

**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL Y DE SISTEMAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA INDUSTRIAL**  
**CARRERA PROFESIONAL DE INGENIERIA INDUSTRIAL**



---

**IMPACTO DEL APLICATIVO CLIENTE 360 EN FUNCIONARIOS DE  
BANCA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA DEL BANCO DE CREDITO,  
PUCALLPA 2021.**

---

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE INGENIERO INDUSTRIAL**

**TESISTA:**

Bach. Juana Andrea Báez Linares

**ASESOR:**

Dr. Pedro Getulio Villavicencio Guardia

**HUÁNUCO – PERÚ**

**2022**

**DEDICATORIA**

Principalmente a Dios, por darme las fuerzas para persistir ante las adversidades hasta conseguir cumplir mis proyectos planteados.

A aquellas personas que me dan su apoyo incondicional y han hecho que no tenga inconvenientes al realizar el trabajo, especialmente a los que no me cerraron las puertas y me brindaron más conocimientos para terminar mi trabajo con éxito.

### **AGRADEDIMIENTO**

A Dios por sus bendiciones en mi vida, por ser mi guía en todo momento y brindarme fortaleza en aquellos momentos difíciles y por transformar mis debilidades en fortalezas.

A mis padres y a mis hermanos, por ser la razón de mi voluntad de conseguir mis propósitos y por la confianza depositada en mí, por ello pretendo superar sus expectativas y mejorar a cada día más teniendo en cuenta todo lo que me inculcaron y enseñaron.

A mis docentes de la Escuela Profesional de Ingeniería Industrial, quienes me impartieron sus enseñanzas y compartieron sus valiosos conocimientos para formarme como un profesional que también tenga calidad humana.

## RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue determinar el nivel de impacto del aplicativo cliente 360 en los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito, Pucallpa 2021. El estudio fue de tipo aplicada, nivel descriptivo explicativo, diseño no experimental, transversal y prospectivo, con una población de siete funcionarios del banco y una muestra censal. La recopilación de información fue a través de la técnica de la encuesta en soporte de dos instrumentos el Cuestionario del “Aplicativo 360 implementado” e “Impacto en los funcionarios”, cada uno con tres dimensiones e indicadores, con respuestas cualitativas de tipo ordinal; fueron validados por el juicio de tres expertos competentes; y una confiabilidad alta según el alfa de Crombach que es 0.90 para ambos cuestionarios. Según los resultados descriptivos de la variable Aplicativo 360 se evidencio que el 100% de funcionarios está de “Acuerdo” por su eficiencia y desempeño; de la variable Impacto en los funcionarios, también se evidencio que el 100% de funcionarios está de “Acuerdo” por su contribución en la toma de decisiones. La estadística inferencial resaltó, según Rho Spearman, que existe una relación en un nivel alto entre las variables de estudio, debido a que  $p = 0,000 < 0,05$  y  $r = 1$ , por lo que se aceptó la hipótesis de investigación. De ello se concluye que el aplicativo cliente 360 tiene un impacto positivo en un nivel alto para los funcionarios. Esta tecnología estratégica es una contribución a la productividad y satisfacción al cliente y por ende repercutirá en la competitividad y sostenibilidad empresarial. Se recomienda su mejora continua.

**Palabras claves:** Satisfacción de Usuario, Calidad de Servicio, Aplicativo 360

## ABSTRACT

The objective of this research was to determine the level of impact of the 360 client application on the small and medium-sized banking officials of Banco de Crédito, Pucallpa 2021. The study was of an applied type, descriptive explanatory level, non-experimental design, cross-sectional and prospective, with a population of seven bank employees and a census sample. The collection of information was through the survey technique in support of two instruments: the Questionnaire of the "Implemented 360 Application" and "Impact on employees", each with three dimensions and indicators, with qualitative responses of an ordinal type; They were validated by the judgment of five competent experts; and high reliability according to Crombach's alpha, which is 0.90 for both questionnaires. According to the descriptive results of the Applicative 360 variable, it was evidenced that 100% of the officials agree with "Agreement" due to their efficiency and performance; of the variable Impact on civil servants, it was also evidenced that 100% of the civil servants agree with their contribution to decision-making. Inferential statistics highlighted, according to Rho Spearman, that there is a high-level relationship between the study variables, since  $p = 0.000 < 0.05$  and  $r = 1$ , which is why the research hypothesis was accepted. From this it is concluded that the client application 360 has a positive impact at a high level for the employees. This strategic technology is a contribution to productivity and customer satisfaction and therefore will have an impact on business competitiveness and sustainability. Continual improvement is recommended.

**Keywords:** User Satisfaction, Quality of Service, Application 360

**INDICE**

DEDICATORIA.....	II
AGRADEDIMIENTO .....	III
RESUMEN .....	IV
INDICE .....	VI
INDICE DE TABLAS .....	XI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XIII
INTRODUCCIÓN .....	XV
1    CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	17
1.1    Fundamentación del problema de investigación .....	17
1.2    Formulación del problema de investigación general y específico.....	19
1.2.1    Problema general .....	19
1.2.2    Problemas específicos.....	19
1.3    Formulación de objetivos generales y específicos .....	20
1.3.1    Objetivo general .....	20
1.3.2    Objetivos específicos .....	20
1.4    Justificación.....	20

1.5	Limitaciones .....	21
1.6	Formulación de hipótesis generales y específicos .....	22
1.6.1	Hipótesis general .....	22
1.6.2	Hipótesis específicas.....	22
1.7	Variables .....	23
1.7.1	Variable independiente .....	23
1.7.2	Variable dependiente .....	23
1.8	Definición teórica y operacionalización de variables .....	23
1.8.1	Definición teórica .....	23
1.8.2	Operacionalización de variables.....	25
2	CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO .....	27
2.1	Antecedentes .....	27
2.1.1	Internacionales.....	27
2.1.2	Nacional .....	29
2.1.3	Local .....	31
2.2	Bases teóricas .....	33
2.2.1	La definición de CRM .....	33
2.2.2	Dimensiones del aplicativo 360° .....	40
2.2.3	Dimensiones del impacto en el funcionario: .....	44

2.3	Bases conceptuales .....	46
3	CAPÍTULO III. METODOLOGIA .....	47
3.1	Ámbito .....	48
3.2	Población.....	48
3.3	Muestra.....	48
3.4	Nivel y tipo de estudio .....	48
3.4.1	Nivel de estudio .....	48
3.4.2	Tipo de estudio .....	49
3.5	Diseño de investigación .....	49
3.6	Métodos, técnicas e instrumentos.....	50
3.6.1	Métodos.....	50
3.6.2	Técnicas .....	50
3.6.3	Instrumentos .....	51
3.7	Validación y confiabilidad de instrumentos.....	51
3.7.1	Validación .....	51
3.7.2	Confiabilidad.....	51
3.8	Procedimiento.....	52
3.9	Tabulación y análisis de datos.....	52
3.9.1	Tabulación.....	52



3.9.2	Análisis de datos.....	53
3.10	Consideraciones éticas .....	53
4	CAPÍTULO IV. RESULTADOS .....	54
4.1	Aplicativo 360 .....	54
4.1.1	Dimensiones del aplicativo 360 .....	55
4.1.2	Indicadores de la dimensión Calidad de información.....	57
4.2	Impacto en el funcionario.....	69
4.2.1	Dimensiones de la variable impacto en el funcionario .....	70
4.2.2	Indicadores de las dimensiones .....	72
4.3	Estadística inferencial .....	82
4.3.1	Prueba paramétrica .....	82
4.3.2	Contrastación de hipótesis .....	83
4.3.3	Contrastación de mejora de los indicadores de gestión .....	88
5	CAPITULO V. DISCUSION .....	94
	CONCLUSIONES .....	99
	RECOMENDACIONES .....	101
	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	102
	ANEXOS.....	108
	Anexo 01. Matriz de consistencia.....	109

Anexo 02. Consentimiento informado .....	112
Anexo 03. Formato de validación de los instrumentos por expertos.....	113
Anexo 04. instrumentos .....	119
Anexo 05. Cuadros de tabulación.....	123

**INDICE DE TABLAS**

**Tabla 1** *Frecuencia de resultados respecto a la variable “Aplicativo 360”* .....54

**Tabla 2** *Frecuencia de resultados respecto a las dimensiones de la variable “Aplicativo 360”* .....55

**Tabla 3** *Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de las dimensiones Calidad de información del aplicativo 360° parte 1* .....57

**Tabla 4** *Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de las dimensiones Calidad de información del aplicativo 360° parte 2* .....59

**Tabla 5** *Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de las dimensiones Calidad del aplicativo 360° parte 1*.....61

**Tabla 6** *Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de las dimensiones Calidad del aplicativo 360° parte 2*.....63

**Tabla 7** *Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de las dimensiones Calidad de servicios del aplicativo 360° parte 1* .....65

**Tabla 8** *Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de las dimensiones Calidad de servicios del aplicativo 360° parte 2* .....67

**Tabla 9** *Frecuencia de resultados respecto a la variable “Impacto en el funcionario”* .....69

**Tabla 10** *Frecuencia de resultados respecto a las dimensiones de la variable “Impacto en el funcionario”* .....70

**Tabla 11** *Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de la dimensión Toma de decisiones parte 1* .....72

<b>Tabla 12</b> <i>Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de la dimensión</i> <i>Desempeño individual parte 1</i> .....	74
<b>Tabla 13</b> <i>Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de la dimensión</i> <i>Desempeño individual parte 2</i> .....	76
<b>Tabla 14</b> <i>Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de la dimensión</i> <i>Calidad de servicio parte 1</i> .....	78
<b>Tabla 15</b> <i>Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de la dimensión</i> <i>Calidad de servicio parte 2</i> .....	80
<b>Tabla 16</b> <i>Pruebas de normalidad</i> .....	82
<b>Tabla 17</b> <i>Prueba de Rho de Spearman</i> .....	83
<b>Tabla 18</b> <i>Prueba de Rho de Spearman entre la variable Aplicativo 360 y la</i> <i>dimensión toma de decisiones</i> .....	84
<b>Tabla 19</b> <i>Prueba de Rho de Spearman entre la variable Aplicativo 360 y la</i> <i>dimensión desempeño individual</i> .....	86
<b>Tabla 20</b> <i>Prueba de Rho de Spearman entre la variable Aplicativo 360 y la</i> <i>dimensión satisfacción del funcionario</i> .....	87
<b>Tabla 21</b> <i>Reporte de satisfacción antes de la aplicación 360</i> .....	89
<b>Tabla 22</b> <i>Reporte de satisfacción después de la aplicación 360</i> .....	90
<b>Tabla 23</b> <i>Nivel de mejora del indicador de Satisfacción</i> .....	91
<b>Tabla 24</b> <i>Reporte de ventas antes de la aplicación 360</i> .....	92
<b>Tabla 25</b> <i>Reporte de ventas después de la aplicación 360</i> .....	93
<b>Tabla 26</b> <i>Nivel de mejora del indicador de Ventas</i> .....	94

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> <i>Frecuencia de resultados respecto a la variable “Aplicativo 360”</i> .....	54
<b>Figura 2</b> <i>Frecuencia de resultados respecto a las dimensiones de la variable “Aplicativo 360”</i> .....	56
<b>Figura 3</b> <i>Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de las dimensiones Calidad de información del aplicativo 360° parte 1</i> .....	57
<b>Figura 4</b> <i>Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de las dimensiones Calidad de información del aplicativo 360° parte 2</i> .....	59
<b>Figura 5</b> <i>Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de las dimensiones Calidad del aplicativo 360° parte 1</i> .....	62
<b>Figura 6</b> <i>Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de las dimensiones Calidad del aplicativo 360° parte 2</i> .....	63
<b>Figura 7</b> <i>Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de las dimensiones Calidad de servicios del aplicativo 360° parte 1</i> .....	65
<b>Figura 8</b> <i>Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de las dimensiones Calidad de servicios del aplicativo 360° parte 2</i> .....	68
<b>Figura 9</b> <i>Frecuencia de resultados respecto a la variable “Impacto en el funcionario”</i> .....	70
<b>Figura 10</b> <i>Frecuencia de resultados respecto a las dimensiones de la variable “Impacto en el funcionario”</i> .....	71
<b>Figura 11</b> <i>Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de la dimensión Toma de decisiones parte 1</i> .....	73

<b>Figura 12</b> <i>Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de la dimensión</i> <i>Desempeño individual parte 1</i> .....	75
<b>Figura 13</b> <i>Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de la dimensión</i> <i>Desempeño individual parte 2</i> .....	77
<b>Figura 14</b> <i>Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de la dimensión</i> <i>satisfacción del funcionario parte 1</i> .....	79
<b>Figura 15</b> <i>Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de la dimensión</i> <i>satisfacción del funcionario parte 2</i> .....	81

## INTRODUCCIÓN

La esfera social y económica en la que se ven envueltas muchas de las organizaciones ahora demuestran que tenemos incorporarnos y asuman nuevos modelos competitivos con ideas innovadores en el campo de la tecnología y amplitud de mercados, por ello deben adoptar prácticas modernas que garanticen su supervivencia y competitividad empresarial. En ese sentido la empresa debe priorizar el planteamiento de estrategias ya que ello es lo que le otorgara las ventajas competitivas y hará que permanezca dentro del mercado.

Con el fin que las organizaciones sigan dentro del mercado competitivo y no llegue a desaparecer tienen que cambiar su metafísica en administración y enfocarse en la obtención de las ventajas competitivas, que les otorgue una diferencia ante sus competidores. Para ello la empresa puede generar un valor agregado a lo que ofrece en el mercado y ello lo podrá hacer comprendiendo las necesidades de los demandantes activos que se vuelven más severos en busca de compra de productos y servicios.

Dada esta situación, en nuestro contexto de investigación, la organización ha implementado un software CRM Salesforce llamado cliente 360°, cuyo impacto es muy importante de medir por lo que se propone el estudio del “Impacto del aplicativo cliente 360° en los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito, Pucallpa 2021”. La cual se estructura en los siguientes capítulos:

En el capítulo I, se presenta la fundamentación y formulación del problema, se exponen los objetivos de la investigación; así como la justificación y limitaciones del estudio.

En el capítulo II, daré a conocer aspectos de mi proyecto de investigación, donde se presenta la hipótesis formulada; la operacionalización, la definición conceptual, así como las variables de estudio.

En el capítulo III, en este capítulo hare mención de los antecedentes de investigaciones, las bases teóricas, conceptuales, así como epistemológicas.

En el capítulo IV, aquí hare mención y detallarle el maraco metodológico, así como la población, el nivel, el diseño de estudio, la muestra, el método, técnicas e instrumentos que se obtendrá la recolección de datos, este proceso tomará en cuenta las éticas respectivas.

En el capítulo V, en este capítulo se dará a conocer los estudios , el análisis descriptivo, inferencial, la contratación de hipótesis así como la discusión de resultados y el aporte científico por último se presentará las conclusiones de estudio y recomendaciones respectivas.



## **CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1 Fundamentación del problema de investigación**

En la actualidad debido a la aparición de tecnologías y los nuevos canales de comunicación, la manera en que las empresas se relacionen con sus clientes se ha visto modificada. En ese contexto, la innovación financiera ya no solo se da en el valor añadido que se genera sino es más una necesidad, esto se debe a la transformación tecnológica financiera de la actualidad donde se encuentran diversas ofertas para los consumidores haciendo que el mercado sea mucho más competitivo.

El entorno económico actual se caracteriza por factores tales como el incremento de la competitividad, la innovación tecnológica y el carácter global de los mercados (Castells, 1997). Frente a un entorno tan dinámico, variante y complicado, es fundamental que se adopten nuevas prácticas de gestión para adaptarse y no quedarse detrás de la competencia en el mercado para no extinguirse. Debido a esto la dirección estratégica cumple un rol fundamental para que la empresa reaccione rápido ante los cambios y se adapte a ellos y la empresa tiene que estar preparado ante estas situaciones para no tener problemas.

En este plano, cambia la relación, y da a conocer a uno nuevo “la experiencia cliente” con este concepto se ha implementado nuevos diseños en el sistema informativo que ayudan a la gestión de relación entre organizaciones y consumidores, el marketing y las ventas son considerados gestión empresarial y incluye a los SRM, ERP, SCM, CRM.

El CRM cuyas siglas significan “Customer Relationship Management”, esta es una plataforma del CRM son consideradas la más importantes dentro de las corporaciones, este sistema es de 360° de venta y cuentan con informaciones de los consumidores y así administrar leads y cuentas y ver las oportunidades de ventas en nuevos locales.

El CRM más utilizado en el mundo es la plataforma Salesforce; que tiene como clientes más de 150,000.00 empresas entre ellos American Express, Amazon Web Service, Puma, Kimberly Clark, Harvard Business Publishing, OneUnited Bank, etc.

El Banco de Crédito de Perú, estuvo trabajando con varios softwares antiguos MIC, Portal, En directo, etc. Los cuales no estaban integrados, con ello las constantes caídas de sistema, demora en el tiempo de acceso y procesamiento de los sistemas, estos Softwares no amigables con el usuario; la insatisfacción de los clientes y usuarios internos; esta situación genera una baja productividad y pérdida de competitividad.

Por lo que dada esta situación la organización ha implementado un software CRM Salesforce llamado cliente 360°, cuyo impacto es muy importante de medir por lo que se propone el estudio del “IMPACTO DEL APLICATIVO CLIENTE 360° EN LOS FUNCIONARIOS DE BANCA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA DEL BANCO DE CREDITO, PUCALLPA 2021”

Se tomará en consideración el CRM para la tesis planteada como un arma de estrategias que involucra establecer y desarrollar una relación de valor

con clientes, esto con el propósito de buscar retener y tener clientes leales. Lo que se resalta es que si la empresa logra establecer diplomacias a largo plazo con los usuarios finales y habituales y frecuentes satisfaciendo sus necesidades va a generarle una mayor rentabilidad.

## **1.2 Formulación del problema de investigación general y específico**

### **1.2.1 Problema general**

¿Cuál es el nivel de impacto del aplicativo cliente 360 en los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito, Pucallpa 2021?

### **1.2.2 Problemas específicos**

- ¿Cuál es el nivel de mejora en la toma de decisiones con el uso del aplicativo cliente 360 por parte de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021?
- ¿Cuál es el nivel de mejora en el desempeño individual con en el uso del aplicativo cliente 360 por parte de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021?
- ¿Cuál es el nivel de mejora en la satisfacción con el uso del aplicativo cliente 360 por parte de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021?
- ¿Cuál es el nivel de mejora de los indicadores de gestión con el uso del aplicativo cliente 360 por parte de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021?

### **1.3 Formulación de objetivos generales y específicos**

#### **1.3.1 *Objetivo general***

Determinar el nivel de impacto del aplicativo cliente 360 en los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito, Pucallpa 2021.

#### **1.3.2 *Objetivos específicos***

- Determinar el nivel de mejora en la toma de decisiones con el uso del aplicativo cliente 360 por parte de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.
- Determinar el nivel de mejora en el desempeño individual con en el uso del aplicativo cliente 360 por parte de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.
- Determinar el nivel de mejora en la satisfacción con el uso del aplicativo cliente 360 por parte de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.
- Evaluar el nivel de mejora de los indicadores de gestión con el uso del aplicativo cliente 360 por parte de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.

### **1.4 Justificación**

#### **Teórica**

Se trata de demostrar que el Aplicativo 360 implementado en funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito, Pucallpa 2021, ha tenido impacto positivo en la satisfacción de los usuarios internos y externos, es por ello la

importancia en la administración de servicio en la tecnología así como en la información necesaria acerca de las diversas necesidades que generan los demandantes así como el beneficio que ellos puedan otorgar y adquirir, se evaluará el impacto que produce el sistema y como esta afecta a los clientes, por ello se tomará en cuenta la calidad de información y servicio que percibe el software.

### **Práctica**

El análisis del software que se obtendrá será el impacto en los usuarios esto nos ayudara a conocer el efecto que ha tenido el aplicativo 360 implementados en los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito, Pucallpa 2021, la cual nos ayudará a identificar las posibles oportunidades y mejoras de las empresas como su cultura organizacional en la adopción del software, este trabajo de investigación podrá ser aprovechada por el Banco de Crédito para su mejora.

### **1.5 Limitaciones**

La limitación fue la falta de tiempo y en algunos casos ausencia de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa para la obtención de información, dado que sus ocupaciones, así como el trabajo en campo que realizan, retrasan las actividades programadas para la toma de información.

## **1.6 Formulación de hipótesis generales y específicos**

### ***1.6.1 Hipótesis general***

Hi: El uso del aplicativo cliente 360 genera un impacto positivo en los funcionarios de la banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.

Ho: El uso del aplicativo cliente 360 no genera un impacto positivo en los funcionarios de la banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.

### ***1.6.2 Hipótesis específicas***

Hi1: El uso del aplicativo cliente 360 mejora la toma de decisiones de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.

Ho1: El uso del aplicativo cliente 360 no mejora la toma de decisiones de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.

Hi2: El uso del aplicativo cliente 360 mejora el desempeño individual de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.

Ho2: El uso del aplicativo cliente 360 no mejora el desempeño individual de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.

Hi3: El uso del aplicativo cliente 360 mejora la satisfacción de los funcionarios en la banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.

Ho3: El uso del aplicativo cliente 360 no mejora la satisfacción de los funcionarios en la banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.

Hi4: El uso del aplicativo cliente 360 mejora los indicadores de gestión de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.

Ho4: El uso del aplicativo cliente 360 no mejora los indicadores de gestión de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.

## **1.7 Variables**

### ***1.7.1 Variable independiente***

Aplicativo 360 implementado

### ***1.7.2 Variable dependiente***

Impacto en los funcionarios

## **1.8 Definición teórica y operacionalización de variables**

### ***1.8.1 Definición teórica***

#### **Aplicativo 360**

Es un software adquirido por el BCP para el uso en todas sus oficinas a nivel nacional. Con esto busca mejorar la eficiencia y eficacia de todas sus transacciones y por ende el impacto en la satisfacción del cliente interno y externo.

**Impacto en los funcionariosre**

El aplicativo 360 recién está siendo implementado a nivel de los funcionarios, es por ello la importancia en medición del impacto en estos.



### 1.8.2 Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ENFOQUE/TIPO DE VARIABLE/ESCALA	TECNICAS E INSTRUMENTOS
APLICATIVO 360 IMPLEMENTADO	Calidad de información que el software produce	Calidad de información	Información disponible, confiable, segura, comprensible.	Cuantitativo Cualitativa – Ordinal <ul style="list-style-type: none"> <li>• Totalmente en Desacuerdo</li> <li>• En Desacuerdo</li> <li>• Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo</li> <li>• De Acuerdo</li> <li>• Totalmente de Acuerdo</li> </ul>	Encuesta Cuestionario
	Características deseadas del propio sistema que producen la información	Calidad de aplicativo	Fiabilidad, tiempo de respuesta, facilidad de uso, funcionalidad.		
	Características del personal de sistemas que proporciona los elementos técnicos y metodológicos para la operación exitosa de los sistemas	Calidad de servicios	Soporte técnico a los usuarios, atención oportuna		
IMPACTO EN LOS FUNCIONARIOS	Selección de un curso de acción entre alternativas que permiten aumentar la productividad. Es una conducta que refleja una expectación de los beneficios netos por	Toma de decisiones	Decisiones de calidad, tiempo de decisión, confianza en la decisión.	Cuantitativo Cualitativa – Ordinal <ul style="list-style-type: none"> <li>• Totalmente en Desacuerdo</li> <li>• En Desacuerdo</li> <li>• Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo</li> </ul>	Encuesta Cuestionario
		Desempeño individual	eficiencia, eficacia, productividad.		
		Satisfacción del funcionario	Nivel de satisfacción del funcionario.		
		Cumplimiento de	Nivel de		

	<p>ese uso, proporcionando un resultado conductual del éxito del sistema. Medida que permite obtener resultados del uso y verdadera utilidad tanto de propio sistema en general, así como de la información obtenida por los usuarios. Es la orientación positiva que un individuo tiene hacia un sistema de información afectado por una variedad de factores.</p>	<p>indicadores</p>	<p>cumplimiento de indicadores</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De Acuerdo</li> <li>• Totalmente de Acuerdo</li> </ul> <p>Cuantitativo-nominal</p>	<p>Reporte de ventas de activos y satisfacción del cliente.</p>
--	---	--------------------	------------------------------------	---	---

## CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

### 2.1 Antecedentes

#### 2.1.1 Internacionales

Alarcon y Rodriguez (2012) en su investigación titulada “CRM como Herramienta Generadora de Lealtad” en el Distrito Federal; México, el problema fue ¿Cómo profesionalizar la implementación de procesos de CRM en la empresa VITAFONT?. El objetivo general fue la implementación del sistema CRM en la organización Vitafont. Teniendo como objetivo la implementación del sistema CRM esto facilitara la calidad de servicio, con mejora progresiva y la cultura interna de la gestión del cliente que se obtuvo una resistencia con resultados en la lealtad. La hipótesis de la investigación es la correcta relación con el cliente. Esta investigación se usó el método inductivo que partió de diversas ideas para llegar a la respuesta general. Trayendo como consecuencia los resultados del 94% de personas que participaron de la encuesta que equivale a 83 participantes que les gustaría que las empresas informen sobre sus productos, promociones, descuentos y citas previas para resolver las disconformidades y posibles soluciones. Se llegó a finalizar que la empresa Vitafont debe crear un ambiente entre sus clientes con las estrategias, tecnología y procesos que ayudan a los clientes el uso de estas. Con el sistema de CRM facilitara a la empresa ya que esta logra un contacto directo y personalizado usando los distintos canales con el que cuenta para llegar a los clientes. Es muy posible usar la rentabilidad y el sistema para generar utilidades a través del modelo integral y aprovechar toda la información que nos facilita el software.

Mateo (2013) En su investigación sobre la “Metodología de implantación de los sistemas orientados al cliente CRM, soportados por herramientas de gestión empresarial” en España, ya es una realidad el sistema de ERP, la cual fue diseñada y creada para para el manejo y control de la administracion empresarial, estos traen consigo multiples beneficios asi como los logros competitivos dentro de la organización, este sistema tiene los aspectos desarrollados en su ERP que hace que las gestiones organizacionales se enfoque en los clientes – CRM; en base de los clientes se busca la mejora consecutiva de los flujos de información, colaborando con la gestion empresarial asi como el incremento de la productividad del personal de la empresa , y la satisfaccion de los proveedores y clientes. Llegamos a la conclusión que el trabajo con los clientes y los proveedores dentro de la organización cuenta con mucha experiencia laboral con los procesos y datos de la informacion de los administradores y gerentes para alcanzar el éxito.

López, Salinas, y Torres (2013) en su tesis titulada “Diseño de un Modelo de Implementación de Software Libre en la Nube Orientado en la parte Administrativa de las Relaciones con el Cliente (CRM) para Supralive S.A. del Canton Samborondón”. del Distrito de Guayaquil Metropolitano de Ecuador cuyo problema fue en el área de ventas siendo los objetivos diseñar un modelo de implementación CRM alojado en la nube, con el fin de llevar la información relacionada del cliente de una manera más organizada y eficiente detectando nuevas oportunidades de ventas y minimizando costos ante la adquisición de un centro de cómputo. Cuya hipótesis de trabajo fue el uso de un modelo de implementación CRM alojado en la

nube permite gestionar de manera eficiente la información relacionada con el cliente, detectando nuevas oportunidades de venta y minimizando costos ante la adquisición de un centro de cómputo. En esta investigación se utilizó el métodos como: analítico, sintético, deductivo, descriptivo. Para escrutiñar los datos se colecciono información de distintas entrevistas realizadas en la organización. Estos resultados fueron favorables en los costos de inversion y crecimientos en las ventas, lo cual es una ventaja y se expone lo siguientes escenarios, pesimistas (7%), normal (10%) y optimista (12%), en donde los tres fueron ventajosos con retorno de inversión mayor a cero, cabe acotar que se creó un escenario forzoso (15%) para el análisis de inversión de un centro de cómputo. Concluyendo así que el CRM más el plan de capacitación, la metodología a seguir, la propuesta del nuevo enfoque al cliente y la colaboración del personal interno hace que se resuelva y se reduzca las debilidades detalladas en el análisis FODA, hay que tener en cuenta que este un proceso a largo plazo para ver sus resultados, por ello se expuso en el análisis financiero sus beneficios a partir del segundo año de uso.

### ***2.1.2 Nacional***

Ramos (2017) en su estudio titulado “Implementación del Sistema Administración de las Relaciones con el Cliente (CRM) para Mejorar la Administración de Ventas de la Empresa Textiles el Carmen S.A.C., la Victoria, 2017”, cuyo problema fue ¿De qué manera la implementación del Sistema de Administración de Relaciones con el Cliente (CRM) mejora la Administración de ventas de la empresa Textiles del Carmen S.A.C., La Victoria 2017?. Siendo su

objetivo determinar cómo la implementación del sistema de administración de relaciones con el cliente (CRM) mejora la administración de ventas de la empresa textiles el carmen s.a.c., la victoria 2017. La metodología que utilizó es un diseño cuasi-experimental de tipo aplicada con un enfoque cuantitativo estuvo conformada por las ventas en un periodo de 93 días. Para obtener los resultados que necesitamos se realizó la respectiva validación de los instrumentos con la técnica juicio de expertos con respecto al trabajo de investigación que se está realizando y así se demostró la confiabilidad y validez de esta muestra se determinó la implementación del mencionado sistema (CRM), para la mejora continua de la administración en relación con los clientes en la venta de textiles del carmen S.A.C, a victoria 2017. Se llegó a concluir que hay una gran diferencia significativa en las ventas generadas anteriormente y las ventas generadas después de la implementación del sistema CRM, por consecuencia se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de la investigación, esto se procesó en el sistema de SPSS la cual nos ayudó a calcular los datos ingresados y así obtener los resultados obtenidos en la empresa Textiles del Carmen S.A.C, y este incremento las ventas a un 8.49%.

Piña del Aguila (2018) en su tesis titulada “La Relación Entre el CRM y el Desempeño Empresarial de los Agentes de Carga Internacional de Lima Y Callao 2018” cuyo problema fue ¿Existe relación entre el CRM y el desempeño empresarial desde la percepción de los agentes de carga internacional de Lima y Callao 2018?, tuvo como objetivo analizar la relación entre el CRM y el desempeño empresarial percibido por las agencias de carga internacional en Lima y Callao, cuya hipótesis de

trabajo fue el CRM se relaciona de manera positiva en el desempeño empresarial percibido por los agentes de carga internacional de Lima y Callao 2018. La metodología que uso es cuantitativa, la muestra representativa fue recopilada mediante encuestas con preguntas estandarizadas. El tipo de investigación que se utilizó es descriptivo y correlacional ya que es un análisis cuantitativo. El diseño de investigación que se empleó es no experimental transversal. Se llegó a concluir que esta tesis de investigación está dirigida a las organizaciones que brindan servicios de carga internacional en la ciudad de Lima y Callao, y el objetivo en general fue identificar la relación que hay entre el CRM, y el desempeño empresarial. Los resultados de esta investigación fueron los resultados que confirmaron la relación significativa y estos datos fueron respaldados por el análisis de KMO.

### ***2.1.3 Local***

Castillo (2017) En su investigación titulada “Impacto de los Software Implementados por los Practicantes de la FIIS – UNAS en la Provincia de Leoncio Prado, Periodo 2012 – 2016” tuvo como objetivo calcular el impacto que han logrado los softwares implementados por los practicantes de la FIIS-UNAS en sus usuarios, en la Provincia de Leoncio Prado periodo 2012-2016. Cuya hipótesis fue los softwares implementados por los practicantes de la FIIS - UNAS, en la Provincia de Leoncio Prado, en el periodo 2012 - 2016, El tipo de investigación es aplicada y transversal, nivel de investigación descriptivo-correlacional, con diseño no experimental. Se aplicó como instrumento de medición dos encuestas de 19 y 15 ítems con escala tipo Likert con alternativas de 1 a 5. El modelo de referencia que se

utilizó fue el modelo de éxito de los Sistemas de Información de DeLone y McLean. La variable Software Implementado se midió en base a 3 dimensiones: Calidad de la información, calidad del software y calidad de los servicios. La variable Impacto del Software en los usuarios se midió en base a 4 dimensiones: satisfacción del usuario, uso, toma de decisiones y utilidad. Para hallar el resultado se usó el método de Rho de Spearman. Dichas respuestas nos dicen que el impacto de dicho sistema que se implementó por los practicantes de las FISS-UNAS, durante el periodo de 2012 a 2016. se ha percibido satisfactoriamente en un 46% en los clientes, y nos encontramos que hay una relación significativa entre las variables del software implementado y el impacto del software en los clientes. Estas dimensiones de dichas variables que se implementó influye directo a la calidad de las informaciones, así como también se evidencio que el 79 % de los sistemas de software no están siendo operativas dentro de la universidad de la UNAS, en el periodo 2012 a 2016, esto no ha generado un impacto positivo en la mayoría de sus usuarios finales ya que solo el 46% de sus sistemas están operativa y esto hace que los usuarios finales no estén satisfechos.

Soto Espejo (2019), en su investigación titulado “El Marketing Relacional y la Fidelización del Cliente en la Empresa Ediciones Huánuco E.I.R.L. Huánuco – 2019”. tuvo como objetivo principal determinar de qué manera se relaciona el marketing relacional y la fidelización en la empresa Ediciones Huánuco E.I.R.L; el método se manipuló en esta tesis es de tipo aplicativo, ya que el objetivo principal se basa en la resolución de problemas, los conocimientos adquiridos se aplicaron en el



margen de generalización limitados, el enfoque es cuantitativo ya que se usó la medición entre las variables en base de su relación y tiene el nivel correlacional, con el diseño no experimental transaccional correlacional . ya que hay relación entre sus dimensiones, estas son estudios del Marketing relacional la fidelización, la población está conformada por los usuarios directos de la empresa Ediciones Huánuco y la muestra está determinada por la estadística de 119 de usuarios, esta información se estructuró un cuestionario con 18 interrogantes. Y para la verificación de las hipótesis se usó el sistema del SPS versión 23 con el coeficiente de Pearson (0,77) y por ende el nivel es positivo, nos votó (0.00) de significancia y esta es menor a 0.05 por lo que se acepta la hipótesis planteada y descartamos la hipótesis nula. Y se concluye que el marketing relacional se relaciona positivamente con la fidelización de la empresa Ediciones Huánuco E.I.R.L. Huánuco – 2019.

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1 *La definición de CRM***

A pesar de los avances que se están logrando en CRM, todavía existe cierta confusión sobre su significado e implicaciones. Para ilustrar las diferencias de puntos de vista, presentaremos dos extremos y dos definiciones "estándar".

Una de estas definiciones se origina en el Meta Group, que, en 2000, definió CRM como "la automatización de los procesos de negocio integrados horizontalmente que implican puntos de contacto del cliente de la oficina principal (marketing, ventas, servicio y soporte) a través de múltiples canales de distribución" (Agrawal, 2003). En esta descripción, CRM se posiciona en la "esquina de TI". La

tecnología facilita o hace posible el contacto con el cliente entre empleados de diferentes departamentos a través de Internet, el teléfono y el canal "presencial". En Internet, la tecnología esencialmente reemplaza a las personas y surge una interacción hombre-máquina. En el teléfono y el contacto cara a cara, TI desempeña un papel de mayor apoyo y garantiza que los empleados del proveedor estén en una mejor posición para ayudar al cliente.

Según esta definición, una empresa se dedica a CRM si asegura, por ejemplo, que los clientes son reconocidos durante el contacto a través de Internet, por teléfono o por contacto personal. Un cliente que pida un libro en Internet en una librería en línea puede luego ponerse en contacto con este proveedor por teléfono para obtener información adicional. El operador puede verificar el sistema informático y ver que esta compra se ha completado, así como tener acceso a información adicional sobre la entrega, el producto, el pago, etc. El cliente no necesita para proporcionar su historial de contactos completo; el diálogo puede desarrollarse sin obstáculos porque los canales de distribución se han conectado entre sí, quizás incluso en "tiempo real".

Una definición completamente diferente sugiere que CRM es "un proceso que aborda todos los aspectos de identificar clientes, crear conocimiento del cliente, construir relaciones con los clientes y dando forma a sus percepciones de la organización y sus productos" (Payne y Frow, 2005). El papel de la tecnología ni siquiera se menciona en esta definición. CRM todavía se conoce como un proceso, o más bien una secuencia de actividades; sin embargo, esta definición no establece específicamente que TI es necesario para realizar estas actividades. Al mismo

tiempo, esta definición requiere que se preste más atención al cliente y al objetivo que se espera alcanzar con respecto al cliente. Lo haríamos nos gusta conocer al cliente y desarrollar una relación con él: no solo nos interesa cerrar un trato. Creemos que es importante que el interés del cliente y del proveedor en uno otro cubre un período de tiempo más largo que simplemente el momento de la transacción, y que el interés también va más allá de la compra y venta. De todos modos, lo consideramos importante para que el cliente se haga una idea de la empresa en su conjunto y de los productos que fabrica y que el proveedor conozca al cliente más como persona que solo como comprador.

La definición del grupo Gartner de 2004 va un paso más allá. Esta agencia de investigación describe CRM como "una estrategia empresarial habilitada por TI, cuyos resultados optimizan rentabilidad, ingresos y satisfacción del cliente organizando en torno a segmentos de clientes, fomentar comportamientos satisfactorios para el cliente e implementar procesos centrados en el cliente". En comparación con la definición anterior, CRM no se postula como un proceso sino como una estrategia de negocios. La intención que las organizaciones tienen en mente para CRM se hace explícita: por un lado, el objetivo es aumentar los ingresos y las ganancias, por el otro, es mejorar el cliente satisfacción. También se considera el camino que se debe recorrer para lograr este objetivo. Al hacerlo, el logro de la máxima satisfacción del cliente no debe ocurrir en el gasto de eficiencia, y el despliegue de tecnología y personas deben ir de la mano.

Una definición amplia de CRM es la proporcionada a principios de siglo por Regis McKenna, que ha adaptado el concepto de "marketing en tiempo real" para estos fines. Reconoce que CRM tiene como objetivo la construcción de una infraestructura que pueda usarse para desarrollar relaciones a largo plazo entre el cliente y el proveedor. Sin embargo, al mismo tiempo, enfatiza que, como resultado de esta infraestructura, se derriban los muros entre empresa y cliente. Mientras que antes era imposible ingresar al dominio del otro por conveniencia, hoy en día esto es mucho más fácil. Por un lado, los clientes pueden consultar los registros para determinar si un producto específico está en stock, rastrear el estado de la entrega y leer otros compradores opiniones del producto. Pueden participar como "usuarios principales" en el desarrollo de nuevos productos y compartir información confidencial. Obtienen acceso a áreas de la empresa que estaban previamente ocultos y a los que, como mucho, solo se podía ingresar o acceder bajo supervisión y con cita previa. Visto desde el otro lado, resulta mucho más fácil para los proveedores recopilar información de los clientes y ponerse en contacto con ellos. En otras palabras, cliente y las actividades de los proveedores están integradas. La privacidad de ambas partes puede violarse fácilmente y ambos tendrán que considerar cuidadosamente qué es y qué no es deseable en esta área. Por otro lado, al mismo tiempo, será posible satisfacer los deseos de los demás rápidamente, en "tiempo real".

Regis McKenna se adelantó a su tiempo. Su llamado a la transparencia y otra división de roles entre consumidores y organizaciones solo ha ganado fuerza; incluso

pedimos ¡más! Con el aumento de las redes sociales, parece que el marketing debe democratizarse. Se le ha quitado poder a las personas en los departamentos de marketing que planifican cuidadosamente la forma en que quieren que las marcas se presenten a personas y comunidades que crean, comparten y consumen blogs, tweets, entradas de Facebook, películas, imágenes, etc. (Kietzmann et al., 2011). El tiempo en el que las organizaciones eran proveedores activos y los consumidores pasivos destinatarios se acabó. El desafío al que nos enfrentamos en CRM es trabajar con nuestros clientes. Dentro de varias redes sociales existentes y emergentes, la interacción con los clientes tendrá que liderar a relaciones más bilaterales con los clientes. Ha dado lugar al término "CRM social". Es una filosofía y una estrategia empresarial, sustentada en plataformas tecnológicas, procesos y redes sociales.

Características diseñadas para que el cliente se involucre mutuamente con el entorno empresarial de forma confiable y transparente. Es la respuesta de la empresa a la propiedad del cliente de la conversación. (Beltman, 2013).

#### **2.2.1.1 Beneficios / ventajas y desventajas**

Las compañías que se ven más beneficiadas con el uso de CRM son aquellas empresas que acumulan grandes cantidades de datos de las compras y usos de servicios de sus clientes. (Harvard Management Update, 2000 crf. Bose, 2002)

Las que menos se benefician con la implementación de un CRM son aquellas compañías en donde el consumidor no tiene contacto con los empleados de las mismas, en donde el valor de retener a los empleados es muy bajo o donde los negocios no necesitan de interacción constante con los clientes. (Harvard Management Update, 2000 crf. Bose, 2002)

El uso de un sistema de CRM tiene ventajas, tales como: (Xu, et. al., 2002)

- Los procesos internos del CRM son muy eficientes de las organizaciones y no solo mejora la calidad del cliente.
- Brinda un trato exclusivo al cliente de acuerdo a sus bases de requerimiento.
- Brinda una base sólida en ventas.
- Esta califica eficaz las metas y objetivos de las empresas.
- Crece las ventas por medios de internet.
- Tanto las ventas como el marketing digital se incrementan.
- Crece el valor en los usuarios.
- El reconocimiento de los usuarios hará que la empresa cuente con los procesos que los clientes requieren y generan ventas en base de ellos.
- El CRM mejora las tele-ventas.
- El CRM, identifica a los, mejores clientes potenciales.

#### **2.2.1.2 Objetivos del CRM**

Según Gonzalo (2014) los objetivos de la implementación de un CRM son:

- Fidelizar a los clientes: El CRM analiza el comportamiento del mercado de los clientes, con la finalidad de realizar una mejor toma de decisión ya sea respecto al producto o servicio que brindan para que estos cumplan las expectativas del cliente.
- Conocer a fondo a sus clientes: teniendo la información necesaria sobre las preferencias, productos o servicios, la cantidad de venta, el nivel de compra y otros

más se procede a implantar las estrategias posibles para llegar cumplir las expectativas del cliente y de la organización tenga un mejor resultado.

- Hacer nuevos clientes: el CRM brinda equipos que ayudan a aumentar la producción comercial, y alcanzar clientes nuevos con los cuales se culmine con una venta exitosa.

### **2.2.1.3 Tipos de CRM**

Según Croxatto (2005) nos dice que hay transacciones involucradas existen tres tipos de CRM

- “CRM Operacional, es la base más importante ya que esta compone la funcionalidad directa del sistema a distintas áreas de las organizaciones, esta incluye herramientas las ventas diarias sean automatizadas, marketing y servicio al cliente también deben estar interrelacionadas para asegurar el flujo de información. Integra la operación del “front office” con el “back office” de la empresa. Lo que busca es mejorar los procesos, a partir de integrar áreas en un proceso horizontal único que cruza la empresa, automatizar tareas, que no se realicen las mitas actividades repetidas y cobre todo intercambiar información.

- CRM Analítico, se relaciona con lo que se conoce como “Business Intelligence”. Se basa en hacer una medición y comprender a los consumidores y cómo se comportan en las distintas circunstancias. Se hacen una recolección, transformación y un análisis de toda la información sobre los clientes actuales y potenciales y cómo interactúan con la empresa, el producto, el mercado y los competidores.

- CRM Colaborativo, es el que se relaciona con las nuevas tecnologías que impulsó el “E-Business” y transforma el CRM en un “E-CRM”. se centra en dar preferencia a las solicitudes de los clientes que tengan más relevancia y así establecer un canal de comunicación e interacción con los clientes”.

## **2.2.2 Dimensiones del aplicativo 360°**

### **2.2.2.1 Calidad de información**

Según (Shannon, 1972, p.34) indicó que La necesidad indujo a suponer que se requiere una medida del contenido de información promedio de una fuente de información. Estas informaciones se toman en cuenta a través de observaciones obtenidas por la transmisión de mensajes.

La calidad de la información se puede definir en un sentido integral como el "grado en que un conjunto de características inherentes de los datos cumple los requisitos". Los cuales pueden ser establecidos por las partes interesadas según el contexto. (Hinrichs, p. 26. 2002)

“Sostuvo que Calidad de información es transformar los datos en ideas significativas que pueden usarse para mejorar los procesos de negocios, tomar decisiones inteligentes, y crear ventajas estratégicas. Superando las dificultades que varían en naturaleza desde lo técnico hasta lo no técnico”, (Zhu y otros, P. 13, 2014).

### **2.2.2.2 Calidad de aplicativo**

ESTE SOTWARE cuenta con determinadas características y cuales cumple todas las expectativas que se toman en cuenta para satisfacer las necesidades de los clientes. La IEEE.Std.610-1990 la define como el grado con el que un sistema,



componente o proceso cumple con los requisitos especificados y las necesidades o expectativas del cliente o usuario. (IEEE.Std.610-1990)

Según Roger S. Pressman, ingeniero de software, profesor, consultor y autor de productos centrados en la Ingeniería del Software, la calidad de software es la concordancia con los requisitos funcionales y de rendimiento explícitamente establecidos, con los estándares de desarrollo explícitamente documentados, y con las características implícitas que se espera de todo software desarrollado profesionalmente. (Pressman, 1998)

“La calidad es importante, en relación a la satisfacción del cliente, a través de esta relación: satisfacción del usuario= producto manejable + buena calidad + entrega dentro del presupuesto y tiempo”. (Glass, 1998, p.104)

### **2.2.2.3 Calidad de servicios**

Según (Riveros P. E., 2007). Manifiesta que “para lograr una mayor calidad las empresas deben mejorar su software, hardware y el talento humano.

El hardware se mejora mediante aportes de capital para comprar los equipos, sistemas y materiales que permitan contar con la tecnología apropiada

El software se refiere a los procedimientos en general y se puede mejorar a través de las personas. El talento humano puede asumir nuevos procedimientos o desarrollarlos, de acuerdo con su nivel de conocimiento, pericia y creatividad.

El talento humano se mejora solamente mejorando el nivel de conocimientos de las personas y buscando la mejor actitud en el desempeño de las funciones”.

“Establece que la calidad no es un atributo de los productos ni de los servicios, sino una característica de las personas, se puede asegurar que: donde haya una persona

haciendo algo, lo podrá hacer con calidad, la gente de calidad produce artículos de calidad y ofrece servicios de calidad”, (Sosa, 2006).

Según (Jhon, 2012). Menciona sobre calidad de servicio: “Hechos, actividades o desempeño” la calidad de servicio ofrece el éxito en los servicios de competencia es una forma de evaluar el desempeño de la organización. En particular, cuando un número reducido de empresas ofrece servicio casi idéntico y compiten en un área pequeña, establecer la calidad en el servicio es la única manera de distinguirse

Según (Kurtz, 2012). “Se refiere a la calidad esperada y percibida de una oferta de servicio, y tiene un efecto considerable sobre la competitividad en una empresa”.

#### **2.2.2.3.1 Características del servicio de calidad**

Según (Aniorte, 2013). Menciona las características que se debe establecer y deben cumplir para el correcto servicio de calidad.

1. se debe concretar los objetivos.
2. Proporcionar los resultados.
3. Establecer diseños para servir.
4. Dar soluciones prontas.
5. Tener un uso adecuado.

#### **2.2.2.4 La gerencia**

El CRM ha tenido un gran impacto en el mercado por ello las empresas se han apresurado con las compras para que estas también cuenten con este sistema, pero han perdido la noción del uso y como esta hace la diferencia en su organización.

Cuando se les pregunta a los que dirigen la empresa acerca de la razón por la que adquirieron el sistema CRM, ellos alcanzan decir por el avance tecnológico y también porque la competencia cuenta con esa tecnología y ellos hacen esa imitación la cual es grane error. Un punto importante que se debe de tomar en cuenta es que, si realmente no se enfoca en la comprensión de los clientes y de sus necesidades, la tecnología no será redituable. (Xu, et. al., 2002)

#### **2.2.2.5 Las personas en el CRM**

El CRM se puede establecer como una visualización de 360 grados de los clientes dentro del ciclo de negocios. Este sistema afecta el incrementa el crecimiento de las empresas con sus clientes, la información no solo es de marketing, ventas y la contabilidad sino la interacción con sus usuarios. Entonces se refuerza la idea de que un sistema de CRM cambia la forma en que se comparte la información a través de la compañía. (Xu, et. al., 2002)

#### **2.2.2.6 Aspectos técnicos y económicos en el CRM**

Para mejorar la calidad del servicio al cliente no solo es necesario que las interacciones con estos sean eficientes. Para que la empresa logre ser competitivo es importante analizar e identificar a los clientes que son los provechosos con la finalidad de interactuar con ellos, por ello es fundamental que los trabajadores cuenten con el dominio total del CRM. Esta cualidad dará la oportunidad a la

empresa tener un panorama visual acerca de los clientes y así mejorar los esfuerzos de marketing. (Renner, 2001, cfr XU, et al., 2002)

#### **2.2.2.7 Experiencia de usuario**

Según la ISO 9241, la experiencia del usuario comprende todos los aspectos de la experiencia del usuario al interactuar con un producto, servicio, entorno o establecimiento.

Según D’Hertefelt (2000), la experiencia del usuario podría entenderse como la evolución del concepto de usabilidad, donde no se limita e mejorar la interacción del usuario con el sistema, sino que se orienta a la utilidad del producto software, orientándose además a la satisfacción, placer y diversión como componentes psicológicos del proceso.

“Hablan acerca de una evaluación de estados afectivos durante el desarrollo de una interface. Se menciona que la evaluación de esta dimensión complementa el análisis de los datos objetivos y cuantitativos recogidos a través de pruebas de usabilidad. En esa línea, Wilson y Sasse (2004) también propone promover el uso de las medidas psicofisiológicas en la interacción persona – computador, ya que para muchos productos tecnológicos y servicios será esencial monitorear la experiencia del usuario”, (Garreta-Domingo, 2007).

### **2.2.3 Dimensiones del impacto en el funcionario:**

#### **2.2.3.1 Toma de decisiones**

La toma de decisiones es el proceso de análisis y escogencia entre diversas alternativas, para determinar un curso a seguir. (Chiavenato 2007)

La toma de decisiones es el proceso para identificar y seleccionar un curso de acción, está enfocada bajo los parámetros de la teoría de juegos y la de caos. (Freeman y Gilbert 2008).

La toma de decisiones es el proceso general, el acto de poder tomar decisiones sobre un tema es particular, la mayoría cree que la toma de decisiones que centra en los factores como las ventas, utilidades, costos, etc (Griffin, 2011).

### **2.2.3.2 Desempeño individual**

Es el talento individual que desempeña su potencial las empresas, pero toda esa voluntad se puede caer si la gestión e la empresa no se asocia con el entorno de las características. Los impulsos de los trabajadores deben estar orientados a logro de resultados y esta dará como resultados la productividad en los procesos de trabajo, esto tiene que ver cómo se lleva cabo el liderazgo de la empresa y la tecnología, el sistema de recompensa, así como los departamentos como ellos orientan sus esfuerzos para llegar a cumplir con todo los objetivos y metas planteadas, (Talentwise SC, México)

### **2.2.3.3 Satisfacción del usuario**

“Los indicadores de calidad, miden el nivel de satisfacción de los usuarios o de los clientes, con respecto a un producto. En este caso se aplican encuestas dirigidas a la obtención de dicha información. La medición de calidad para este caso es una relación de tipo externa que viene dada por el nivel de satisfacción de los usuarios del servicio o de los consumidores de un bien público”, (Zambrano, 2007).

Según (ISO, 2008). Nos dice que “la percepción del cliente sobre el grado en que sean cumplido sus necesidades o expectativas establecidas”.

#### **2.2.3.4 Cumplimiento de indicadores**

“Con base en que el cumplimiento tiene que ver con la conclusión de una tarea. Los indicadores de cumplimiento están relacionados con las razones que indican el grado de consecución de tareas y/o trabajos. Ejemplo: cumplimiento del programa de pedidos”. (Joanna, 2012)

### **2.3 Bases conceptuales**

#### **Efectividad**

Capacidad del sistema software para conseguir el objetivo y necesidad que tiene el usuario cuando utiliza el software.

#### **Eficiencia**

Volumen que cuenta el software para conseguir el objetivo del usuario, utilizando un mínimo de recurso.

#### **Satisfacción**

Capacidad que cuenta el software para satisfacer las distintas necesidades que requiere el usuario. Esta característica se divide en la sub característica: Utilidad, es el grado de satisfacción que llega obtener el usuario directo en su objetivo.

#### **Libertad de Riesgo**

La capacidad que tiene el software es un riesgo menor, el riesgo está relacionado con la economía de la empresa, ya que esta con la continuidad de fallas trae consecuencias negativas y esta es una amenaza para las empresas, por ello en

las siguiente mencionamos las sub características que esta divide para establecer los grados de objetivos que podrían estar en riesgo.

- La independencia del peligro ambiental.
- La independencia del peligro económico.
- La independencia del peligro en seguridad y salud

### **Cobertura de Contexto**

Es la capacidad del software que tiene esta para ser utilizado con eficiencia y libertad para satisfacer los distintos ámbitos que fueron definidos. Las características se subdividen en las siguientes:

- Flexibilidad: es el soporte y capacidad que cuenta el sistema del software para usar otros ámbitos que no fueron establecidos.
- Integridad de Contexto: es el soporte y la capacidad de esta que tiene para el uso adecuado en su ámbito que fueron establecidos.

### **Usuario**

Se trata las necesidades de las personas, estas son afectadas por los servicios y procesos ya que estos generan efectos secundarios, ellos siempre están en constantes cambios y buscando nuevos cambios para su organización y estar atentos a los nuevos cambios tecnológico que se presenta.

## **CAPÍTULO III. METODOLOGIA**

### **3.1 Ámbito**

El ámbito en que se desarrolló este estudio es el área “Banca PYME” del banco de crédito, sucursal de Pucallpa en el año 2021.

### **3.2 Población**

Hernández et al. (2010), refieren que la población “es el conjunto de todos los casos que concuerda con una serie de especificaciones, que pueden ser estudiados y sobre los que se pretende generalizar” (p.239).

La población estuvo conformada por los 7 funcionarios (usuario) del Banco de Crédito de la oficina Pucallpa.

### **3.3 Muestra**

Según, Hernández, et al. (2010), definen la muestra como “un subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de ésta”.

“Para este estudio, se consideró a toda la población, la cual se le denomino muestra censal. La muestra censal es aquella porción que representa a toda la población” (Tamayo y Tamayo, 2000). Por lo tanto, la muestra censal de esta investigación estuvo constituida por 7 funcionarios (usuario) del Banco de Crédito de la oficina Pucallpa.

### **3.4 Nivel y tipo de estudio**

#### ***3.4.1 Nivel de estudio***

Según Hernandez Sampieri (2014), respecto a la investigación correlacional manifiesta que, “este tipo de estudios tienen como propósito medir el grado de



relación que exista entre dos o más variables, miden cada una de ellas y después, cuantifican y analizan la vinculación. Y son sustentadas en hipótesis sometidas a pruebas (p.93).

### **3.4.2 Tipo de estudio**

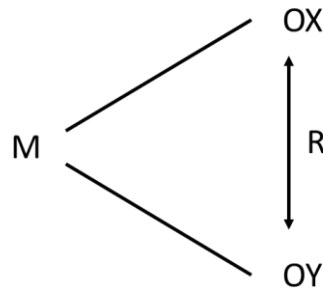
“Esta investigación se distingue por tener propósitos prácticos inmediatos bien definidos, es decir, se investiga para actuar, transformar, modificar o producir cambios en un determinado sector de la realidad” (Carrasco, 2007, p.43).

El tipo de estudio de la presente investigación fue Aplicada, cuyo fin de su ejecución es aplicar, incrementar y ampliar los conocimientos sobre “Impacto del aplicativo cliente 360° en los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito, Pucallpa 2021”.

## **3.5 Diseño de investigación**

El diseño empleado en la presente investigación fue no experimental, de modo que no se manipularán las variables, sino que se observarán los fenómenos en su contexto natural para posteriormente analizarlos (Arias, 2006).

Hernandez Sampieri (2006), afirman que “las investigaciones no experimentales son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos” (p. 155). Asimismo, la investigación fue transversal. Los diseños transversales descriptivos analizan la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población.



Dónde:

- M: Muestra
- OX: Aplicativo 360 implementado (Variable independiente)
- OY: Impacto en el funcionario (Variable dependiente)
- R: Nivel de influencia entre las variables

### **3.6 Métodos, técnicas e instrumentos**

#### **3.6.1 Métodos**

Se ha aplicado el método científico en la presente investigación. Este método está conformado por procesos que se debe seguir para encontrar los resultados y ser verificado desde el punto científico, para ello usamos instrumentos confiables.

#### **3.6.2 Técnicas**

“El procedimiento o forma particular de obtener datos o información, son particulares y específicas de una disciplina. La técnica que se utilizó para la recolección de los datos en la presente investigación, fue la encuesta y revisión documentaria (información histórica)”, (Arias, 2016),

### **3.6.3 Instrumentos**

Para la recolección de datos se usó el cuestionario; que consiste en un conjunto de preguntas con respuesta de tipo cualitativo y escala ordinal (Totalmente en Desacuerdo, En Desacuerdo, Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo, De acuerdo, Totalmente de Acuerdo), relacionadas a las variables y dimensiones de estudio.

Según Hernández, et al. (2006) el interrogatorio se basa en series de preguntas para medir las variables cada una de ellas contienen respuestas con opciones precisas para la delimitación.

## **3.7 Validación y confiabilidad de instrumentos**

### **3.7.1 Validación**

Según, Hernández et al., (2014) explican que: “la validez se define como el grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir” (p. 200). Para validar el instrumento se solicitó a los profesionales expertos conocedores del tema planteado. En cuanto al diseño de las encuestas y metodología, se realizó los ajustes que se necesitaban y las correcciones sugeridas por los expertos.

### **3.7.2 Confiabilidad**

Para Hernández et al. (2014), la confiabilidad “se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales” (p.200). La confiabilidad del instrumento se realizó con el método de Alfa de Cronbach, que consistió en recopilar información de una muestra piloto el cual estuvo conformado por un 20% de reactivos, a las cuales se les aplico el instrumento, y que posterior fueron procesados y analizados determinándose un nivel de confiabilidad alto de 0.9

para ambos instrumentos: cuestionario “Aplicativo 360 Implementado” y “Impacto en los Funcionarios”.

### **3.8 Procedimiento**

- Como primera instancia se procedió a solicitar en consentimiento informado para el acceso de información.
- Para realizar la recolección de datos el investigador procedió a contactarse con el responsable del área de BANCA PYME para la coordinación respecto al día y hora de recolección de información
- Se aplicó el instrumento a todos los funcionarios.

### **3.9 Tabulación y análisis de datos**

#### **3.9.1 Tabulación**

Los datos recopilados de las encuestas fueron tabulados en las hojas de Excel, exportados al software SPSS 23, donde se realizó la organización de los datos según la escala ordinal y otros parámetros estadísticos.

### **3.9.2 *Análisis de datos***

**3.9.2.1 Análisis descriptivo.** El procesamiento se realizó en tablas y gráficos de frecuencias, donde se evidencio las frecuencias relativas y acumulativas

**3.9.2.2 Análisis inferencial.** Para el análisis inferencial primero los datos fueron sometidos a una prueba de distribución de normalidad para lo cual se utilizó la prueba de Shapiro-Wilk debido por lo que la muestra es menor que 30 unidades muestrales, determinándose que los datos son no paramétricos por el cual opto por utilizar la prueba de Rho Spearman para el análisis con un nivel de confianza del 95% y 5% de error ( $p < 0,05$ ), el cual nos permitió aceptar o rechazar la hipótesis planteada en el estudio. Para el procesamiento de los datos se utilizó el paquete estadístico SPSS v. 23.

### **3.10 Consideraciones éticas**

La información obtenida en el proyecto de mi tesis, respeta la confabulación de los resultados, la confiabilidad de los datos adjuntados, así también respeta la propiedad intelectual, como respeto el anonimato y autonomía de los entrevistados que aportaron con mi investigación, en la cual no se designó conocer las identidades de los colaboradores en mi proyecto de investigación. Tomando en cuenta la fiabilidad de los resultados que se obtuvieron asimismo el respeto de los autores citados por la parte del investigador de la presente investigación.

## CAPÍTULO IV. RESULTADOS

### 4.1 Aplicativo 360

El aplicativo es un sistema web que da soporte automático a las operaciones manuales que se ejecutan dentro de la empresa, por tal se requiere saber que tan eficiente es el sistema para el recurso humano en cuanto a su funcionalidad, propiedades y demás bondades.

En el presente acápite, se determinará el nivel de percepción de los encuestados, según la escala de estudio de los indicadores, respecto al uso del aplicativo 360, para lo cual nos valemos de la estadística descriptiva.

**Tabla 1**

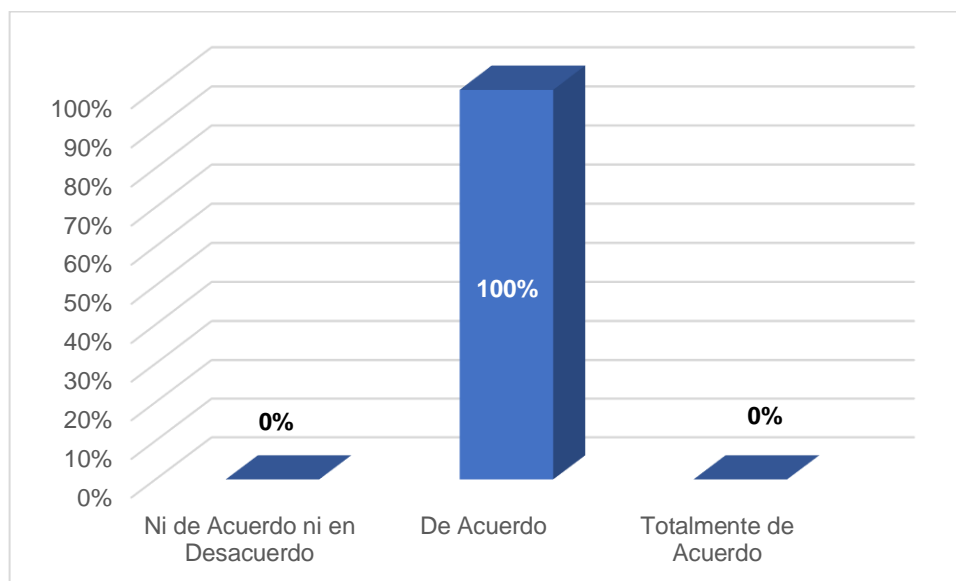
*Frecuencia de resultados respecto a la variable “Aplicativo 360”*

Escala	Aplicativo 360	
	f	%
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	0	0%
De Acuerdo	7	100%
Totalmente de Acuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

Nota. fuente: Resultados del Cuestionario de Aplicativo 360

**Figura 1**

*Frecuencia de resultados respecto a la variable “Aplicativo 360”*



### Interpretación:

En el Tabla 1 y Figura 1 se observa que el 100% de funcionario encuestados tiende a estar de “Acuerdo” con el aplicativo 360 debido a que sus funcionalidades generan una calidad de información y servicios.

#### 4.1.1 Dimensiones del aplicativo 360

Es esta sección se evidenciará el comportamiento de las tres dimensiones y su escala más representativa.

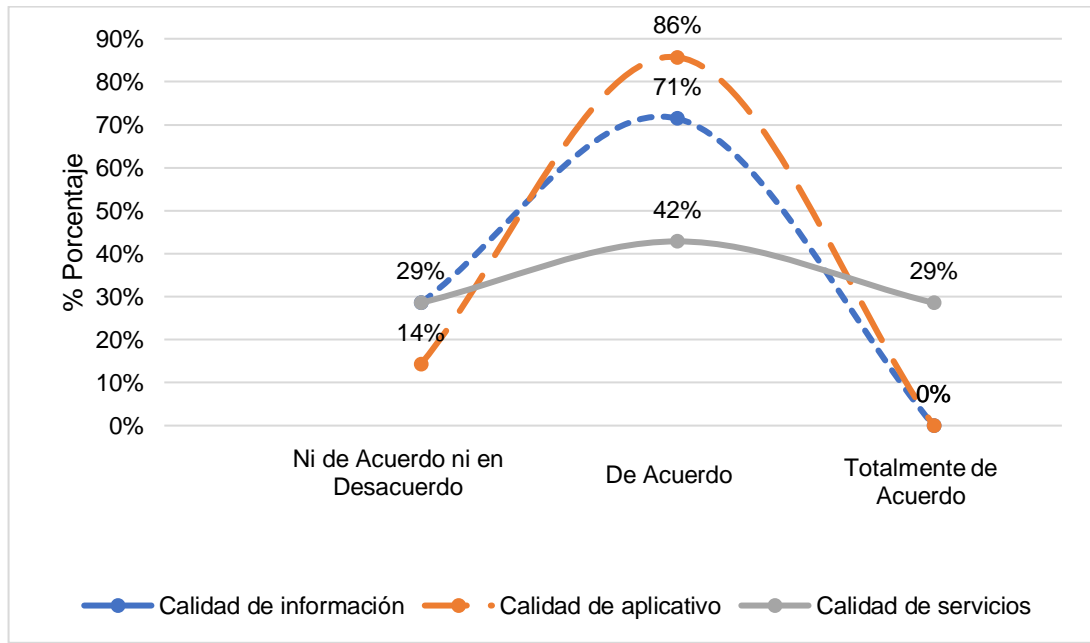
**Tabla 2**

*Frecuencia de resultados respecto a las dimensiones de la variable “Aplicativo 360”*

Escala	Calidad de información		Calidad de aplicativo		Calidad de servicios	
	f	%	f	%	f	%
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	2	29%	1	14%	2	29%
De Acuerdo	5	71%	6	86%	3	42%
Totalmente de Acuerdo		0%	0	0%	2	29%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Figura 2**

*Frecuencia de resultados respecto a las dimensiones de la variable “Aplicativo 360”*



### **Análisis e interpretación:**

En el Tabla 2 y figura 2, se observa respecto a la dimensión Calidad de información, que del 100% de funcionarios encuestados el 71% ha manifestado “De acuerdo” respecto a la utilidad de información que este aplicativo que genera dentro de la organización financiera.

Respecto a la dimensión Calidad de aplicativo, se evidencia que el 86% indica como “De acuerdo”, este dato indicaría que hay una afirmación positiva por la mayoría de los funcionarios en cuanto a calidad del aplicativo, es decir el sistema tiene las funcionalidad y propiedades que cumplen con las necesidades de los funcionarios, haciendo más fácil sus tareas.

Respecto a la dimensión Calidad de servicio, se evidencia que en su gran mayoría manifiestan una respuesta positiva, donde el 42% indica como “De acuerdo” y el



29% como “Totalmente de Acuerdo”, esto indica que el aplicativo iuimejora la productividad laboral de forma efectiva, evitando que se cometan errores.

#### 4.1.2 Indicadores de la dimensión Calidad de información

En esta sección se mostrará el comportamiento la percepción respecto a los indicadores de la dimensión Calidad de información.

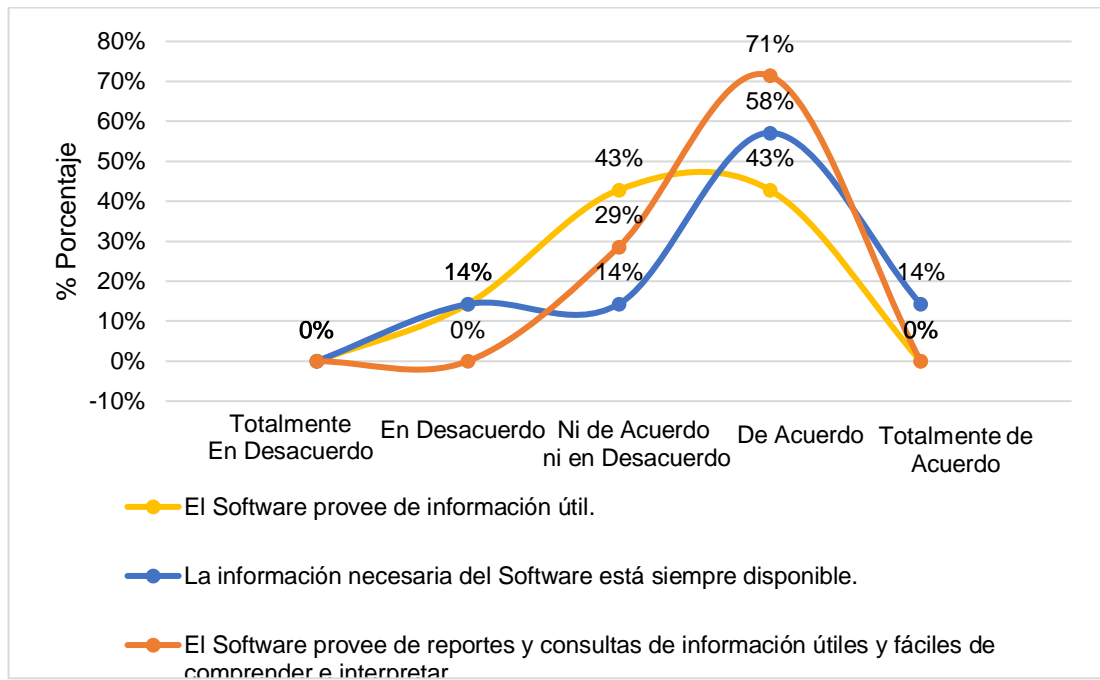
**Tabla 3**

*Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de las dimensiones Calidad de información del aplicativo 360° parte 1*

Escala	El Software provee de información útil.		La información necesaria del Software está siempre disponible.		El Software provee de reportes y consultas de información útiles y fáciles de comprender e interpretar.	
	f	%	f	%	f	%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%
En Desacuerdo Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	1	14%	1	14%	0	0%
De Acuerdo	3	43%	1	14%	2	29%
Totalmente de Acuerdo	3	43%	4	58%	5	71%
		0%	1	14%		0%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Figura 3**

*Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de las dimensiones Calidad de información del aplicativo 360° parte 1*



### Análisis e interpretación:

En la tabla 3 y figura 3 respecto al indicador “el software provee información útil”, que un 43% de funcionario aduce manifiesta estar de “De Acuerdo” y otros 43% indica estar “Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo”, es decir que el aplicativo emite datos que son de necesidad para la toma de decisiones.

Respecto al indicador “La información necesaria del Software esta siempre disponible” se evidencia un acumulado de 72% que manifiestan una respuesta favorable, entre “De acuerdo” y “Totalmente de Acuerdo”.

Respecto al indicador “El software provee de reportes y consultas de información útiles y fáciles de comprender e interpretar” el 71% de funcionarios manifiesta como “De acuerdo”, esto indica que el aplicativo es bastante flexible para su aprendizaje ya que cuenta funcionalidad que permiten emitir información ante una consulta de operación.

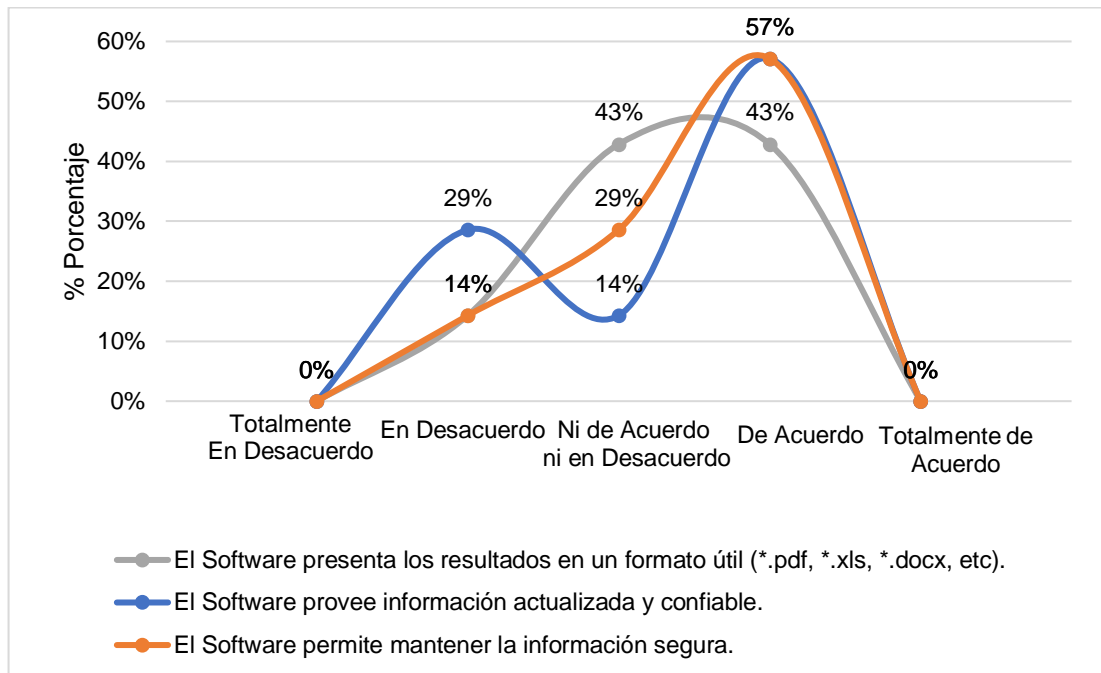
**Tabla 4**

*Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de las dimensiones Calidad de información del aplicativo 360° parte 2*

Escala	El Software presenta los resultados en un formato útil (*.pdf, *.xls, *.docx, etc).		El Software provee información actualizada y confiable.		El Software permite mantener la información segura.	
	f	%	f	%	f	%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%
En Desacuerdo	1	14%	2	29%	1	14%
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	3	43%	1	14%	2	29%
De Acuerdo	3	43%	4	57%	4	57%
Totalmente de Acuerdo	0	0%		0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Figura 4**

*Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de las dimensiones Calidad de información del aplicativo 360° parte 2*



### Análisis e interpretación:

En la tabla 4 y figura 4 respecto al indicador “El Software presente los resultados en formato útil”, el 43% de funcionario manifiesta como “De acuerdo”. Asimismo, el 43% de usuarios manifiesta como indecisa su respecto, dando a entender que hay usuarios donde no han generado dicha solicitud de formatos, por lo que desconocen esa funcionalidad del aplicativo 360.

Respecto al indicador “el software provee información actualizada y confiable” el 57% afirma “De acuerdo” que el sistema por el mismo hecho de ser integrada y tener ciertas funcionalidades de actualización hace que se genere información confiable para la toma de decisiones.

Respecto al indicador “el Software permite mantener la información segura” el 57% de funcionarios manifiesta como “De acuerdo” a la seguridad de información que se genera de las operaciones de atención a los clientes.

- **Dimensión: Calidad de aplicativo**

En la presente sección se evidenciará la frecuencia de las percepciones por parte de los encuestados respecto a la calidad del aplicativo, ya sea en su interfaz, velocidad de procesamiento de información, operatividad y facilidad de uso.

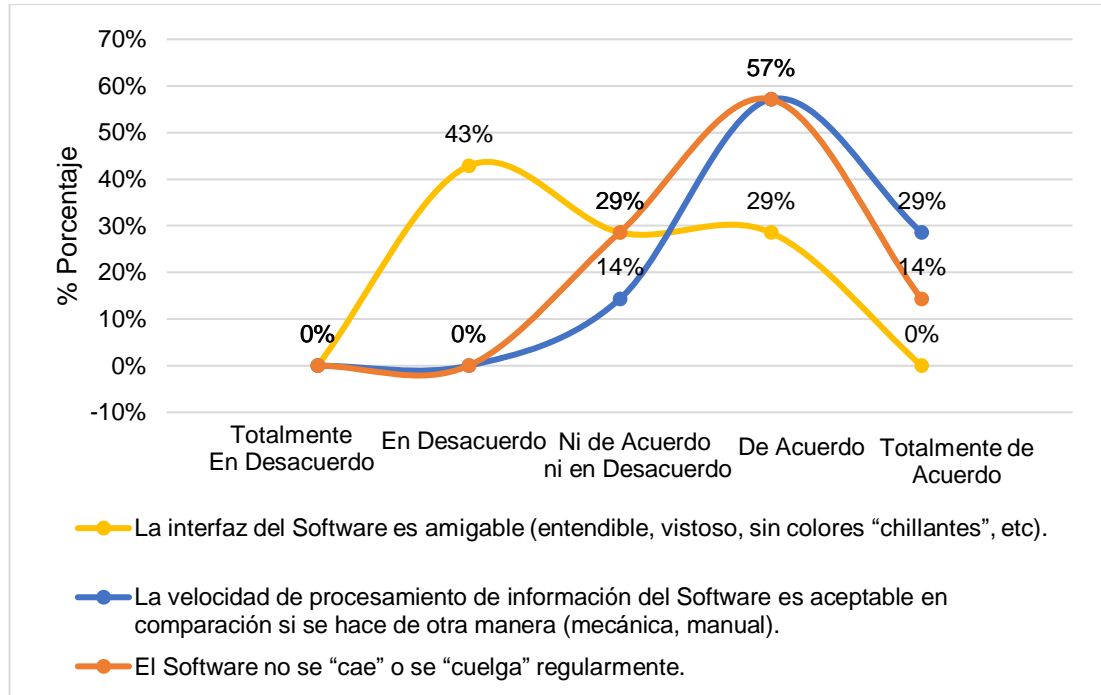
**Tabla 5**

*Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de las dimensiones Calidad del aplicativo 360° parte 1*

Escala	La interfaz del Software es amigable (entendible, vistoso, sin colores “chillantes”, etc).		La velocidad de procesamiento de información del Software es aceptable en comparación si se hace de otra manera (mecánica, manual).		El Software no se “cae” o se “cuelga” regularmente.	
	f	%	f	%	f	%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%
En Desacuerdo	3	43%		0%	0	0%
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	2	29%	1	14%	2	29%
De Acuerdo	2	29%	4	57%	4	57%
Totalmente de Acuerdo	0	0%	2	29%	1	14%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Figura 5**

*Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de las dimensiones Calidad del aplicativo 360° parte 1*



### **Análisis e interpretación:**

En la tabla 5 y figura 5 respecto al indicador "el interfaz de software es amigable", el 29% de funcionario manifiesta como "De acuerdo". El 29% de usuarios manifiesta como indecisa su respuesta, que no están tan asimilable y de fácil manejo ya que cuenta, con propiedades y funcionalidad que aún no se han puesto en práctica, como también el 43% aduce como "En Desacuerdo" respecto al sistema.

Respecto al indicador "La velocidad del procesamiento de información del software es aceptable", el 86% indica que el software es bastante eficaz con respecto al manejo de la información, ya que su tiempo de respuesta es aceptable.

Respecto al indicador "El software no se cae o se cuelga regularmente", el 71% da una afirmación positiva, dando a entender que el sistema es bastante funcional.

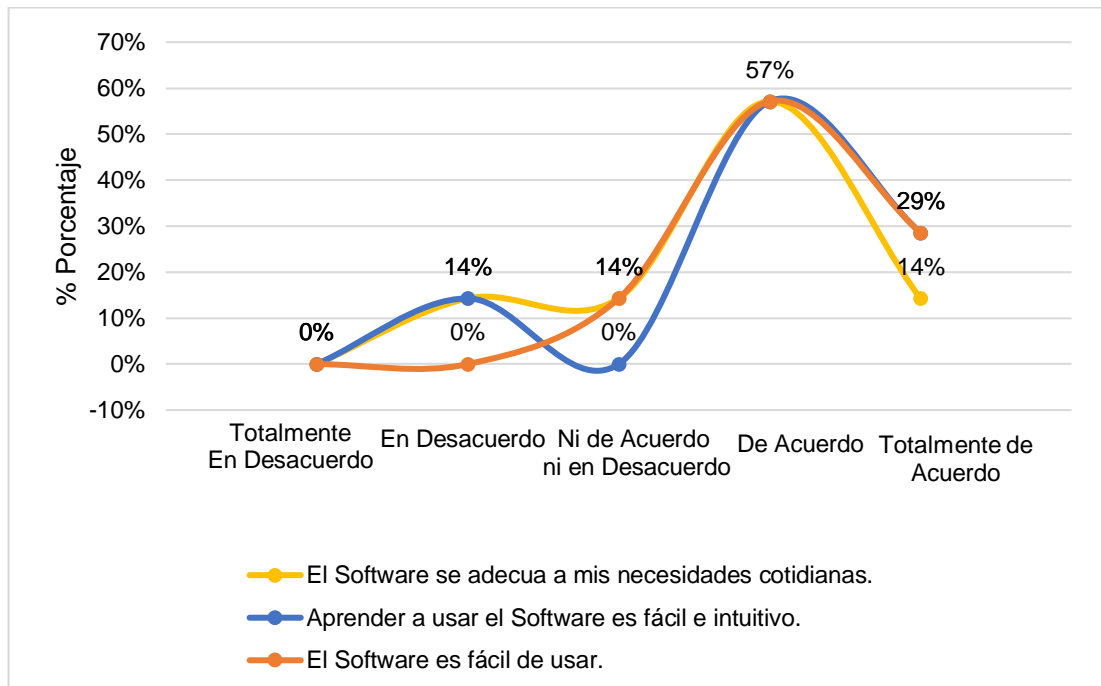
**Tabla 6**

*Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de las dimensiones Calidad del aplicativo 360° parte 2*

Escala	El Software se adecua a mis necesidades cotidianas.		Aprender a usar el Software es fácil e intuitivo.		El Software es fácil de usar.	
	f	%	f	%	f	%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%
En Desacuerdo	1	14%	1	14%	0	0%
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	1	14%	0	0%	1	14%
De Acuerdo	4	57%	4	57%	4	57%
Totalmente de Acuerdo	1	14%	2	29%	2	29%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Figura 6**

*Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de las dimensiones Calidad del aplicativo 360° parte 2*



### **Análisis e interpretación:**

En la tabla 6 y figura 6 respecto al indicador “El software se adecua a mis necesidades cotidianas”, el 71% de funcionario manifiesta como “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, es decir que software es funcional a las operaciones necesarias para la atención de los clientes.

Respecto al indicador “Aprender a usar el software es fácil e intuitivo” el 86% de funcionarios aduce como “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, indicando que el aplicativo es bastante flexible en cuanto a su aprendizaje y ejecución.

Respecto al indicador “El software es fácil de usar”, el 86% de funcionarios manifiesta que como “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, debido a que dicho sistema cuenta con cierto manuales y procedimientos que hace fácil su ejecución.

- **Dimensión: Calidad de servicios**

En la presente sección se evidenciará la frecuencia de las percepciones por parte de los encuestados respecto a la calidad de servicio, ya sea en su desempeño y efectividad en el trabajo.



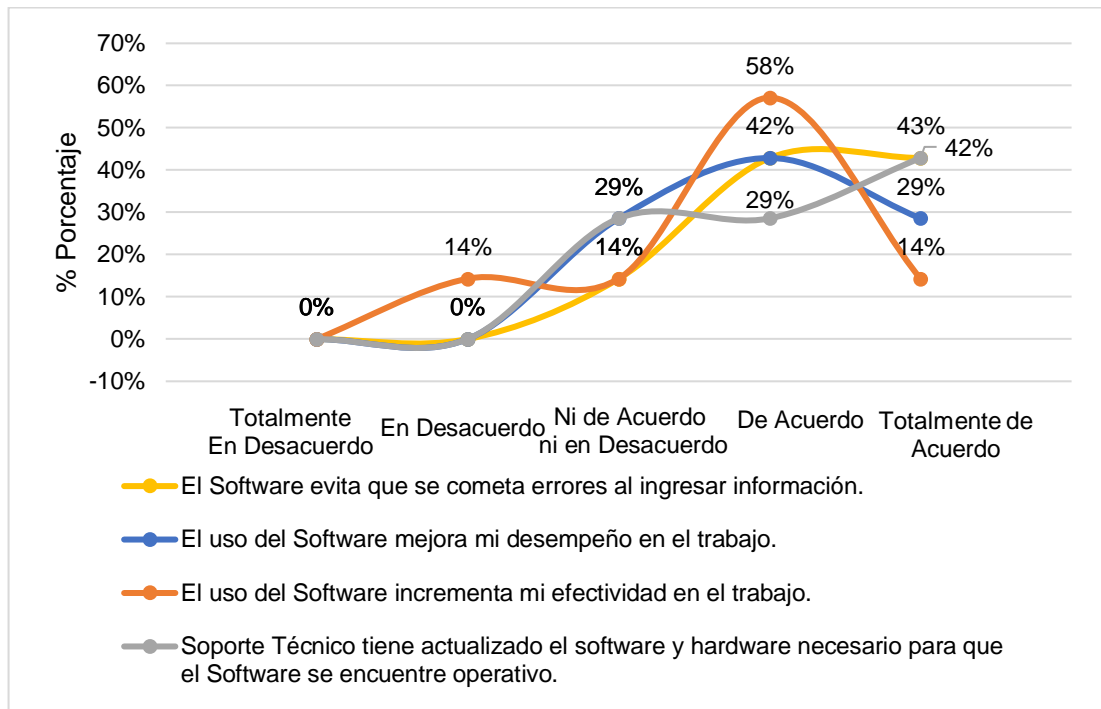
**Tabla 7**

*Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de las dimensiones Calidad de servicios del aplicativo 360° parte 1*

Escala	El Software evita que se cometa errores al ingresar información.		El uso del Software mejora mi desempeño en el trabajo.		El uso del Software incrementa mi efectividad en el trabajo.		Soporte Técnico tiene actualizado el software y hardware necesario para que el Software se encuentre operativo.	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
En Desacuerdo	0	0%	0	0%	1	14%	0	0%
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	1	14%	2	29%	1	14%	2	29%
De Acuerdo	3	43%	3	42%	4	58%	2	29%
Totalmente de Acuerdo	3	43%	2	29%	1	14%	3	42%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Figura 7**

*Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de las dimensiones Calidad de servicios del aplicativo 360° parte 1*



### Análisis e interpretación:

En la tabla 7 y figura 7 respecto al indicador “El software evita que se cometan errores al ingresar la información”, el 86% de funcionario manifiesta como “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, es decir que software tiene ciertas notificaciones de confirmación que evitan que cometas un error ante una ejecución.

Respecto al indicador “El uso de software mejora mi desempeño” el 71% de funcionarios aduce como “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, indicando el software hace que el trabajo sea más productivo, con tiempos de respuestas cortos que satisfacen a los clientes.

Respecto al indicador “El uso de software incrementa mi efectividad en el trabajo” el 72% de funcionarios aduce como “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, indicando el software no solo mejora los tiempos de respuesta, sino que también que se ahorra otros recursos de atención al cliente o administrativos.

Respecto al indicador “El soporte técnico tiene actualizado el Software y el hardware para que el software se encuentre operativo” el 71.4% de funcionarios aduce como “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, quienes aducen que se hace los

mantenimientos rutinarios necesarios para que el sistema sea funcional oportunamente.

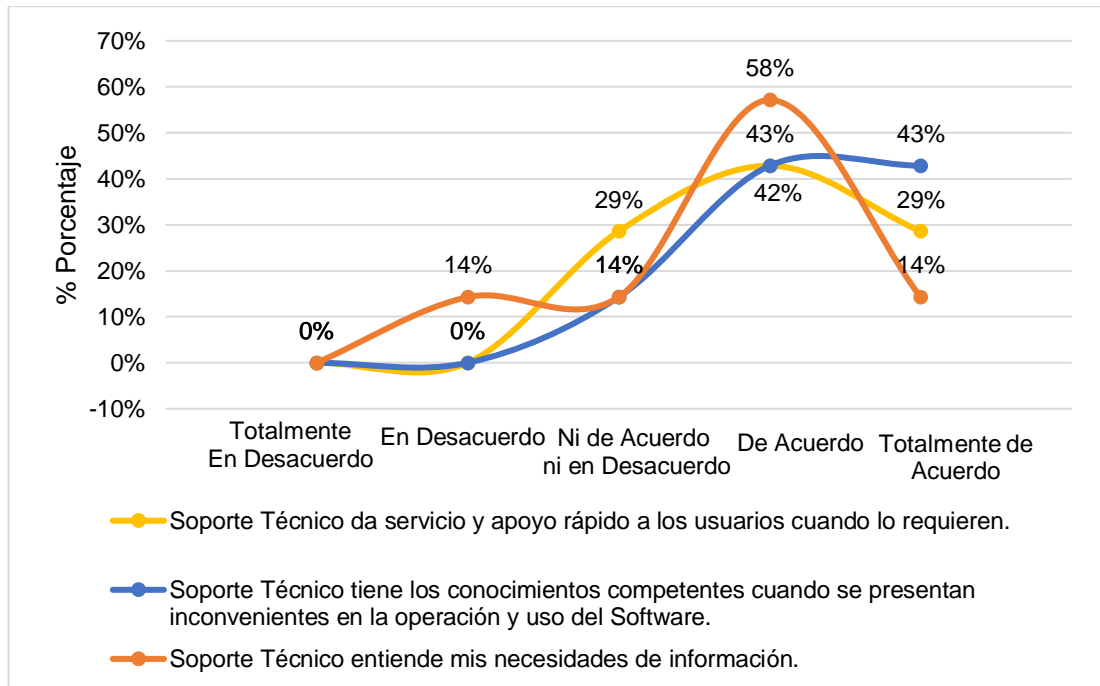
**Tabla 8**

*Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de las dimensiones Calidad de servicios del aplicativo 360° parte 2*

Escala	Soporte Técnico da servicio y apoyo rápido a los usuarios cuando lo requieren.		Soporte Técnico tiene los conocimientos competentes cuando se presentan inconvenientes en la operación y uso del Software.		Soporte Técnico entiende mis necesidades de información.	
	f	%	f	%	f	%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%
En Desacuerdo	0	0%	0	0%	1	14%
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	2	29%	1	14%	1	14%
De Acuerdo	3	42%	3	43%	4	58%
Totalmente de Acuerdo	2	29%	3	43%	1	14%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

### Figura 8

*Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de las dimensiones Calidad de servicios del aplicativo 360° parte 2*



#### **Análisis e interpretación:**

En la Tabla 8 y figura 8 respecto al indicador “Soporte técnico da servicio y apoyo rápido a los usuarios cuando lo requieren”, el 71% de usuarios manifiesta como “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, es decir que, ante cualquier necesidad técnica o funcional, el área de soporte técnico da respuesta inmediata para solucionar los inconvenientes.

Respecto al indicador “Soporte técnico tiene los conocimientos competentes”, de la misma manera el 86% hace referencia que dicha área está capacitado para realizar dichos servicios de atención que evitar retrasos en tiempos de atención a clientes.

Respecto al indicador “Soporte técnico atiende mis necesidades de información”, el 72% de funcionarios aduce como “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, ya que dicha área técnica tiene como objetivo brindar una atención optima al cliente y por ende los usuarios no deben de tener inconvenientes al momento de usar el aplicativo 360.

## 4.2 Impacto en el funcionario

El impacto en el usuario, es el efecto que va generar el uso del aplicativo 360 en los encuestados, con fin de mejorar el desempeño de actividades y tareas, tomar decisiones más objetivas y efectivas.

En el presente acápite se evidencia el nivel de percepción de forma cualitativa de los encuestados en cuanto al impacto por la operación del aplicativo 360.

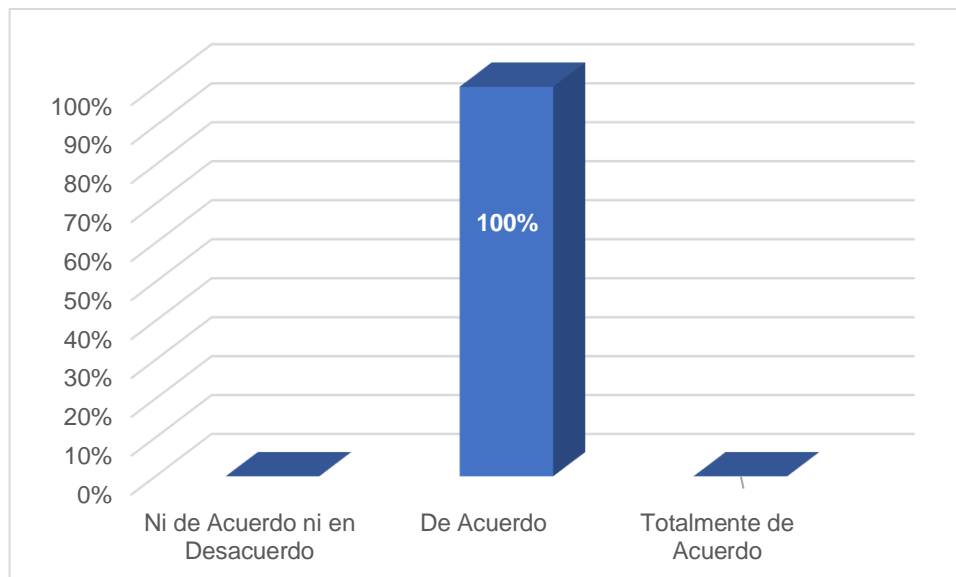
**Tabla 9**

*Frecuencia de resultados respecto a la variable “Impacto en el funcionario”*

Escala	Impacto en el funcionario	
	f	%
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	0	0%
De Acuerdo	7	100%
Totalmente de Acuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Figura 9**

*Frecuencia de resultados respecto a la variable “Impacto en el funcionario”*

**Interpretación:**

En el Tabla 9 y figura 9 se observa que el 100% de funcionario encuestados tiende a estar de “Acuerdo” con el aplicativo 360 debido a que le es útil en el desarrollo de sus actividades individuales, lo cual le permite tomar decisiones más asertivas y por ende fomenta una satisfacción al usuario.

**4.2.1 Dimensiones de la variable impacto en el funcionario****Tabla 10**

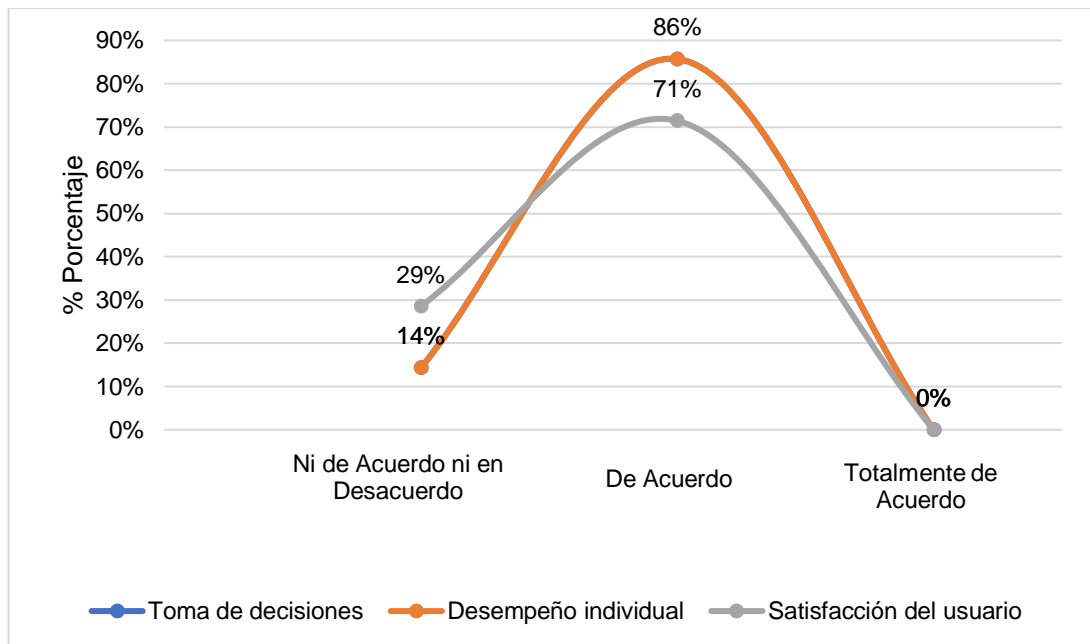
*Frecuencia de resultados respecto a las dimensiones de la variable “Impacto en el funcionario”*

Escala	Toma de decisiones		Desempeño individual		Satisfacción	
	f	%	f	%	f	%
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	1	14%	1	14%	2	29%
De Acuerdo	6	86%	6	86%	5	71%

Totalmente de Acuerdo	0	0%	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Figura 10**

*Frecuencia de resultados respecto a las dimensiones de la variable “Impacto en el funcionario”*



**Interpretación:**

En la Tabla 10 y figura 10, con respecto a la dimensión “Toma de decisiones” se puede evidenciar que el 86% de usuarios aducen como “De acuerdo” con respecto a la funcionalidad del aplicativo 360 para concretar una decisión ya que genera información fiable.

Con respecto a la dimensión “Desempeño individual” se puede observar que el 86% de usuarios manifiestan como “De acuerdo, es decir que dicho sistema ha permitido mejorar sus acciones con respecto al procedimiento de atención al cliente.

En la dimensión “Satisfacción del usuario” el 71.4% menciona que se siente satisfecho con el apoyo del aplicativo 360 para la ejecución de sus tareas y actividades, el 29% una opinión de indeciso.

#### 4.2.2 Indicadores de las dimensiones

- **Dimensión: Toma de decisiones**

**Tabla 11**

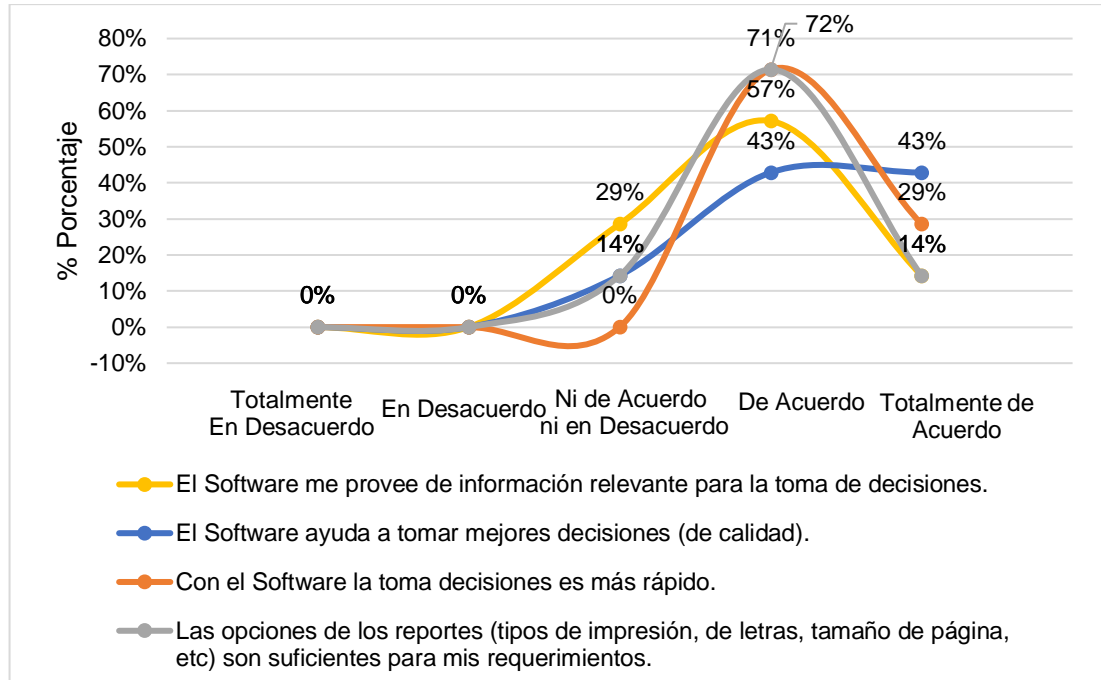
*Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de la dimensión Toma de decisiones parte 1*

Escala	El Software me provee de información relevante para la toma de decisiones.		El Software ayuda a tomar mejores decisiones (de calidad).		Con el Software la toma decisiones es más rápido.		Las opciones de los reportes (tipos de impresión, de letras, tamaño de página, etc.) son suficientes para mis requerimientos.	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
En Desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	2	29%	1	14%	0	0%	1	14%
De Acuerdo	4	57%	3	43%	5	71%	5	72%
Totalmente de Acuerdo	1	14%	3	43%	2	29%	1	14%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>



**Figura 11**

*Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de la dimensión Toma de decisiones parte 1*



### **Interpretación:**

En la Tabla 11 y figura 11, con respecto al indicador “el software me provee información relevante para la toma de decisiones”, el 71% de usuarios aducen como “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, que el aplicativo provee información precisa, exacta y objetiva para la toma de decisiones.

En el indicador “El software ayuda a tomar mejores decisiones”, el 86% de usuarios indica como “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, ya que la información que se genera es filtrada por ciertas configuraciones que hacen que el error sea nulo.

En el indicador “Con el Software la toma de decisiones es más rápida”, el 100% de usuarios aduce como “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, ya que es sistema automatiza ciertas operaciones manuales repetitivas y relevantes lo cual lo hace eficaz a la hora de tomar decisiones.

En el indicador “Las opciones de los reportes son suficientes para mis requerimientos”, el 86% de usuarios aduce como “De acuerdo” y “Totalmente de

acuerdo”, ya que es sistema automatiza ciertas operaciones manuales repetitivas y relevantes lo cual lo hace eficaz a la hora de tomar decisiones.

- **Dimensión: Desempeño individual**

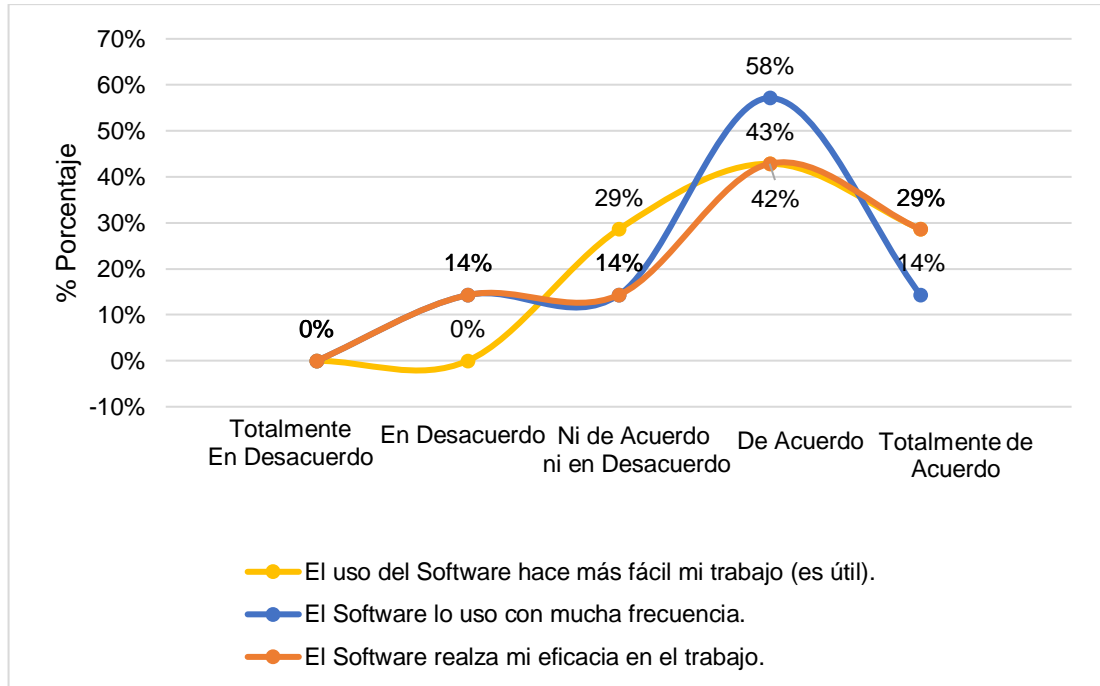
**Tabla 12**

*Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de la dimensión Desempeño individual parte I*

Escala	El uso del Software hace más fácil mi trabajo (es útil).		El Software lo uso con mucha frecuencia.		El Software realiza mi eficacia en el trabajo.	
	f	%	f	%	f	%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%
En Desacuerdo	0	0%	1	14%	1	14%
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	2	29%	1	14%	1	14%
De Acuerdo	3	42%	4	58%	3	43%
Totalmente de Acuerdo	2	29%	1	14%	2	29%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Figura 12**

*Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de la dimensión Desempeño individual parte 1*



### **Interpretación:**

En la Tabla 12 y figura 12, con respecto al indicador “El uso del software hacer más fácil mi trabajo”, el 71% de usuarios aducen como “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, que el aplicativo le ha reducido en tiempo de atención y ciertos procedimientos que eran muy manuales.

En el indicador “el Software lo uso con mucha frecuencia”, el 72% de usuarios indica como “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, ya que el mismo hecho de automatizar ciertas tareas y actividades hacen que su uso sea permanente con fines de hacer efectiva la atención.

En el indicador “el software realiza mi eficacia en el trabajo”, el 71% de usuarios aduce como “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, ya que permite reducir los tiempos de servicios.

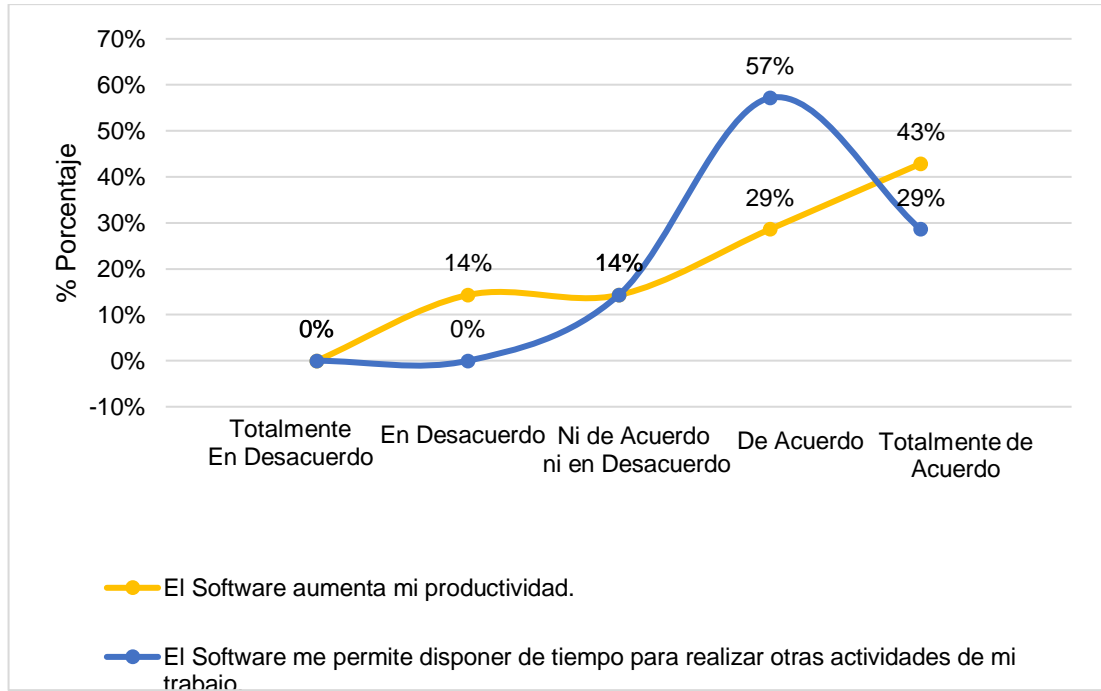
**Tabla 13**

*Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de la dimensión Desempeño individual parte 2*

Escala	El Software aumenta mi productividad.		El Software me permite disponer de tiempo para realizar otras actividades de mi trabajo.	
	f	%	f	%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%	0	0%
En Desacuerdo	1	14%	0	0%
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	1	14%	1	14%
De Acuerdo	2	29%	4	57%
Totalmente de Acuerdo	3	43%	2	29%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Figura 13**

*Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de la dimensión Desempeño individual parte 2*

**Interpretación:**

En la Tabla 13 y figura 13, con respecto al indicador “El uso del software aumenta mi productividad”, el 71% de usuarios aducen como “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, que el aplicativo ha hecho que se incremente el número de atención por una unidad de tiempo.

En el indicador “El software me permite disponer de tiempo para hacer otras actividades”, el 86% de usuarios indica como “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, ya que su productividad hace que tenga tiempo para hacer otras actividades de su competencia laboral.

- **Dimensión: Satisfacción**

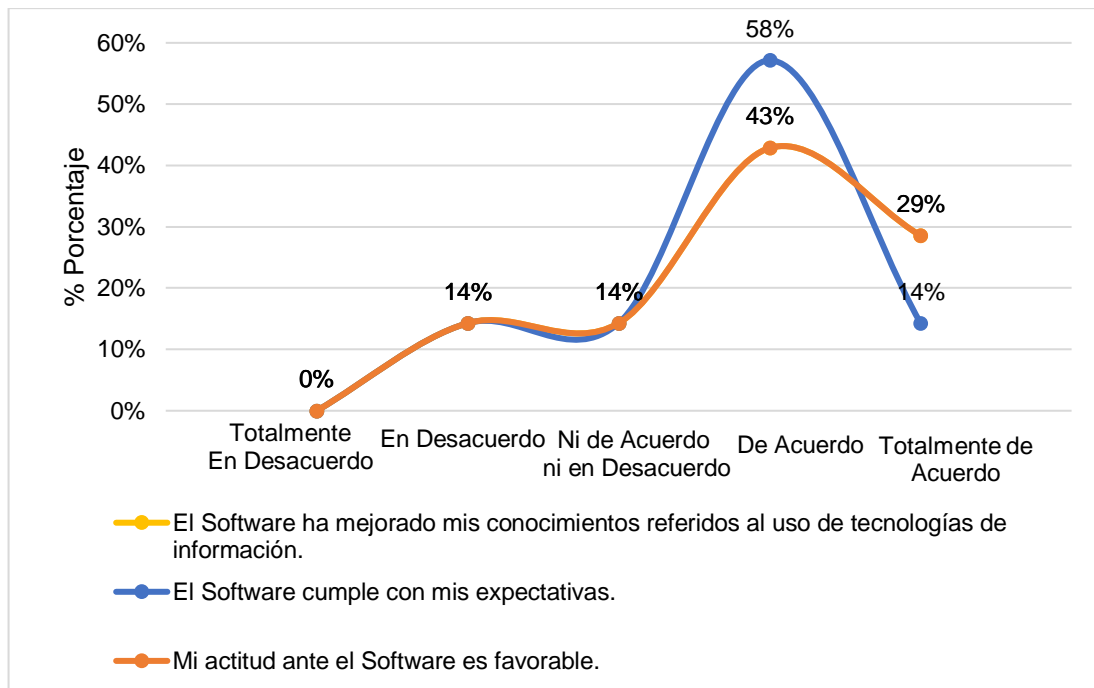
**Tabla 14**

*Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de la dimensión Calidad de servicio parte 1*

Escala	El Software ha mejorado mis conocimientos referidos al uso de tecnologías de información.		El Software cumple con mis expectativas.		Mi actitud ante el Software es favorable.	
	f	%	f	%	f	%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%
En Desacuerdo	1	14%	1	14%	1	14%
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	1	14%	1	14%	1	14%
De Acuerdo	3	43%	4	58%	3	43%
Totalmente de Acuerdo	2	29%	1	14%	2	29%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Figura 14**

*Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de la dimensión satisfacción del funcionario parte 1*



### **Interpretación:**

En la Tabla 14 y figura 14, con respecto al indicador “El software ha mejorado mis conocimientos referidos al uso de tecnologías de información”, el 71% de usuarios aducen como “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, que el aplicativo ha hecho que desarrollen ciertas capacidades y habilidades en las Tics que contribuyen en la atención al cliente.

En el indicador “El software cumple con mis expectativas”, el 72% de usuarios indica como “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, que la efectividad el sistema en un tiempo record y la calidad de información que se genera han hecho que el usuario se sienta satisfecho.

En el indicador “mi actitud ante el software es favorable”, el 71% de usuarios indica como “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, que la conducta ante un sistema productivo hace que tenga la motivación suficiente para operar ya que eso se refleja en la satisfacción de los clientes.

**Tabla 15**

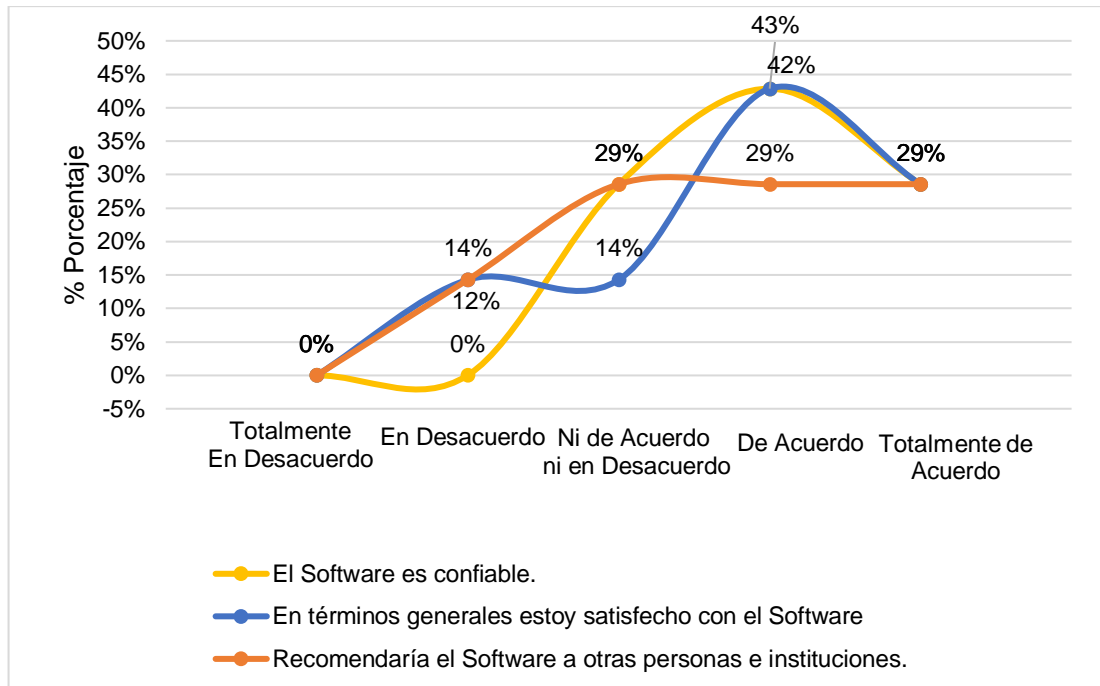
*Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de la dimensión Calidad de servicio parte 2*

Escala	El Software es confiable.		En términos generales estoy satisfecho con el Software		Recomendaría el Software a otras personas e instituciones.	
	f	%	f	%	f	%
Totalmente en Desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%
En Desacuerdo	0	0%	1	14%	1	12%
Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	2	29%	1	14%	2	29%
De Acuerdo	3	42%	3	43%	2	29%
Totalmente de Acuerdo	2	29%	2	29%	2	29%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>



**Figura 15**

*Frecuencia de resultados respecto de los indicadores de la dimensión satisfacción del funcionario parte 2*

**Interpretación:**

En la Tabla 15 y figura 15, con respecto al indicador “El software es confiable”, el 71% de usuarios aducen como “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, que la calidad de información es convincente y efectivo ya que el sistema ha sido desarrollado integralmente y validado.

En el indicador “Estoy satisfecho con el software”, el 71% de usuarios indica como “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, se encuentra cómodo con el sistema.

En el indicador “Recomendaría el software a otras personas”, el 58% de usuarios indica como “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”, que recomendaría la operación del sistema ya que es fiable, seguro y tiene una alta efectividad en cuanto los resultados.

### 4.3 Estadística inferencial

#### 4.3.1 Prueba paramétrica

**Tabla 16**

*Pruebas de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Aplicativo 360	.278	7	.111	.791	7	.033
Impacto el funcionario	.256	7	.185	.786	7	.029

a. Corrección de significación de Lilliefors

#### **Interpretación**

En la Tabla 16 se evidencia las pruebas paramétricas de Kolmogorov-Smirnova y Shapiro-Wilk, debido a que la muestra está conformada por 7 unidades muestrales se opta por la prueba de Shapiro-Wilk en el cual se evidencia una significancia menor a 0.05 para ambas variables, por la cual se concluye que los datos tienen un comportamiento no paramétrico.

Debido a que los datos son no paramétricos y debido a que las escalas de los datos son de tipo ordinal se opta en trabajar con la prueba de Rho Spearman para determinar la relación o influencia de las variables de estudio.

### 4.3.2 Contrastación de hipótesis

- Hipótesis general

Hi: El uso del aplicativo cliente 360 por funcionarios genera un impacto positivo en la banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.

Ho: El uso del aplicativo cliente 360 por funcionarios no genera un impacto positivo en la banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.

**Tabla 17**

*Prueba de Rho de Spearman*

	Correlaciones		Aplicativo 360	Impacto en el funcionario
Rho de Spearman	Aplicativo 360	Coefficiente de correlación	1.000	1.000**
		Sig. (bilateral)	.	.
		N	7	7
	Impacto el funcionario	Coefficiente de correlación	1.000**	1.000
		Sig. (bilateral)	.	.
		N	7	7

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

#### **Interpretación y análisis:**

En la Tabla 17 se observa que existe una relación en un nivel muy alto con 100% entre la variable independiente y la variable dependiente, debido a que  $p = 0,000 < 0,05$  y  $r = 1$ . De ello rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, es decir, “El uso del aplicativo cliente 360 por funcionarios genera un

impacto positivo en la banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.”

VALOR O GRADO “r”	INTEPRETACIÓN
1, 00	Correlación perfecta (positiva o negativa)
De + 0,90 a + 0,99	Correlación muy alta (positiva o negativa)
De + 0,70 a + 0,89	Correlación alta (positiva o negativa)
De + 0,40 a + 0,68	Correlación moderada (positiva o negativa)
De + 0,20 a + 0,39	Correlación baja (positiva o negativa)
De + 0,01 a + 0,19	Correlación muy baja (positiva o negativa)
0,00	Correlación nula (positiva o negativa)

*Nota.* Rojas (2011)

- **Hipótesis específica 1**

Hi1: El uso del aplicativo cliente 360 mejora la toma de decisiones de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.

Ho1: El uso del aplicativo cliente 360 no mejora la toma de decisiones de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.

**Tabla 18**

*Prueba de Rho de Spearman entre la variable Aplicativo 360 y la dimensión toma de decisiones*

Correlaciones		Aplicativo 360	Toma de decisiones	
Rho de Spearman	Aplicativo 360	Coeficiente de correlación	1.000	.767
		Sig. (bilateral)	.	.020
		N	7	7

Toma de decisiones	Coefficiente de correlación	.767	1.000
	Sig. (bilateral)	.020	.
	N	7	7

### Interpretación y análisis:

En la Tabla 18 se observa que existe una relación en un nivel alto con 76.7% entre la variable independiente y la variable dependiente, debido a que  $p = 0,020 < 0,05$  y  $r = 0,767$ . De ello rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, es decir, “El uso del aplicativo cliente 360 mejora la toma de decisiones de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021”.

VALOR O GRADO “r”	INTEPRETACIÓN
1, 00	Correlación perfecta (positiva o negativa)
De + 0,90 a + 0,99	Correlación muy alta (positiva o negativa)
De + 0,70 a + 0,89	Correlación alta (positiva o negativa)
De + 0,40 a + 0,68	Correlación moderada (positiva o negativa)
De + 0,20 a + 0,39	Correlación baja (positiva o negativa)
De + 0,01 a + 0,19	Correlación muy baja (positiva o negativa)
0,00	Correlación nula (positiva o negativa)

*Nota.* Rojas (2011)

- **Hipótesis específica 2**

Hi2: El uso del aplicativo cliente 360 mejora el desempeño individual de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.

Ho2: El uso del aplicativo cliente 360 no mejora el desempeño individual de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.

**Tabla 19**

*Prueba de Rho de Spearman entre la variable Aplicativo 360 y la dimensión desempeño individual*

		<b>Correlaciones</b>		<b>Aplicativo 360</b>	<b>Desempeño individual</b>
Rho de Spearman	Aplicativo 360	Coeficiente de correlación		1.000	.567
		Sig. (bilateral)		.	.040
		N		7	7
	Desempeño individual	Coeficiente de correlación		.567	1.000
		Sig. (bilateral)		.040	.
		N		7	7

**Interpretación y análisis:**

En la Tabla 19 se observa que existe una relación en un nivel moderado con 56.7% entre la variable independiente y la variable dependiente, debido a que  $p = 0,040 < 0,05$  y  $r = 0.567$ . De ello rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, es decir, “El uso del aplicativo cliente 360 mejora el desempeño individual de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021”.

VALOR O GRADO "r"	INTEPRETACIÓN
1, 00	Correlación perfecta (positiva o negativa)
De + 0,90 a + 0,99	Correlación muy alta (positiva o negativa)
De + 0,70 a + 0,89	Correlación alta (positiva o negativa)
De + 0,40 a + 0,68	Correlación moderada (positiva o negativa)
De + 0,20 a + 0,39	Correlación baja (positiva o negativa)
De + 0,01 a + 0,19	Correlación muy baja (positiva o negativa)
0,00	Correlación nula (positiva o negativa)

*Nota.* Rojas (2011)

- **Hipótesis específica 3**

Hi3: El uso del aplicativo cliente 360 mejora la satisfacción de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.

Ho3: El uso del aplicativo cliente 360 no mejora la satisfacción de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.

**Tabla 20**

*Prueba de Rho de Spearman entre la variable Aplicativo 360 y la dimensión satisfacción del funcionario*

Correlaciones		Aplicativo 360	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Aplicativo 360	1.000	.900
		.	.034
		7	7
Satisfacción del funcionario		.034	1.000
		.900	.
		7	7

### Interpretación y análisis:

En la Tabla 20 se observa que existe una relación en un nivel muy alto con 90.0% entre la variable independiente y la variable dependiente, debido a que  $p = 0,034 < 0,05$  y  $r = 0.900$ . De ello rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, es decir, “El uso del aplicativo cliente 360 mejora la satisfacción de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021”.

VALOR O GRADO “r”	INTEPRETACIÓN
1, 00	Correlación perfecta (positiva o negativa)
De + 0,90 a + 0,99	Correlación muy alta (positiva o negativa)
De + 0,70 a + 0,89	Correlación alta (positiva o negativa)
De + 0,40 a + 0,68	Correlación moderada (positiva o negativa)
De + 0,20 a + 0,39	Correlación baja (positiva o negativa)
De + 0,01 a + 0,19	Correlación muy baja (positiva o negativa)
0,00	Correlación nula (positiva o negativa)

*Nota.* Rojas (2011)

#### 4.3.3 Contrastación de mejora de los indicadores de gestión

- **Hipótesis Especifica 4**

Hi4: El uso del aplicativo cliente 360 mejora los indicadores de gestión de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.

Ho4: El uso del aplicativo cliente 360 no mejora los indicadores de gestión de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.



- Satisfacción cliente

**Tabla 21***Reporte de satisfacción antes de la aplicación 360*

Nº	CANAL	AREA	REGION	CODSUCAGE	TOTAL	CUMPL	META	DEFAS
1	FUNCIONARIO PYME PORTAFOLIO PLATINO 1	PROVINCIA 1	ORIENTE	P1G17	14	110.00 %	71.00 %	10.00%
2	FUNCIONARIO PYME PORTAFOLIO CLASICO 1	PROVINCIA 1	ORIENTE	P1G17	22	89.09%	60.00 %	-10.91%
3	FUNCIONARIO PYME PORTAFOLIO ORO 1	PROVINCIA 1	ORIENTE	P1G17	8	108.00 %	68.00 %	8.00%
4	FUNCIONARIO PYME PORTAFOLIO ORO 2	PROVINCIA 1	ORIENTE	P1G17	8	108.24 %	68.00 %	8.24%
5	FUNCIONARIO PYME FACILITADOR	PROVINCIA 1	ORIENTE	P1G17	15	120.00 %	65.00 %	20.00%
6	FUNCIONARIO PYME PORTAFOLIO PLATINO 2	PROVINCIA 1	ORIENTE	P1G17	12	105.71 %	71.00 %	5.71%
7	FUNCIONARIO PYME PORTAFOLIO PLATINO 3	PROVINCIA 1	ORIENTE	P1G17	9	3.95%	71.00 %	-96.25%
								<b>-7.89%</b>

**Tabla 22***Reporte de satisfacción después de la aplicación 360*

<b>N°</b>	<b>CANAL</b>	<b>AREA</b>	<b>REGIO N</b>	<b>CODSUCA GE</b>	<b>TOTA L</b>	<b>CUMP L</b>	<b>MET A</b>	<b>DESFA SE</b>
1	FUNCIÓNA RIO PYME PORTAFOLI O ORO	PROVINC IA 1	PROV 1- ORIENTE	480000	8	120.00 %	72.00 %	20.00%
2	FUNCIÓNA RIO PYME PORTAFOLI O PLATINO	PROVINC IA 1	PROV 1- ORIENTE	480000	8	72.00 %	72.00 %	-28.00%
3	FUNCIÓNA RIO PYME PORTAFOLI O PLATINO	PROVINC IA 1	PROV 1- ORIENTE	480000	9	108.25 %	72.00 %	8.25%
4	FUNCIÓNA RIO PYME PORTAFOLI O ORO	PROVINC IA 1	PROV 1- ORIENTE	480001	7	119.59 %	72.00 %	19.59%
5	FUNCIÓNA RIO PYME PORTAFOLI O PLATINO	PROVINC IA 1	PROV 1- ORIENTE	480001	10	120.00 %	72.00 %	20.00%
6	FUNCIÓNA RIO PYME PORTAFOLI O ORO	PROVINC IA 1	PROV 1- ORIENTE	480003	16	104.29 %	72.00 %	4.29%
7	FUNCIÓNA RIO PYME PORTAFOLI O PLATINO	PROVINC IA 1	PROV 1- ORIENTE	480003	14	109.33 %	72.00 %	9.33%
								+7.64

**Tabla 23***Nivel de mejora del indicador de Satisfacción*

<b>Nivel de Satisfacción</b>	<b>Antes del Aplicativo 360</b>	<b>Después del Aplicativo 360</b>	<b>Mejora</b>
Desfase (Promedio)	-7.89%	+7.64%	203.27%

- **Ventas**

**Tabla 24***Reporte de ventas antes de la aplicación 360*

N°	CANAL	ÁREA	REGION	CODSUCA GE	% TSN+CT+FACNEG+AF +HIP			DESFA SE
					%CUM PL	VENT A	MET A	
1	FUNCIONA RIO PYME PORTAFOLI O CLASICO 1	PROVIN CIA 1	ORIE NTE	P1G17	14%	11400 0	83691 5	-722915
2	FUNCIONA RIO PYME PORTAFOLI O ORO 1	PROVIN CIA 1	ORIE NTE	P1G17	120%	82750 0	68941 0	138090
3	FUNCIONA RIO PYME PORTAFOLI O ORO 2	PROVIN CIA 1	ORIE NTE	P1G17	154%	14020 00	90968 5	492315
4	FUNCIONA RIO PYME PORTAFOLI O PLATINO 1	PROVIN CIA 1	ORIE NTE	P1G17	98%	76700 0	78291 2	-15912
5	FUNCIONA RIO PYME PORTAFOLI O PLATINO 2	PROVIN CIA 1	ORIE NTE	P1G17	67%	52090 0	78291 2	-262012
6	FUNCIONA RIO PYME PORTAFOLI O PLATINO 3	PROVIN CIA 1	ORIE NTE	P1G17	103%	10595 26	10334 31	26095
7	FUNCIONA RIO PYME PORTAFOLI O CLASICO 2	PROVIN CIA 1	ORIE NTE	P1G17	158%	30300 0	19134 9	111651
								- 33241.1 4

**Tabla 25***Reporte de ventas después de la aplicación 360*

N°	CANAL	ÁREA	REGION	CODSUCAGE	% TSN+CT+FACNEG+AF+HIP			DEFAS E
					%cumpl	venta	Meta	
1	FUNCIONARIO PYME PORTAFOLIO CLASICO 1	PROVINCIA 1	PROV 1-ORIENTE	480000	128%	627100	491015	136085
2	FUNCIONARIO PYME PORTAFOLIO ORO 1	PROVINCIA 1	PROV 1-ORIENTE	480000	130%	518450	398804	119646
3	FUNCIONARIO PYME PORTAFOLIO PLATINO 1	PROVINCIA 1	PROV 1-ORIENTE	480000	196%	1684000	857616	826384
4	FUNCIONARIO PYME PORTAFOLIO PLATINO 2	PROVINCIA 1	PROV 1-ORIENTE	480001	140%	1201188	857616	343572
5	FUNCIONARIO PYME PORTAFOLIO PLATINO 3	PROVINCIA 1	PROV 1-ORIENTE	480001	17%	75000	447938	-372938
6	FUNCIONARIO PYME PORTAFOLIO ORO 2	PROVINCIA 1	PROV 1-ORIENTE	480003	137%	987811	718842	268969
7	FUNCIONARIO PYME PORTAFOLIO CLASICO 2	PROVINCIA 1	PROV 1-ORIENTE	480003	59%	379900	642106	-262206
								+151358.86

**Tabla 26***Nivel de mejora del indicador de Ventas*

<b>Nivel de Satisfacción</b>	<b>Antes del Aplicativo 360</b>	<b>Después del Aplicativo 360</b>	<b>Mejora</b>
Desfase	-33241.14	151358.86	121.96%

**Interpretación y análisis:**

En la Tabla 23 y en la Tabla 26, se puede evidenciar una mejora porcentual de 203.27% y de 121.96% para los indicadores de gestión de satisfacción de clientes y ventas de activos respectivamente, con lo cual se contrastaría la hipótesis planteada determinándose la aceptación de la hipótesis de investigación, es decir “El uso del aplicativo cliente 360 mejora los indicadores de gestión de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021”

**CAPITULO V. DISCUSION**

Los resultados del proyecto de tesis muestran que existe una relación en un nivel muy alto con 100% entre la variable independiente y la variable dependiente, debido a que  $p = 0,000 < 0,05$  y  $r = 1$ . De ello rechaza la hipótesis nula se acepta la hipótesis de investigación es decir “El uso del aplicativo cliente 360 por funcionarios genera un impacto positivo en la banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021”, dicho resultados fueron ratificados con los cálculos de los indicadores de gestión donde se evidencio una mejora porcentual de 203.27% y de 121.96% para los indicadores de gestión de satisfacción de clientes y ventas

respetivamente. Estos resultados coinciden con los hallazgos de Castillo (2017) quien al evaluar la mejora en la toma de decisiones de los usuarios de los softwares implementados por los practicantes de la FIIS-UNAS, concluye que el 35% de los usuarios (funcionarios) están satisfechos con el software ya que la toma de decisiones es más rápida. Asimismo, se apoya lo planteado por Granja (2019) quien señala que el uso de sistemas informáticos, para evaluar el desempeño institucional y la calidad de los servicios, logra unificar e integrar datos de contribuyentes en una sola base de datos, lo cual permitiría tener una mayor confianza e integridad de la información almacenada en las bases de datos de la plataforma tecnológica.

En el mismo orden de ideas, la investigación ha demostrado que existe una relación en un nivel alto con 76.7% entre la variable independiente y dimensión toma de decisiones, debido a que  $p = 0,020 < 0,05$  y  $r = 0.767$ . Rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis de investigación es decir “El uso del aplicativo cliente 360 mejora la toma de decisiones de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021”. Confirmando lo antes mencionado, podemos citar un trabajo posterior de Brynjolfsson y Hitt (2000) en el cual se mostró, también mediante un estudio empírico, que invertir en TI brindaban más beneficios para la empresa cuando se combinaban con cambios organizativos, trayendo como consecuencia una mejor toma de decisiones en diversos procesos ejecutados por la empresa.

Este estudio ha permitido comprobar que existe una relación en un nivel moderado con 56.7% entre la variable independiente y dimensión desempeño

individual, debido a que  $p = 0,040 < 0,05$  y  $r = 0.567$ . De ello rechaza la hipótesis nula se acepta la hipótesis de investigación es decir “El uso del aplicativo cliente 360 mejora el desempeño individual de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021”.

También se ha evidenciado que existe una relación en un nivel muy alto con 90.0% entre la variable independiente y dimensión satisfacción, debido a que  $p = 0,034 < 0,05$  y  $r = 0.900$ . De ello rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, es decir el uso del aplicativo cliente 360 ha logrado la satisfacción de los funcionarios. Estos resultados son coincidentes con los estudios de Villegas (2010) quien entre sus resultados afirmó que el impacto que produce la satisfacción del SI aporta significativamente en el desempeño individual y cooperativo de las instituciones privadas de salud estudiadas. También encontró que la calidad de la información y del sistema son más importantes que la del servicio en dicho impacto. Como parte de sus recomendaciones recomienda que en futuras investigaciones aún se evalúe los SI de diferentes mercados y entender por qué se comportan así e identificar y valorar sus causas. Asimismo, insta a tener presente el momento en que se realice el estudio, porque son evaluaciones de éxito de tipo transversales.

Balseca (2014), en sintonía con los hallazgos anteriores, sostiene que el uso de productos software muestran características de calidad, externa e interna, por lo que se recomienda utilizar el modelo de calidad ISO/IEC 25000 para evaluar productos software, ya que el modelo presenta una mayor información sobre las características



de calidad de un producto software y por ser un modelo integrado con el proceso de evaluación.

Por último, considerando los objetivos de investigación planteados al inicio, el estudio empírico se ha centrado en el sector bancario, por lo que se afirma que lo que se obtenga como resultado podrá servir de base para una empresa que pertenezca al mismo sector.

### **Aporte científico**

Los resultados de la presente investigación constituyen un aporte fundamental, ya que se permitió evaluar el impacto del aplicativo cliente 360° en los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito, Pucallpa 2021. De esta manera, se deja evidencia la importancia de asumir nuevos retos en el campo tecnológico aplicados al sector de la banca, haciendo énfasis en un cuidado preferente al análisis de los aspectos organizativos y estratégicos que se relacionan con la utilización de dichas tecnologías, así como al análisis de su impacto en resultado.

Este estudio ha permitido profundizar en una realidad importante como lo es la necesidad de optimizar el valor de negocio, las empresas deben adoptar un enfoque más estratégico a la hora de implementar y gestionar iniciativas tecnológicas. Específicamente, es importante generar el desarrollo de capacidades tecnológicas que deben gestionarse y alinearse con las estrategias de la empresa así mismo con sus

operaciones, para un incremento en la productividad y efectividad de manera sustancial.

Asimismo, estos resultados sirven como antecedente científico, que pueden ser empleados por investigadores para otros estudios, que, desarrollados en un nivel longitudinal, pueden ofrecer nuevos alcances del valor de las variables estudiadas, haciendo que se generen reflexiones y controversia académica sobre el conocimiento obtenido, confrontando la teoría con el conocimiento existente.

## CONCLUSIONES

1. Se determinó que el aplicativo cliente 360 tiene un impacto positivo con un nivel alto en los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito, Pucallpa 2021, debido a que  $p$  es menor que 0.05 y  $r = 1$ ; asimismo el 100% de funcionarios indico estar de “Acuerdo” con el aplicativo debido a que sus funcionalidades generan una calidad de información y servicios, como también, el 100% indico estar de “Acuerdo” con el impacto que genera en el desarrollo de sus actividades individuales, lo cual le permite tomar decisiones más asertivas y por ende promueve una satisfacción interna y externa.

2. Se determinó que el uso del aplicativo cliente 360 mejora la toma de decisiones en los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021, en un nivel alto debido a que  $p = 0,020 < 0,05$  y  $r = 0.767$ , asimismo el 86% de funcionarios indico estar “De acuerdo” con el beneficio para la toma de decisiones, es decir que el aplicativo es funcional y fiable para concretar una decisión operativa asertiva que beneficie a la organización.

3. Se determinó que el uso del aplicativo cliente 360 mejora el desempeño individual de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021, en un nivel moderado, debido a que  $p = 0,040 < 0,05$  y  $r = 0.567$ , asimismo el 86% indicó estar “De acuerdo” en que dicho sistema ha permitido mejorar sus acciones con respecto al procedimiento de atención al cliente por la

reducción de tiempos consecuente de la automatización de ciertas tareas y actividades, esto ha generado incrementar la productividad de los funcionarios.

4. Se determinó que el uso del aplicativo cliente 360 mejora la satisfacción en la banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021, en un nivel alto, debido a que  $p = 0,034 < 0,05$  y  $r = 0.900$ , asimismo el 71% indico estar “De acuerdo” con la satisfacción del aplicativo 360 ya que ha hecho que desarrollen ciertas capacidades y habilidades que les motive a ser más efectivos en la atención a los clientes.

5. Se evaluó el nivel de mejora de los indicadores de gestión por el uso del aplicativo cliente 360 en los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021, determinándose un 203.27% y 121.96% para los indicadores de gestión de satisfacción clientes y ventas respectivamente, con estos datos cuantitativos y su variación entre el antes y después se ratifica que el aplicativo cliente 360 ha generado un impacto positivo en las operaciones de los funcionarios.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda que el aplicativo cliente 360° para funcionarios de banca pequeña y mediana empresa siga siendo implementado, de manera que permita mantener un registro de la mayoría de las diligencias que se relaciones con los usuarios finales, esto ayudará a la creación de estrategias, reportes e indicadores que contribuirán a la toma de una mejor decisión para brindar un mejor servicio y tener clientes satisfechos con la atención ofrecida.

Se recomienda realizar un monitoreo y seguimiento permanente al aplicativo 360° para evaluar si se adecúa al procedimiento que realiza la empresa, simplificando actividades innecesarias que desempeñan los colaboradores, también es más favorable escoger un sistema que permita actualizaciones a futuro, esto para asegurar el buen funcionamiento de los procesos.

Se recomienda desarrollar estudios basados en datos longitudinales, que permitan estudiar como avanza el aplicativo cliente 360° en el sector de la banca y observar si aún se mantienen las relaciones causales observadas entre los diferentes factores que influye en su éxito.

**REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS**

- Aguaded, J.I. y Cabero, J. (2003). *Educación en Red. Internet como recursos para la educación*. Málaga, Aljibe
- Arias, Fidias. (2006). *El proyecto de investigación*. 5ª Edición. Caracas – Venezuela. Editorial Episteme
- Balseca Chisaguano, E. A. (2014). *Evaluación de calidad de productos software en empresas de desarrollo de software aplicando la norma ISO/IEC 25000*. Quito: Escuela Politecnica Nacional.
- Bass, L., P. Clements y R. Kazman (2003). *Software Architecture in Practice*, 2a. ed., Addison-Wesley.
- Benavides, C.; Jiménez, J.; Rodríguez, J. (1991). Innovación y empresa. *Revista de Economía y Empresa*, Vol. 11, nº 29/30, pp. 47-56.
- Brunetta, H. (2014). *Del marketing relacional al CRM*. Buenos Aires: Todo Management.
- Bruque, S. (2001). *Ventaja competitiva, tecnologías de la información y factores humanos y de gestión. Una aplicación al sector de distribución farmacéutica*. Tesis Doctoral. Universidad de Jaén.
- Bueno, E. (1993). *Curso básico de Economía de la Empresa: Enfoque de organización*. Editorial Pirámide: Madrid
- Bueno, E.; Morcillo, P.; Salmador, M.P. (2006). *Dirección Estratégica. Nuevas perspectivas teóricas*. Ediciones Pirámide: Madrid.

- Carrasco, S. (2007). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima: Edit. San Marcos.
- Castell, M. (2000). *La era de la información* (Volumen I) La sociedad red. Madrid, Alianza.
- Castells, M. (1997). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Vol.1, La sociedad en red. Alianza, D.L.: Madrid.
- Castillo Cornelio, J. O. (2017). *Impacto de los software implementados por los practicantes de la FIIS – UNAS en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2012 - 2016*. Tingo Maria: Universidad Nacional Agraria De La Selva.
- Condori, H. (2012). *Un modelo de evaluación de factores críticos de éxito en la implementación de la seguridad en sistemas de Información para determinar su influencia en la intención del usuario*. Lima: Universidad Mayor De San Marcos.
- Croxatto, H. (2005). *Creando valor en la relación con sus clientes*. Dunken.
- Del Águila, A.R.; Bruque, S.; Padilla, A. (2003). Las tecnologías de la información y de la comunicación en la organización de empresas. Cuestiones de investigación en un nuevo paradigma. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 9, nº 2, pp. 1135- 2523.
- Díaz Alba, E., & Pinzón Salgado, M. A. (2014). *Sistema de información web para la gestión de clientes (CRM) para la empresa Mi-Martinez*. Bogota.
- Dictionary. Software Engineering Terms. 1990).
- García, I. (2001). *CRM: gestión de la relación con los clientes*. FC Editorial

Garvin D., (1987) Competing on the Eight Dimensions of Quality, *Harvard Business Review*, noviembre 1987, pp. 101-109. Resumen disponible en [www.acm.org/crossroads/xrds6-4/software.html](http://www.acm.org/crossroads/xrds6-4/software.html).

Gonzalo, E. D. (2014). *Aplicaciones informáticas de la gestión comercial*. UF0351. TUTOR FORMACIÓN.

Granja Heredia, L. G. (2019). *Evaluacion expost al proyecto de implemetación del sistema informatico integral multifinlitarario en el gobierno autónomop descentralizado municipal del cantón Riobamba* . Riobamba: Escuela Superior Politécnica De Chimborazo.

Hernandez Sampieri, R. (2006). *Metodologia de la Investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.

Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodología De La Investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.

Irawan, H., & Syah, I. (2017). *Evaluación de la implementación del sistema de información de planificación de recursos empresariales (ERP) con el modelo de DeLone y McLean*. New York: International Conference on Information and Communication Technology .

Laudon, K.; Laudon, J. (2001): *Information Systems Management: Organization and Technology*. 7ª edición. Prentice Hall: Nueva Jersey.

Lúquez, Petra y Reyes, Luz Maritza (2003). Competencias para la integración de las TIC. En Enlace. *Revista Venezolana de Información y Conocimientos*. Año 2, N° 8. Venezuela. (Pp. 16-26)



- McCALL, J., P. Richards y G. Walters, (1977). “*Factors in Software Quality*”, tres volúmenes, NTIS AD-A049-014, 015, 055, noviembre.
- Mogrovejo Chion, R. J. (2013). *Evaluación y análisis de un modelo de calidad en uso del portal web de la bolsa de trabajo de la Pontificia Universidad Católica del Perú basado en la norma ISO/IEC 25000 y familia*. Lima: Pontificia Universidad Católica Del Perú.
- Pressman, R. (2010) *Ingeniería del software: Un enfoque práctico*. Séptima Edición. México. Mc. Graw Hill.
- Schumpeter, J.A. (1934): *The theory of economic development*. Harvard University Press: Boston.
- Tamayo y Tamayo. (2000). *El proceso de investigación científica*. México.: Editorial Limaza.
- Villegas Ortega, J. H. (2010). *Un Modelo de evaluación de los atributos críticos de éxito de los sistemas de información en el desempeño individual, cooperativo y organizacional*. Lima: Universidad Mayor de San Marcos.
- Libro Ingeniería de Software. Un enfoque práctico. 1998 de Roger S. Pressman  
IEEE 610-1990. Instituto de Ingenieros Eléctricos y Electrónicos. (IEEE  
Computer
- Glass, R. (1998). Defining Quality Intuitively. IEEE Software, 103-107
- Aniorte, N. (20 de agosto de 2013). Servicios de Calidad. Recuperado el 28 de julio de 2016, de [http://www.aniorte-nic.net/apunt\\_gest\\_serv\\_sanit\\_4.htm](http://www.aniorte-nic.net/apunt_gest_serv_sanit_4.htm)
- Jhon, H. K. (2012). *Marketing de servicios, conceptos, estrategias y casos*. México:

Cengage Learning.

- Kurtz, L. (2012). *Marketing Contemporáneo*. México: Cengage Learning.  
(Talentwise SC, México Consultoria empresarial, Blvd. Adolfo Ruiz Cortines 3720)
- De Lera, E. y Garreta-Domingo, M. (2007). Ten emotion heuristics: guidelines for assessing the user's affective dimension easily and cost-effectively. *BCS-HCI Proceedings of the 21st British HCI Group Annual Conference on People and Computers: HCI...but not as we know it - Volume 2* 163-166
- Wilson, G. y Sasse A. (2004). From doing to being: getting closer to the user experience. *Interacting with Computers*.
- Sosa, P. D. (2006). *Administración por Calidad*. México: Limusa.
- Zhu, H., Madnick, S. E., Lee, Y. W., & Wang, R. Y. (2014). *Data and Information Quality Research: Its Evolution and Future*. Massachusetts: Working Paper
- Datenqualitätsmanagement in Data Warehouse-Systemen. Oldenburg: Doctoral dissertation, Universität Oldenburg.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1972). *The mathematical theory of communication*. Univ. of Illinois Press, Urbana.
- Zambrano, A. (2007). *Planificación estratégica, presupuesto y control*, 237.
- ISO. (2008). *Normas de ISO 900*
- Camejo Joanna. (2012, noviembre 28). *Indicadores de gestión ¿Qué son y por qué usarlos?* Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/indicadores-de-gestion-que-son-y-por-que-usarlos/>

(DeLong y Rockart, 1992. Cannon, 1994. Barrow, 1990, y Cavaye, 1995 crf Corner y Hinton, 2002)

# **ANEXOS**

## Anexo 01. Matriz de consistencia

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables / Dimensiones	Tipo y Diseño de Investigación	Población y Muestra
<b>General</b>	<b>General</b>	<b>General</b>	<b>independiente</b>		
¿Cuál es el nivel de impacto del aplicativo cliente 360 en los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito, Pucallpa 2021?	Determinar el nivel de impacto del aplicativo cliente 360 en los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito, Pucallpa 2021.	El uso del aplicativo cliente 360 por funcionarios genera un impacto positivo en la banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.	<p>Aplicativo 360 implementado</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad de la información</li> <li>• Calidad del aplicativo</li> <li>• Calidad de los servicios</li> </ul>	<p><b>Enfoque:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Tipo:</b> Aplicada</p> <p><b>Nivel:</b> correlacional</p>	<p><b>Población:</b> La población está conformada por los 7 funcionarios (usuario) del Banco de Crédito de la oficina Pucallpa.</p>
<b>Específicos</b>	<b>Específicos</b>	<b>Específicos</b>	<b>Dependiente</b>	<b>Diseño de investigación:</b>	<b>Muestra:</b>
¿Cuál es el nivel de mejora en la toma de decisiones con el uso del aplicativo cliente 360 por parte de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021?	Determina el nivel de mejora en la toma de decisiones con el uso del aplicativo cliente 360 por parte de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa	El uso del aplicativo cliente 360 mejora la toma de decisiones de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021. El uso del aplicativo cliente	<p>Impacto en los funcionarios</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Toma de decisiones</li> <li>• Desempeño individual</li> <li>• Satisfacción</li> </ul>	<p>No Experimental Transaccional</p>	<p>La población está conformada por los 7 funcionarios (usuario) del</p>

<p>¿Cuál es el nivel de mejora en el desempeño individual con en el uso del aplicativo cliente 360 por parte de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021?</p> <p>¿Cuál es el nivel de mejora en la satisfacción con el uso del aplicativo cliente 360 por parte de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021?</p> <p>¿Cuál es el nivel de mejora de los indicadores de gestión con el uso del aplicativo cliente 360 por parte de los funcionarios</p>	<p>2021.</p> <p>Determina el nivel de mejora en el desempeño individual con en el uso del aplicativo cliente 360 por parte de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.</p> <p>Determina el nivel de mejora en la satisfacción con el uso del aplicativo cliente 360 por parte de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.</p> <p>Evaluar el nivel de mejora de los indicadores de gestión con el uso del aplicativo cliente 360 por</p>	<p>360 mejora el desempeño individual de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.</p> <p>El uso del aplicativo cliente 360 mejora la satisfacción de los funcionarios en la banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.</p> <p>El uso del aplicativo cliente 360 mejora los indicadores de gestión de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• indicadores de gestión</li> </ul>		<p>Banco de Crédito de la oficina Pucallpa.</p>
---	---	--	--	--	---

de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021?	parte de los funcionarios de banca pequeña y mediana empresa del Banco de Crédito Pucallpa 2021.				
--	--	--	--	--	--

### Anexo 02. Consentimiento informado

El presente estudio de investigación que lleva por título: ***“IMPACTO DEL APLICATIVO CLIENTE 360 EN LOS FUNCIONARIOS DE BANCA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA DEL BANCO DE CREDITO, PUCALLPA 2021”***, es una tesis a ser presentada para la obtención del título de Ingeniero Industrial en la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, la realización de la misma está a cargo de la Sra. Juana Andrea Báez Linares y cuenta con la asesoría y supervisión del Dr. Pedro Getulio Villavicencio Guardia.

El propósito de la encuesta es conocer a mayor profundidad acerca de la percepción del “Aplicativo 360 implementado” y el “Impacto en el funcionario”. La información será usada para fines estrictamente académicos y al concluir la investigación entrará a disposición del público que visite la biblioteca y el repositorio de la Escuela profesional de Ingeniería Industrial - UNHEVAL.

En ese sentido, agradeceremos ratificar su consentimiento en el uso y difusión de la información proporcionada. Para ello, la responsable a cargo del proyecto de investigación garantiza que la información será utilizada únicamente para los fines aquí expuestos. Agradezco su apoyo.

Yo \_\_\_\_\_, representante de \_\_\_\_\_ autorizo la utilización y publicación de los datos prestados para la elaboración del trabajo con fines de titulación.

Atentamente,

-----  
Firma

-----  
Nombre:

-----  
DNI:



### Anexo 03. Formato de validación de los instrumentos por expertos

#### INSTRUMENTO: CUESTIONARIO DE LA VARIABLE “APLICATIVO 360 IMPLEMENTADO”

Nombre del experto: \_\_\_\_\_

Especialidad: \_\_\_\_\_

“Calificar con 1, 2, 3 ó 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad”

DIMENSION	ITEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	El Software provee de información útil.				
	La información necesaria del Software está siempre disponible.				
	El Software provee de reportes y consultas de información útiles y fáciles de comprender e interpretar.				
	El Software presenta los resultados en un formato útil (*.pdf, *.xls, *.docx, etc.).				
	El Software provee información actualizada y confiable.				
	El Software permite mantener la información segura.				
CALIDAD DEL APLICATIVO	La interfaz del Software es amigable (entendible, vistoso, sin colores “chillantes”, etc.).				

	La velocidad de procesamiento de información del Software es aceptable en comparación si se hace de otra manera (mecánica, manual).				
	El Software no se “cae” o se “cuelga” regularmente.				
	El Software se adecua a mis necesidades cotidianas.				
	Aprender a usar el Software es fácil e intuitivo.				
	El Software es fácil de usar.				
CALIDAD DE LOS SERVICIO	El Software evita que se cometa errores al ingresar información.				
	El uso del Software mejora mi desempeño en el trabajo.				
	El uso del Software incrementa mi efectividad en el trabajo.				
	Soporte Técnico tiene actualizado el software y hardware necesario para que el Software se encuentre operativo.				
	Soporte Técnico da servicio y apoyo rápido a los usuarios cuando lo requieren.				
	Soporte Técnico tiene los conocimientos competentes cuando se presentan inconvenientes en la operación y uso del Software.				
	Soporte Técnico entiende mis				

	necesidades de información.				
--	-----------------------------	--	--	--	--

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI ( ) NO ( ) En caso de Sí, ¿Qué dimensión o ítem falta? \_\_\_\_\_

DECISIÓN DEL EXPERTO:

El instrumento debe ser aplicado: SI ( ) NO ( )

.....

Firma y sello del experto

**INSTRUMENTO: CUESTIONARIO DE LA VARIABLE “IMPACTO EN LOS FUNCIONARIOS”**

Nombre del experto: \_\_\_\_\_

Especialidad: \_\_\_\_\_

“Calificar con 1, 2, 3 ó 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, coherencia, suficiencia y claridad”

<b>DIMENSION</b>	<b>ITEM</b>	<b>RELEVANCIA</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>SUFICIENCIA</b>	<b>CLARIDAD</b>
<b>TOMA DE DECISIONES</b>	El Software me provee de información relevante para la toma de decisiones.				
	El Software ayuda a tomar mejores decisiones (de calidad).				
	Con el Software la toma de decisiones es más rápido.				
	Las opciones de los reportes (tipos de impresión, de letras, tamaño de página, etc.) son suficientes para mis requerimientos.				
<b>DESEMPEÑO INDIVIDUAL</b>	El uso del Software hace más fácil mi trabajo (es útil).				
	El Software lo uso con mucha frecuencia.				
	El Software realza mi eficacia en el trabajo.				
	El Software aumenta mi productividad.				
	El Software me permite disponer de tiempo para realizar otras actividades				

	de mi trabajo.				
<b>SATISFACCIÓN DEL FUNCIONARIO</b>	El Software ha mejorado mis conocimientos referidos al uso de tecnologías de información.				
	El Software cumple con mis expectativas.				
	Mi actitud ante el Software es favorable.				
	El Software es confiable.				
	En términos generales estoy satisfecho con el Software				
	Recomendaría el Software a otras personas e instituciones.				

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI ( ) NO ( ) En caso de Sí, ¿Qué dimensión o ítem falta? \_\_\_\_\_

DECISIÓN DEL EXPERTO:

El instrumento debe ser aplicado: SI ( ) NO ( )

.....

Firma y sello del experto

## Hoja de instrucciones para la evaluación

<b>CATEGORÍA</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>INDICADOR</b>
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir, debe ser incluido	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión
	2. Bajo nivel	El ítem tiene una alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide este
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que están midiendo	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión
	2. Bajo nivel	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión
	3. Moderado nivel	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo
	4. Alto nivel	El ítem tiene relación lógica con la dimensión
<b>SUFICIENCIA</b> Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de esta.	1. No cumple con el criterio	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión
	2. Bajo nivel	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total
	3. Moderado nivel	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente
	4. Alto nivel	Los ítems son suficientes
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, sus sintácticas y semánticas son adecuadas	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro
	2. Bajo nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras que utilizan de acuerdo a su significado o por la ordenación de los mismos
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos términos de ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada

### Anexo 04. instrumentos

#### CUESTIONARIO DE “APLICATIVO 360 IMPLEMENTADO”

**Intensión:** El presente cuestionario es un instrumento de recopilación de datos de su opinión respecto a la Variable “Aplicativo 360 implementado”, información que contribuirá en la conclusión y aporte en la presente materia de investigación.

**Instrucción de llenado:** lea detenidamente cada Ítem del cuestionario y responda marcando con un aspa (x) la respuesta de su parecer según la escala que se muestra a continuación:

Totalmente en desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
1	2	3	4	5

Ítem	1	2	3	4	5
1. El Software provee de información útil.					
2. La información necesaria del Software está siempre disponible.					
3. El Software provee de reportes y consultas de información útiles y fáciles de comprender e interpretar.					
4. El Software presenta los resultados en un formato útil (*.pdf, *.xls, *.docx, etc.)					
5. El Software provee información actualizada y confiable.					
6. El Software permite mantener la información segura.					
7. La interfaz del Software es amigable (entendible, vistoso, sin colores “chillantes”, etc.).					
8. La velocidad de procesamiento de información del Software es aceptable en comparación si se hace de otra manera (mecánica, manual).					
9. El Software no se “cae” o se “cuelga” regularmente.					
10. El Software se adecua a mis necesidades cotidianas.					

<b>Ítem</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
11. Aprender a usar el Software es fácil e intuitivo.					
12. El Software es fácil de usar.					
13. El Software evita que se cometa errores al ingresar información.					
14. El uso del Software mejora mi desempeño en el trabajo.					
15. El uso del Software incrementa mi efectividad en el trabajo.					
16. Soporte Técnico tiene actualizado el software y hardware necesario para que el Software se encuentre operativo.					
17. Soporte Técnico da servicio y apoyo rápido a los usuarios cuando lo requieren.					
18. Soporte Técnico tiene los conocimientos competentes cuando se presentan inconvenientes en la operación y uso del Software.					
19. Soporte Técnico entiende mis necesidades de información.					



**CUESTIONARIO PARA EVALUAR EL “IMPACTO EN LOS  
FUNCIONARIOS”**

**Intención:** El presente cuestionario es un instrumento de recopilación de datos de su opinión respecto a la Variable “Impacto en los funcionarios” información que contribuirá en la conclusión y aporte en la presente materia de investigación.

**Instrucción de llenado:** lea detenidamente cada Ítem del cuestionario y responda marcando con un aspa (x) la respuesta de su parecer según la escala que se muestra a continuación:

Totalmente en desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
1	2	3	4	5

Ítem	1	2	3	4	5
1. El Software me provee de información relevante para la toma de decisiones.					
2. El Software ayuda a tomar mejores decisiones (de calidad).					
3. Con el Software la toma decisiones es más rápido.					
4. Las opciones de los reportes (tipos de impresión, de letras, tamaño de página, etc.) son suficientes para mis requerimientos.					
5. El uso del Software hace más fácil mi trabajo (es útil).					
6. El Software realza mi eficacia en el trabajo.					
7. El Software aumenta mi productividad.					
8. El Software me permite disponer de tiempo para realizar otras actividades de mi trabajo.					
9. El Software ha mejorado mis conocimientos referidos al uso de tecnologías de información.					
10. El Software cumple con mis expectativas.					

<b>Ítem</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
11. Mi actitud ante el Software es favorable.					
12. El Software es confiable.					
13. En términos generales estoy satisfecho con el Software					
14. Recomendaría el Software a otras personas e instituciones.					
15. El software ayuda a cumplir con los indicadores					
16. El software es efectivo con las metas					

## Anexo 05. Cuadros de tabulación

Id	Indicadores	Encuestados						
		e1	e2	e3	e4	e5	e6	e7
v1d1item1	El Software provee de información útil.	3	4	3	3	4	3	4
v1d1item2	La información necesaria del Software está siempre disponible.	4	4	4	4	4	4	4
v1d1item3	El Software provee de reportes y consultas de información útiles y fáciles de comprender e interpretar.	3	4	4	3	4	4	4
v1d1item4	El Software presenta los resultados en un formato útil (*.pdf, *.xls, *.docx, etc).	4	5	5	4	5	5	5
v1d1item5	El Software provee información actualizada y confiable.	2	4	4	2	4	4	4
v1d1item6	El Software permite mantener la información segura.	4	4	3	4	4	3	4
v1d2item7	La interfaz del Software es amigable (entendible, vistoso, sin colores “chillantes”, etc).	3	2	4	3	2	4	2
v1d2item8	La velocidad de procesamiento de información del Software es aceptable en comparación si se hace de otra manera (mecánica, manual).	4	4	5	4	4	5	4
v1d2item9	El Software no se “cae” o se “cuelga” regularmente.	3	3	3	3	3	3	3
v1d2item10	El Software se adecua a mis necesidades cotidianas.	4	4	4	4	4	4	4
v1d2item11	Aprender a usar el Software es fácil e intuitivo.	4	4	5	4	4	5	4
v1d2item12	El Software es fácil de usar.	5	4	4	5	4	4	4
v1d3item13	El Software evita que se cometa errores al ingresar información.	4	5	4	4	5	4	5
v1d3item14	El uso del Software mejora mi desempeño en el trabajo.	5	4	3	5	4	3	4
v1d3item15	El uso del Software incrementa mi efectividad en el trabajo.	1	5	2	1	5	2	5
v1d3item16	Soporte Técnico tiene actualizado el software y hardware necesario para que el Software se encuentre operativo.	4	5	3	4	5	3	5
v1d3item17	Soporte Técnico da servicio y apoyo rápido a los usuarios cuando lo requieren.	3	4	5	3	4	5	4
v1d3item18	Soporte Técnico tiene los conocimientos competentes cuando se presentan inconvenientes en la operación y uso del Software.	4	5	4	4	5	4	5
v1d3item19	Soporte Técnico entiende mis necesidades de información.	4	4	2	4	4	2	4
v2d1item1	El Software me provee de información relevante para la toma de decisiones.	4	4	3	4	4	3	4
v2d1item2	El Software ayuda a tomar mejores decisiones (de calidad).	4	5	4	4	5	4	5

Id	Indicadores	Encuestados						
		e1	e2	e3	e4	e5	e6	e7
v2d1item3	Con el Software la toma decisiones es más rápido.	5	4	4	5	4	4	4
v2d1item4	Las opciones de los reportes (tipos de impresión, de letras, tamaño de página, etc) son suficientes para mis requerimientos.	4	4	4	4	4	4	4
v2d2item5	El uso del Software hace más fácil mi trabajo (es útil).	4	3	4	4	3	4	3
v2d2item6	El Software lo uso con mucha frecuencia.	4	2	4	4	2	4	2
v2d2item7	El Software realza mi eficacia en el trabajo.	3	4	3	3	4	3	4
v2d2item8	El Software aumenta mi productividad.	4	5	2	4	5	2	5
v2d2item9	El Software me permite disponer de tiempo para realizar otras actividades de mi trabajo.	5	4	4	5	4	4	4
v2d3item10	El Software ha mejorado mis conocimientos referidos al uso de tecnologías de información.	2	5	2	2	5	2	5
v2d3item11	El Software cumple con mis expectativas.	4	4	4	4	4	4	4
v2d3item12	Mi actitud ante el Software es favorable.	1	4	4	1	4	4	4
v2d3item13	El Software es confiable.	3	4	5	3	4	5	4
v2d3item14	En términos generales estoy satisfecho con el Software	4	4	5	4	4	5	4
v2d3item15	Recomendaría el Software a otras personas e instituciones.	4	2	5	4	2	5	2

**Procesamiento para determinar promedios de dimensiones y variables por cada encuesta**

v 1 d li te m 1	v 1 d li te m 2	v 1 d li te m 3	v 1 d li te m 4	v 1 d li te m 5	v 1 d li te m 6	v 1 d 2i te m 7	v 1 d 2i te m 8	v 1 d 2i te m 9	v1 d2 ite m 10	v1 d2 ite m 11	v1 d2 ite m 12	v1 d3 ite m 13	v1 d3 ite m 14	v1 d3 ite m 15	v1 d3 ite m 16	v1 d3 ite m 17	v1 d3 ite m 18	v1 d3 ite m 19	v 2 d li te m 1	v 2 d li te m 2	v 2 d li te m 3	v 2 d li te m 4	v 2 d 2i te m 5	v 2 d 2i te m 6	v 2 d 2i te m 7	v 2 d 2i te m 8	v 2 d 2i te m 9	v2 d3 ite m 10	v2 d3 ite m 11	v2 d3 ite m 12	v2 d3 ite m 13	v2 d3 ite m 14	v2 d3 ite m 15	
2	4	3	4	2	4	3	4	3	4	4	5	4	5	1	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	3	4	1	3	2	4	
4	2	4	3	4	4	2	4	3	5	4	3	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	3	3	2	4	5	4	5	5	4	4	4	4	2
3	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	3	3	2	3	5	4	2	3	3	4	4	4	5	3	3	4	4	3	3	5	5	5	
3	4	3	4	2	4	3	4	3	4	4	5	4	5	1	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	2	3	3	4	
4	3	4	5	3	2	2	3	4	3	2	4	5	4	5	5	4	5	3	5	5	4	5	3	2	4	5	4	5	2	5	4	4	3	
3	4	4	4	4	3	4	5	3	2	5	4	4	3	2	3	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	2	3	2	4	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	2	4	3	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	3	2	4	5	4	4	4	4	4	4	2

**Promedio de dimensiones para estadística inferencial**

<b>V1DIM1</b>	<b>V1DIM2</b>	<b>V1DIM3</b>	<b>V2DIM1</b>	<b>V2DIM2</b>	<b>V2DIM3</b>	<b>VAR1</b>	<b>VAR2</b>
3.2	3.8	3.6	4.3	4.0	2.8	3.5	3.6
3.5	3.5	4.6	4.0	3.6	4.0	3.9	3.9
4.0	4.3	3.1	3.5	3.8	4.2	3.8	3.9
3.3	3.8	3.4	4.3	4.4	3.3	3.5	3.9
3.5	3.0	4.4	4.8	3.6	3.8	3.7	4.0
3.7	3.8	3.7	3.8	3.2	4.3	3.7	3.8
4.2	3.5	4.6	4.3	3.6	3.8	4.1	3.9

**Redondeo de promedios de dimensiones para estadística Descriptiva**

<b>V1DIM1</b>	<b>V1DIM2</b>	<b>V1DIM3</b>	<b>V2DIM1</b>	<b>V2DIM2</b>	<b>V2DIM3</b>	<b>VAR1</b>	<b>VAR2</b>
3	4	4	4	4	3	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4
3	4	3	4	4	3	4	4
4	3	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4





"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"  
**UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZÁN" HUÁNUCO – PERÚ**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL Y DE SISTEMAS**



**RESOLUCIÓN N° 0004-2022-UNHEVAL/FIIS-D/V.**  
 Huánuco, 10 de enero de 2022.

**CONSIDERANDO:**

Que con Resolución N° 077-2020-UNHEVAL-CEU, del 11.DIC.2020, se PROCLAMA Y ACREDITA a partir del 14 de diciembre de 2020 hasta el 13 de diciembre de 2024, al **Dr. MARCO ANTONIO VILLAVICENCIO CABRERA** como Decano de la Facultad de Ingeniería Industrial y de Sistemas, de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco;

Que con Oficio N° 19-2022-UNHEVAL/PROFI-C, de fecha 10 de enero de 2022, la Coordinadora del PROFI, manifiesta que, en atención a los documentos, remite la solicitud digital y el ejemplar de tesis de bachilleres, quienes estudiaron en el Programa de Fortalecimiento en Investigación PROFI correspondiente al Ciclo Académico 2021-I, con la finalidad de obtener el título profesional de la Escuela Profesional de Ingeniería Industrial. Solicitando se fije fecha y hora, en base a los Art. 46° y 47° del Reglamento del Programa;

Que visto el expediente, en mérito al Art. 46° y 47° del Reglamento del PROFI, mi Despacho considera procedente emitir una Resolución designando los Jurados Examinadores de tesis de los Bachilleres de la EP de Ingeniería Industrial – PROFI 2021-I, y fijar fecha, hora y lugar para la sustentación pública virtual, debiendo el Presidente del Jurado hacer conocer el Link respectivo;

BACHILLER	TÍTULO DE LA TESIS	JURADOS	DIA/HORA/LUGAR
✓ JUANA ANDREA BAEZ LINARES	IMPACTO DEL APLICATIVO CLIENTE 360 EN FUNCIONARIOS DE BANCA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA DEL BANCO DE CREDITO, PUCALLPA 2021	Dra. Guadalupe Ramírez Reyes <b>PRESIDENTE</b> Dr. Hernán López y Rojas <b>SECRETARIO</b> Mg. Jorge T. Chávez Estrada <b>VOCAL</b>	Día: <b>Viernes 14.ENE.2022</b> Hora: <b>08:00 am</b> LUGAR: <b>Sustentación Virtual</b>

Que estando a las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad de Ingeniería Industrial y de Sistemas, por la Ley Universitaria N° 30220, Estatuto Universitario y Resolución N° 077-2020-UNHEVAL-CEU;

**SE RESUELVE:**

**1° DESIGNAR** Jurados Examinadores de tesis de Bachilleres de la EP de Ingeniería Industrial – PROFI 2021 - I, en mérito al Art. 46° y 47° del Reglamento del PROFI y fijar fecha, hora y lugar para la sustentación pública virtual, por lo manifestado en los considerandos de la presente Resolución:

BACHILLER	TÍTULO DE LA TESIS	JURADOS	DIA/HORA/LUGAR
✓ JUANA ANDREA BAEZ LINARES	IMPACTO DEL APLICATIVO CLIENTE 360 EN FUNCIONARIOS DE BANCA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA DEL BANCO DE CREDITO, PUCALLPA 2021	Dra. Guadalupe Ramírez Reyes <b>PRESIDENTE</b> Dr. Hernán López y Rojas <b>SECRETARIO</b> Mg. Jorge T. Chávez Estrada <b>VOCAL</b>	Día: <b>Viernes 14.ENE.2022</b> Hora: <b>08:00 am</b> LUGAR: <b>Sustentación Virtual</b>

**2° DAR A CONOCER** a los órganos internos y a los interesados.

Regístrese, comuníquese y archívese



Dr. Marco Villavicencio Cabrera  
**DECANO FIIS**

c.c.:PROFI/Jurados/Interesados/Archivo.





## ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE INGENIERO INDUSTRIAL - PROFI

En Huánuco, a los catorce días del mes de Enero de 2022, siendo las 8 am horas de acuerdo al Reglamento del Programa de Fortalecimiento en Investigación PROFI de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Capítulo XII DE LA SUSTENTACIÓN DE LA TESIS, Art. 48º al 52º, se procedió a la evaluación de la sustentación de la tesis virtual, titulado: **IMPACTO DEL APLICATIVO CLIENTE 360 EN FUNCIONARIOS DE BANCA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA DEL BANCO DE CREDITO, PUCALLPA 2021.**; presentado por la Bachiller en Ingeniería Industrial: **JUANA ANDREA BAEZ LINARES.**

Este evento se realizó vía Cisco Webex de la Facultad de Ingeniería Industrial y de Sistemas de la UNHEVAL, ante los miembros del Jurado Calificador, integrado por los siguientes catedráticos:

**PRESIDENTE: Dra. GUADALUPE RAMIREZ REYES.**

**SECRETARIO: Dr. HERNÁN ABEL LÓPEZ Y ROJAS**

**VOCAL: Mg. JORGE TEÓFILO CHÁVEZ ESTRADA.**

Finalizado el acto de sustentación, se procedió a la calificación conforme al Artículo 51º y 52º del Reglamento del Programa de Fortalecimiento en Investigación PROFI, obteniéndose el siguiente resultado. **Nota: 18** (Dieciocho) equivalente a la calificación de MUY BUENO. Quedando la bachiller en Ingeniería Industrial: **JUANA ANDREA BAEZ LINARES: APROBADO**

Con lo que se dio por concluido el acto y en fe de la cual firman los miembros del jurado Calificador.

.....  
**PRESIDENTE**  
Dra. Guadalupe Ramírez Reyes

.....  
**SECRETARIO**  
Dr. Hernán López y Rojas

.....  
**VOCAL**  
Mg. Jorge Chávez Estrada

**UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZÁN" DE HUÁNUCO  
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL Y DE SISTEMAS  
CARRERA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**



## CONSTANCIA DE APTO

De acuerdo al Reglamento General de Grados y Títulos Modificado de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco aprobado con Resolución del Consejo Universitario N° 1893-2021-UNHEVAL, de fecha 17 de agosto de 2021 y en atención a la Tercera Disposición Complementaria, donde estipula que los trabajos de investigación y tesis de pregrado deberán tener una similitud máxima del 30%.

Después de aplicado el Software Turnitin, se evidencia una similitud del 26% encontrándose bajo los parámetros reglamentados.

Tesis para optar el Título Profesional de Ingeniero Industrial:

**"IMPACTO DEL APLICATIVO CLIENTE 360 EN FUNCIONARIOS DE BANCA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA DEL BANCO DE CREDITO, PUCALLPA 2021."**

Tesista

**Bach. Ing. Ind. BAEZ LINARES, JUANA ANDREA**

Huánuco, 21 de diciembre de 2021

---

Nérida del Carmen Pastrana Díaz  
Directora de Investigación - FIIS

## AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TESIS ELECTRÓNICA DE PREGRADO

### IDENTIFICACIÓN PERSONAL (especificar los datos de los autores de la tesis)

Apellidos y Nombres: BAEZ LINARES, JUANA ANDREA

DNI.: 43080987 Correo Electrónico: andreabaezlinares@gmail.com

Teléfono Casa: \_\_\_\_\_ Celular: 959435889 Oficina: \_\_\_\_\_

APELLIDOS Y NOMBRES: xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

DNI.: \_\_\_\_\_ Correo Electrónico: \_\_\_\_\_

Teléfono Casa: \_\_\_\_\_ Celular: \_\_\_\_\_ Oficina: \_\_\_\_\_

### IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

<b>Pregrado</b>
<b>Facultad: INGENIERÍA INDUSTRIAL Y DE SISTEMAS</b>
<b>E.P.: INGENIERÍA INDUSTRIAL</b>

Título Profesional obtenido:

INGENIERO INDUSTRIAL

Título de la tesis:

IMPACTO DEL APLICATIVO CLIENTE 360 EN FUNCIONARIOS DE BANCA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA DEL BANCO DE CREDITO, PUCALLPA 2021.

Tipo de acceso que autoriza(n) el (los) autor (es):

Marcar "X"	Categoría de Acceso	Descripción de Acceso
	<b>PÚBLICO</b>	Es público y accesible al documento a texto completo por cualquier tipo de usuario que consulta el repositorio.
<b>X</b>	<b>RESTRINGIDO</b>	Solo permite el acceso al registro del metadato con información básica más no al texto completo.

Al elegir la opción "Público", a través de la presente autorizo o autorizamos de manera gratuita al Repositorio Institucional – UNHEVAL, a publicar la versión electrónica de esta tesis en el Portal Web repositorio.unheval.edu.pe, por un plazo indefinido, consintiendo que con dicha autorización cualquier tercero podrá acceder a dichas páginas de manera gratuita, pudiendo revisarla, imprimirla o grabarla, siempre y cuando se respete la autoría y sea citada correctamente.

En caso haya (n) marcado la opción “Restringido”, por favor detallar las razones por las que se eligió este tipo de acceso:

**Los datos e información que se muestra en la presente tesis son de carácter reservado y sensible, la cual podría ser mal utilizado por nuestros competidores.**

Asimismo, pedimos indicar el período de tiempo en que la tesis tendría el tipo de acceso restringido:

- (    ) 1 año
- (    ) 2 años
- (    ) 3 años
- ( X ) 4 años

Luego del período señalado por usted (es), automáticamente la tesis pasará a ser de acceso público.

Fecha de firma: 20 de abril de 2022

Firma del autor y/o autores:



---

JUANA ANDREA BAEZ LINARES

DNI 43080987