE INFORMACIÓN EN LA ATENCIÓN AL USUARIO DE LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CREDITO AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO 2015"	¿De qué manera la gestión de la información influye en la calidad de atención al usuario de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco 2015?	Conocer la influencia de la gestión de información en la calidad de atención al usuario de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco.	Si conocemos la influencia de la Gestión de la Información entonces, se conocerá la calidad de Atención al Usuario de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco.	VARIABLE INDEPENDIENTE (X):	Gestión de la Información	Proceso de la Información	- Ciclo de Vida de la Información. - Calidad de Atención al Usuario
				VARIABLE DEPENDIENTE (Y):	Calidad de Atención al Usuario	Proceso de Satisfacción al Cliente.	- Calidad del Servicio. - Gestión de la Información
	PROBLEMA ESPECIFICO:	OBJETIVOS ESPECIFICOS:	HIPOTESIS ESPECIFICAS:	VARIABLES ESPECIFICAS			
	¿De qué manera la Administración del Capital Intelectual, influye en la riqueza del Conocimiento de la Gestión de la Información para una mejor atención al usuario de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco?	Determinar si la administración de capital intelectual influenciadas de jefes de conocimiento de la gestión de información en la atención al usuario de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco.	Si conocemos la Administración del Capital Intelectual entonces influenciará en la riqueza del conocimiento de la Gestión de Información para una mejor Atención del Usuario de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco.	VARIABLE INDEPENDIENTE (X):	Administración del Capital Intelectual	Capital Intelectual	- Conocimiento Intelectual. - Producción del Valor - Información Intangible - Generar Conocimiento
				VARIABLE DEPENDIENTE (Y):	Riqueza del Conocimiento	Generar Conocimiento	- Habilidad Empresarial - Fuente de Ingresos
	¿En qué medida el Éxito Organizacional depende de la atención al usuario como soporte para la Cobertura Económica y Financiera de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco?	Determinar en qué medida el éxito organizacional depende de la Atención al Usuario como soporte para la Cobertura Económica y Financiera de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco.	Si determinamos que el Éxito Organizacional depende de la Atención al Usuario, entonces mejoraremos nuestros servicios para un mejor soporte de cobertura Económica – Financiera de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco.	VARIABLE INDEPENDIENTE (X):	Éxito Organizacional	Metas Empresariales	- Puestos de Trabajo - Mejoras Salariales - Visión Empresarial
				VARIABLE DEPENDIENTE (Y):	Cobertura Económica – Financiera	Fondos de Cobertura Financiera	- Reducir Riesgos. - Adquisición de Activos. - Tipos de Interés.
	¿Cómo es que la gestión de información a través de sus Políticas establecidas proporciona beneficios a los intereses de la Actividad Crediticia de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco?	Determinar cómo es que la gestión de información a través de sus Políticas establecidas, proporciona beneficios a los intereses de la Actividad Crediticia de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco.	Si logramos determinar que la Gestión de Información a través de sus políticas establecidas proporciona beneficios a los intereses de las Actividades Crediticias, entonces mejorara la calidad de atención a los usuarios de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – Agencia de Huánuco.	VARIABLE INDEPENDIENTE (X):	Políticas de atención	NORMAS DEL ISSO 9001 - 2000	- Capacitación al personal - Mejora de Servicios
				VARIABLE DEPENDIENTE (Y):	Actividad Crediticia	Intermediación Financiera	- Captar Fondos - Concesiones por cuenta propia.



**UNIVERSIDAD NACIONAL
"HERMILIO VALDIZÁN"
DE HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS
CONTABLES Y FINANCIERAS**



PROGRAMA DE CAPACITACIÓN Y
TITULACIÓN PROFESIONAL

**ENCUESTA DE OPINIÓN A LOS USUARIOS DE LA CAJA MUNICIPAL
DE AHORRO Y CRÉDITO AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO**

(200 ENCUESTADOS)

Estimado Usuario solicito su colaboración en responder la siguiente encuesta que tiene la finalidad de concretizar el Trabajo de Investigación titulada "Gestión de Información en la Atención al Usuario en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO 2015; lo que agradeceré responder las preguntas planteadas con la mayor sinceridad posible, marcando las respuestas correctamente mediante la ESCALA DE LIKERT.

1. ¿Cree Ud. que se puede considerar a la **Gestión de Información** como base para mejorar la **Calidad de Atención al Usuario** en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO?
 - A) Completamente Verdadero
 - B) Verdadero
 - C) Ni falso Ni verdadero
 - D) Falso
 - E) Completamente Falso

2. ¿Cree Usted que a través del **Ciclo de Vida de la Información** mejorara la **calidad de servicio** de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO?
 - A) Completamente Verdadero
 - B) Verdadero
 - C) Ni falso Ni verdadero
 - D) Falso
 - E) Completamente Falso

3. ¿Piensa Usted que el **conocimiento intelectual** de los colaboradores incrementara la **fuentes de ingresos** de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO?
 - A) Completamente Verdadero
 - B) Verdadero
 - C) Ni falso Ni verdadero

- D) Falso
E) Completamente Falso
4. ¿Cree Ud. que la **producción de valor** está reflejada en la **habilidad empresarial** de cada uno de sus colaboradores de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO?
A) Completamente Verdadero
B) Verdadero
C) Ni falso Ni verdadero
D) Falso
E) Completamente Falso
5. ¿Cree Ud. Que la **mejora salarial** a sus colaboradores **reducirá el riesgo** de pérdida de clientes activos de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO?
A) Completamente Verdadero
B) Verdadero
C) Ni falso Ni verdadero
D) Falso
E) Completamente Falso
6. ¿Piensa Usted que la **visión empresarial** de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO se verá afectado con la disminución de los **tipos de interés** que viene ofertando a sus clientes?
A) Completamente Verdadero
B) Verdadero
C) Ni falso Ni verdadero
D) Falso
E) Completamente Falso
7. ¿Piensa Usted que la **capacitación al personal** de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO ayudara a **captar fondos** de nuevos clientes?
A) Completamente Verdadero
B) Verdadero
C) Ni falso Ni verdadero
D) Falso
E) Completamente Falso
8. ¿Cree Usted que con la **mejora de servicios** que brinda la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO aumentara las **concesiones por cuenta propia**?
A) Completamente Verdadero
B) Verdadero

- C) Ni falso Ni verdadero
 - D) Falso
 - E) Completamente Falso
9. ¿Piensa Ud. que al crear nuevos **puestos de trabajo** en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO se reducirá la **adquisición de activos** de los clientes?
- A) Completamente Verdadero
 - B) Verdadero
 - C) Ni falso Ni verdadero
 - D) Falso
 - E) Completamente Falso
10. ¿Cree Usted que al **generar conocimiento** a sus clientes la **información intangible** de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito AREQUIPA – AGENCIA HUÁNUCO se verá afectada de la información brindada?
- F) Completamente Verdadero
 - G) Verdadero
 - H) Ni falso Ni verdadero
 - I) Falso
 - J) Completamente Falso

Huánuco, noviembre del 2015

NOTA BIOGRAFICA

Nombre: Rossel Nelken Príncipe Gavidia
Domicilio: Av. Marcos Duran Martel N° 201 - Amarilis
DNI: 44035348

ESTUDIOS REALIZADOS

Primaria: Escuela Primaria de Menores “Juana Moreno”
Secundaria: Colegio Nacional Mixto “Illathupa”
Superior: Universidad Nacional “Hermilo Valdizan”

EXPERIENCIA LABORAL

- Caritas Micro finanzas, analista de créditos, del 01 de agosto del 2007 al 01 de setiembre del 2009.
- Caja Arequipa, analista de créditos, analista senior y supervisor de calidad, del 01 de setiembre del 2009 hasta la actualidad.

NOTA BIOGRAFICA

Nombre: Cristian Omar Tapia Zevallos

Domicilio: Urb. Leoncio Prado Mz "K" Lt 07, Calle 09, Amarilis-Huánuco

DNI: 43436223

ESTUDIOS REALIZADOS

Primaria: Escuela Primaria de Menores "Felicitas Garay de Hinostrosa"

Secundaria: Colegio Particular "Augusto Salazar Bondy"

Superior: Universidad Nacional "Hermilo Valdizan"

EXPERIENCIA LABORAL

- Instituto Nacional de Estadística e Informática, Empadronador del Programa de Influencia de los Tambos 2015, del 05 de octubre del 2015 laborando en la actualidad.
- Banco de la Nación, Promotor de servicios bancarios en los diferentes servicios multired de la Agencia Huánuco. del 01 de agosto del 2012 al 12 de febrero del 2014.
- Recreativos de Slots del Pacifico, Cajero, del 09 de Setiembre del 2009 al 01 de enero del 2010.

NOTA BIOGRÁFICA

Nombre: Geral Rober Tarazona Acuña

Domicilio: Jr. Cajamarca N°201 Distrito de Calleria Provincia de Coronel Portillo-Ucayali.

DNI: 46014004

ESTUDIOS REALIZADOS

Primaria: Escuela Primaria de Menores N°32014 Paucarbamba

Secundaria: Colegio Nacional “Cesar Vallejo” Paucarbamba

Superior: Universidad Nacional “Hermilo Valdizan”

EXPERIENCIA LABORAL

- Distribuidora PIAYAN EIRL, asistente contable del 01 de Mayo del 2010 al 31 de Agosto del 2012.
- Servicio de Seguridad Detekta SRL, Jefe de Operaciones del 15 de setiembre del 2012 al 15 de Diciembre del 2014.
- Municipalidad Provincial de Coronel Portillo, Responsable de la Unidad Formuladora de Proyectos de Inversión Pública de la Gerencia de Desarrollo Social y Económico, del 01 de Enero del 2015 hasta la actualidad.