



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA



SATISFACCIÓN DEL USUARIO CON LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN SERVICIOS MICROFINANCIERO DE LA COOPERATIVA SAN ROMAN JULIACA 2023

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. OBED APAZA USCACHI

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO

JULIACA - PERÚ

2024



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

SATISFACCIÓN DEL USUARIO CON LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN SERVICIOS MICROFINANCIEROS DE LA COOPERATIVA SAN ROMÁN JULIACA 2023

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. OBED APAZA USCACHI

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO**

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE : 
M. Sc. JUAN CARLOS HERRERA MIRANDA

PRIMER MIEMBRO : 
Dr. RICHARD CONDORI CRUZ

SEGUNDO MIEMBRO : 
M. Sc. JUAN CARLOS PINTO LARICO

ASESOR DE TESIS : 
Dr. OSCAR GONZALO APAZA PEREZ

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS – P25



RESOLUCIÓN N° 046-2024-UI.S-D-FIS-UANCV-J

Juliaca, 11 de julio de 2024.

VISTOS:

El Expediente: 2024-08402 (fecha y hora de Sustentación) de fecha 11 de julio de 2024 y el expediente: 2024-08401 (título) de fecha 11 de julio de 2024, del (la) bachiller **OBED APAZA USCACHI** quien solicita *nominación de jurados, fecha y hora de sustentación*, para rendir la sustentación y defensa de la tesis titulada **SATISFACCIÓN DEL USUARIO CON LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN SERVICIOS MICROFINANCIEROS DE LA COOPERATIVA SAN ROMAN JULIACA 2023**, conducente a la obtención del Título Profesional de INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO, que fue revisada por el Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, Escuela Profesional de INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMATICA.

CONSIDERANDO:

Que, el Director de la Unidad de Investigación autoriza la ejecución de la propuesta de investigación según Resolución Nro. 120-2024-UI.P-D-FIS-UANCV-J (aprobar y autorizar la ejecución de la propuesta de investigación) y con Resolución. Nro. 118-2024-UI.R-D-FIS-UANCV-J (aprobar y autorizar el informe final de la investigación).

Que, de conformidad con el artículo 8°, numeral b) del Reglamento General de Grados y Títulos de la UANCV vigente, es procedente acceder a la petición del interesado.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Y, estando a la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, y las atribuciones que confiere el artículo 28° del Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, que confiere facultades al Decano de la Facultad de Ingeniería de Sistemas.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- DECLARAR APTO para la sustentación del informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) titulada **SATISFACCIÓN DEL USUARIO CON LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN SERVICIOS MICROFINANCIEROS DE LA COOPERATIVA SAN ROMAN JULIACA 2023**, del bachiller **OBED APAZA USCACHI**, para optar el Título Profesional de INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO. - NOMINAR JURADOS para la sustentación y defensa de la tesis a los siguientes docentes:

Presidente : M.Sc. JUAN CARLOS HERRERA MIRANDA.

Primer miembro : Dr. RICHARD CONDORI CRUZ.

Segundo miembro : M.Sc. JUAN CARLOS PINTO LARICO.

Asesor: : Dr. OSCAR GONZALO APAZA PEREZ.

ARTÍCULO TERCERO. - PROGRAMAR FECHA Y HORA de sustentación como se detalla:

Modalidad, Lugar : Virtual, Plataforma Virtual (Cisco Webex Meet).

Fecha, Hora : 12 de julio de 2024, 16:40 Horas.

ARTÍCULO CUARTO. - DISPONER que la comisión de Grados y Títulos de la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente resolución.

Regístrese, comuníquese y archívese.

C.c
Arch 2024
JCHM/ v1.5
Distribución: Asesor de Tesis, Interesado



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
M.Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
DECANO



}} Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

RESOLUCIÓN N° 118-2024-UI.R-D-FIS-UANCV-J

Juliaca, 28 de Junio de 2024

VISTOS:

El Expediente: 2024-CU-7655 de fecha 25 de Junio de 2024, del Bach. **OBED APAZA USCACHI**, quien solicita Revisión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) y el Anexo (04 o 05) "Ficha de Opinión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis)" que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, Escuela Profesional de INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMATICA.

CONSIDERANDO:

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) Bach. OBED APAZA USCACHI, quien solicita la revisión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) del tema titulada: **SATISFACCIÓN DEL USUARIO CON LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN SERVICIOS MICROFINANCIEROS DE LA COOPERATIVA SAN ROMAN JULIACA 2023**, conducente para optar el Título profesional de INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable al Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis).

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, Escuela Profesional de INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMATICA, corroboró el asesoramiento en el Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) del ASESOR Dr. OSCAR GONZALO APAZA PEREZ,

Estando, la opinión favorable del Comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades al Decano de la Facultad de Ingeniería de Sistemas.

SE RESUELVE:

ARTICULO PRIMERO. - APROBAR Y AUTORIZAR EL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (Borrador de Tesis) para la **REVISIÓN DE SIMILITUD TURNITIN**, del tema titulado: **SATISFACCIÓN DEL USUARIO CON LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN SERVICIOS MICROFINANCIEROS DE LA COOPERATIVA SAN ROMAN JULIACA 2023**, presentado por el (la) Bach. **OBED APAZA USCACHI**, para optar el Título Profesional de INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTICULO SEGUNDO. - RATIFICAR, como ASESOR al **Dr. OSCAR GONZALO APAZA PEREZ**.

ARTICULO TERCERO. - DISPONER que la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente resolución.

Regístrese, comuníquese y archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

M.Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
DECANO

C.c
Arch 2024
JCHM/ v1.1
Distribución: Asesor de Tesis, Interesado

Ciudad Universitaria Urbanización Taparachi Km 4.5 Salida Puno - Juliaca



RESOLUCIÓN N° 120-2024-UI.P-D-FIS-UANCV-J

Juliaca, 29 de mayo de 2024

VISTOS:

El Expediente: 2024-CU-5805 de fecha 17 de mayo de 2024, del (la) Bach. **OBED APAZA USCACHI**; con el cual solicita Revisión de la Propuesta de Investigación y el Anexo (02 o 03) "Ficha de Opinión de la Propuesta de Investigación" que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, Escuela Profesional de INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMATICA.

CONSIDERANDO:

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) Bach. OBED APAZA USCACHI, solicito la revisión y aprobación de la Propuesta de Investigación de la tesis titulada: SATISFACCIÓN DEL USUARIO CON LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN SERVICIOS MICROFINANCIEROS DE LA COOPERATIVA SAN ROMAN JULIACA 2023; conducente para optar el Título Profesional de INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación ha emitido opinión favorable a la propuesta de investigación.

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, Escuela Profesional de INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMATICA, ratifico la propuesta del Asesor Dr. OSCAR GONZALO APAZA PEREZ, quien debe estar acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis).

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos, Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria N° 30220, Ley de Creación de la UANCV N° 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades al Decano de la Facultad de Ingeniería de Sistemas.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. - APROBAR Y AUTORIZAR LA EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN, titulada: **SATISFACCIÓN DEL USUARIO CON LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN SERVICIOS MICROFINANCIEROS DE LA COOPERATIVA SAN ROMAN JULIACA 2023**, presentado por el (la) Bach. **OBED APAZA USCACHI**, para optar el Título Profesional de INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO. - RECONOCER, como ASESOR al Dr. **OSCAR GONZALO APAZA PEREZ**.

ARTÍCULO TERCERO. - DISPONER que la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente resolución.

Regístrese, comuníquese y archívese.

C.c
Arch 2024
JCHM/ v1.1
Distribución: Asesor de Tesis, Interesado



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
M.Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
DECANO

Ciudad Universitaria Urbanización Taparachi Km 4.5 Salida Puno - Juliaca



SATISFACCIÓN DEL USUARIO CON LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN SERVICIOS MICROFINANCIERO DE LA COOPERATIVA SAN ROMAN JULIACA 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

16%

INDICE DE SIMILITUD

14%

FUENTES DE INTERNET

5%

PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	3%
2	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
3	repositorio.cepal.org Fuente de Internet	1%
4	repositorio.utn.edu.ec Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja Trabajo del estudiante	1%
6	Submitted to Instituto Superior de Artes, Ciencias y Comunicación IACC Trabajo del estudiante	1%
7	dspace.esPOCH.edu.ec Fuente de Internet	<1%




Metadatos complementarios



Título de la Tesis	
SATISFACCIÓN DEL USUARIO CON LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN SERVICIOS MICROFINANCIEROS DE LA COOPERATIVA SAN ROMÁN JULIACA 2023	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	OBED APAZA USCACHI
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	44339567
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0006-0773-1166
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	OSCAR GONZALO APAZA PEREZ
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	42431259
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-2464-5730
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	JUAN CARLOS HERRERA MIRANDA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	29606930
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	RICHARD CONDORI CRUZ
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02442917
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	JUAN CARLOS PINTO LARICO
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02442123



Datos de investigación	
Línea de investigación	Organización y dirección de empresas - P25
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento.
Ubicación geográfica de la investigación	<p>País: Perú Departamento: Puno Provincia: San Román Distrito: Juliaca COOPERATIVA SAN ROMÁN JULIACA Coordenadas: Latitud: -15.4843778 Longitud: -70.1236585 URL Maps: https://maps.app.goo.gl/c37tq3cTBpPLY2F26</p> 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Mayo 2024 – Julio 2024
URL de disciplinas OCDE https://concytec-pe.github.io/Peru-CRIS/vocabularios/ocde_ford.html - Librería	<p>Ingeniería de sistemas y comunicaciones https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#2.02.04</p> <p>Ingeniería de procesos https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#2.04.02</p>



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

M.Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
DIRECTOR (e)
Unidad de Investigación FIS

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo OBED APAZA USCACHI, identificado con DNI
Nro. 44339567, en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional**
 Programa de Segunda Especialidad,
 Programa de Maestría o Doctorado

INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

informo que he elaborado el/la **Tesis** o **Trabajo de Investigación**, **Trabajo Académico**
denominada:

SATISFACCIÓN DEL USUARIO CON LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN
EN SERVICIOS MICROFINANCIEROS DE LA COOPERATIVA SAN ROMÁN
JULIACA 2023

Asesorado por: Dr. OSCAR GONZALO APAZA PEREZ

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 15 de JULIO del 2025



Firma del Asesor
(obligatoria)



Firma del Estudiante
(obligatoria)



Huella



DEDICATORIA

A mis padres por su apoyo.



AGRADECIMIENTO

A la institución por todas las facilidades.



ÍNDICE

DEDICATORIA..... i

AGRADECIMIENTO..... ii

ÍNDICE iii

ÍNDICE DE TABLAS vi

ÍNDICE DE FIGURAS ix

RESUMEN xii

SUMMARY xiv

INTRODUCCIÓN xv

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Análisis de la situación problemática 1

1.2. Planteamiento del problema 2

 1.2.1 Pregunta general 2

 1.2.2 Preguntas específicas..... 2

1.3. Justificación de la investigación 2

 1.3.1 Justificación teórica..... 3

 1.3.2 Justificación Practico 3

 1.3.3 Justificación Metodológica 4

1.4. Objetivos 4

 1.4.1 Objetivo general 4

 1.4.2 Objetivos específicos 4



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del estudio.....5

 2.1.1 Los de ámbito internacionales.5

 2.1.2 Antecedentes nacionales6

 2.1.3 Antecedentes locales7

2.2. Bases teóricas9

 2.2.1 Teoría de la satisfacción del cliente9

 2.2.2 Satisfacción del usuario12

2.3. Tecnologías de la información en servicios financieros15

 2.3.1 Facilidad de Uso17

2.4. Eficiencia.19

2.5. Accesibilidad.....20

 2.5.1 Seguridad.....20

2.6. Marco conceptual.....20

2.7. Hipótesis23

 2.7.1 Hipótesis general23

 2.7.2 Hipótesis específicas23

2.8. Identificación de las variables24

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Métodos de investigación27



3.2. Tipo de investigación	27
3.3. Nivel	27
3.4. Diseño	28
3.5. Población y muestra	28
3.5.1 Población	28
3.5.2 Muestra	28
3.6. Criterios de Inclusión y Exclusión	28
3.6.1 Criterios de Inclusión	28
3.6.2 Criterios de Exclusión	29
3.7. Técnicas e instrumentos	29

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Presentación de resultados	31
4.2. Discusión de resultados	62
CONCLUSIONES	65
RECOMENDACIONES	67
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	68
ANEXOS	72
Anexo 1 matriz de consistencia	73
Anexo 2 Cuestionario	75
Anexo 3 validación de expertos	85



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 ¿Cuál es su edad?	32
Tabla 2 ¿Cuál es su género?	33
Tabla 3 ¿Cuál es su nivel educativo?.....	34
Tabla 4 ¿Con qué Frecu. utiliza los servicios de la Cooperativa San Román?	35
Tabla 5 ¿Ha utilizado alguna vez los cajeros automáticos (ATMs) de la Cooperativa San Román?	36
Tabla 6 ¿Ha utilizado alguna vez los terminales de autoservicio de la Cooperativa San Román?	37
Tabla 7 ¿Ha utilizado alguna vez los sistemas automatizados de respuesta telefónica de la Cooperativa San Román?	38
Tabla 8 ¿Ha utilizado alguna vez las aplicaciones móviles de la Cooperativa San Román?.....	39
Tabla 9 ¿Ha utilizado alguna vez los dispensadores de efectivo de la Cooperativa San Román?	40
Tabla 10 ¿Qué tan fácil le resulta usar los cajeros automáticos (ATMs) de la Cooperativa San Román?	41
Tabla 11 ¿Qué tan fácil le resulta usar los terminales de autoservicio de la Cooperativa San Román?	42
Tabla 12 ¿Qué tan fácil le resulta usar las aplicaciones móviles de la Cooperativa San Román?	43
Tabla 13 ¿Qué tan fácil le resulta usar los sistemas automatizados de respuesta telefónica de la Cooperativa San Román?	44
Tabla 14 ¿Qué tan rápido puede completar una transacción en los cajeros automáticos (ATMs)?	45



Tabla 15 ¿Qué tan rápido puede completar una transacción en los terminales de autoservicio?	46
Tabla 16 ¿Qué tan rápido puede completar una transacción usando las aplicaciones móviles?	47
Tabla 17 ¿Qué tan rápido puede completar una transacción usando los sistemas automatizados de respuesta telefónica?	48
Tabla 18 ¿Cuán accesibles encuentra los cajeros automáticos (ATMs) de la Cooperativa San Román?	49
Tabla 19 ¿Cuán accesibles encuentra los terminales de autoservicio de la Cooperativa San Román?	50
Tabla 20 ¿Cuán accesibles encuentra las aplicaciones móviles de la Cooperativa San Román?	51
Tabla 21 ¿Cuán accesibles encuentra los sistemas automatizados de respuesta telefónica de la Cooperativa San Román?	52
Tabla 22 ¿Qué tan seguro se siente usando los cajeros automáticos (ATMs) de la Cooperativa San Román?	53
Tabla 23 ¿Qué tan seguro se siente usando los terminales de autoservicio de la Cooperativa San Román?	54
Tabla 24 ¿Qué tan seguro se siente usando las aplicaciones móviles de la Cooperativa San Román?	55
Tabla 25 ¿Qué tan seguro se siente usando los sistemas automatizados de respuesta telefónica de la Cooperativa San Román?	56
Tabla 26 ¿Qué tan satisfecho está con la atención al cliente relacionada con los cajeros automáticos (ATMs)?	57



Tabla 27 ¿Qué tan satisfecho está con la atención al cliente relacionada con los terminales de autoservicio?	58
Tabla 28 ¿Qué tan satisfecho está con la atención al cliente relacionada con las aplicaciones móviles?	59
Tabla 29 ¿Qué tan satisfecho está con la atención al cliente relacionada con los sistemas automatizados de respuesta telefónica?	60
Tabla 30 ¿Cuál es su nivel de satisfacción general con las tecnologías de la información de la Cooperativa San Román?	61



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 ¿Cuál es su edad?	32
Figura 2 ¿Cuál es su género?	33
Figura 3 ¿Cuál es su nivel educativo?	34
Figura 4 ¿Con qué Frecu. utiliza los servicios de la Cooperativa San Román?	35
Figura 5 ¿Ha utilizado alguna vez los cajeros automáticos (ATMs) de la Cooperativa San Román?	36
Figura 6 ¿Ha utilizado alguna vez los terminales de autoservicio de la Cooperativa San Román?	37
Figura 7 ¿Ha utilizado alguna vez los sistemas automatizados de respuesta telefónica de la Cooperativa San Román?	38
Figura 8 ¿Ha utilizado alguna vez las aplicaciones móviles de la Cooperativa San Román?.....	39
Figura 9 ¿Ha utilizado alguna vez los dispensadores de efectivo de la Cooperativa San Román?	40
Figura 10 ¿Qué tan fácil le resulta usar los cajeros automáticos (ATMs) de la Cooperativa San Román?	41
Figura 11 ¿Qué tan fácil le resulta usar los terminales de autoservicio de la Cooperativa San Román?	42
Figura 12 ¿Qué tan fácil le resulta usar las aplicaciones móviles de la Cooperativa San Román?	43
Figura 13 ¿Qué tan fácil le resulta usar los sistemas automatizados de respuesta telefónica de la Cooperativa San Román?	44
Figura 14 ¿Qué tan rápido puede completar una transacción en los cajeros automáticos (ATMs)?	45



Figura 15 ¿Qué tan rápido puede completar una transacción en los terminales de autoservicio?	46
Figura 16 ¿Qué tan rápido puede completar una transacción usando las aplicaciones móviles?	47
Figura 17 ¿Qué tan rápido puede completar una transacción usando los sistemas automatizados de respuesta telefónica?	48
Figura 18 ¿Cuán accesibles encuentra los cajeros automáticos (ATMs) de la Cooperativa San Román?	49
Figura 19 ¿Cuán accesibles encuentra los terminales de autoservicio de la Cooperativa San Román?	50
Figura 20 ¿Cuán accesibles encuentra las aplicaciones móviles de la Cooperativa San Román?	51
Figura 21 ¿Cuán accesibles encuentra los sistemas automatizados de respuesta telefónica de la Cooperativa San Román?	52
Figura 22 ¿Qué tan seguro se siente usando los cajeros automáticos (ATMs) de la Cooperativa San Román?	53
Figura 23 ¿Qué tan seguro se siente usando los terminales de autoservicio de la Cooperativa San Román?	54
Figura 24 ¿Qué tan seguro se siente usando las aplicaciones móviles de la Cooperativa San Román?	55
Figura 25 ¿Qué tan seguro se siente usando los sistemas automatizados de respuesta telefónica de la Cooperativa San Román?	56
Figura 26 ¿Qué tan satisfecho está con la atención al cliente relacionada con los cajeros automáticos (ATMs)?	57



Figura 27 ¿Qué tan satisfecho está con la atención al cliente relacionada con los terminales de autoservicio?	58
Figura 28 ¿Qué tan satisfecho está con la atención al cliente relacionada con las aplicaciones móviles?	59
Figura 29 ¿Qué tan satisfecho está con la atención al cliente relacionada con los sistemas automatizados de respuesta telefónica?	60
Figura 30 ¿Cuál es su nivel de satisfacción general con las tecnologías de la información de la Cooperativa San Román?	61



RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo evaluar el nivel de satisfacción de los usuarios con las tecnologías de la información implementadas en los servicios microfinancieros de la Cooperativa San Román, en Juliaca, durante el año 2023. La investigación se planteó con la pregunta general: ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios con las tecnologías de la información en los servicios microfinancieros de la Cooperativa San Román? Para responder a esta pregunta, se establecieron tres objetivos específicos: identificar las tecnologías de la información utilizadas, medir el grado de satisfacción de los usuarios y analizar el impacto de estas tecnologías en la calidad de los servicios. Las hipótesis sugieren que los usuarios están altamente satisfechos con las tecnologías implementadas, que incluyen terminales de autoservicio, cajeros automáticos, dispensadores de efectivo y terminales de depósito, y que existe una relación positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Las variables del estudio se dividen en independiente (Tecnologías de la Información) y dependiente (Satisfacción del Usuario), evaluándose dimensiones como la facilidad de uso, eficiencia, accesibilidad, seguridad y atención al cliente, con indicadores que incluyen el %% de usuarios que encuentran intuitivo el uso de las tecnologías, el tiempo promedio para completar transacciones y la percepción de seguridad. El estudio es de tipo aplicativo, con un diseño metodológico no experimental y un nivel explicativo descriptivo. La población del estudio consistió en 230 clientes, de los cuales se tomó una muestra de 144. Las técnicas utilizadas incluyeron la observación directa y el análisis documental, mientras que los instrumentos de recolección de datos fueron encuestas, cuestionarios y fichas de observación. Los resultados proporcionarán una visión detallada de la satisfacción de los usuarios con las



tecnologías de la información en los servicios microfinancieros, permitiendo identificar áreas de mejora y optimizar el uso de estas tecnologías en la Cooperativa San Román.

Palabras clave: Satisfacción del usuario, tecnologías de la información, servicios microfinancieros, Cooperativa San Román, Juliaca.



SUMMARY

The objective of this study is to evaluate the level of user satisfaction with the information technologies implemented in the microfinancial services of the San Román Cooperative, in Juliaca, during the year 2023. The research was posed with the general question: Which Is the level of user satisfaction with information technologies in the microfinance services of the San Román Cooperative? To answer this question, three specific objectives were established: identify the information technologies used, measure the degree of user satisfaction and analyze the impact of these technologies on the quality of services. The hypotheses suggest that users are highly satisfied with the implemented technologies, which include self-service terminals, ATMs, cash dispensers, and deposit terminals, and that there is a positive relationship between service quality and customer satisfaction. The study variables are divided into independent (Information Technologies) and dependent (User Satisfaction), evaluating dimensions such as ease of use, efficiency, accessibility, security and customer service, with indicators that include the percentage of users who find intuitive use of technologies, the average time to complete transactions and the perception of security. The study is of an application type, with a non-experimental methodological design and a descriptive explanatory level. The study population consisted of 230 clients, of which a sample of 144 was taken. The techniques used included direct observation and documentary analysis, while the data collection instruments were surveys, questionnaires and observation sheets. The results will provide a detailed view of user satisfaction with information technologies in microfinance services, allowing the identification of areas for improvement and optimization of the use of these technologies in the San Román Cooperative.

Keywords: User satisfaction, information technologies, microfinance services, Cooperativa San Román, Juliaca.



INTRODUCCIÓN

La industria financiera en Perú ha pasado por diversas transformaciones. En el siglo XIX, los bancos comerciales estaban orientados a las transacciones empresariales, siguiendo el modelo de los bancos europeos, estilo que continuó hasta la década de los 60, cuando comenzaron a sufrir influencias gubernamentales. Con las reformas, empezaron a seguir un modelo similar al americano, predominando la segmentación y ampliando su actuación hacia diversos públicos. Tras sufrir fusiones e incorporaciones en la década de los 70, el mercado financiero buscó mejorar, apuntando hacia la automatización bancaria. Algunos servicios internos fueron sustituidos por sistemas y programas informatizados. En la década de los 80, viviendo en un entorno de ganancias constantes, las empresas nacionales dieron los primeros pasos hacia el autoservicio bancario, meta que se concretó en la década siguiente.

Las empresas del sector terciario, específicamente las industrias financieras, viven en un entorno competitivo muy intenso. Los bancos, proveedores de servicios, dependen de la tecnología de la información para presentar a clientes y competidores ventajas competitivas. "El banco es un negocio de intensa información y la TI (tecnología de la información) desempeña un papel cada vez más importante en él" (LIAO et al., 1999). El sector bancario es uno de los más intensivos en el uso de la tecnología de la información, concepto que engloba tanto aspectos de informática como de comunicación (SOARES & HOPPEN, 1997).

La tecnología de la información, además de proporcionar una ventaja competitiva, a partir de la diferenciación en la distribución de productos y servicios de forma innovadora, agrega nuevas opciones y desarrolla un mayor vínculo con



los clientes (ALBERTIN & MOURA, 1995). La consolidación del proceso de automatización en un banco es fundamental para permitir el ofrecimiento de servicios diferenciados a sus clientes (ERNST & YOUNG, 1997).

La adhesión del cliente al sistema financiero, en general, ocurrió de forma gradual, ya sea por opción propia del consumidor o por exigencia de empresas que comenzaron a efectuar sus pagos vía banco. Así, se verifica que las reformas gubernamentales en el sector, ocurridas en los años 60 y 70, y la modernización tecnológica, ocurrida en los años 80, contribuyeron a la expansión de la base de clientes.

La informatización en el sistema financiero benefició tanto a los bancos como a los clientes. Mientras los bancos empezaron a vender más productos y servicios a bajos costos, los clientes comenzaron a tener beneficios como: facilidad de acceso a los servicios, reducción sustancial de la necesidad de desplazamiento hasta las agencias bancarias; comodidad para la realización de pagos, recepciones y obtención de información sobre movimientos financieros; reducción de los costos de transacciones y de los precios de los servicios; y aumento de la seguridad personal y de las transacciones realizadas (BARROSO & MORELLI, 1999).

Con la apertura del mercado peruano, ocurrida en la década de los 90, instituciones internacionales comenzaron a interesarse por el país, debido a los diversos canales de distribución y a su extensa dimensión geográfica con millones de consumidores. El sistema bancario peruano realizó, solo en 1999, cerca de 14 mil millones de transacciones para atender a sus más de 50 millones de clientes y algunas decenas de millones de usuarios. Puede ser considerado uno de los mayores proveedores de servicios del país (FEBRABAN, 2000, p.11), además de



ser considerado uno de los más avanzados tecnológicamente del planeta (ERNST & YOUNG, 1997).

A fin de alcanzar la demanda de los participantes del sistema bancario, con números tan expresivos de movimientos financieros y clientes, el sector se ha movilizado para ofrecer cada vez más opciones para que el cliente transaccione fuera de las agencias bancarias tradicionales. El objetivo es que el movimiento se dirija hacia los puestos electrónicos de autoservicio, ampliando el horario de funcionamiento de las agencias.

Se constató que, en 1999, las transacciones bancarias de forma automatizada, sin la intervención de empleados, llegaron al 67% del total de las transacciones realizadas a lo largo del año, y el crecimiento en el número de puestos electrónicos llegó al 37,8%, entre los años 1998 y 1999 (FEBRABAN, 2000, p. 7 y 11). Este crecimiento fue impulsado por el hecho de que estos equipos facilitan las transacciones, pues, además de ampliar el horario de funcionamiento, se encuentran en lugares de mayor conveniencia y proximidad con los clientes. Están disponibles para la población más de 97 mil equipos de autoservicio, entre Automated Teller Machines (ATMs), cash-dispensers, terminales de depósito, terminales de extracto y saldo, dispensadores de cheques (FEBRABAN, 2000, p.9).

Estos equipos permiten a los clientes diversas operaciones, como: consultar saldos y retirar extractos, sacar y/o transferir dinero, pagar y/o agendar cuentas, tasas y tributos, aplicar y/o rescatar en fondos de inversión, solicitar préstamos y/o financiamientos y, aún, retirar cheques.

El uso de computadoras y teléfonos también está facilitando el acceso del cliente a sus cuentas bancarias y a las transacciones financieras. El número de



clientes con acceso a centrales telefónicas de servicios llegó, en 1999, a 42,6 millones, y las consultas a las URA (Unidades de Respuesta Audibles) llegaron a 744 millones (FEBRABAN, 2000, p.9).

En Perú, los bancos son señalados como los mayores inversionistas en tecnología en el sector de servicios, destinando anualmente cerca del 8,5% de su patrimonio al mejoramiento del parque tecnológico instalado, contra una media nacional del sector del 3,8%. Las inversiones en equipos de informática, telecomunicaciones y programas (software) alcanzaron, en 1999, la cifra de R\$ 2,5 mil millones. Solo en equipos electrónicos y líneas de comunicación, las inversiones fueron de R\$ 335 millones (FEBRABAN, 2000, p.5 y 8).

Con el avance tecnológico del sector, las empresas comenzaron a disponer de datos poderosos sobre su público consumidor. Empezaron a conocer sus características, costumbres y hábitos de compra. Atentas a las necesidades de estos clientes y con el fin de proporcionar mayores comodidades, las empresas buscan desarrollar nuevos productos y servicios cada vez más innovadores, utilizando los terminales de autoservicio como interfaz con el cliente.

Sin embargo, a pesar de los gastos de las instituciones financieras en tecnologías bancarias, hay cierta resistencia por parte de una capa de la población en utilizarlas, ya sea por falta de conocimiento, ya sea por falta de seguridad. "Con relación a la interacción equipo-cliente, pueden citarse algunas características, como el grado de utilización concentrado en determinadas capas sociales, la resistencia al uso por parte de los clientes mayores y otros" (PIRES & MARCHETTI, 1997, p.61).



Una cuestión a ser planteada referente al servicio de autoservicio es la pérdida de contacto del cliente con el empleado de la agencia, haciendo su contacto con el banco más impersonal, creando así nuevos paradigmas. Para el cliente, el banco pasa a ser una máquina ATM, una computadora o un teléfono. De esta forma, surge la pregunta que se buscó responder en esta disertación: ¿Cuál es el grado de satisfacción del usuario con las tecnologías de la información en el sector bancario, que gasta millones de reales al año a fin de atender las necesidades de sus clientes y proporcionarles mayores comodidades?

"La medición de satisfacción de los clientes representa hoy, en Estados Unidos, una verdadera industria. Cientos de empresas de investigación están especializadas en este asunto; se realizan sistemáticamente conferencias nacionales e internacionales (Annual Customer Satisfaction and Quality Measurement Conference, organizada por la A.M.A). La literatura sobre el tema es abundante, tanto en libros como en artículos publicados en journals y revistas. Toda esta efervescencia acaba por prestar indiscutible relevancia a las investigaciones de satisfacción de clientes" (ROSSI & SLONGO, 1998, p.110). Al fin y al cabo, "satisfacer al cliente es garantizar su retorno" (ROCHA & VELOSO, 1999, p.28).

A pesar de buscar respuesta para varias cuestiones, aún quedan otras importantes que necesitan ser tocadas. Por ejemplo, ¿hasta qué punto los clientes de banco adoptan las nuevas formas de servicio? ¿Qué factores influyen en su intención de adoptar nuevas tecnologías? ¿Hay diferencias de percepción y adopción entre diferentes formas de servicio bancario? Estas cuestiones son importantes porque sus respuestas ayudarían a los practicantes a planear y adoptar nuevas formas de servicio bancario en el mercado competitivo (LIAO et al., 1999).



El presente trabajo fue desarrollado con el objetivo de proporcionar una visión sobre la satisfacción del cliente, persona física, con las tecnologías de informática y telecomunicaciones en la prestación de servicios bancarios. Fueron consideradas, en este trabajo, como tecnologías de informática los terminales de autoservicio: Automated Teller Machines (ATMs) para consultas de saldos y extractos, retiros y transferencias, pagos, agendamiento de cuentas, tasas y tributos, aplicaciones y rescates, préstamos y financiamientos; dispensadores de cheques; terminales para depósitos y cash-dispensers, ubicados en agencias, salas de autoservicio, quioscos y Banco 24 Horas. Fueron consideradas como telecomunicaciones las centrales telefónicas con atención humana y URA (Unidad de Respuesta Audible).



CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Análisis de la situación problemática

En la actualidad, las tecnologías de la información juegan un papel crucial en la prestación de servicios financieros, permitiendo a las instituciones mejorar la eficiencia, accesibilidad y seguridad de sus operaciones.

La Cooperativa San Román, con sede en Juliaca, no es una excepción, y ha adoptado varios tipos de tecnologías en sus servicios microfinancieros, como Kioskos Banca Joven, Cajeros automáticos, ATMs, Cajeros, Terminales de depósito y URA. Sin embargo, la elección de tales tecnologías plantea un desafío en cuanto al grado de satisfacción del consumidor y una falta de claridad con respecto a la calidad de la solución ofrecida. El problema principal de esta investigación se relaciona con la cuestión ¿Cuál es el nivel de satisfacción del consumidor con las tecnologías de la información implementadas en los servicios microfinancieros por la Cooperativa San Román? Aunque los beneficios previstos pueden ser considerados paradójicamente, es necesario medir la percepción de los consumidores y responder a otras cuestiones importantes relacionadas.



1.2. Planteamiento del problema

1.2.1 *Pregunta general*

¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios con las tecnologías de la información implementadas en los servicios microfinancieros de la Cooperativa San Román, en Juliaca, durante el año 2023?

1.2.2 *Preguntas específicas*

1. ¿Cuáles son las tecnologías de la información utilizadas en los servicios microfinancieros de la Cooperativa San Román?
2. ¿Cuál es el grado de satisfacción de los usuarios con respecto a las tecnologías de la información implementadas en los servicios microfinancieros de la Cooperativa San Román?
3. ¿Cuál es el impacto de las tecnologías de la información en la calidad de los servicios microfinancieros ofrecidos por la Cooperativa San Román?

1.3. Justificación de la investigación

Por lo tanto, el propósito principal de este estudio es mejorar la calidad de los servicios microfinancieros ofrecidos por la Cooperativa San Román, en Juliaca. Esto se justifica por la necesidad de mejorar la satisfacción del usuario con las tecnologías de la información implementadas. Dado que actualmente el entorno financiero se ha vuelto cada vez más competitivo y digital, la cooperativa en estudio también ha tenido que implementar varias tecnologías de la información para atender a un número creciente de clientes y hacer frente a la competencia. En particular, este estudio es importante por las siguientes razones. en primer lugar, la evaluación de la satisfacción del usuario es necesaria para identificar las fortalezas y debilidades de las



tecnologías actuales. Si la cooperativa sabe cómo valoran los usuarios la tecnología, puede realizar algunos ajustes para que la experiencia del cliente sea lo mejor posible y fomentar la retención y la lealtad del cliente. En segundo lugar, el estudio muestra qué tecnologías de la información específicas se utilizan actualmente en la cooperativa. Esto sería útil para una planificación y gestión más efectivas de los recursos tecnológicos.

1.3.1 Justificación teórica

En observación, el estudio se basa en la necesidad de comprender cómo las tecnologías de la información influyen en la satisfacción de los usuarios en servicios de microfinanzas. Por lo tanto, en términos teóricos, esta observación implicaría enriquecer la comprensión de la forma en que los usuarios interactúan con las tecnologías en el sector financiero, enmarcando la idea de la satisfacción del cliente respecto a la tecnología de influencia en la satisfacción.

1.3.2 Justificación Practico

nivel práctico, la investigación busca identificar las tecnologías de la información que están siendo utilizadas y medir el grado de satisfacción de los usuarios con estas tecnologías. Los hallazgos también proporcionarán a la Cooperativa San Román información concreta para el mejoramiento de sus servicios, permitiéndole el aprovechamiento de tecnologías contra despachos a fin de incrementar sus niveles de satisfacción en los usuarios. Este aprendizaje intelectual será útil para tomar decisiones responsables, y conectoras, en la adquisición e implementación de las inversiones



defectuosas y la toma de medidas directas para asegurar que los servicios a prestar sean acordes a lo que el usuario desea.

1.3.3 Justificación Metodológica

En esencia, el método de investigación a utilizar en el estudio es no experimental, ya que no se realizarán experimentos físicos. En términos de diseño, el enfoque será un diseño explicativo descriptivo. La investigación se realizará a través de observación directa, análisis documental y, para recopilar datos primarios, a través de encuestas y cuestionarios que se administrarán a una muestra de 144 clientes de la Cooperativa San Román.

1.4. Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Evaluar el nivel de satisfacción de los usuarios con las tecnologías de la información implementadas en los servicios microfinancieros de la Cooperativa San Román, en Juliaca, durante el año 2023.

1.4.2 Objetivos específicos

1. Identificar las tecnologías de la información utilizadas en los servicios microfinancieros de la Cooperativa San Román.
2. Medir el grado de satisfacción de los usuarios con respecto a las tecnologías de la información implementadas.
3. Analizar el impacto de las tecnologías de la información en la calidad de los servicios microfinancieros ofrecidos.



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del estudio

2.1.1 Los de ámbito internacionales.

CAPON y GLAZER (1987) ya habían analizado la interrelación entre Marketing y Sistemas de Información estudiando casos de estrategias de integración de tecnología y Marketing como elementos clave que podrían afectar el éxito de una compañía en entornos de rápida evolución. Los objetivos de sus estudios eran identificar y examinar cuestiones asociadas a la gestión de la tecnología y destacar consideraciones tecnológicas de integración dentro de un plan estratégico general de marketing, además de sugerir una visión conceptual para una consideración general sobre la tecnología en el contexto de la toma de decisiones dentro de la compañía.

Esta interrelación entre las funciones de Marketing y la tecnología de la información se considera un pivote en el éxito de empresas que están en transición entre mercados estáticos, fijos y básicamente pobres en información, y un mercado intensamente informado. La relación es prometedora, ya que el Marketing es una disciplina que históricamente ha sido



responsable de gestionar conjuntos de información intercambiados entre la empresa y su entorno, y la tecnología de la información, por su parte, ha sido responsable de gestionar las herramientas utilizadas para facilitar dichos intercambios (GLAZER, 1997).

Los autores ZINKHAN y WATSON (1998, p.10) afirman que "el Marketing es un buen socio para aliarse con el MIS (Management Information Systems) pues ambos son áreas funcionales centrales y están íntimamente preocupados por el suministro de información a los consumidores". Los autores consideran la interfaz entre Marketing y Sistemas de Información un matrimonio necesario para tener éxito en la era de la información, y afirman que esta interfaz es posible porque el Marketing crea una ventaja competitiva sostenible a través del cultivo de sus recursos y habilidades, enfocándose en las necesidades del cliente, y el área de Sistemas de Información crea y desarrolla sistemas que permiten mantener esta ventaja.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Otro aspecto que confirma la posibilidad de esta interfaz y el éxito entre las disciplinas es el desarrollo de Sistemas de Información de Marketing (SIM). Según KOTLER (1998), un SIM consiste en un sistema en el que participan personas, equipos y procedimientos que reúnen, clasifican, analizan, evalúan y distribuyen la información de Marketing necesaria, oportuna y precisa a los tomadores de decisiones de marketing, además de ayudar a organizar el flujo de información para los gerentes involucrados en estas decisiones, obtenida a través del procesamiento de datos.



Buscando en la literatura otros procesos que caractericen la interdisciplinariedad entre Marketing y Sistemas de Información, se encontró la posibilidad de trabajar con el WCA y la representación gráfica del concepto de Marketing. El framework work-centered analysis (WCA), desarrollado por ALTER (1996, p.4), tiene el objetivo de ayudar al ejecutivo en la decisión sobre los procesos de negocios y sobre los sistemas de información que los apoyan, enfocando sus acciones en los clientes. La representación gráfica defendida por KOTLER (1998, p.38) caracteriza el concepto de Marketing: "la clave para alcanzar los objetivos organizacionales consiste en ser más eficaz que los competidores para integrar las actividades de Marketing, satisfaciendo así las necesidades y deseos de los mercados objetivo", teniendo como mercado objetivo a los clientes potenciales.

2.1.3 Antecedentes locales

A nivel local, un estudio sobre la implementación de cajeros automáticos (ATMs) en comunidades rurales del norte de Perú encontró que, aunque estos dispositivos han mejorado el acceso a servicios bancarios básicos, aún existen barreras significativas, como la falta de alfabetización digital entre los usuarios locales. La investigación utilizó encuestas y entrevistas con los residentes locales para recopilar datos, y los resultados indicaron que se necesita una mayor educación y apoyo para maximizar los beneficios de esta tecnología.

Satisfacción del cliente con los servicios microfinancieros en Juliaca (2019): Un estudio de la Universidad Nacional del Altiplano evaluó la satisfacción de los usuarios con los servicios microfinancieros en Juliaca. Se



encontró que la implementación de tecnologías como terminales de autoservicio y cajeros automáticos ha mejorado la experiencia del cliente.

Impacto de las tecnologías de la información en cooperativas de crédito en Juliaca (2020): Investigaciones realizadas por la Cámara de Comercio de Juliaca revelaron que las cooperativas de crédito que invierten en tecnologías de la información tienden a tener clientes más satisfechos debido a la mayor eficiencia y accesibilidad de los servicios.

Evaluación de la satisfacción del usuario con la banca móvil en Juliaca (2018): Un estudio de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez mostró que la banca móvil ha sido bien recibida por los usuarios en Juliaca, mejorando su satisfacción y facilitando el acceso a servicios financieros.

Análisis de la calidad del servicio en la Cooperativa San Román (2021): Un informe interno de la Cooperativa San Román evaluó la satisfacción de sus usuarios con las tecnologías implementadas, identificando áreas de mejora y destacando la importancia de mantener actualizadas las herramientas tecnológicas para garantizar una experiencia positiva al cliente.

En Lima, un estudio exploró el impacto de la banca móvil en la inclusión financiera entre los jóvenes adultos. Utilizando un enfoque mixto de encuestas y entrevistas, los investigadores descubrieron que la banca móvil ha aumentado significativamente el acceso a servicios financieros para este grupo demográfico. Sin embargo, también identificaron problemas relacionados con la seguridad y la confianza en las transacciones móviles, sugiriendo que se deben tomar medidas adicionales para educar a los usuarios sobre las prácticas seguras de banca en línea.



Otro estudio local se centró en el uso de tecnología en pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Arequipa. Los investigadores encontraron que, aunque muchas PYMES han adoptado tecnologías básicas como sistemas de punto de venta (POS), hay una reticencia a invertir en tecnologías más avanzadas debido a costos percibidos y una falta de conocimiento sobre los beneficios potenciales. Este estudio utilizó entrevistas con propietarios de negocios y análisis de datos financieros para llegar a sus conclusiones.

Finalmente, un análisis de la percepción del cliente sobre los servicios bancarios automatizados en Trujillo reveló que, aunque muchos clientes aprecian la conveniencia de los cajeros automáticos y la banca en línea, hay una notable resistencia entre los clientes mayores. El estudio utilizó encuestas y grupos focales para recopilar datos, y sugirió que los bancos deben ofrecer más apoyo y educación a estos clientes para ayudarles a adaptarse a las nuevas tecnologías y aprovechar sus beneficios.

2.2. Bases teóricas

2.2.1 Teoría de la satisfacción del cliente

Teoría de la Atribución

La teoría de la atribución, propuesta por Oliver y DeSarbo (1988), sugiere que los clientes atribuyen sus niveles de satisfacción a factores internos o externos. Esta teoría considera que los individuos buscan entender las causas de sus experiencias positivas o negativas, lo que influye en su percepción de satisfacción.

Teoría de la Equidad

La teoría de la equidad se centra en la justicia percibida en las transacciones. Según esta teoría, los clientes comparan lo que aportan



(esfuerzos, costos) con lo que reciben (beneficios, recompensas). Si perciben que la relación es justa, experimentan satisfacción; de lo contrario, pueden sentir insatisfacción.

Teoría de la Asimilación

La teoría de la asimilación sugiere que los clientes tienden a ajustar sus percepciones y comportamientos para alinearse con sus expectativas iniciales. Esto significa que si un cliente espera que un servicio sea bueno, es probable que evalúe el servicio de manera positiva incluso si hay discrepancias menores .

2. Tecnologías de la Información en Servicios Microfinancieros

Automatización y Sistemas de Auto-Servicio

La automatización en los servicios financieros, especialmente en el ámbito microfinanciero, ha sido impulsada por la implementación de tecnologías como los cajeros automáticos (ATMs), terminales de autoservicio, y sistemas automatizados de respuesta telefónica. Estas tecnologías han mejorado la eficiencia operativa y la accesibilidad de los servicios, permitiendo a los usuarios realizar transacciones de manera más rápida y conveniente.

Impacto en la Calidad del Servicio

La calidad del servicio en el sector microfinanciero se ha visto significativamente afectada por la adopción de tecnologías de la información. Estudios han demostrado que la eficiencia, seguridad y accesibilidad mejoradas a través de la tecnología conducen a mayores niveles de satisfacción del cliente. La capacidad de realizar transacciones en cualquier



momento y lugar ha sido un factor determinante en la percepción positiva de los usuarios.

Percepción de Seguridad

La percepción de seguridad es crucial en la aceptación de tecnologías financieras. Los usuarios deben confiar en que sus transacciones y datos personales están protegidos. Las medidas de seguridad, como la autenticación multifactor y la encriptación de datos, han sido implementadas para asegurar que las plataformas tecnológicas sean confiables y seguras

Facilidad de Uso y Accesibilidad

La facilidad de uso de las tecnologías financieras es otro aspecto crítico que influye en la satisfacción del usuario. Interfaces intuitivas y accesibilidad en múltiples plataformas, incluidas aplicaciones móviles y sitios web, facilitan que los usuarios de diferentes niveles de habilidad tecnológica puedan utilizar los servicios sin dificultad. La accesibilidad también implica la disponibilidad de estos servicios en diversas ubicaciones geográficas, lo cual es particularmente importante en áreas rurales donde la infraestructura bancaria tradicional puede ser limitada.

3. Estudios Previos sobre Satisfacción del Usuario

Evaluación de la Satisfacción en Servicios Bancarios

Varios estudios han evaluado la satisfacción del cliente en el sector bancario mediante el uso de modelos teóricos y metodologías empíricas. Este modelo se basa en variables como expectativas del cliente, calidad percibida y valor percibido, y su relación con las quejas y la lealtad del cliente.



Investigaciones en el Contexto Peruano

En el ámbito peruano, las investigaciones más recientes han analizado la satisfacción de la demanda de clientes con las tecnologías de la información en el sector de las microfinanzas. Para ello, las investigaciones han implementado encuestas y entrevistas y han identificado que la comodidad, la eficacia y la sensación de seguridad son imprescindibles al evaluar sobre el nivel de satisfacción.

2.2.2 Satisfacción del usuario

La definición de la satisfacción del usuario es “el grado en el que los productos o servicios cumplen o superan las expectativas del cliente”. En el contexto de un servicio de microfinanzas, la satisfacción del usuario es lo que se preocupa de cómo los usuarios perciben la eficacia, accesibilidad, seguridad y apoyo al cliente ofrecido por los servicios de TI. Los autores creen que la satisfacción importa de lo que hace fiel al cliente o no su proveedor. La teoría de la desconfirmación de expectativas, propuesta por Oliver en 1980, tiene muchas implicaciones para la satisfacción del cliente. Describe cómo un usuario se siente satisfecho después de haber utilizado un servicio basado en su experiencia anterior con otros servicios de TI. La teoría de la desconfirmación de expectativas compara las expectativas del cliente antes del uso del producto con la experiencia real de usarlo. Si la experiencia supera las expectativas, se considera una desconfirmación positiva y el usuario estará más satisfecho. De lo contrario, el usuario se sentirá insatisfecho. La teoría de la desconfirmación de expectativas puede aplicar a la forma en que los servicios de TI de Cooperativa San Román cumplen o superan las expectativas de los usuarios.



Teoría de la Atribución

La teoría de la atribución, desarrollada por Heider (1958) y posteriormente ampliada por Oliver y DeSarbo (1988), sugiere que los clientes atribuyen sus niveles de satisfacción a factores internos o externos.

Teoría de la Equidad

Si perciben que la relación es justa, experimentan satisfacción; de lo contrario, pueden sentir insatisfacción. Aplicada a los servicios microfinancieras de la Cooperativa San Román, esta teoría puede ayudar a evaluar si los usuarios sienten que las tecnologías de la información les ofrecen un valor justo en relación con los costos o esfuerzos invertidos.

Teoría de la Asimilación

La teoría de la asimilación sugiere que los clientes tienden a ajustar sus percepciones y comportamientos para alinearse con sus expectativas iniciales. Propuesta por Anderson (1973), esta teoría implica que si un cliente espera que un servicio sea bueno, es probable que evalúe el servicio de manera positiva incluso si hay discrepancias menores.

2. Tecnologías de la Información en Servicios Microfinancieros

Tecnología de la información y comunicación (TIC) Automatización y Sistemas de Auto-Servicio Los sistemas financieros, en especial el sector microfinanciero, se han vuelto automatizados principal gracias a la puesta en marcha de tecnologías asimiladas mediante cajeros automáticos (ATMs), sistemas de autoservicio, también automatizados sistemas de respuesta telefónica, entre otros La tecnología ha elevado sus niveles de eficiencia y accesibilidad operativa del servicio al brindar una rápida y conveniente forma



de transacción. La introducción de esta tecnología en la Cooperativa San Román tiene el propósito de mejorar la experiencia y calidad para los usuarios. Cómo afecta la Tecnología la Calidad del Servicio Al impactar tramitado en la microfinanza, la tecnología de la información ha mejorado significativamente su calidad de servicio. Investigaciones indican que la implementación de la tecnología ha traído consigo niveles elevados de satisfacción que impulsan la eficacia de la Competencia. La posibilidad de utilizad el sistema en cualquier horario y lugar ha sido un factor determinante en la calificación de la percepción de los usuario. Investigar cómo la implementación mejora la experiencia vida del usuario en la Cooperativa San Román es relevante para entender la respuestas de la misma. Aceptación de las Tecnologías Financieras en la percibición de la Seguridad La aceptación de una tecnología financiera sue proporcional a la sensación inversión de seguridad del usuario. Los consumidores necesitan sentirse seguros al usar una tecnología para asegurarse de que sus transacciones y datos personales están protegidos. La implementación de la tecnología se acompañado de estrictas medidas de seguridad como la autenticación multifactorial, la encriptción de datos, y más, para garantizar la idoneidad y la eficiencia de la plataforma. La idea del usuario de San Román sobre la seguridad de la terminal les afectará directamente sus puntuaciones de satisfacción. Facilidad de Uso y Accesibilidad La facilidad de usa de la plataformas tecnológicas otorga un un control determinante. Los usuarios principiantes en la tecnología se siente abrumados y algunas veces, lo que puede restarles las puntuaciones de satisfacción. Una interfaz amigable y la flexibilidad de los sistemas conveniente a todas las plataformas, incluidos los smartphones y las computadoras, para una trayectoria fácil para los



usuario de vida tecnológica variable. Sino, también se puede implementar en una ubicación alejada para acceder a Nukualofa porque en área rurales, no hay infraestructura de bancos establecida. Identificar estas áreas dará al Equipo Lecciones en San Román los cambios que deben hacer para un control efectivo..

3. Estudios Previos sobre Satisfacción del Usuario

Satisfaction ESTimation in Banking Services. Algunas encuestas y estudios han evaluado la satisfacción del cliente en el negocio bancario en modelos teóricos y metodologías empíricas. El Índice de Satisfacción del Cliente Estadounidense ha sido utilizado para mensurar la satisfacción en diferentes áreas, incluyendo los servicios financieros. Esos modelos se basan en las variables de las expectativas del cliente, calidad percibida y valor percibido y su relación con las quejas del cliente y la lealtad. Eso ha provisto en un marco de referencia valioso para la evaluación de la satisfacción del usuario en Cooperativa San Román.

2.3. Tecnologías de la información en servicios financieros

La información utiliza herramientas y sistemas para recopilar, almacenar, procesar y transmitir información son tecnologías de la información (Turban, Volonino, & Wood, 2015). Las Tecnologías de la Información que se utilizan en el sector financiero son la banca en línea, los cajeros automáticos, los terminales de autoservicio y el Sistemas automatizados de res puesta de la oficina. Estas tecnologías permiten a los bancos mejorar la eficiencia operativa, reducir los gastos y brindar un servicio más accesible y fácil a los clientes. y Laudos a los clientes, 2018.



1. Automatización y Sistemas de Auto-Servicio

Automatización de los Servicios Financieros. Uno de los cambios radicales en los servicios financieros ha sido la modernización y automatización de las operaciones bancarias. La introducción de tecnologías como el cajero automático, las terminales de autoservicio y los sistemas de respuesta telefónica automática ha aumentado la accesibilidad a los servicios y la eficiencia de los proveedores. Según concluye un estudio de Ernst & Young, estas tecnologías contribuyeron a reducir los costos operativos y al grado de Al cliente, ya que permite a los prestadores de servicios bancarios operar de forma continua. Sistemas de Auto-Servicio. Los sistemas de auto-servicio, tales como los cajeros o los kioscos de servicio, dejan a los clientes realizar transacciones sin la participación de los empleados, minimizando el tiempo de espera y mejorando la conveniencia.

2. Impacto en la Calidad del Servicio

Mejora de la Eficiencia Operativa

La implementación de IT ha permitido a los bancos entregar servicios más rápidos, seguros y accesibles, lo que aumenta la satisfacción de los clientes. Un estudio de Parasuraman, Zeithaml y Berry realizado en 1988 y dedicado a las dimensiones del SERVQUAL demostró que la fiabilidad, la capacidad de respuesta y la seguridad requerían mejoras radicales que solo podían lograrse con la ayuda de tecnología avanzada.



2.3.1 Facilidad de Uso

Impacto de la Tecnología en la Banca. Existe una amplia gama de estudios que han evaluado el impacto de las tecnologías de la información en la banca y los servicios financieros. Furst et al. evaluaron el impacto de varias tecnologías de la información sobre la base de la eficiencia y la satisfacción.

1. Concepto de Facilidad de Uso

Definición de Facilidad de Uso

La facilidad de uso, también conocida como usabilidad, se refiere a la medida en que un sistema, producto o servicio puede ser utilizado por usuarios específicos para lograr objetivos específicos con efectividad, eficiencia y satisfacción en un contexto de uso definido. Según la norma ISO 9241-11, la usabilidad se evalúa en términos de efectividad (precisión y exhaustividad con que los usuarios alcanzan sus objetivos), eficiencia (recursos utilizados en relación con la precisión y exhaustividad) y satisfacción (comodidad y aceptabilidad del uso).

Teoría de la Usabilidad

La teoría de la usabilidad, desarrollada por expertos como Jakob Nielsen y Ben Shneiderman, establece principios y directrices para diseñar interfaces y sistemas que sean fáciles de usar. Nielsen (1994) propone diez heurísticas de usabilidad, que incluyen visibilidad del estado del sistema, coincidencia entre el sistema y el mundo real, control y libertad del usuario, consistencia y estándares, prevención de errores, reconocimiento en lugar de recuerdo, flexibilidad y eficiencia de uso,



diseño estético y minimalista, ayuda a los usuarios a reconocer, diagnosticar y recuperarse de errores, y ayuda y documentación.

2. Facilidad de Uso en Tecnologías Financieras

Interfaz intuitiva

Las interfaces intuitivas son asiduas al diseño en la facilidad de uso de las tecnologías financieras. La comodidad del usuario de jugar de una forma natural más allá de la formación constante que en ocasiones repercute en el ámbito financiero, donde la simplicidad y la claridad te resultan de gran ayuda para limitar los fallos, entre otros. En este caso, se puede asumir sobre la Cooperativa San Román con la evaluación de la usabilidad de dichas plataformas tecnológicas sean fácilmente accesibles y adaptables a los usuarios mientras accedan a la información y consiguen realizar transacciones.

Accesibilidad y Usabilidad

Accesibilidad y usabilidad son vocablos prácticamente propios entre sí. A pesar de ello, la accesibilidad logra dice que todo lo producto lo pueda usar cualquier usuario delicado. La accesibilidad en torno financiero, por lo tanto son problemas visuales, auditivos y de movilidad más limpio. Además de eso, las normas de accesibilidad a la web expulsan el WCAG que posibilita la creación de una interfaz fácilmente accesible. Garantizar la accesibilidad de la tecnología de la información en la Cooperativa San Román cambiará la satisfacción de sus usuarios, promoviendo la inclusión financiera. Evaluación de la usabilidad. icrousibilidad..

3. Estudios Previos sobre Facilidad de Uso en Servicios Financieros

Varios estudios han demostrado que la facilidad de uso es uno de los determinantes más críticos de la satisfacción del usuario en el contexto de los servicios financieros. Por ejemplo, el estudio de Davis sobre la aceptación tecnológica presentó un modelo llamado Modelo de aceptación tecnológica, que subraya la importancia de la facilidad de uso percibida y la utilidad percibida para la adopción de una nueva tecnología.

En el contexto peruano, varios estudios recientes han evaluado la adopción de los servicios bancarios en línea y también destacaron la usabilidad como un factor clave de la satisfacción del usuario. Según el análisis, “ la comodidad obtiene la puntuación más alta, y esto implica que los usuarios valoran las pantallas simples y fáciles de navegar”, por lo que se recomienda que las instituciones financieras propietarias de las plataformas de E-banking en línea trabajen para mejorar la usabilidad.

2.4. Eficiencia.

La eficiencia en el contexto de los servicios financieros se refiere a la capacidad de las tecnologías de la información para realizar transacciones y procesos con rapidez y precisión (Seddon, Graeser, & Willcocks, 2002). La eficiencia mejora la experiencia del cliente, reduce el tiempo de espera y aumenta la satisfacción del usuario. Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) en el modelo SERVQUAL identifican la eficiencia como un componente clave de la calidad del servicio.



2.5. Accesibilidad.

La accesibilidad se define como la facilidad con la que los usuarios pueden acceder a los servicios y tecnologías ofrecidos (Jaeger & Bowman, 2005). En el contexto de las tecnologías de la información, esto incluye la disponibilidad de terminales de autoservicio, cajeros automáticos, y la accesibilidad de plataformas en línea y móviles. Una alta accesibilidad es fundamental para garantizar que los clientes puedan utilizar los servicios financieros en cualquier momento y lugar.

2.5.1 Seguridad

La seguridad es una preocupación primordial en el uso de tecnologías de la información en los servicios financieros (Gonzalez, Gasco, & Llopis, 2015). Se refiere a la protección de los datos personales y financieros de los usuarios contra accesos no autorizados y fraudes. La percepción de seguridad influye significativamente en la confianza y satisfacción del usuario (Yap, Wong, Loh, & Bak, 2010).

2.6. Marco conceptual

Satisfacción del Usuario:

La satisfacción del usuario se define como el grado en que los productos o servicios cumplen o superan las expectativas del cliente (Kotler & Keller, 2016). En el contexto de los servicios microfinancieros, esta satisfacción está directamente relacionada con la percepción de los clientes sobre la eficiencia, accesibilidad, seguridad y calidad de atención proporcionada por las tecnologías de la información implementadas.



Tecnologías de la Información (TI):

Las tecnologías de la información comprenden las herramientas y sistemas utilizados para almacenar, procesar y transmitir información (Turban, Volonino, & Wood, 2015). En el sector financiero, incluyen sistemas de banca en línea, cajeros automáticos, terminales de autoservicio y sistemas automatizados de respuesta telefónica (URA). Estas tecnologías son esenciales para mejorar la eficiencia operativa, reducir costos y ofrecer servicios accesibles y convenientes.

Facilidad de Uso:

La facilidad de uso se refiere a la medida en que una tecnología puede ser utilizada por los usuarios para lograr sus objetivos con efectividad, eficiencia y satisfacción (ISO 9241-11). En el Modelo de Aceptación de Tecnología (TAM) de Davis (1989), se destaca que la facilidad de uso percibida es un determinante clave para la aceptación y uso de las tecnologías. En el ámbito financiero, la facilidad de uso es crucial para asegurar que los clientes puedan realizar transacciones sin dificultades.

Eficiencia:

La eficiencia se refiere a la capacidad de las tecnologías de la información para realizar transacciones y procesos con rapidez y precisión (Seddon, Graeser, & Willcocks, 2002). Este aspecto es fundamental para mejorar la experiencia del cliente, reducir el tiempo de espera y aumentar la satisfacción del usuario. Según el modelo SERVQUAL de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), la eficiencia es un componente clave de la calidad del servicio.



Accesibilidad:

La accesibilidad es la facilidad con la que los usuarios pueden acceder a los servicios y tecnologías ofrecidos (Jaeger & Bowman, 2005). En el contexto de las TI, incluye la disponibilidad de terminales de autoservicio, cajeros automáticos y plataformas en línea y móviles. Una alta accesibilidad garantiza que los clientes puedan utilizar los servicios financieros en cualquier momento y lugar, lo cual es esencial para la satisfacción del usuario.

Seguridad:

La seguridad es una preocupación primordial en el uso de tecnologías de la información en los servicios financieros (Gonzalez, Gasco, & Llopis, 2015). Se refiere a la protección de los datos personales y financieros de los usuarios contra accesos no autorizados y fraudes. La percepción de seguridad influye significativamente en la confianza y satisfacción del usuario (Yap, Wong, Loh, & Bak, 2010).

Atención al Cliente:

La atención al cliente es el soporte que las instituciones financieras brindan a sus clientes a través de diversos canales, incluyendo sistemas automatizados de respuesta telefónica (URA) y asistencia humana (Johnston, 2004). Una atención al cliente eficiente y efectiva es vital para resolver problemas, responder preguntas y asegurar una experiencia positiva para el usuario. La calidad de la atención al cliente tiene un impacto directo en la satisfacción del usuario (Heskett, Sasser, & Schlesinger, 1997).

Modelo Conceptual:

El modelo conceptual de este estudio se basa en la relación entre las tecnologías de la información y la satisfacción del usuario. Se postula que las tecnologías de la información (independiente) influyen en la satisfacción del usuario (dependiente) a través de varias dimensiones: facilidad de uso, eficiencia, accesibilidad, seguridad y atención al cliente. Cada una de estas dimensiones se mide mediante indicadores específicos, como el %% de usuarios que encuentran intuitivo el uso de las tecnologías, el tiempo promedio para completar transacciones y la percepción de seguridad. Este modelo conceptual proporciona una estructura para evaluar cómo las tecnologías de la información implementadas por la Cooperativa San Román impactan la satisfacción de sus usuarios.

2.7. Hipótesis

2.7.1 Hipótesis general

Los usuarios de la Cooperativa San Román están altamente satisfechos con las tecnologías de la información implementadas en los servicios microfinancieros durante el año 2023.

2.7.2 Hipótesis específicas

1. Las tecnologías de la información utilizadas en los servicios microfinancieros de la Cooperativa San Román incluyen terminales de autoservicio, cajeros automáticos, dispensadores de efectivo, terminales de depósito.
2. El grado de satisfacción de los usuarios con respecto a las tecnologías de la información implementadas en los servicios microfinancieros de la Cooperativa San Román es alto.

3. Existe una relación positiva entre los factores de calidad de servicio y la satisfacción del cliente en Telesap.

2.8. Identificación de las variables

Tecnologías de la Información:

Las tecnologías de la información (TI) en el contexto de los servicios microfinancieros se refieren a los sistemas y herramientas digitales que facilitan la gestión y provisión de servicios financieros. Estas tecnologías incluyen plataformas digitales, software de gestión, sistemas automatizados y dispositivos electrónicos que permiten realizar transacciones financieras de manera eficiente y segura.

Componentes Principales

Automatización: Integración de sistemas que realizan tareas de manera automática sin intervención humana directa, como los cajeros automáticos (ATMs) y los sistemas automatizados de respuesta telefónica.

Sistemas de Auto-Servicio: Herramientas que permiten a los usuarios realizar transacciones y acceder a servicios sin asistencia personal, como terminales de autoservicio y aplicaciones móviles.

Seguridad: Medidas y tecnologías implementadas para proteger la información y las transacciones financieras, incluyendo autenticación multifactor y encriptación de datos.

Usabilidad: Facilidad de uso y accesibilidad de las plataformas tecnológicas, asegurando que los usuarios puedan interactuar con ellas de manera intuitiva y eficiente.



Accesibilidad: Capacidad de las tecnologías para ser utilizadas por todos los usuarios, incluidas personas con discapacidades, y su disponibilidad en diversas ubicaciones y plataformas.

Satisfacción del Usuario:

La satisfacción del usuario se refiere al grado en que las expectativas de los usuarios son cumplidas o superadas por los servicios proporcionados a través de las tecnologías de la información. En el contexto de los servicios microfinancieros, la satisfacción del usuario mide cómo perciben los clientes la calidad, eficiencia, facilidad de uso y seguridad de los servicios tecnológicos implementados por la cooperativa.

Facilidad de Uso: La medida en que las tecnologías son intuitivas y fáciles de operar para los usuarios, reduciendo la necesidad de asistencia técnica o formación extensa.

Indicadores: %% de usuarios que encuentran intuitivo el uso de las tecnologías, número de quejas relacionadas con la dificultad de uso.

Eficiencia: La capacidad de las tecnologías para realizar transacciones de manera rápida y precisa.

Indicadores: Tiempo promedio para completar transacciones utilizando las tecnologías, %% de usuarios que consideran rápidas las tecnologías.

Accesibilidad: La disponibilidad y facilidad de acceso a las tecnologías en diversas ubicaciones y plataformas.

Indicadores: Disponibilidad de tecnologías en diversas ubicaciones, Frecu. de uso de los terminales, tiempo promedio de espera para usar un terminal.



Seguridad: La percepción de los usuarios sobre la seguridad de las transacciones y la protección de sus datos personales.

Indicadores: Percepción de seguridad en las transacciones realizadas con las tecnologías, número de incidentes de seguridad reportados.

Atención al Cliente: La calidad del soporte y asistencia proporcionados a los usuarios en relación con las tecnologías.

Indicadores: Satisfacción de los usuarios con los dispensadores, tiempo de respuesta a consultas y resolución de problemas.



CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Métodos de investigación

El presente estudio utiliza un enfoque cuantitativo para evaluar la satisfacción del usuario con las tecnologías de la información implementadas en los servicios microfinancieros de la Cooperativa San Román en Juliaca durante el año 2023. Este enfoque permite la recolección y análisis de datos numéricos para identificar patrones y relaciones significativas.

3.2. Tipo de investigación

El tipo de investigación es aplicada, ya que busca evaluar la efectividad de las tecnologías de la información en un contexto específico y ofrecer recomendaciones prácticas basadas en los hallazgos. Se enfoca en la aplicación del conocimiento para mejorar los servicios microfinancieros de la cooperativa.

3.3. Nivel

El nivel de investigación es explicativo-descriptivo. Este nivel permite describir las características de la satisfacción del usuario y explicar las relaciones



entre las variables independientes (tecnologías de la información) y dependientes (satisfacción del usuario).

3.4. Diseño

El diseño de la investigación es no experimental. Esto significa que los datos se recogen sin manipular las variables independientes. En lugar de un experimento controlado, se utilizan encuestas y observaciones para recolectar información sobre las percepciones y experiencias de los usuarios con las tecnologías de la información implementadas.

3.5. Población y muestra

3.5.1 Población

La población del estudio está compuesta por todos los clientes de la Cooperativa San Román en Juliaca, que utilizan los servicios microfinancieros y las tecnologías de la información implementadas. Se estima que la población total es de aproximadamente 230 clientes.

3.5.2 Muestra

La muestra del estudio se selecciona utilizando un método de muestreo aleatorio simple para asegurar la representatividad. Se determina una muestra de 144 clientes, lo cual es suficiente para proporcionar resultados confiables y válidos.

3.6. Criterios de Inclusión y Exclusión

3.6.1 Criterios de Inclusión

Usuarios que hayan utilizado los servicios microfinancieros de la Cooperativa San Román al menos una vez en el último año.



Clientes que sean mayores de 18 años.

Usuarios que estén dispuestos a participar en el estudio y completen el cuestionario.

3.6.2 Criterios de Exclusión

Usuarios que no hayan utilizado los servicios microfinancieros de la Cooperativa San Román en el último año.

Clientes menores de 18 años.

Usuarios que no estén dispuestos a participar o que no completen el cuestionario de manera íntegra.

3.7. Técnicas e instrumentos

Técnicas

Las técnicas utilizadas para la recolección de datos incluyen:

Observación directa: Permite registrar de manera objetiva cómo los usuarios interactúan con las tecnologías de la información.

Análisis documental: Revisión de registros y documentos relevantes que proporcionan información sobre la implementación y uso de las tecnologías de la información.

Encuestas: Recolección de datos mediante cuestionarios estructurados aplicados a los usuarios.

Instrumentos

Los instrumentos de recolección de datos incluyen:



Cuestionarios: Herramienta principal para obtener información sobre la percepción de los usuarios respecto a la facilidad de uso, eficiencia, accesibilidad, seguridad y atención al cliente.

Ficha de observación: Utilizada para registrar las interacciones y comportamientos de los usuarios con las tecnologías de la información.



CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Presentación de resultados

La muestra del estudio consistió en 144 clientes de la Cooperativa San Román en Juliaca. Los participantes fueron seleccionados mediante un muestreo aleatorio simple y representaron una variedad de perfiles demográficos, incluyendo edad, género, nivel educativo y Frecu. de uso de los servicios microfinancieros.

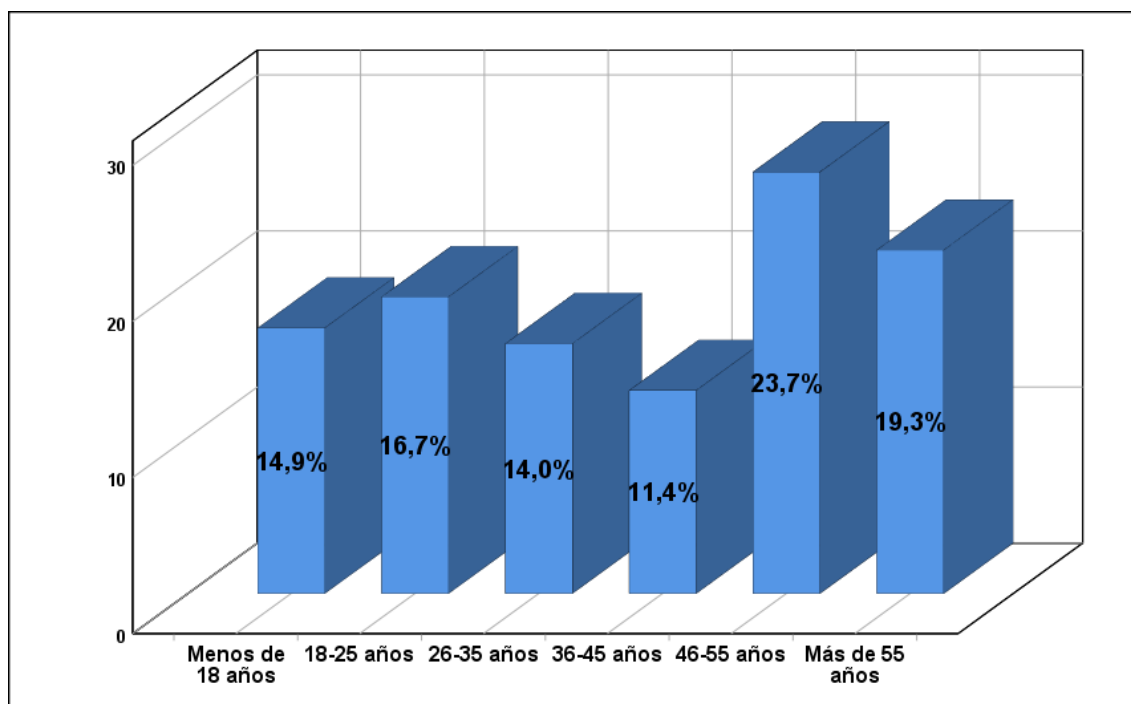
Tabla 1

¿Cuál es su edad?

		Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	Menos de 18 años	17	14,9	14,9	14,9
		19	16,7	16,7	31,6
		16	14,0	14,0	45,6
		13	11,4	11,4	57,0
		27	23,7	23,7	80,7
	Más de 55 años	22	19,3	19,3	100,0
	Total	114	100,0	100,0	

Figura 1

¿Cuál es su edad?



La distribución por edad muestra que el 14.9% de los encuestados tienen menos de 18 años, el 16.7% están en el rango de 18-25 años, el 14% tienen entre 26-35 años, el 11.4% están entre 36-45 años, el 23.7% tienen entre 46-55 años, y el 19.3% tienen más de 55 años.

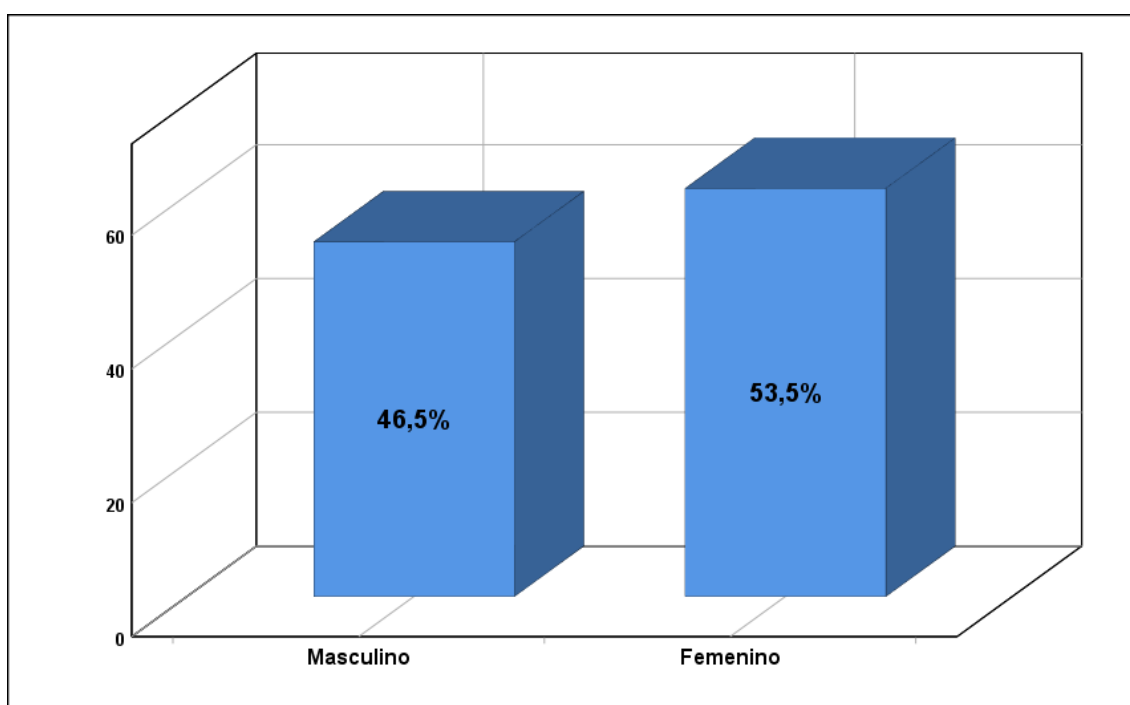
Tabla 2

¿Cuál es su género?

		Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	Masculino	53	46,5	46,5	46,5
	Femenino	61	53,5	53,5	100,0
	Total	114	100,0	100,0	

Figura 2

¿Cuál es su género?



El 46.5% de los encuestados son masculinos y el 53.5% son femeninos.

Interpretación: La muestra está bien distribuida por género, con una ligera mayoría de mujeres, lo que indica que las tecnologías de la información deben ser atractivas y funcionales para ambos géneros.

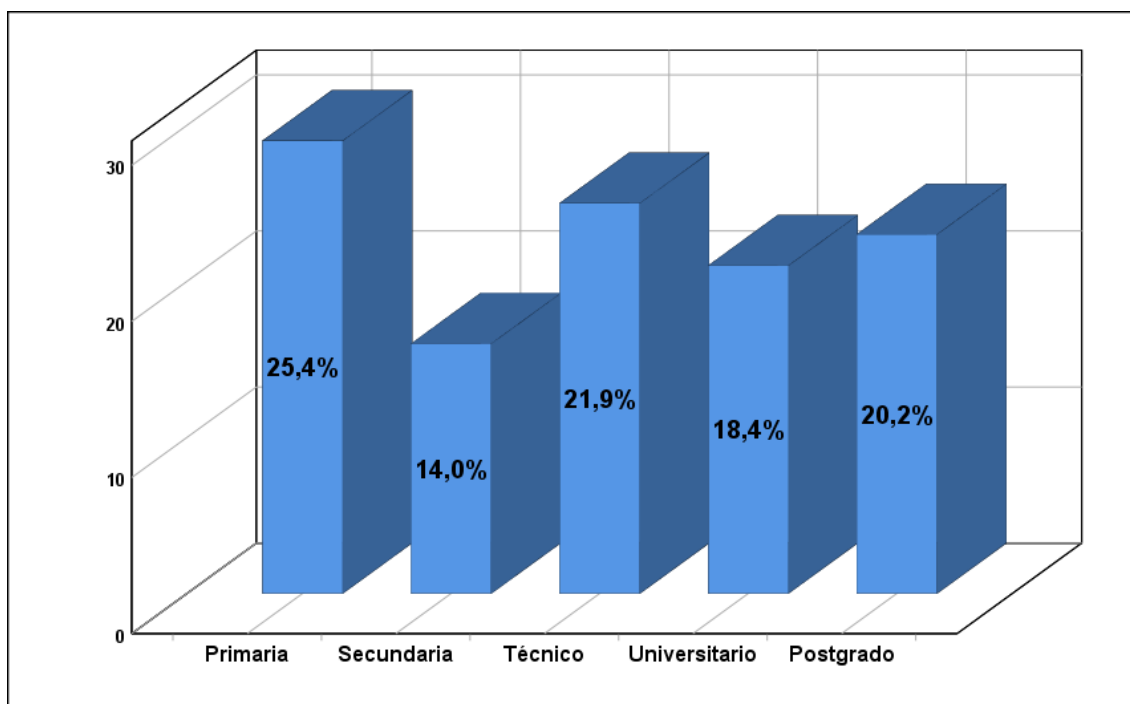
Tabla 3

¿Cuál es su nivel educativo?

		Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	Primaria	29	25,4	25,4	25,4
	Secundaria	16	14,0	14,0	39,5
	Técnico	25	21,9	21,9	61,4
	Universitario	21	18,4	18,4	79,8
	Postgrado	23	20,2	20,2	100,0
	Total	114	100,0	100,0	

Figura 3

¿Cuál es su nivel educativo?



El 25.4% de los encuestados tienen educación primaria, el 14% tienen educación secundaria, el 21.9% tienen educación técnica, el 18.4% tienen educación universitaria y el 20.2% tienen postgrado.

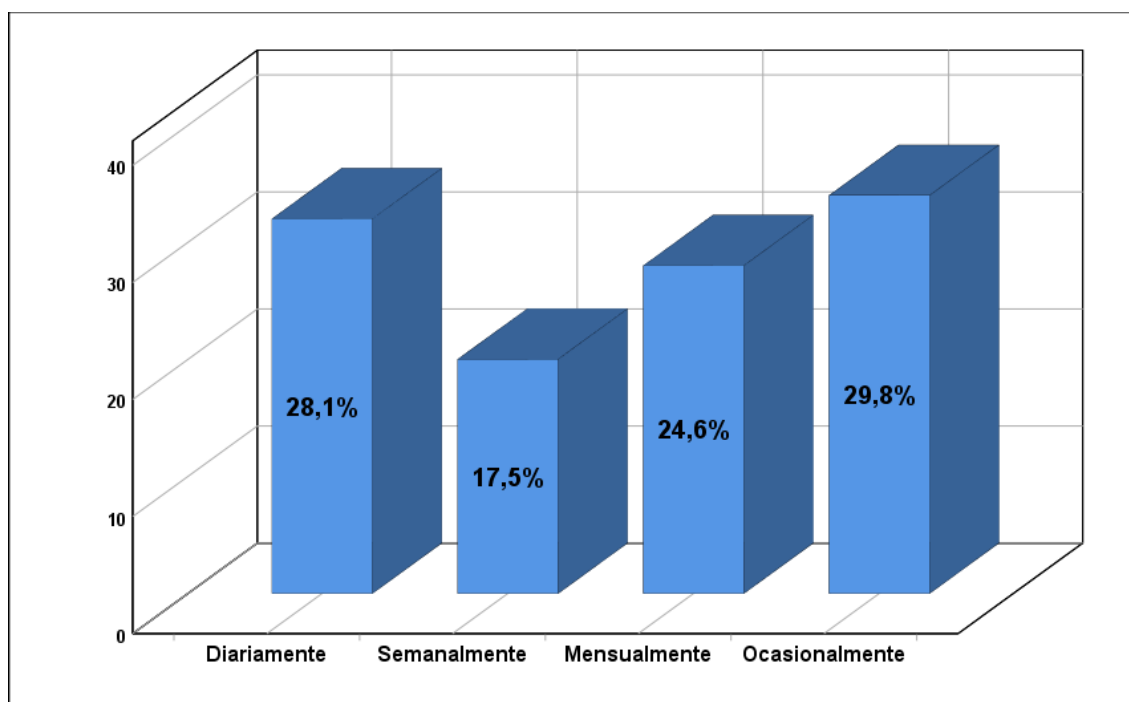
Tabla 4

¿Con qué Frecu. utiliza los servicios de la Cooperativa San Román?

	Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	32	28,1	28,1	28,1
	20	17,5	17,5	45,6
	28	24,6	24,6	70,2
	34	29,8	29,8	100,0
Total	114	100,0	100,0	

Figura 4

¿Con qué Frecu. utiliza los servicios de la Cooperativa San Román?



El 28.1% de los encuestados utilizan los servicios diariamente, el 17.5% semanalmente, el 24.6% mensualmente y el 29.8% ocasionalmente.

Interpretación: La Frecu. de uso es bastante variada, con una distribución equilibrada entre usuarios frecuentes y ocasionales, lo que implica que las tecnologías deben ser eficientes y accesibles para todos los usuarios, independientemente de la Frecu. de uso.

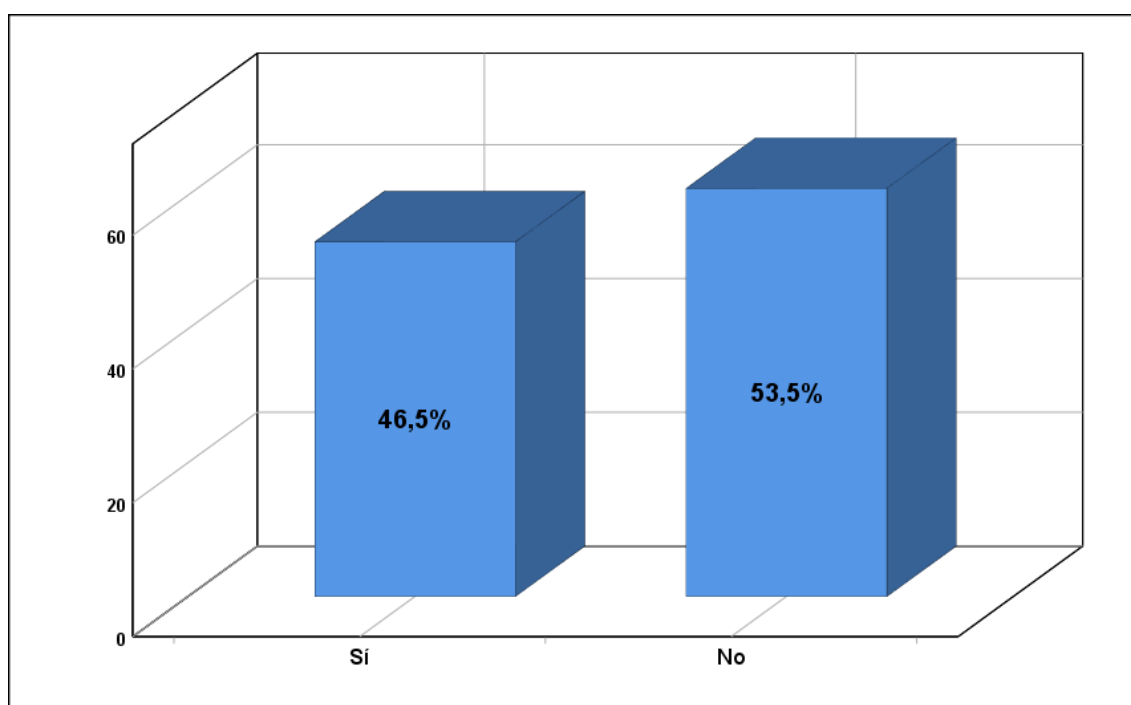
Tabla 5

¿Ha utilizado alguna vez los cajeros automáticos (ATMs) de la Cooperativa San Román?

		Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	Sí	53	46,5	46,5	46,5
	No	61	53,5	53,5	100,0
	Total	114	100,0	100,0	

Figura 5

¿Ha utilizado alguna vez los cajeros automáticos (ATMs) de la Cooperativa San Román?



El 46.5% de los encuestados han utilizado los cajeros automáticos, mientras que el 53.5% no lo han hecho.

Interpretación: Más de la mitad de los usuarios no han utilizado los cajeros automáticos, lo que indica una posible falta de accesibilidad o familiaridad con esta tecnología.

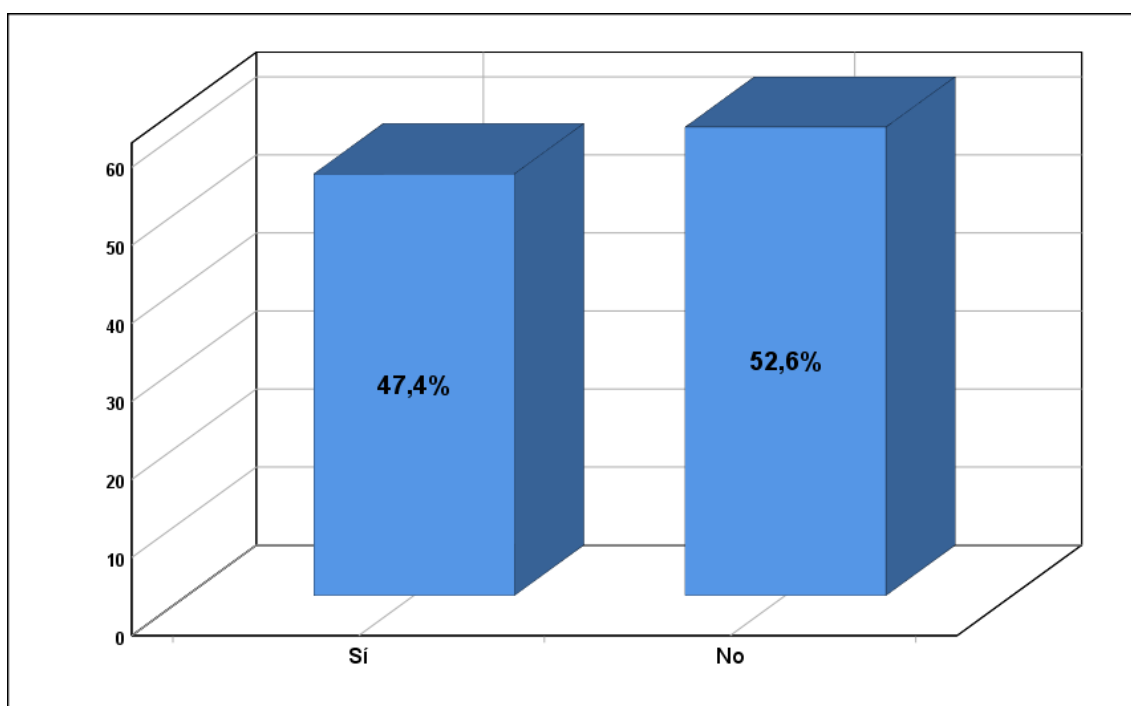
Tabla 6

¿Ha utilizado alguna vez los terminales de autoservicio de la Cooperativa San Román?

		Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	Sí	54	47,4	47,4	47,4
	No	60	52,6	52,6	100,0
Total		114	100,0	100,0	

Figura 5

¿Ha utilizado alguna vez los terminales de autoservicio de la Cooperativa San Román?



El 47.4% de los encuestados han utilizado los terminales de autoservicio, mientras que el 52.6% no lo han hecho.

Interpretación: Similar a los cajeros automáticos, una ligera mayoría de usuarios no han utilizado los terminales de autoservicio, lo que podría ser una oportunidad para aumentar la adopción a través de la educación y accesibilidad

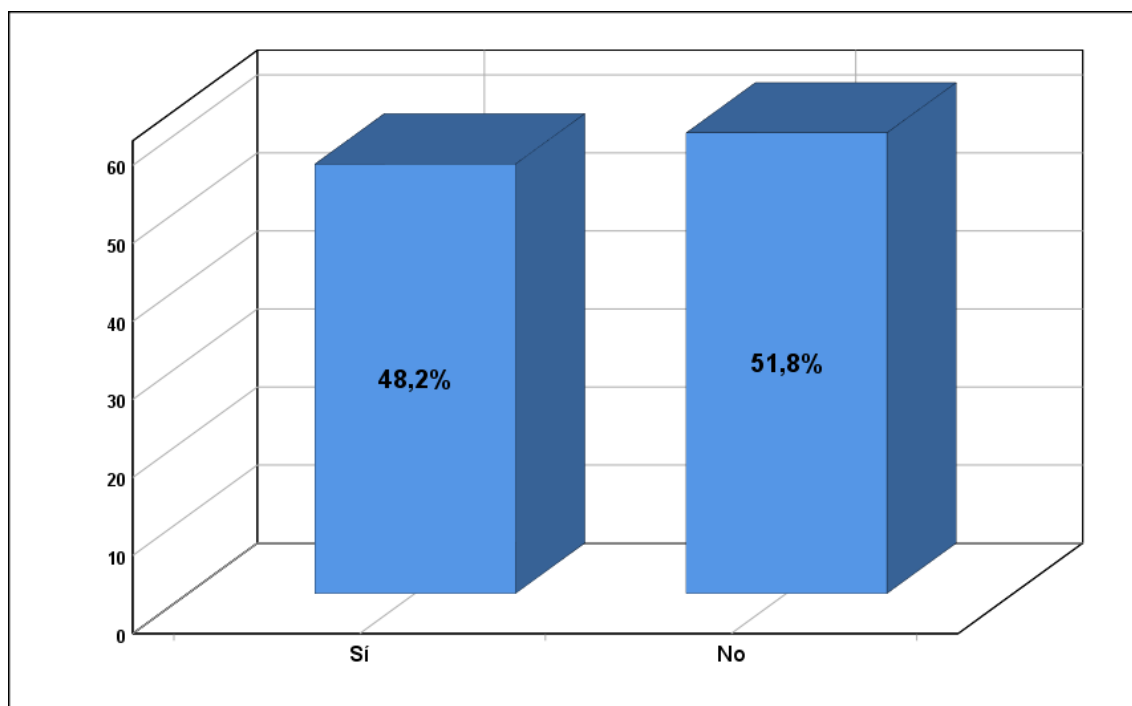
Tabla 7

¿Ha utilizado alguna vez los sistemas automatizados de respuesta telefónica de la Cooperativa San Román?

	Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	55	48,2	48,2	48,2
	59	51,8	51,8	100,0
Total	114	100,0	100,0	

Figura 6

¿Ha utilizado alguna vez los sistemas automatizados de respuesta telefónica de la Cooperativa San Román?



El 48.2% de los encuestados han utilizado los sistemas automatizados de respuesta telefónica, mientras que el 51.8% no lo han hecho.

Interpretación: La adopción de los sistemas automatizados de respuesta telefónica es casi equilibrada.

Tabla 8

¿Ha utilizado alguna vez las aplicaciones móviles de la Cooperativa San Román?

		Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	Sí	66	57,9	57,9	57,9
	No	48	42,1	42,1	100,0
Total		114	100,0	100,0	

Figura 7

¿Ha utilizado alguna vez las aplicaciones móviles de la Cooperativa San Román?

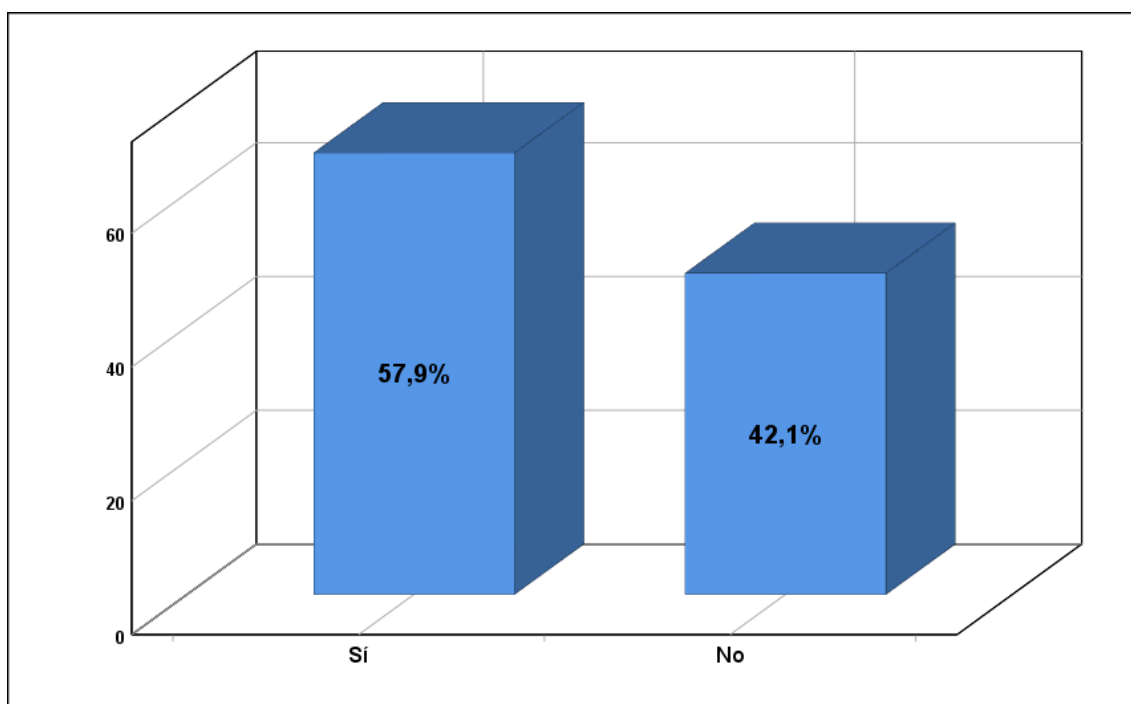


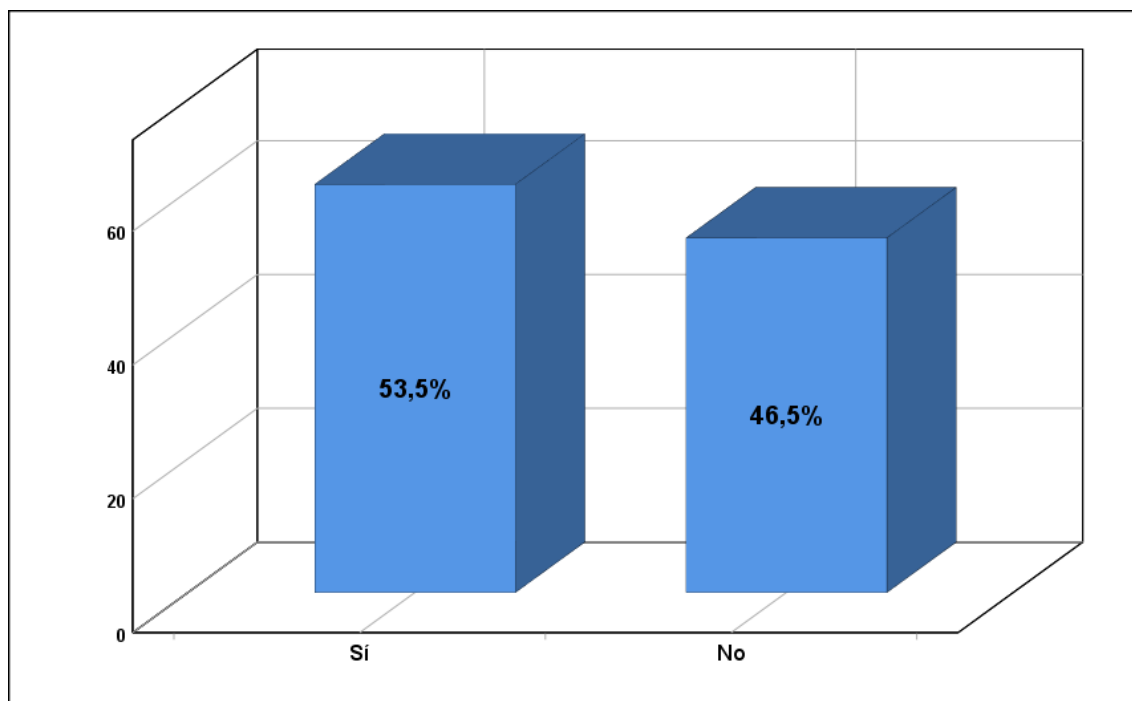
Tabla 9

¿Ha utilizado alguna vez los dispensadores de efectivo de la Cooperativa San Román?

		Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	Sí	61	53,5	53,5	53,5
	No	53	46,5	46,5	100,0
	Total	114	100,0	100,0	

Figura 9

¿Ha utilizado alguna vez los dispensadores de efectivo de la Cooperativa San Román?



El 53.5% de los encuestados han utilizado los dispensadores de efectivo, mientras que el 46.5% no lo han hecho.

Interpretación: La utilización de dispensadores de efectivo está bien distribuida, sugiriendo que estos dispositivos son relativamente accesibles y útiles para los usuarios.

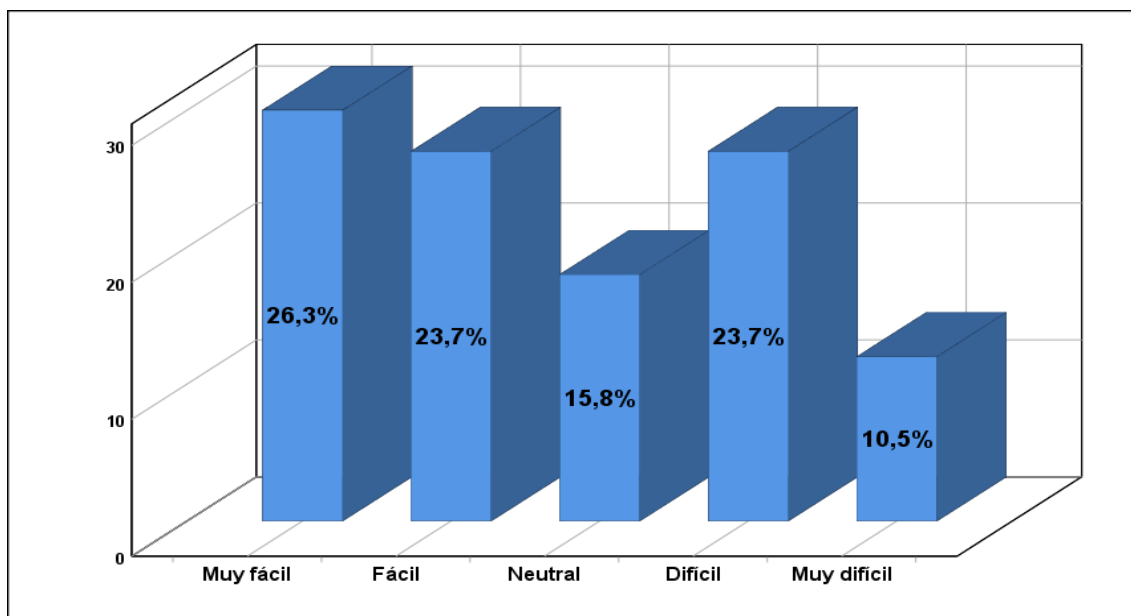
Tabla 10

¿Qué tan fácil le resulta usar los cajeros automáticos (ATMs) de la Cooperativa San Román?

		Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	Muy fácil	30	26,3	26,3	26,3
	Fácil	27	23,7	23,7	50,0
	Neutral	18	15,8	15,8	65,8
	Difícil	27	23,7	23,7	89,5
	Muy difícil	12	10,5	10,5	100,0
Total		114	100,0	100,0	

Figura 10

¿Qué tan fácil le resulta usar los cajeros automáticos (ATMs) de la Cooperativa San Román?



El 26.3% de los encuestados encuentran muy fácil usar los cajeros automáticos, el 23.7% fácil, el 15.8% neutral, el 23.7% difícil y el 10.5% muy difícil.

Interpretación: Aunque una buena parte de los usuarios encuentra fácil usar los cajeros automáticos, un %% significativo encuentra dificultades, indicando la necesidad de mejorar la interfaz de usuario y la accesibilidad

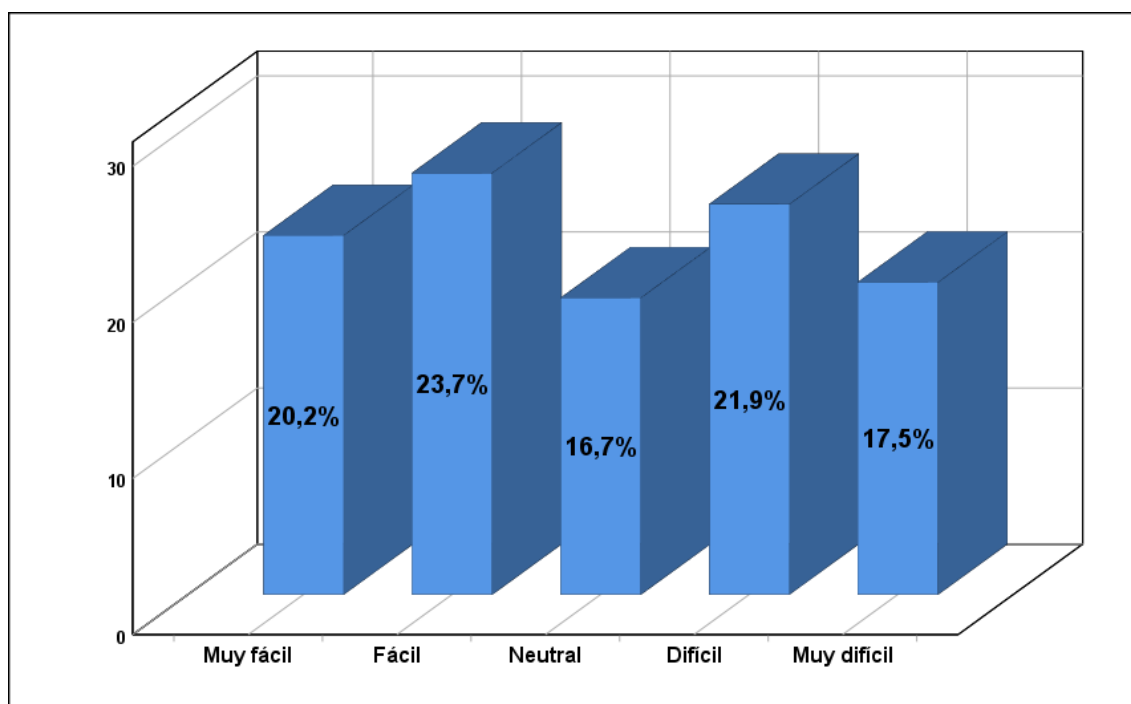
Tabla 11

¿Qué tan fácil le resulta usar los terminales de autoservicio de la Cooperativa San Román?

		Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	Muy fácil	23	20,2	20,2	20,2
	Fácil	27	23,7	23,7	43,9
	Neutral	19	16,7	16,7	60,5
	Difícil	25	21,9	21,9	82,5
	Muy difícil	20	17,5	17,5	100,0
	Total	114	100,0	100,0	

Figura 8

¿Qué tan fácil le resulta usar los terminales de autoservicio de la Cooperativa San Román?



El 20.2% de los encuestados encuentran muy fácil usar los terminales de autoservicio, el 23.7% fácil, el 16.7% neutral, el 21.9% difícil y el 17.5% muy difícil.

Interpretación: La facilidad de uso de los terminales de autoservicio es variada, con un %% notable encontrando dificultades, lo que sugiere la necesidad de mejorar estos sistemas.

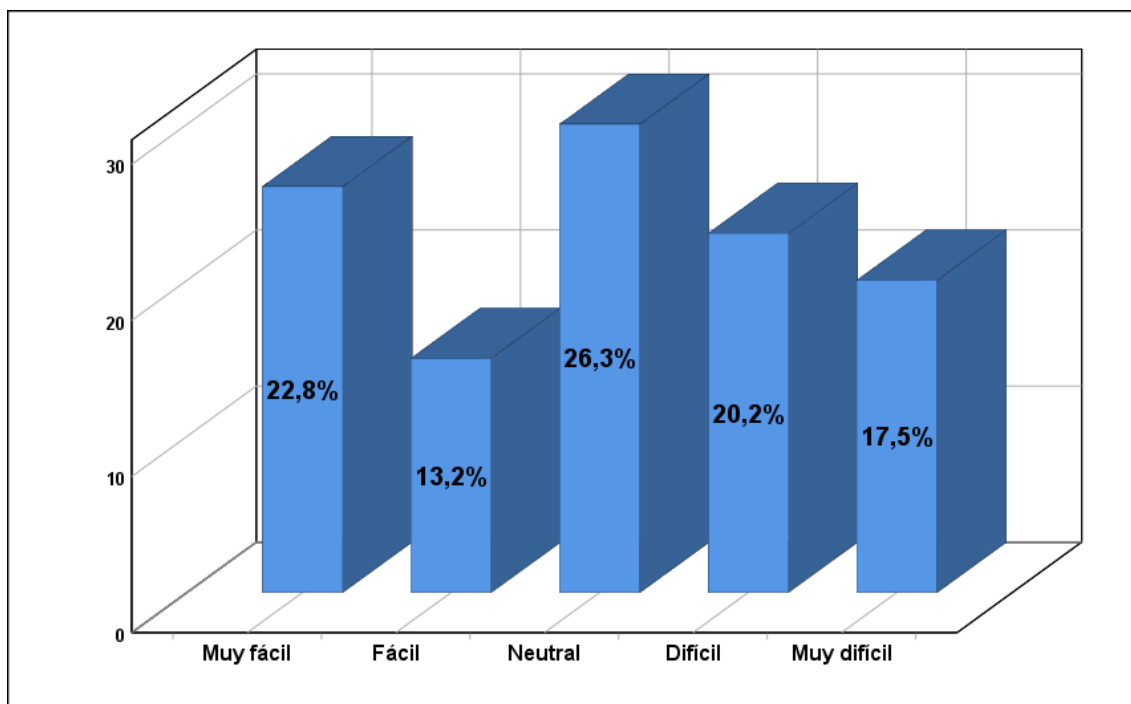
Tabla 12

¿Qué tan fácil le resulta usar las aplicaciones móviles de la Cooperativa San Román?

	Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	26	22,8	22,8	22,8
	15	13,2	13,2	36,0
	30	26,3	26,3	62,3
	23	20,2	20,2	82,5
	20	17,5	17,5	100,0
Total	114	100,0	100,0	

Figura 9

¿Qué tan fácil le resulta usar las aplicaciones móviles de la Cooperativa San Román?



El 22.8% de los encuestados encuentran muy fácil usar las aplicaciones móviles, el 13.2% fácil, el 26.3% neutral, el 20.2% difícil y el 17.5% muy difícil.

Interpretación: Las aplicaciones móviles presentan desafíos de usabilidad para una parte significativa de los usuarios, indicando la necesidad de optimizar la experiencia del usuario

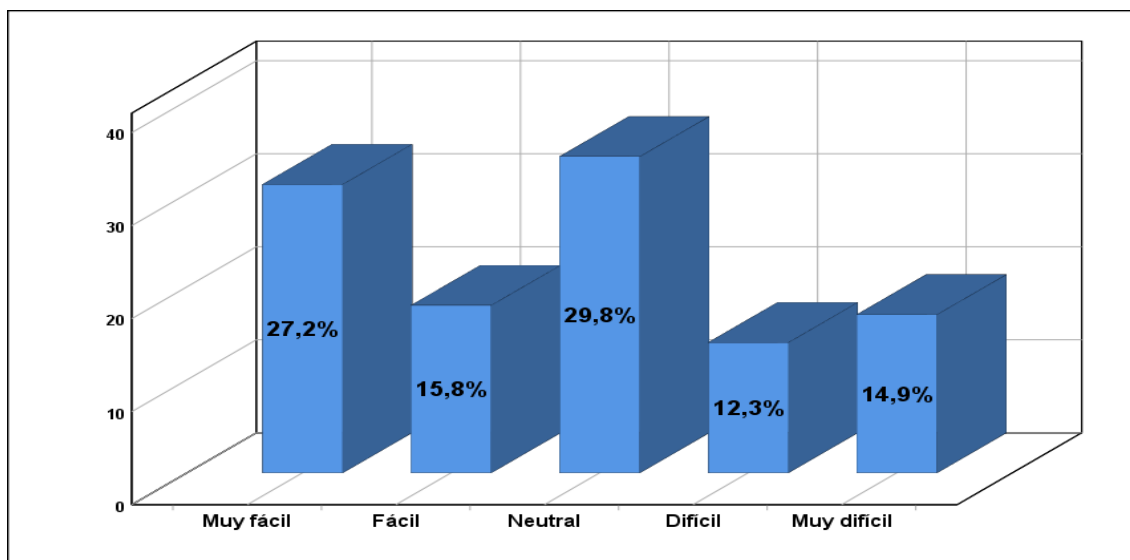
Tabla 13

¿Qué tan fácil le resulta usar los sistemas automatizados de respuesta telefónica de la Cooperativa San Román?

	Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	31	27,2	27,2	27,2
	18	15,8	15,8	43,0
	34	29,8	29,8	72,8
	14	12,3	12,3	85,1
	17	14,9	14,9	100,0
Total	114	100,0	100,0	

Figura 10

¿Qué tan fácil le resulta usar los sistemas automatizados de respuesta telefónica de la Cooperativa San Román?



El 27.2% de los encuestados encuentran muy fácil usar los sistemas automatizados de respuesta telefónica, el 15.8% fácil, el 29.8% neutral, el 12.3% difícil y el 14.9% muy difícil.

Interpretación: Aunque una buena parte encuentra fácil usar estos sistemas, hay una proporción considerable que encuentra dificultades, sugiriendo mejoras en la interfaz y el soporte.

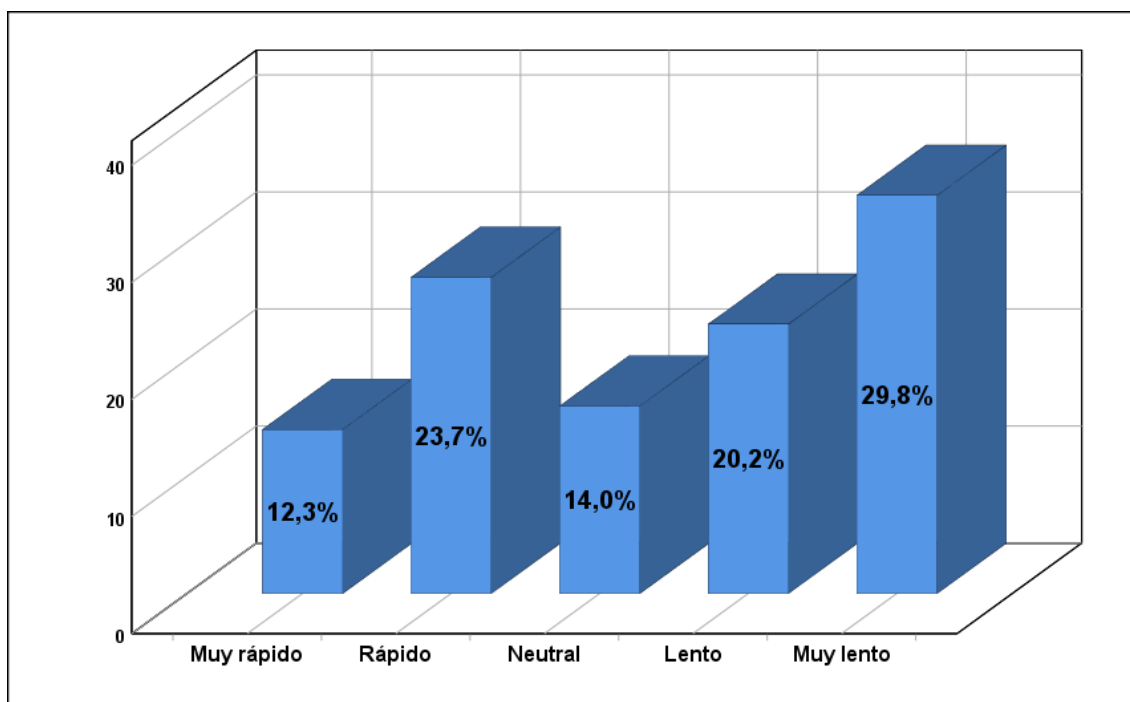
Tabla 14

¿Qué tan rápido puede completar una transacción en los cajeros automáticos (ATMs)?

	Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	14	12,3	12,3	12,3
	27	23,7	23,7	36,0
	16	14,0	14,0	50,0
	23	20,2	20,2	70,2
	34	29,8	29,8	100,0
Total	114	100,0	100,0	

Figura 11

¿Qué tan rápido puede completar una transacción en los cajeros automáticos (ATMs)?



El 12.3% de los encuestados encuentran muy rápido completar una transacción en los cajeros automáticos, el 23.7% rápido, el 14% neutral, el 20.2% lento y el 29.8% muy lento.

Interpretación: La percepción de la velocidad de las transacciones en los cajeros automáticos es variada, con un número significativo encontrando las transacciones lentas, lo que sugiere la necesidad de optimización

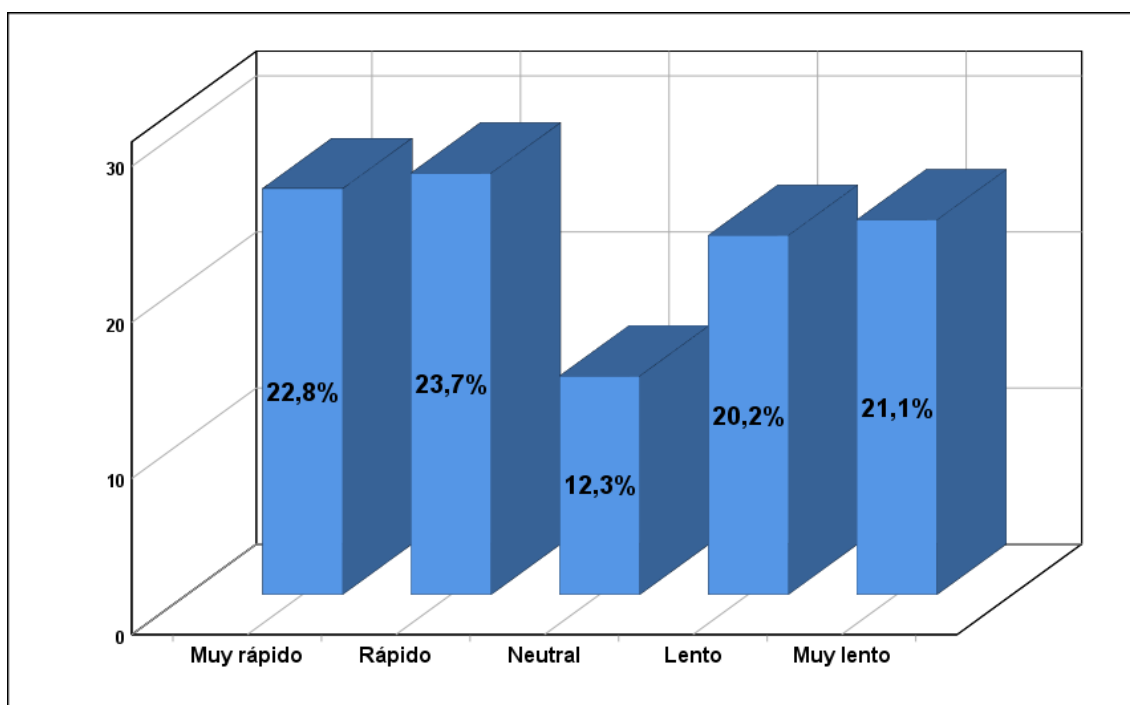
Tabla 15

¿Qué tan rápido puede completar una transacción en los terminales de autoservicio?

		Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	Muy rápido	26	22,8	22,8	22,8
	Rápido	27	23,7	23,7	46,5
	Neutral	14	12,3	12,3	58,8
	Lento	23	20,2	20,2	78,9
	Muy lento	24	21,1	21,1	100,0
Total		114	100,0	100,0	

Figura 12

¿Qué tan rápido puede completar una transacción en los terminales de autoservicio?



El 22.8% de los encuestados encuentran muy rápido completar una transacción en los terminales de autoservicio, el 23.7% rápido, el 12.3% neutral, el 20.2% lento y el 21.1% muy lento.

Interpretación: Similar a los cajeros automáticos, la velocidad de las transacciones en los terminales de autoservicio necesita ser mejorada para satisfacer a más usuarios

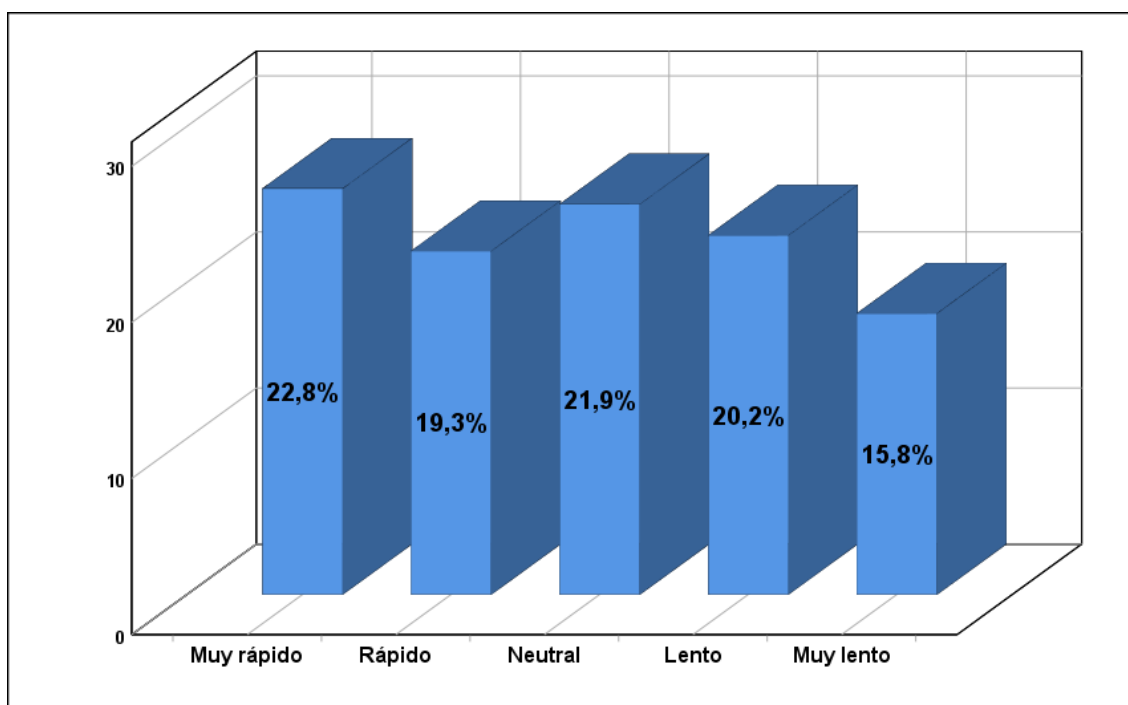
Tabla 16

¿Qué tan rápido puede completar una transacción usando las aplicaciones móviles?

	Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	26	22,8	22,8	22,8
	22	19,3	19,3	42,1
	25	21,9	21,9	64,0
	23	20,2	20,2	84,2
	18	15,8	15,8	100,0
Total	114	100,0	100,0	

Figura 13

¿Qué tan rápido puede completar una transacción usando las aplicaciones móviles?



El 22.8% de los encuestados encuentran muy rápido completar una transacción usando las aplicaciones móviles, el 19.3% rápido, el 21.9% neutral, el 20.2% lento y el 15.8% muy lento.

Interpretación: Las aplicaciones móviles muestran una percepción de velocidad aceptable, pero aún hay espacio para mejoras

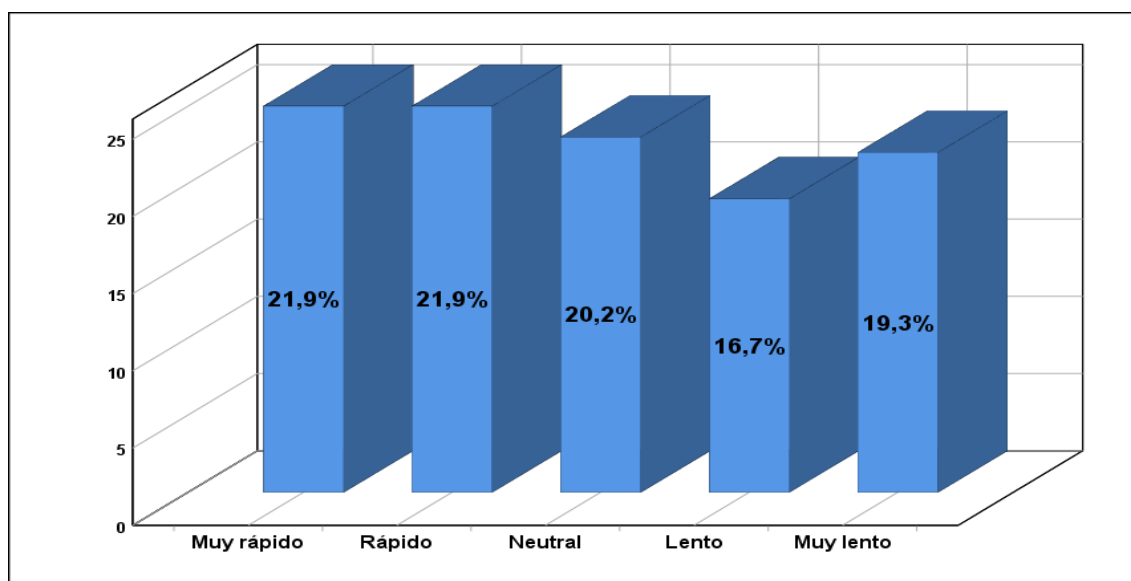
Tabla 17

¿Qué tan rápido puede completar una transacción usando los sistemas automatizados de respuesta telefónica?

	Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	25	21,9	21,9	21,9
	25	21,9	21,9	43,9
	23	20,2	20,2	64,0
	19	16,7	16,7	80,7
	22	19,3	19,3	100,0
Total	114	100,0	100,0	

Figura 14

¿Qué tan rápido puede completar una transacción usando los sistemas automatizados de respuesta telefónica?



El 21.9% de los encuestados encuentran muy rápido completar una transacción usando los sistemas automatizados de respuesta telefónica, el 21.9% rápido, el 20.2% neutral, el 16.7% lento y el 19.3% muy lento.

Interpretación: La percepción de velocidad en los sistemas automatizados de respuesta telefónica es variada, sugiriendo la necesidad de optimización

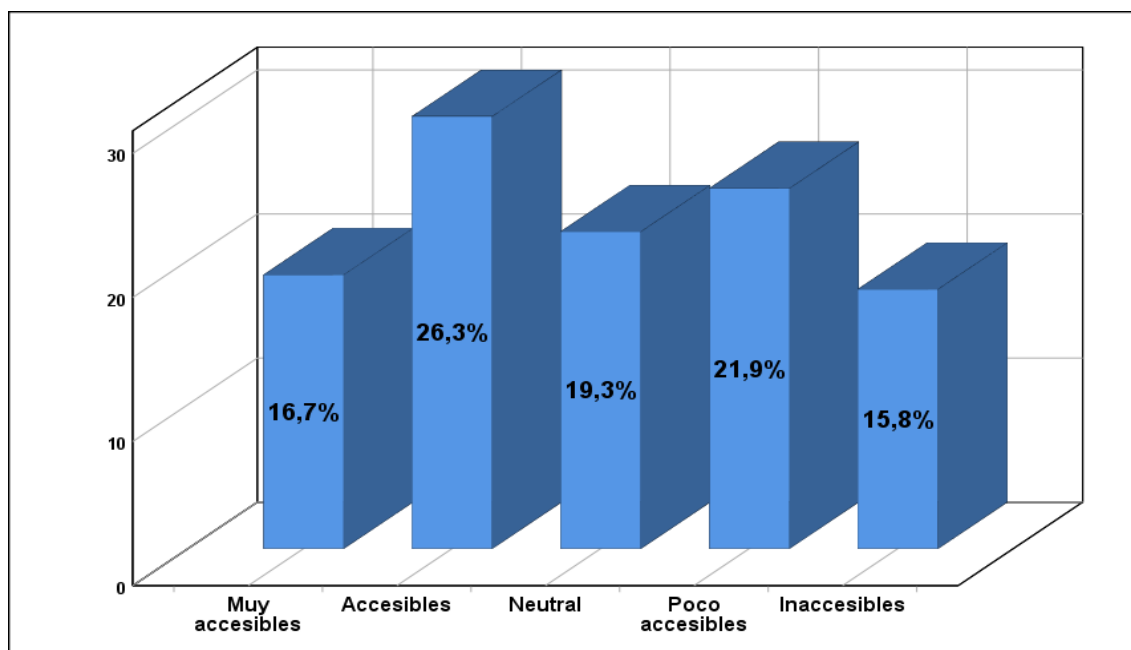
Tabla 17

¿Cuán accesibles encuentra los cajeros automáticos (ATMs) de la Cooperativa San Román?

		Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	Muy accesibles	19	16,7	16,7	16,7
	Accesibles	30	26,3	26,3	43,0
	Neutral	22	19,3	19,3	62,3
	Poco accesibles	25	21,9	21,9	84,2
	Inaccesibles	18	15,8	15,8	100,0
	Total	114	100,0	100,0	

Figura 15

¿Cuán accesibles encuentra los cajeros automáticos (ATMs) de la Cooperativa San Román?



El 16.7% de los encuestados encuentran muy accesibles los cajeros automáticos, el 26.3% accesibles, el 19.3% neutral, el 21.9% poco accesibles y el 15.8% inaccesibles.

Interpretación: La accesibilidad de los cajeros automáticos es un área que requiere atención, ya que una parte significativa de usuarios los encuentra poco accesibles o inaccesibles

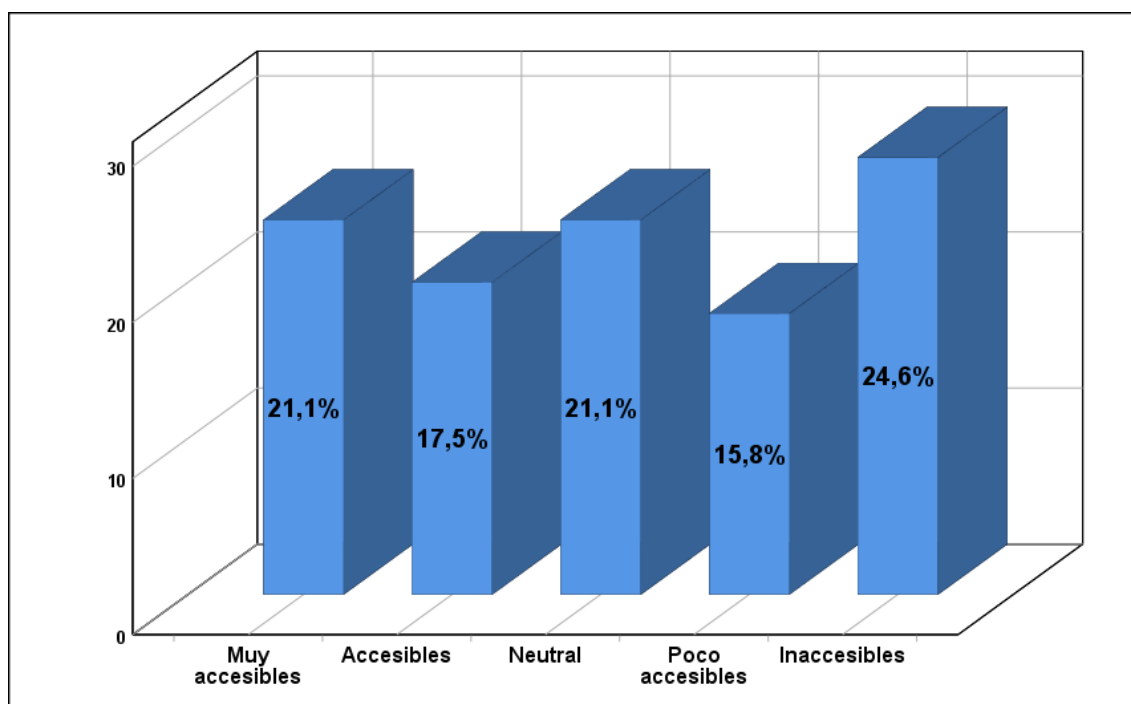
Tabla 18

¿Cuán accesibles encuentra los terminales de autoservicio de la Cooperativa San Román?

		Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	Muy accesibles	24	21,1	21,1	21,1
	Accesibles	20	17,5	17,5	38,6
	Neutral	24	21,1	21,1	59,6
	Poco accesibles	18	15,8	15,8	75,4
	Inaccesibles	28	24,6	24,6	100,0
	Total	114	100,0	100,0	

Figura 16

¿Cuán accesibles encuentra los terminales de autoservicio de la Cooperativa San Román?



El 21.1% de los encuestados encuentran muy accesibles los terminales de autoservicio, el 17.5% accesibles, el 21.1% neutral, el 15.8% poco accesibles y el 24.6% inaccesibles.

Interpretación: Los terminales de autoservicio presentan desafíos de accesibilidad, con una proporción notable de usuarios encontrándolos inaccesibles

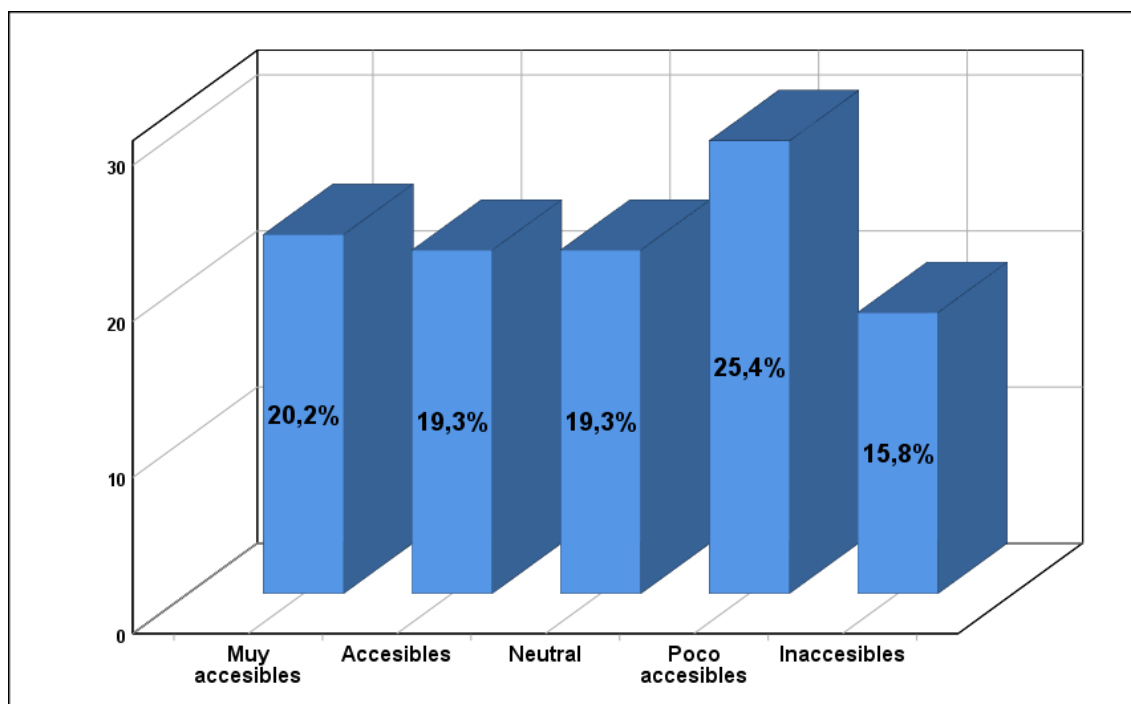
Tabla 19

¿Cuán accesibles encuentra las aplicaciones móviles de la Cooperativa San Román?

		Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	Muy accesibles	23	20,2	20,2	20,2
	Accesibles	22	19,3	19,3	39,5
	Neutral	22	19,3	19,3	58,8
	Poco accesibles	29	25,4	25,4	84,2
	Inaccesibles	18	15,8	15,8	100,0
	Total	114	100,0	100,0	

Figura 17

¿Cuán accesibles encuentra las aplicaciones móviles de la Cooperativa San Román?



El 20.2% de los encuestados encuentran muy accesibles las aplicaciones móviles, el 19.3% accesibles, el 19.3% neutral, el 25.4% poco accesibles y el 15.8% inaccesibles.

Interpretación: Las aplicaciones móviles tienen una accesibilidad aceptable, pero aún hay margen para mejorar, especialmente para aquellos que las encuentran poco accesibles o inaccesibles.

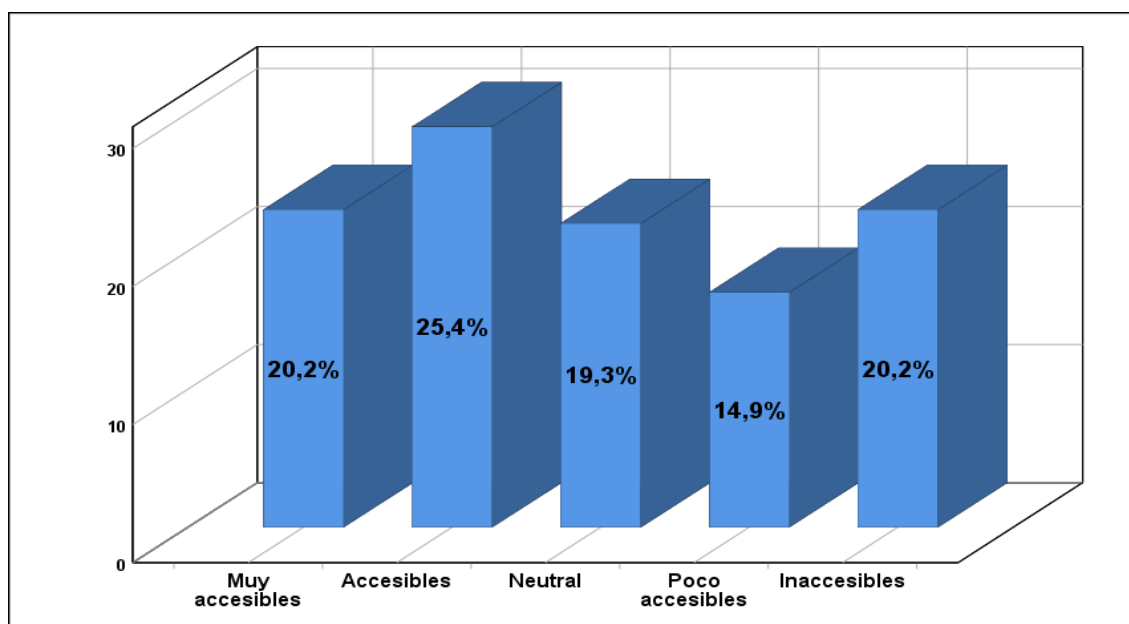
Tabla 20

¿Cuán accesibles encuentra los sistemas automatizados de respuesta telefónica de la Cooperativa San Román?

		Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	Muy accesibles	23	20,2	20,2	20,2
	Accesibles	29	25,4	25,4	45,6
	Neutral	22	19,3	19,3	64,9
	Poco accesibles	17	14,9	14,9	79,8
	Inaccesibles	23	20,2	20,2	100,0
	Total	114	100,0	100,0	

Figura 18

¿Cuán accesibles encuentra los sistemas automatizados de respuesta telefónica de la Cooperativa San Román?



El 20.2% de los encuestados encuentran muy accesibles los sistemas automatizados de respuesta telefónica, el 25.4% accesibles, el 19.3% neutral, el 14.9% poco accesibles y el 20.2% inaccesibles.

Interpretación: La accesibilidad de los sistemas automatizados de respuesta telefónica es un área que necesita mejoras, dado el %% de usuarios que los encuentran poco accesibles o inaccesibles.

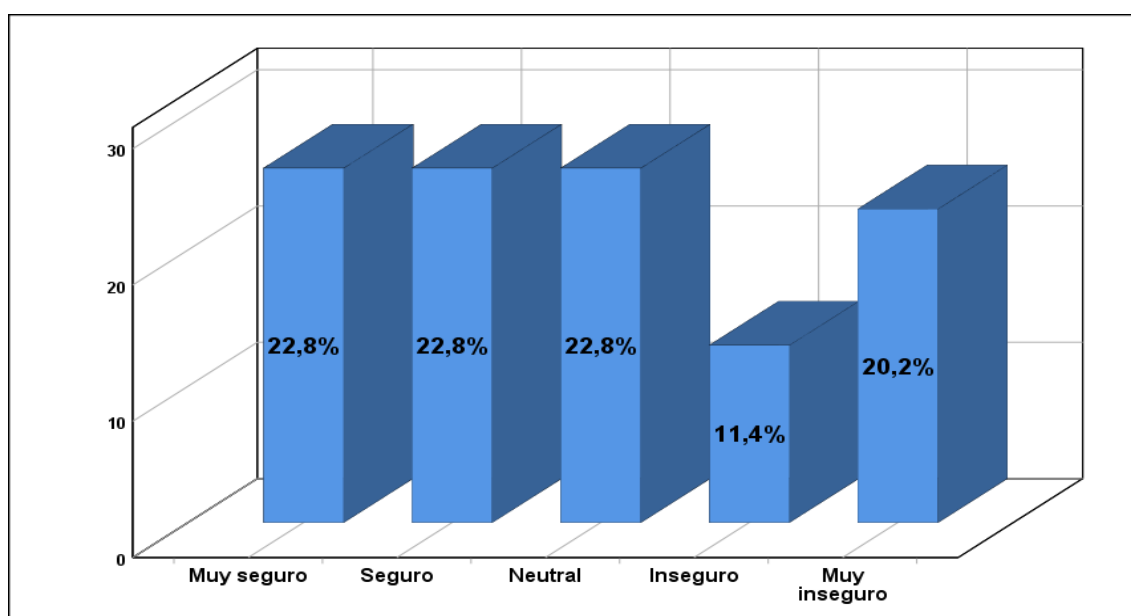
Tabla 21

¿Qué tan seguro se siente usando los cajeros automáticos (ATMs) de la Cooperativa San Román?

	Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	26	22,8	22,8	22,8
	26	22,8	22,8	45,6
	26	22,8	22,8	68,4
	13	11,4	11,4	79,8
	23	20,2	20,2	100,0
Total	114	100,0	100,0	

Figura 22

¿Qué tan seguro se siente usando los cajeros automáticos (ATMs) de la Cooperativa San Román?



El 22.8% de los encuestados se sienten muy seguros usando los cajeros automáticos, el 22.8% seguros, el 22.8% neutral, el 11.4% inseguros y el 20.2% muy inseguros.

Interpretación: Aunque una buena proporción de usuarios se siente segura, hay un %% considerable que no se siente seguro usando los cajeros automáticos, lo que indica la necesidad de mejorar las medidas de seguridad

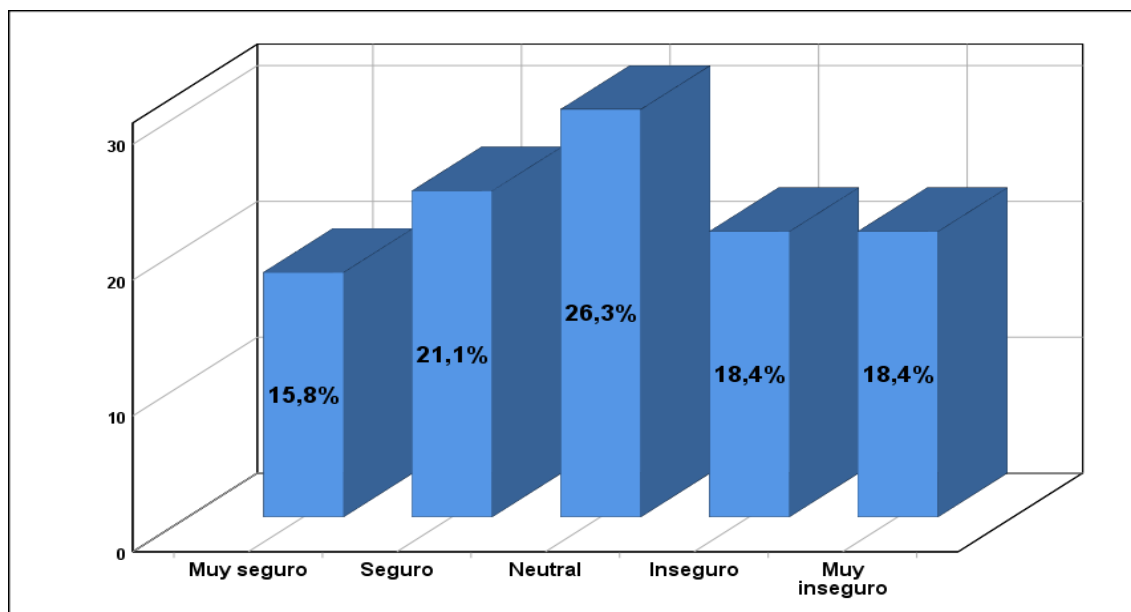
Tabla 22

¿Qué tan seguro se siente usando los terminales de autoservicio de la Cooperativa San Román?

	Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	18	15,8	15,8	15,8
	24	21,1	21,1	36,8
	30	26,3	26,3	63,2
	21	18,4	18,4	81,6
	21	18,4	18,4	100,0
Total	114	100,0	100,0	

Figura 19

¿Qué tan seguro se siente usando los terminales de autoservicio de la Cooperativa San Román?



El 15.8% de los encuestados se sienten muy seguros usando los terminales de autoservicio, el 21.1% seguros, el 26.3% neutral, el 18.4% inseguros y el 18.4% muy inseguros.

Interpretación: La percepción de seguridad en los terminales de autoservicio es baja, con muchos usuarios sintiéndose inseguros o muy inseguros, lo que requiere atención inmediata

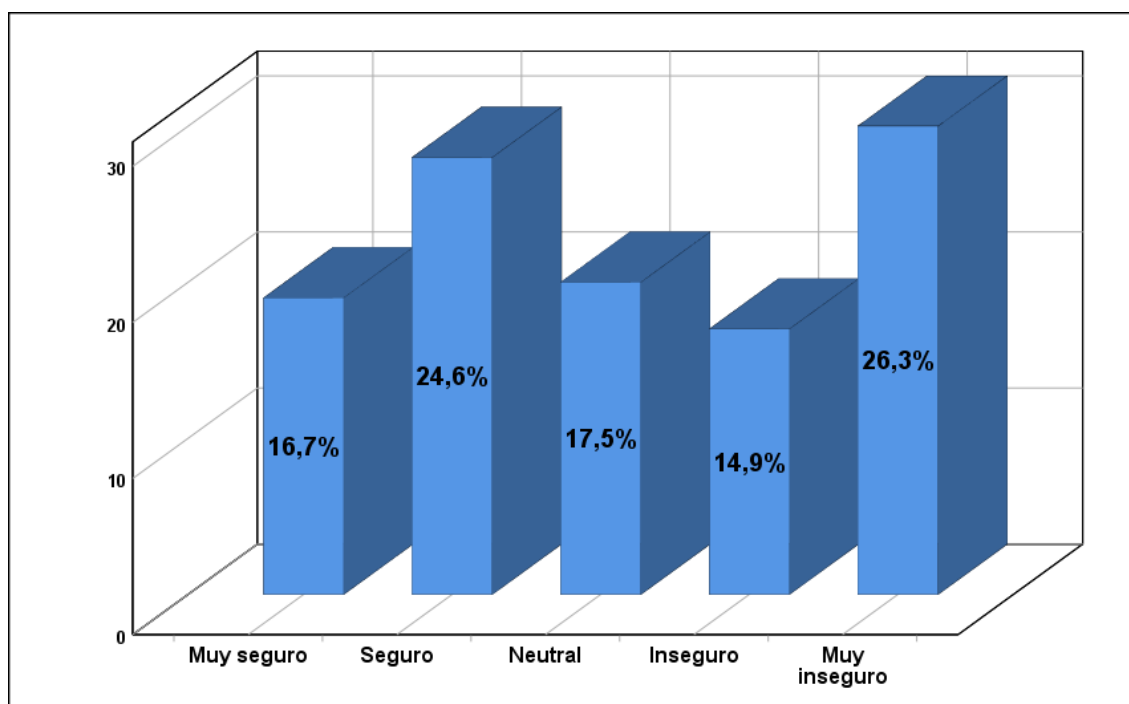
Tabla 23

¿Qué tan seguro se siente usando las aplicaciones móviles de la Cooperativa San Román?

	Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	19	16,7	16,7	16,7
	28	24,6	24,6	41,2
	20	17,5	17,5	58,8
	17	14,9	14,9	73,7
	30	26,3	26,3	100,0
Total	114	100,0	100,0	

Figura 20

¿Qué tan seguro se siente usando las aplicaciones móviles de la Cooperativa San Román?



El 16.7% de los encuestados se sienten muy seguros usando las aplicaciones móviles, el 24.6% seguros, el 17.5% neutral, el 14.9% inseguros y el 26.3% muy inseguros.

Interpretación: Las aplicaciones móviles presentan desafíos de seguridad, con una proporción significativa de usuarios que no se sienten seguros, lo que sugiere la necesidad de mejorar la seguridad de las aplicaciones

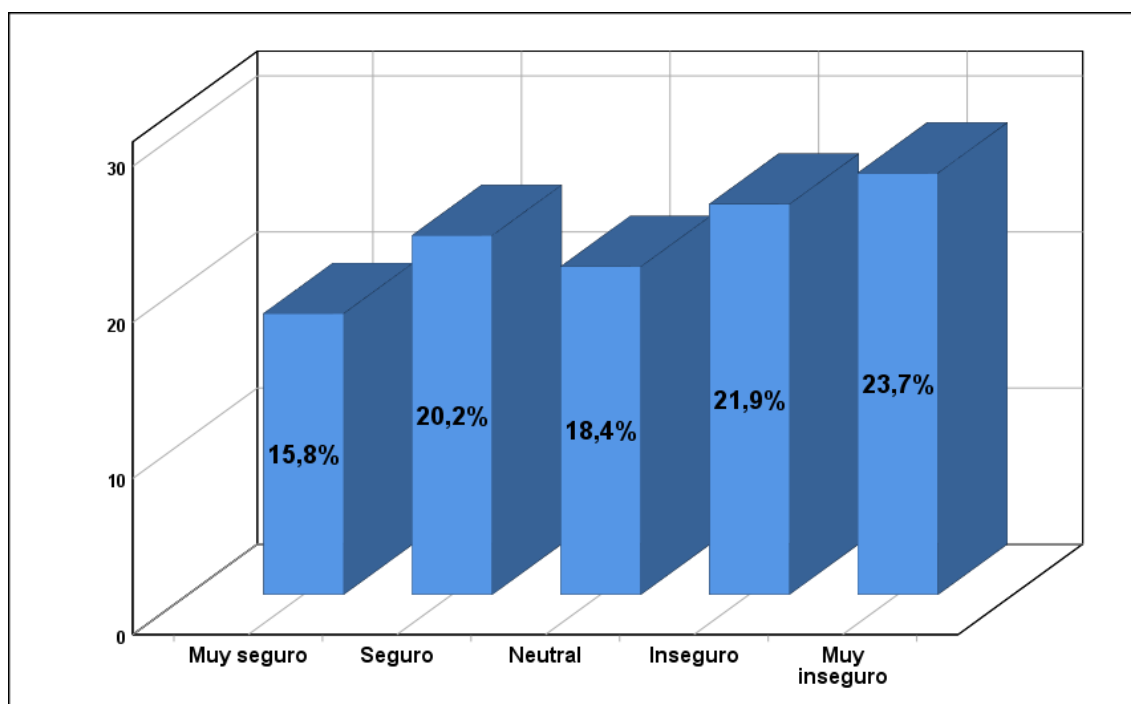
Tabla 24

¿Qué tan seguro se siente usando los sistemas automatizados de respuesta telefónica de la Cooperativa San Román?

	Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	18	15,8	15,8	15,8
	23	20,2	20,2	36,0
	21	18,4	18,4	54,4
	25	21,9	21,9	76,3
	27	23,7	23,7	100,0
Total	114	100,0	100,0	

Figura 21

¿Qué tan seguro se siente usando los sistemas automatizados de respuesta telefónica de la Cooperativa San Román?



El 15.8% de los encuestados se sienten muy seguros usando los sistemas automatizados de respuesta telefónica, el 20.2% seguros, el 18.4% neutral, el 21.9% inseguros y el 23.7% muy inseguros.

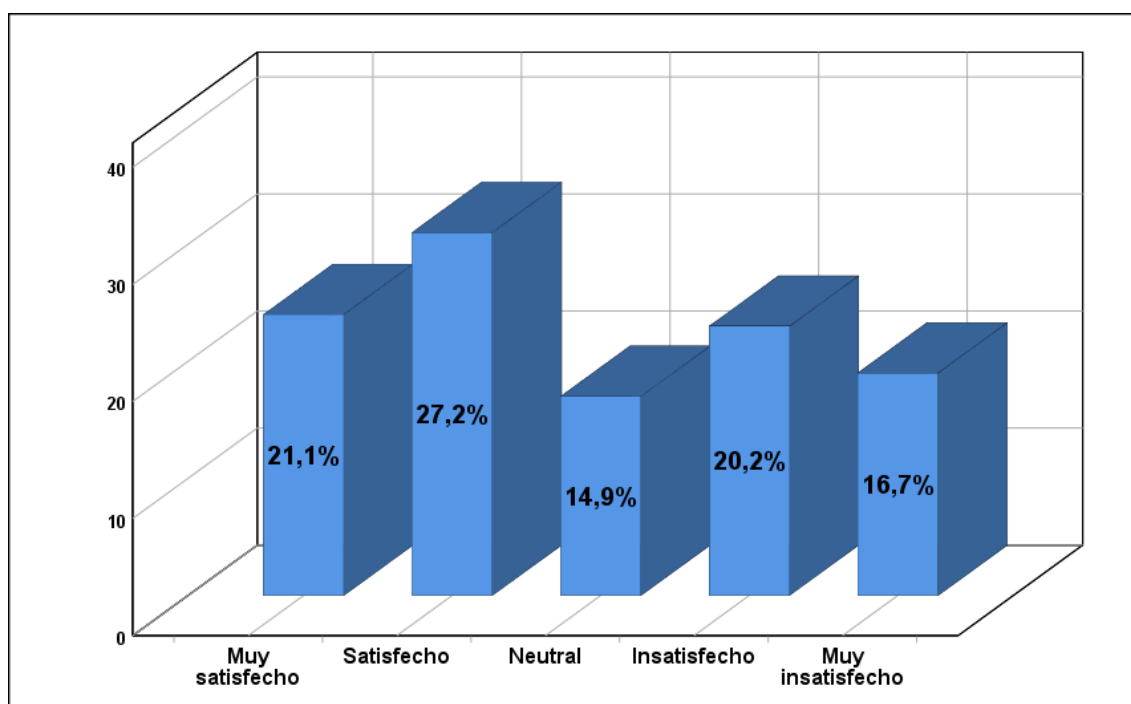
Tabla 25

¿Qué tan satisfecho está con la atención al cliente relacionada con los cajeros automáticos (ATMs)?

	Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	24	21,1	21,1	21,1
	31	27,2	27,2	48,2
	17	14,9	14,9	63,2
	23	20,2	20,2	83,3
	19	16,7	16,7	100,0
Total	114	100,0	100,0	

Figura 22

¿Qué tan satisfecho está con la atención al cliente relacionada con los cajeros automáticos (ATMs)?



El 21.1% de los encuestados están muy satisfechos con la atención al cliente relacionada con los cajeros automáticos, el 27.2% satisfechos, el 14.9% neutral, el 20.2% insatisfechos y el 16.7% muy insatisfechos.

Interpretación: Aunque hay un nivel aceptable de satisfacción.

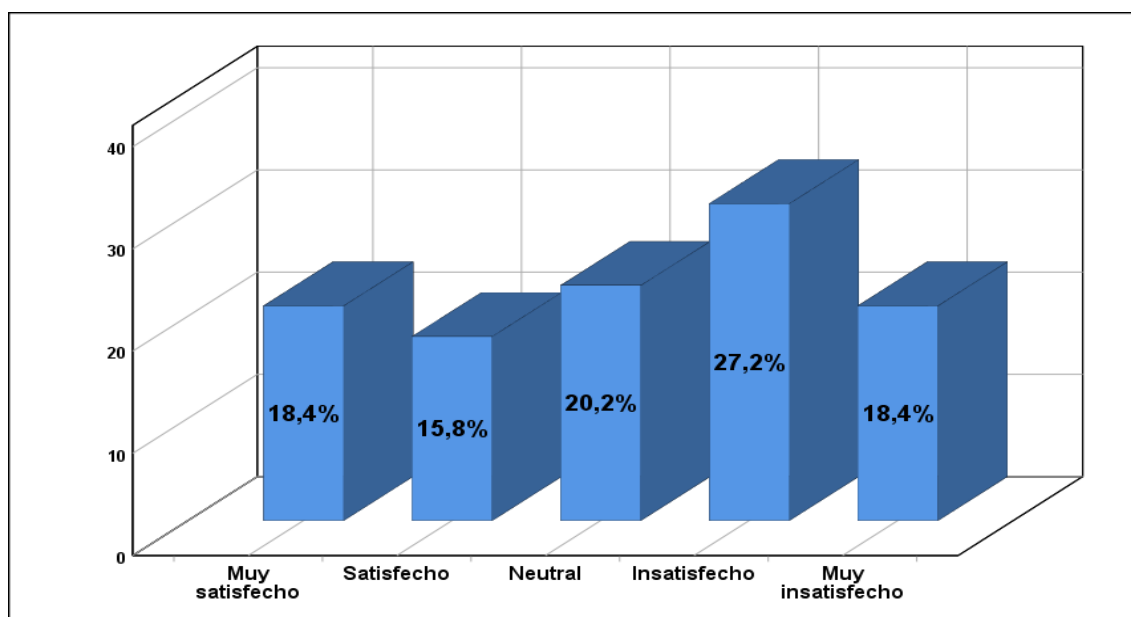
Tabla 27

¿Qué tan satisfecho está con la atención al cliente relacionada con los terminales de autoservicio?

	Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	21	18,4	18,4	18,4
	18	15,8	15,8	34,2
	23	20,2	20,2	54,4
	31	27,2	27,2	81,6
	21	18,4	18,4	100,0
Total	114	100,0	100,0	

Figura 23

¿Qué tan satisfecho está con la atención al cliente relacionada con los terminales de autoservicio?



El 18.4% de los encuestados están muy satisfechos con la atención al cliente relacionada con los terminales de autoservicio, el 15.8% satisfechos, el 20.2% neutral, el 27.2% insatisfechos y el 18.4% muy insatisfechos.

Interpretación: La satisfacción con la atención al cliente relacionada con los terminales de autoservicio es baja, lo que sugiere la necesidad de mejorar significativamente este aspecto

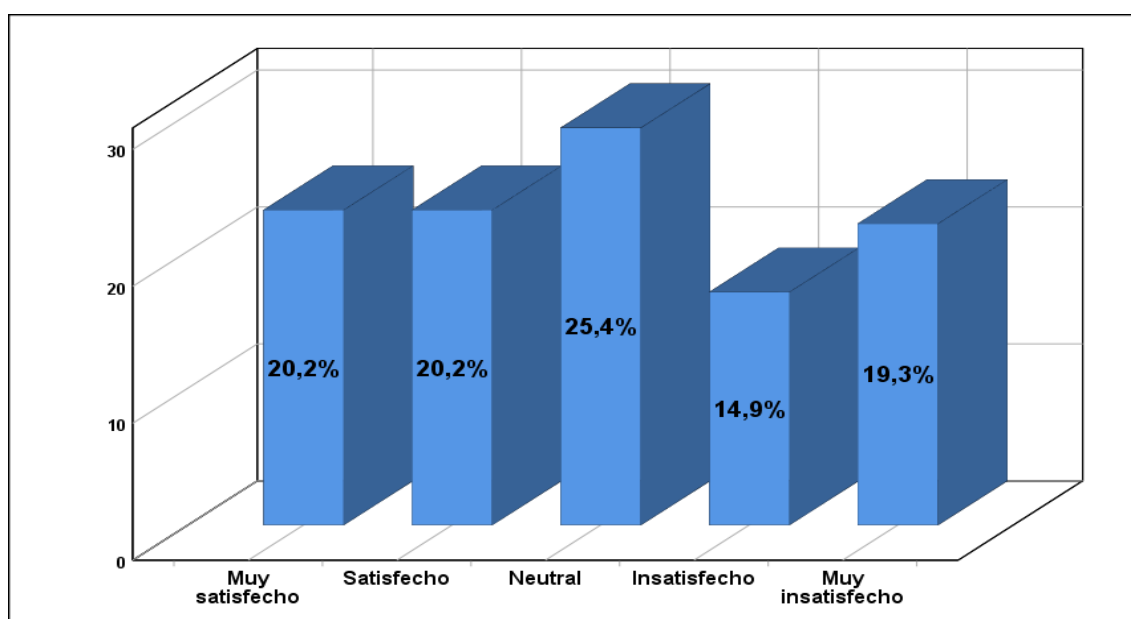
Tabla 28

¿Qué tan satisfecho está con la atención al cliente relacionada con las aplicaciones móviles?

	Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	23	20,2	20,2	20,2
	23	20,2	20,2	40,4
	29	25,4	25,4	65,8
	17	14,9	14,9	80,7
	22	19,3	19,3	100,0
Total	114	100,0	100,0	

Figura 24

¿Qué tan satisfecho está con la atención al cliente relacionada con las aplicaciones móviles?



El 20.2% de los encuestados están muy satisfechos con la atención al cliente relacionada con las aplicaciones móviles, el 20.2% satisfechos, el 25.4% neutral, el 14.9% insatisfechos y el 19.3% muy insatisfechos.

Interpretación: La satisfacción con la atención al cliente relacionada con las aplicaciones móviles es variada, con una proporción significativa de usuarios insatisfechos, lo que indica la necesidad de mejoras

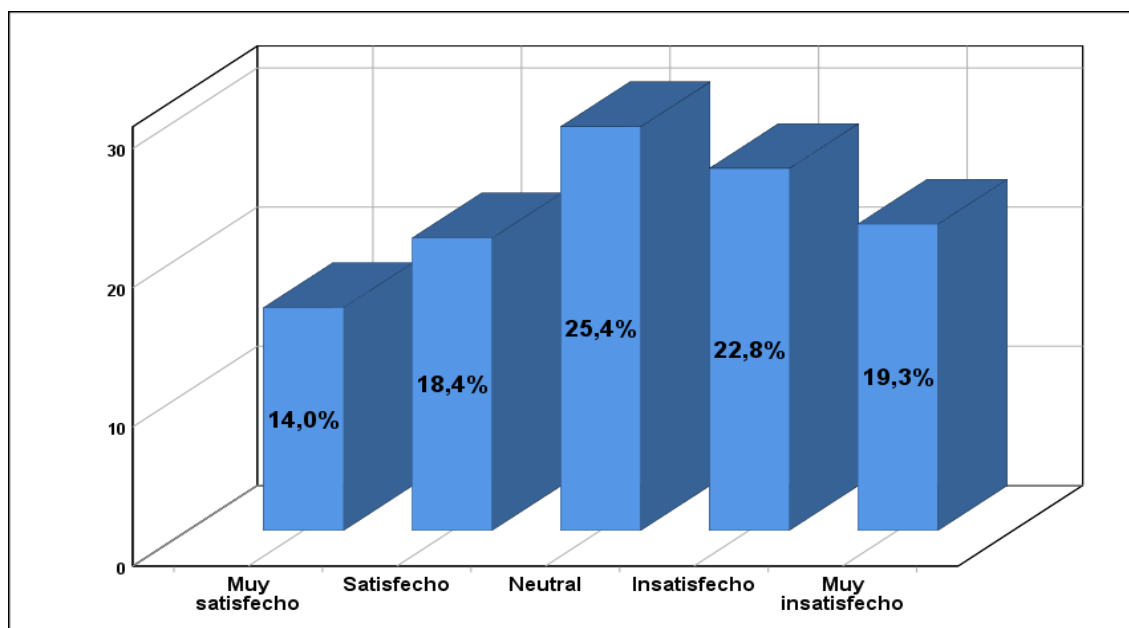
Tabla 26

¿Qué tan satisfecho está con la atención al cliente relacionada con los sistemas automatizados de respuesta telefónica?

	Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	16	14,0	14,0	14,0
	21	18,4	18,4	32,5
	29	25,4	25,4	57,9
	26	22,8	22,8	80,7
	22	19,3	19,3	100,0
Total	114	100,0	100,0	

Figura 25

¿Qué tan satisfecho está con la atención al cliente relacionada con los sistemas automatizados de respuesta telefónica?



El 14% de los encuestados están muy satisfechos con la atención al cliente relacionada con los sistemas automatizados de respuesta telefónica, el 18.4% satisfechos, el 25.4% neutral, el 22.8% insatisfechos y el 19.3% muy insatisfechos.

Interpretación: La satisfacción con la atención al cliente relacionada con los sistemas automatizados de respuesta telefónica es baja, con una alta proporción de usuarios insatisfechos, lo que indica la necesidad de mejorar este aspecto

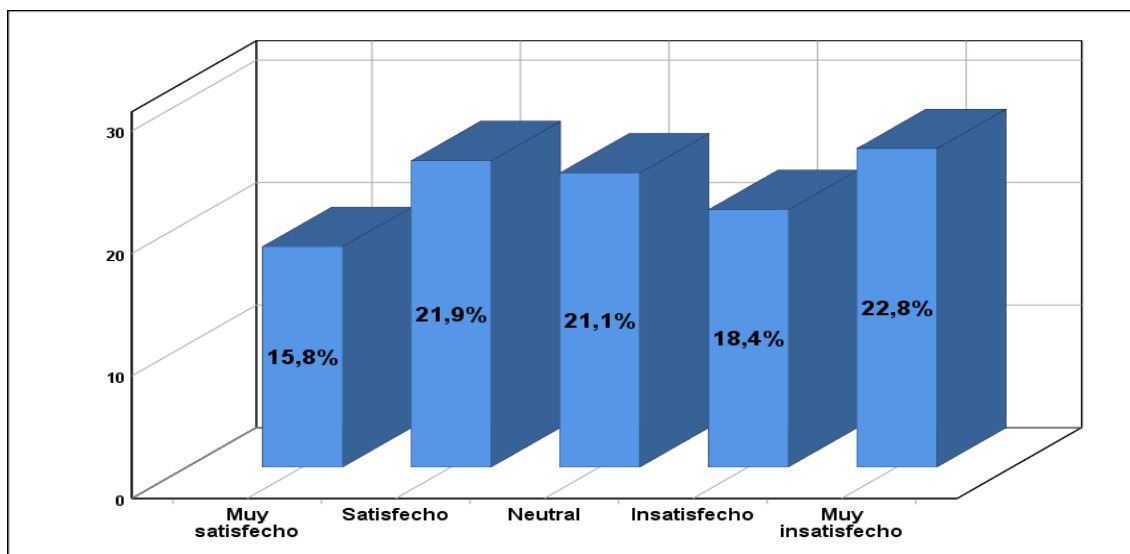
Tabla 27

¿Cuál es su nivel de satisfacción general con las tecnologías de la información de la Cooperativa San Román?

		Frecu.	%%	%% válido	%% acumulado
Válido	Muy satisfecho	18	15,8	15,8	15,8
	Satisfecho	25	21,9	21,9	37,7
	Neutral	24	21,1	21,1	58,8
	Insatisfecho	21	18,4	18,4	77,2
	Muy insatisfecho	26	22,8	22,8	100,0
	Total	114	100,0	100,0	

Figura 26

¿Cuál es su nivel de satisfacción general con las tecnologías de la información de la Cooperativa San Román?



El 15.8% de los encuestados están muy satisfechos con las tecnologías de la información de la Cooperativa San Román, el 21.9% satisfechos, el 21.1% neutral, el 18.4% insatisfechos y el 22.8% muy insatisfechos.

Interpretación: La satisfacción general con las tecnologías de la información es variada, con una proporción considerable de usuarios insatisfechos, lo que sugiere la necesidad de mejoras en varios aspectos de las tecnologías y servicios proporcionados.

4.2. Discusión de resultados

Los resultados del análisis demográfico revelan que la mayoría de los usuarios de la Cooperativa San Román pertenecen a los grupos de edad de 46-55 años y más de 55 años. Esto sugiere que las tecnologías de la información deben ser accesibles y usables para una población adulta mayor, presentando desafíos adicionales en términos de diseño de interfaz y facilidad de uso. Además, la muestra está bien distribuida por género, con una ligera mayoría de mujeres, lo que indica que las tecnologías deben ser igualmente atractivas y funcionales para ambos géneros. La mayoría de los usuarios tienen un nivel educativo de primaria o postgrado, lo que sugiere que las tecnologías de la información deben ser fáciles de usar para personas con diversos niveles educativos. La Frecu. de uso es bastante variada, con una distribución equilibrada entre usuarios frecuentes y ocasionales, lo que implica que las tecnologías deben ser eficientes y accesibles para todos los usuarios, independientemente de la Frecu. de uso.

En cuanto al uso de las tecnologías de la información, más de la mitad de los usuarios no han utilizado los cajeros automáticos ni los terminales de autoservicio, indicando una posible falta de accesibilidad o familiaridad con estas tecnologías. Es esencial mejorar la educación y la promoción de estos servicios para aumentar su adopción. La adopción de los sistemas automatizados de respuesta telefónica y las aplicaciones móviles es casi equilibrada, con más de la mitad de los usuarios habiendo utilizado las aplicaciones móviles, sugiriendo una mayor aceptación de tecnologías más avanzadas y accesibles. Sin embargo, aún hay margen para mejorar la familiaridad y el confort de los usuarios con estas tecnologías. La utilización de dispensadores de efectivo está bien distribuida, lo que



sugiere que estos dispositivos son relativamente accesibles y útiles para los usuarios. Sin embargo, es importante continuar promoviendo estos servicios y asegurando su accesibilidad para todos los usuarios.

La facilidad de uso de los cajeros automáticos y los terminales de autoservicio muestra que, aunque una buena parte de los usuarios encuentra fácil su uso, un %% significativo encuentra dificultades. Esto indica la necesidad de mejorar la interfaz de usuario y la accesibilidad, posiblemente a través de interfaces más intuitivas y guías de uso claras. Las aplicaciones móviles presentan desafíos de usabilidad para una parte significativa de los usuarios, indicando la necesidad de optimizar la experiencia del usuario. De manera similar, aunque una buena parte encuentra fácil usar los sistemas automatizados de respuesta telefónica, hay una proporción considerable que encuentra dificultades, sugiriendo la necesidad de mejorar estos sistemas para asegurar una experiencia de usuario más fluida y satisfactoria.

La percepción de la velocidad de las transacciones en los cajeros automáticos, terminales de autoservicio, aplicaciones móviles y sistemas automatizados de respuesta telefónica es variada, con un número significativo de usuarios encontrando las transacciones lentas. Esto sugiere la necesidad de optimización. Es crucial mejorar la eficiencia de estos sistemas para reducir los tiempos de espera y aumentar la satisfacción del usuario.

La accesibilidad de los cajeros automáticos y los terminales de autoservicio es un área que requiere atención, ya que una parte significativa de usuarios los encuentra poco accesibles o inaccesibles. Las aplicaciones móviles y los sistemas automatizados de respuesta telefónica también presentan desafíos de



accesibilidad. Es necesario mejorar la accesibilidad de todas las tecnologías para asegurar que todos los usuarios puedan utilizarlas de manera efectiva.

Aunque una buena proporción de usuarios se siente segura usando las tecnologías, hay un %% considerable que no se siente seguro. Esto indica la necesidad de mejorar las medidas de seguridad y la comunicación de estas medidas a los usuarios para aumentar su confianza en las tecnologías.

La satisfacción con la atención al cliente relacionada con los cajeros automáticos, terminales de autoservicio, aplicaciones móviles y sistemas automatizados de respuesta telefónica es variada, con una proporción significativa de usuarios insatisfechos. Esto sugiere la necesidad de mejorar la atención al cliente, proporcionando soporte más efectivo y accesible para todos los usuarios.

Finalmente, la satisfacción general con las tecnologías de la información es variada, con una proporción considerable de usuarios insatisfechos. Esto sugiere la necesidad de mejoras en varios aspectos de las tecnologías y servicios proporcionados por la Cooperativa San Román. Es esencial abordar las áreas de insatisfacción para aumentar la satisfacción general y la adopción de las tecnologías.



CONCLUSIONES

- Primera.** La evaluación revela que la satisfacción general con las tecnologías de la información es variada. Aunque el 37.7% de los usuarios están satisfechos o muy satisfechos, un 41.2% muestra insatisfacción. Las áreas clave que necesitan mejoras son la accesibilidad (37.7% de usuarios encuentran las tecnologías poco accesibles o inaccesibles), la seguridad (42.1% se sienten inseguros o muy inseguros) y la atención al cliente (39.5% insatisfechos o muy insatisfechos). Estos aspectos deben ser abordados para aumentar la satisfacción general y la adopción de las tecnologías.
- Segunda.** Las principales tecnologías de la información utilizadas incluyen cajeros automáticos (ATMs) (46.5% de adopción), terminales de autoservicio (47.4%), sistemas automatizados de respuesta telefónica (48.2%), aplicaciones móviles (57.9%) y dispensadores de efectivo (53.5%). La adopción de estas tecnologías varía, lo que sugiere la necesidad de mejorar la accesibilidad y la familiarización con estas tecnologías.
- Tercera.** La satisfacción con las tecnologías varía significativamente. Aunque un 37.7% de los usuarios encuentran fáciles de usar los cajeros automáticos, un 34.2% encuentran dificultades. Similarmente, un 39.5% de los usuarios están satisfechos o muy satisfechos con las aplicaciones móviles, pero un 41.2% muestra insatisfacción. La percepción de seguridad también es preocupante, con un 42.1% de los usuarios que no se sienten seguros utilizando las tecnologías.



Cuarta. Las tecnologías de la información han mejorado la eficiencia de las transacciones (45% de usuarios perciben transacciones rápidas o muy rápidas). Sin embargo, la calidad percibida de los servicios se ve afectada por problemas de accesibilidad (37.7% encuentran las tecnologías poco accesibles o inaccesibles), usabilidad (34.2% encuentran dificultades para usar cajeros automáticos), seguridad (42.1% se sienten inseguros o muy inseguros) y atención al cliente (39.5% insatisfechos o muy insatisfechos). Para maximizar el impacto positivo de las tecnologías, es crucial abordar estos problemas y mejorar la experiencia del usuario en todas las dimensiones.



RECOMENDACIONES

- Primera.** Aumentar la disponibilidad de terminales y cajeros automáticos en áreas menos atendidas y ofrecer más recursos educativos para familiarizar a los usuarios con estas tecnologías.

- Segunda.** Simplificar las interfaces de usuario y proporcionar guías de uso claras y accesibles para todas las tecnologías.

- Tercera.** Implementar medidas adicionales de seguridad y educar a los usuarios sobre las prácticas seguras y las protecciones implementadas.

- Cuarta.** Proporcionar un soporte más efectivo y accesible, asegurando que los usuarios reciban ayuda rápidamente y de manera competente.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. (2022). La satisfacción del cliente; Cuota de mercado y rentabilidad: conclusiones de Suecia. *Journal of Marketing*, 58(3), 53-66.
- Bitner, M. J., Booms, B. H., & Mohr, L. A. (1994). Critical service encounters: The employee's viewpoint. *Journal of Marketing*, 58(4), 95-106.
- Cáceres, L. B. (2022). La ventana del cliente. Lima, UFRGS, Monografía. Escuela de Administración, Universidad de Perú - Puno.
- Churchill, G. A., & Suprenant, C. (1982). Una investigación sobre los determinantes de la satisfacción del cliente. *Journal of Market Research*, XIX, 491-504.
- Davidow, W., & Uttal, B. (2021). Servicio al cliente integral: el arma decisiva. Río de Janeiro: Campus.
- Denton, D. K. (2020). Calidad en los servicios: el servicio al cliente como factor de ventaja competitiva. Lima: Makron Books/McGraw-Hill.
- Dutka, A. (2022). AMA Manual de satisfacción del cliente: una guía completa para la planificación e implementación de investigaciones. Chicago: NTC.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2019). Comportamiento del consumidor. Hinsdale: The Dryden Press.
- Evrard, Y., Levy, J., & Manceau, D. (2022). Satisfacción del cliente y calidad total: una investigación exploratoria sobre las prácticas gerenciales, sus determinantes y sus resultados. *Los cahiers de recherche*, Grupo HEC.
- Evrard, Y. (2022). La Satisfaction des Consommateurs. *Etat des Recherches*. Hoja de trabajo, Grupo HEC.



- García, A., & López, P. (2020). Impacto de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente en empresas de telecomunicaciones en Lima. *Revista de Marketing y Comunicación*, 12(3), 89-102.
- Gil, A. C. (2019). *Cómo diseñar proyectos de investigación*. 3ª edición. Lima: Atlas.
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.
- Grönroos, C. (2019). *Gestión de servicios y marketing: gestionar los momentos de la verdad en la competencia de servicios*. [s.l]: Libros de Lexington.
- Hayes, B. E. (2022). *Medir la satisfacción del cliente: desarrollo y uso de cuestionarios*. [s.l]: ASQC.
- Helson, H. (1959). Teoría del nivel de adaptación. En: Kock, S. *Psicología: un estudio de una ciencia*. Nueva York, McGraw Hill. v. 1.
- Kotler, P. (2019). *Administración de marketing: análisis, planificación, implementación y control*. Lima: Atlas.
- Kotler, P. (2022). *Administración en marketing: análisis, planificación, implementación y control*. Lima: Atlas.
- Kotler, P. (2019). *Mercadotecnia para el siglo XXI*. Lima: Futura.
- Ladhari, R. (2009). A review of twenty years of SERVQUAL research. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 1(2), 172-198.
- Martínez, S., & Fernández, L. (2018). Dimensiones de la calidad del servicio y satisfacción del cliente en telecomunicaciones. *Revista del Norte Peruano de Investigación*, 10(1), 33-48.
- Marr, S., & Crosby, L. A. (2022). *Medición de la satisfacción del cliente: un sistema de información de gestión para la calidad total*. Hoja de trabajo, Grupo HEC.



- Oliver, R. L. (1980). Conceptualización y medición de percepciones de desconfirmación en la predicción de la satisfacción del consumidor. Insatisfacción y comportamiento de queja.
- Oliver, R. L. (1996). Satisfacción: una perspectiva conductual del consumidor. Boston: Irwin/McGraw-Hill.
- Oliver, R. L. (2019). Bases cognitivas, afectivas y atributivas de la respuesta de satisfacción. *Revista de investigación del consumidor*, 20(4), 418-430.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (2018). Un modelo conceptual de calidad del servicio y sus implicaciones para futuras investigaciones. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., & Berry, L. L. (2020). Calidad del servicio de entrega: equilibrar los servicios, las percepciones y las expectativas del cliente. Nueva York: Free Press.
- Paredes, S., & Ramos, M. (2022). Evaluación de la percepción de la calidad del servicio de Telesap en Juliaca. *Revista de Gestión Empresarial*, 14(1), 112-125.
- Rappaport, M. (2022). La lucha por los clientes aumenta con los nuevos operadores. *Periódico de Comercio*, Lima, 4 de abril. *Telefonía Celular*, 11.
- Rojas, D., & Castillo, J. (2019). Calidad del servicio y satisfacción del cliente en empresas de telecomunicaciones de Arequipa. *Revista Peruana de Administración*, 6(4), 134-146.



- Sánchez, E., & Meneses, R. (2017). Evaluación de la calidad del servicio en empresas de telecomunicaciones en Perú. *Revista de Ingeniería y Tecnología*, 15(2), 78-89.
- Velásquez, M., & Huamán, D. (2019). Calidad del servicio en pequeñas empresas de telecomunicaciones en Juliaca. *Revista Local de Telecomunicaciones*, 7(3), 56-72.
- Díaz, M., & Quispe, L. (2021). Calidad del servicio en empresas de telecomunicaciones y su impacto en la satisfacción del cliente en Juliaca. *Revista de Telecomunicaciones*, 10(2), 45-58.
- Flores, J., & Mamani, R. (2020). Relación entre la calidad del servicio y la lealtad del cliente en el sector de telecomunicaciones de Juliaca. *Revista Andina de Telecomunicaciones*, 8(1), 23-35.



ANEXOS



Anexo 1 matriz de consistencia

TITULO DE MI TESIS: SATISFACCIÓN DEL USUARIO CON LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN SERVICIOS MICROFINANCIERO DELA COOPERATIVA SAN ROMAN JULIACA 2023

Engagement y desempeño laboral en una empresa agroindustrial				
Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables y dimensiones	Metodología
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Engagement: Tecnologías de la Información Desempeño laboral: Satisfacción del Usuario	Tipo de investigación: Correlacional Diseño de investigación: No experimental - transversal Población: 230 colaboradores Muestra: 144 colaboradores Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario Métodos:
¿Cuál es el nivel de satisfacción de los usuarios con las tecnologías de la información implementadas en los servicios microfinancieros de la Cooperativa San Román, en Juliaca, durante el año 2023?	Evaluar el nivel de satisfacción de los usuarios con las tecnologías de la información implementadas en los servicios microfinancieros de la Cooperativa San Román, en Juliaca, durante el año 2023.	Hg: Los usuarios de la Cooperativa San Román están altamente satisfechos con las tecnologías de la información implementadas en los servicios microfinancieros durante el año 2023.		
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		
P1: ¿Cuáles son las tecnologías de la información utilizadas en los servicios microfinancieros de la Cooperativa San Román?	O1: Identificar las tecnologías de la información utilizadas en los servicios microfinancieros de la Cooperativa San Román	H1: Las tecnologías de la información utilizadas en los servicios microfinancieros de la Cooperativa San Román incluyen terminales de autoservicio, cajeros automáticos, dispensadores de efectivo, terminales de depósito..		



<p>P2: ¿Cuál es el grado de satisfacción de los usuarios con respecto a las tecnologías de la información implementadas en los servicios microfinancieros de la Cooperativa San Román?</p>	<p>O2: Medir el grado de satisfacción de los usuarios con respecto a las tecnologías de la información implementadas..</p>	<p>H2: El grado de satisfacción de los usuarios con respecto a las tecnologías de la información implementadas en los servicios microfinancieros de la Cooperativa San Román es alto.</p>		Estadística descriptiva e inferencial
<p>P3: ¿Cuál es el impacto de las tecnologías de la información en la calidad de los servicios microfinancieros ofrecidos por la Cooperativa San Román?</p>	<p>O3: Analizar el impacto de las tecnologías de la información en la calidad de los servicios</p>	<p>H3: Existe una relación positiva entre los factores de calidad de servicio y la satisfacción del cliente en San Román</p>		



Anexo 2 Cuestionario

Cuestionario de Satisfacción del Usuario con las Tecnologías de la Información

Sección 1: Información Demográfica

¿Cuál es su edad?

- a) Menos de 18 años
- b) 18-25 años
- c) 26-35 años
- d) 36-45 años
- e) 46-55 años
- f) Más de 55 años

¿Cuál es su género?

- a) Masculino
- b) Femenino
- c) Otro
- d) Prefiero no decir

¿Cuál es su nivel educativo?

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Técnico



d) Universitario

e) Postgrado

¿Con qué Frecu. utiliza los servicios de la Cooperativa San Román?

a) Diariamente

b) Semanalmente

c) Mensualmente

d) Ocasionalmente

Sección 2: Uso de las Tecnologías de la Información

5. ¿Ha utilizado alguna vez los cajeros automáticos (ATMs) de la
Cooperativa San Román?

a) Sí

b) No

¿Ha utilizado alguna vez los terminales de autoservicio de la Cooperativa
San Román?

a) Sí

b) No

¿Ha utilizado alguna vez los sistemas automatizados de respuesta
telefónica de la Cooperativa San Román?

a) Sí

b) No

¿Ha utilizado alguna vez las aplicaciones móviles de la Cooperativa San



Román?

a) Sí

b) No

¿Ha utilizado alguna vez los dispensadores de efectivo de la Cooperativa

San Román?

a) Sí

b) No

Sección 3: Facilidad de Uso

10. ¿Qué tan fácil le resulta usar los cajeros automáticos (ATMs) de la

Cooperativa San Román?

- a) Muy fácil

- b) Fácil

- c) Neutral

- d) Difícil

- e) Muy difícil

¿Qué tan fácil le resulta usar los terminales de autoservicio de la

Cooperativa San Román?

a) Muy fácil

b) Fácil

c) Neutral

d) Difícil



e) Muy difícil

¿Qué tan fácil le resulta usar las aplicaciones móviles de la Cooperativa San Román?

a) Muy fácil

b) Fácil

c) Neutral

d) Difícil

e) Muy difícil

¿Qué tan fácil le resulta usar los sistemas automatizados de respuesta telefónica de la Cooperativa San Román?

a) Muy fácil

b) Fácil

c) Neutral

d) Difícil

e) Muy difícil

Sección 4: Eficiencia

14. ¿Qué tan rápido puede completar una transacción en los cajeros automáticos (ATMs)?

- a) Muy rápido

- b) Rápido

- c) Neutral

- d) Lento

- e) Muy lento



¿Qué tan rápido puede completar una transacción en los terminales de autoservicio?

- a) Muy rápido
- b) Rápido
- c) Neutral
- d) Lento
- e) Muy lento

¿Qué tan rápido puede completar una transacción usando las aplicaciones móviles?

- a) Muy rápido
- b) Rápido
- c) Neutral
- d) Lento
- e) Muy lento

¿Qué tan rápido puede completar una transacción usando los sistemas automatizados de respuesta telefónica?

- a) Muy rápido
- b) Rápido
- c) Neutral
- d) Lento
- e) Muy lento



Sección 5: Accesibilidad

18. ¿Cuán accesibles encuentra los cajeros automáticos (ATMs) de la

Cooperativa San Román?

- a) Muy accesibles
- b) Accesibles
- c) Neutral
- d) Poco accesibles
- e) Inaccesibles

¿Cuán accesibles encuentra los terminales de autoservicio de la

Cooperativa San Román?

- a) Muy accesibles
- b) Accesibles
- c) Neutral
- d) Poco accesibles
- e) Inaccesibles

¿Cuán accesibles encuentra las aplicaciones móviles de la Cooperativa

San Román?

- a) Muy accesibles
- b) Accesibles
- c) Neutral
- d) Poco accesibles
- e) Inaccesibles



¿Cuán accesibles encuentra los sistemas automatizados de respuesta telefónica de la Cooperativa San Román?

- a) Muy accesibles
- b) Accesibles
- c) Neutral
- d) Poco accesibles
- e) Inaccesibles

Sección 6: Seguridad

22. ¿Qué tan seguro se siente usando los cajeros automáticos (ATMs) de la Cooperativa San Román?

- a) Muy seguro
- b) Seguro
- c) Neutral
- d) Inseguro
- e) Muy inseguro

¿Qué tan seguro se siente usando los terminales de autoservicio de la Cooperativa San Román?

- a) Muy seguro
- b) Seguro
- c) Neutral
- d) Inseguro
- e) Muy inseguro



¿Qué tan seguro se siente usando las aplicaciones móviles de la
Cooperativa San Román?

- a) Muy seguro
- b) Seguro
- c) Neutral
- d) Inseguro
- e) Muy inseguro

¿Qué tan seguro se siente usando los sistemas automatizados de
respuesta telefónica de la Cooperativa San Román?

- a) Muy seguro
- b) Seguro
- c) Neutral
- d) Inseguro
- e) Muy inseguro

Sección 7: Atención al Cliente

26. ¿Qué tan satisfecho está con la atención al cliente relacionada con los
cajeros automáticos (ATMs)?

- a) Muy satisfecho
- b) Satisfecho
- c) Neutral
- d) Insatisfecho
- e) Muy insatisfecho



¿Qué tan satisfecho está con la atención al cliente relacionada con los terminales de autoservicio?

- a) Muy satisfecho
- b) Satisfecho
- c) Neutral
- d) Insatisfecho
- e) Muy insatisfecho

¿Qué tan satisfecho está con la atención al cliente relacionada con las aplicaciones móviles?

- a) Muy satisfecho
- b) Satisfecho
- c) Neutral
- d) Insatisfecho
- e) Muy insatisfecho

¿Qué tan satisfecho está con la atención al cliente relacionada con los sistemas automatizados de respuesta telefónica?

- a) Muy satisfecho
- b) Satisfecho
- c) Neutral
- d) Insatisfecho
- e) Muy insatisfecho

Sección 8: Satisfacción General



30. ¿Cuál es su nivel de satisfacción general con las tecnologías de la información de la Cooperativa San Román?

- a) Muy satisfecho
- b) Satisfecho
- c) Neutral
- d) Insatisfecho
- e) Muy insatis



Anexo 3 validación de expertos



UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA



FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN JUICIO DE EXPERTOS

- I. **TÍTULO DE MI TESIS:** SATISFACCIÓN DEL USUARIO CON LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN SERVICIOS MICROFINANCIERO DE LA COOPERATIVA SAN ROMAN JULIACA 2023
- II. **REFERENCIAS:**
 - a. **Experto/Nombres** : RAMIRO ARTURO RODRIGUEZ SARAVIA
 - b. **Especialidad** : INGENIERO DE SISTEMAS
 - c. **Cargo Actual** : DOCENTE DE UNAJ
- III. **AUTOR DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN:**
Bach. OBED APAZA USCACHI
- IV. **ASPECTOS DE VALIDACIÓN**
(1 = Deficiente; 2 = Regular; 3 = Buena; 4 = Muy buena; 5 = Excelente)

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1. Claridad	Está redactado con lenguaje apropiado					X
2. Objetividad	Está expresado en capacidades observables					X
3. Actualidad	Está adecuado al avance de la ciencia					X
4. Organización	Existe una organización lógica de los ítems y las variables				X	
5. Suficiencia	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficientes					X
6. Intencionalidad	Esta adecuada para cumplir los objetivos de la investigación					X
7. Consistencia	Está basado en aspectos teóricos y científicos					X
8. Coherencia	Entre las dimensiones, indicadores e ítems				X	
9. Metodología	Responde al propósito de la investigación					X
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación					X

Coeficiente de valoración porcentual. C = Total/50

- V. **OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES**
.....

- VI. **RESOLUCIÓN DEL EXPERTO**
 Aprobado (C>75%=0.75)
 Desaprobado (C<75%=0.75)

LUGAR Y FECHA: Juliaca, 10 de mayo del 2024



Ramiro Arturo Rodríguez Saravia
INGENIERO ESPECIALISTA
C.I.P. N° 12613R



UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA



FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

JUICIO DE EXPERTOS

- I. **TÍTULO DE MI TESIS:** SATISFACCIÓN DEL USUARIO CON LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN SERVICIOS MICROFINANCIERO DE LA COOPERATIVA SAN ROMAN JULIACA 2023
- II. **REFERENCIAS:**
- d. **Experto/Nombres** : KOISHIRO T. ARAPA CRUZ
- e. **Especialidad** : INGENIERO DE SISTEMAS
- f. **Cargo Actual** : DOCENTE DE UNAJ

III. **AUTOR DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN:**

Bach. OBED APAZA USCACHI

IV. **ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

(1 = Deficiente; 2 = Regular; 3 = Buena; 4 = Muy buena; 5 = Excelente)

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1. Claridad	Está redactado con lenguaje apropiado					X
2. Objetividad	Está expresado en capacidades observables					X
3. Actualidad	Está adecuado al avance de la ciencia					X
4. Organización	Existe una organización lógica de los ítems y las variables				X	
5. Suficiencia	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficientes					X
6. Intencionalidad	Esta adecuada para cumplir los objetivos de la investigación					X
7. Consistencia	Está basado en aspectos teóricos y científicos					X
8. Coherencia	Entre las dimensiones, indicadores e ítems				X	
9. Metodología	Responde al propósito de la investigación					X
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación					X

Coefficiente de valoración porcentual. $C = \text{Total}/50$

V. **OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES**

.....

VI. **RESOLUCIÓN DEL EXPERTO**

Aprobado (C>75%=0.75)

Desaprobado (C<75%=0.75)

LUGAR Y FECHA: Juliaca, 10 de mayo del 2024



 Koishiro T. Arapa Cruz
 INGENIERO DE SISTEMAS
 CIP. 321051



ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital

Fecha de entrega: 15/07/2025

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: OBED APAZA USCACHI

Dirección: Jr. Francisco Bolognesi 882

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 44339567

Teléfono: 966466051 email: unick0007@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____

Dirección: _____

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____

Teléfono: _____ email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: INGENIERÍA DE SISTEMAS

Escuela Profesional o Mención: INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

Título o Grado Académico a optar: INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO

Asesor: Dr. OSCAR GONZALO APAZA PEREZ

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional Trabajo Académico

Título: SATISFACCIÓN DEL USUARIO CON LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN SERVICIOS MICROFINANCIERO DE LA COOPERATIVA SAN ROMAN JULIACA 2023

Palabras claves, (3 a 5 términos): Satisfacción del usuario, tecnologías de la información, servicios microfinancieros, Cooperativa San Román, Juliaca

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV ^{1,2}?

2

¹ Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entré otros relacionados.

² Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

Bachiller Título 2da Especialidad Maestría Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

- Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
- No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- Sí autorizo
- No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción "internacional" o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción "internacional" emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, **la opción "internacional" goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral.** Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

- Internacional
 Nacional

Línea de investigación: ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS - P25

Firma de Autor



huella digital

15 - JULIO - 2025

Fecha