



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING



**HERRAMIENTAS DIGITALES Y EFICIENCIA DEL
SERVICIO DE MIBANCO EN LA CIUDAD DE
PUNO, 2025**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. VALERIA DEL PILAR HILARI LOPEZ

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y MARKETING**

**JULIACA – PERÚ
2026**



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING
HERRAMIENTAS DIGITALES Y EFICIENCIA DEL
SERVICIO DE MIBANCO EN LA CIUDAD DE
PUNO, 2025

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. VALERIA DEL PILAR HILARI LOPEZ
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

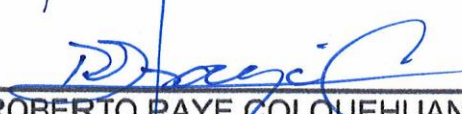
APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE DEL JURADO:



Dr. LEOPOLDO WENSESLAO CONDORI CARI

PRIMER MIEMBRO:



Dr. ROBERTO PAYE COLQUEHUANCA

SEGUNDO MIEMBRO:



Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR

ASESOR DE PROYECTO:



Mg. PERCY GONZALO PUMA

LINEA DE INVESTIGACIÓN: ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (5311-UNESCO)



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

RESOLUCIÓN N°017-2026-D-FCA-UANCV-J

Juliaca, 15 de enero de 2026

VISTOS:

El Expediente N° 399, presentado por **VALERIA DEL PILAR HILARI LOPEZ**, quien solicita nominación de jurados, fecha y hora de sustentación y defensa de la tesis titulado: **HERRAMIENTAS DIGITALES Y EFICIENCIA DEL SERVICIO DE MIBANCO EN LA CIUDAD DE PUNO, 2025**; conducente para optar el Título profesional de Licenciado(a) en **Administración y Marketing**, que fue revisada por el Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de **Administración y Marketing**.

CONSIDERANDO:

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 haber 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, la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas, 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.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. – DECLARAR APTO para la sustentación presencial del informe Final de la investigación (borrador de Tesis), del (la) bachiller: **VALERIA DEL PILAR HILARI LOPEZ**, para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración y Marketing**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTICULO SEGUNDO. – NOMINAR JURADOS para la sustentación presencial y defensa de la tesis a los siguientes docentes ordinarios:

- | | | |
|-------------------|---|-------------------------------------|
| * PRESIDENTE | : | Dr. LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI |
| * 1er. MIEMBRO | : | Dr. ROBERTO PAYÉ COLQUEHUANCA |
| * 2do. MIEMBRO | : | Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR |
| * ASESOR DE TESIS | : | Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA |

ARTICULO TERCERO. – PROGRAMAR FECHA Y HORA de sustentación como se detalla:

- | | | |
|---------|---|-----------------------------|
| * Lugar | : | salón de Grados y Títulos |
| * Fecha | : | martes, 20 de enero de 2026 |
| * Hora | : | 9:00 a.m |

ARTICULO CUARTO. – DISPONER que la comisión de Grados y Títulos de la Facultad, Secretaria Académica, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, comuníquese y archívese.

DISTRIBUCIÓN:

- Unid. Inv. (1)
- Jurados (3)
- Interesado (1)
- Asesor de Tesis (1)
- Archivo FCA (1)



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
Dr. Leopoldo W. Condori Cari
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**RESOLUCIÓN N° 927-2025-UI-FCA-UANCV-J**

Juliaca, 03 de diciembre 2025

VISTOS:

El Expediente **2025-CU-12977** de fecha 01 de diciembre, del **Bach. VALERIA DEL PILAR HILARI LOPEZ**, 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 Ciencias Administrativas, **Escuela Profesional de Administración y Marketing**.

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. VALERIA DEL PILAR HILARI LOPEZ**, quien solicita la revisión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) del tema titulado: **HERRAMIENTAS DIGITALES Y EFICIENCIA DEL SERVICIO DE MIBANCO EN LA CIUDAD DE PUNO, 2025**; conducente para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración y Marketing**.

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 Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de **Administración y Marketing**, corroboró el asesoramiento en el Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) del ASESOR **Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA**.

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 a la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. - APROBAR Y AUTORIZAR EL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS), para la **REVISIÓN DE SIMILITUD TURNITIN**, del tema titulado: **HERRAMIENTAS DIGITALES Y EFICIENCIA DEL SERVICIO DE MIBANCO EN LA CIUDAD DE PUNO, 2025**; correspondiente a la Línea de Investigación **ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (5311-UNESCO)** presentado por el (la) **Bach. VALERIA DEL PILAR HILARI LOPEZ**, para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración y Marketing** en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO. - RATIFICAR, como **ASESOR** al **Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA**.

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

Regístrese, Comuníquese y Archívese.

DISTRIBUCIÓN:
- Decanatura
- Interesado (1)
- Archivo FCA (1)
- RCV



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
Dr. Roberto Payé Colquehuanca
DIRECTOR
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



RESOLUCIÓN N° 787-2025-UI-FCA-UANCV-J

Juliaca, 31 de octubre 2025

VISTOS:

El Expediente: **2025-CU-10596** de fecha 28 de octubre del 2025, el cual solicita Revisión de 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 Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de **Administración y Marketing**.

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. VALERIA DEL PILAR HILARI LOPEZ**, quien solicita la revisión y aprobación de la Propuesta de Investigación de Título: **HERRAMIENTAS DIGITALES Y EFICIENCIA DEL SERVICIO DE MIBANCO EN LA CIUDAD DE PUNO, 2025**; conducente para optar el Título profesional de Licenciado(a) en **Administración y Marketing**.

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 a la Propuesta de Investigación.

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de **Administración y Marketing**, corroboró la propuesta del ASESOR **Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA**, 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 a la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR Y AUTORIZAR LA EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN, titulado: **HERRAMIENTAS DIGITALES Y EFICIENCIA DEL SERVICIO DE MIBANCO EN LA CIUDAD DE PUNO, 2025**; correspondiente a la Línea de Investigación **ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (5311-UNESCO)** presentado por el (la) **Bach. VALERIA DEL PILAR HILARI LOPEZ**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO.- RECONOCER, como **ASESOR** al **Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA**.

ARTÍCULO 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
Dr. Roberto Payé Colquehuanca
DIRECTOR
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

DISTRIBUCIÓN:
- Decanatura
- Interesado (1)
- Archivo FCA (1)
- RPC/



VALERIA DEL PILAR HILARI LOPEZ

HERRAMIENTAS DIGITALES Y EFICIENCIA DEL SERVICIO DE MIBANCO EN LA CIUDAD DE PUNO, 2025

 Trabajos de tesis para ingreso a repositorio

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::13016:601961135

Fecha de entrega

22 jun 2026, 14:10 GMT-5

Fecha de descarga

23 jun 2026, 21:01 GMT-5

Nombre del archivo

T036_71055250_T.docx

Tamaño del archivo

11.3 MB

101 páginas

18.874 palabras

101.044 caracteres



TESIS UANCV

12% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

- 9%  Fuentes de Internet
- 2%  Publicaciones
- 11%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

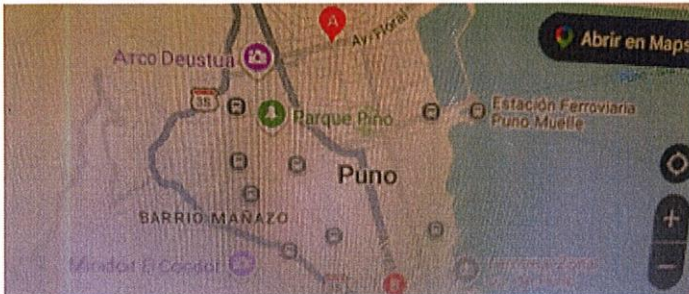
Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



Título de la tesis	
HERRAMIENTAS DIGITALES Y EFICIENCIA DEL SERVICIO DE MIBANCO EN LA CIUDAD DE PUNO, 2025	
Datos de autor	
Apellidos y Nombres	HILARI LOPEZ VALERIA DEL PILAR
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	71055250
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0002-4852-8368
Datos de asesor	
Apellidos y Nombres	PERCY GONZALO PUMA PUMA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	02374215
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-0631-795X
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Apellidos y Nombres	CONDORI CARI LEOPOLDO WENCESLAO
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02389341
Miembro del jurado 1	
Apellidos y Nombres	PAYE COLQUEHUANCA ROBERTO
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02145441
Miembro del jurado 2	
Apellidos y Nombres	FLORES AGUILAR ROBBINS
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02426851



Número de documento de identidad	02426851
Datos de investigación	
Línea de investigación	ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (5311-UNESCO)
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Ninguno
Ubicación geográfica de la investigación	Edificio: según corresponda. País: Perú Departamento: Puno Provincia: Puno Distrito: Puno Centro poblado: (según corresponda) Urbanización: urb. BELLAVISTA Manzana y lote: (según corresponda) Calle: Av. El sol 120 (051)368637V 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Obligatorio. Octubre 2025 Enero 2026
	Administración pública https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.06.02 Negocios, Administración https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
[Signature]
Dr. Roberto Payé Colquehuancu
DIRECTOR
UNID INVESTIGACIÓN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo VALERIA DEL PILAR HILARI LOPEZ, identificado con DNI Nro. 71055250, en mi condición de egresado de:

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

ADMINISTRACION Y MARKETING

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

HERRAMIENTAS DIGITALES Y EFICIENCIA DEL SERVICIO DE MIBANCO EN LA CIUDAD DE PUNO, 2025

Asesorado por: PERCY GONZALO PUMA PUMA

Es un tema original.

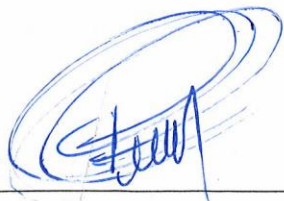
Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales,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

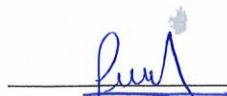
Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

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 20 de mayo 2026



FIRMA DEL ASESOR



FIRMA (obligatoria)



Huella



DEDICATORIA

Ofrezco este esfuerzo a mis familiares, que con su cariño, paciencia y apoyo incondicional han sido mi impulso y mi inspiración. A mis progenitores, por mostrarme lo importante que es la dedicación y la constancia; a mis hermanos, por animarme siempre; y a mis amigos, por estar ahí en todo momento. Este logro también es de ustedes, porque sin su respaldo no habría sido posible llegar hasta aquí.



AGRADECIMIENTOS

Deseo expresar mi gratitud a cada individuo y entidades que lo lograron factible que esta tesis se realizara. Primero, a mi asesor(a), por su serenidad, guía y las sugerencias tan útiles a lo largo del desarrollo de la investigación. Asimismo, a los docentes y compañeros que siempre me brindaron apoyo y motivación. A los colaboradores de Mibanco de Puno, gracias por su buena disposición y por ayudarme con la recolección de datos. Y, por último, a mi familia, por su apoyo emocional y moral, que fue importante para superar los momentos difíciles y lograr terminar este proyecto con éxito.



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	viii
AGRADECIMIENTOS.....	iv
ÍNDICE GENERAL	v
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT.....	xi
INTRODUCCIÓN	xii

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

I. Planteamiento del problema.....	14
1.1 Formulación del problema	15
1.1.1 Problema principal.....	15
1.1.2 Problemas específicos.....	15
1.2 Delimitación de la investigación.....	16
1.2.1 Delimitación espacial.....	16
1.2.2 Delimitación social	16
1.2.3 Delimitación temporal	17
1.3 Justificación de estudio	17
1.3.1 Justificación teórica	17
1.3.2 Justificación práctica.....	18
1.3.3 Justificación metodológica	18

CAPÍTULO II



OBJETIVOS

2.1	Objetivo general	19
2.2	Objetivos específicos	19

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1	Antecedentes de la investigación	20
3.2	Marco teórico	28
3.2.1	Herramientas digitales	28
3.2.2	Eficiencias del servicio	33
3.3	Marco conceptual	40

CAPÍTULO IV

HIPÓTESIS

4.1	Hipótesis general	46
4.2	Hipótesis específicas	46
4.3	Variables	46
4.4	Operacionalización de variables	47

CAPÍTULO V

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1	Enfoque de la investigación	48
5.2	Método(s) aplicados a la investigación	48
5.3	Tipo de investigación	49
5.4	Nivel de investigación	49
5.5	Diseño de investigación	50
5.6	Población y muestra	51
5.6.1	Población	51



5.6.2 Muestra	51
5.7 Técnica e instrumentos de recolección de datos	52
5.7.1 Técnica.....	52
5.7.2 Instrumento	53
5.8 Confiabilidad y validez del instrumento	53
5.8.1 Confiabilidad	53
5.8.2 Validez	54
5.9 Procedimiento de tratamiento de datos	54
5.10 Diseño de contrastación de hipótesis.....	54

CAPÍTULO VI

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

6.1 Presentación	60
6.2 Análisis de los resultados	61
6.3 Discusión de resultados.....	69
CONCLUSIONES	72
RECOMENDACIONES	74
REFERENCIAS.....	75
ANEXO 1 MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	85
ANEXO 2 BASE DE DATOS.....	87
ANEXO 3 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	90
ANEXO 4 VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO.....	92



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de la variable.....	47
Tabla 2 Prueba estadística de Alfa de Cronbach que evalúa la confiabilidad	53
Tabla 3 Prueba de hipótesis de Kendall sobre Uso de herramientas digitales y eficiencia del servicio	55
Tabla 4 Prueba de hipótesis de Kendall sobre el autoconocimiento digital y eficiencia del servicio	56
Tabla 5 Prueba de hipótesis de Kendall sobre la autorregulación digital y eficiencia del servicio	57
Tabla 6 Prueba de hipótesis de Kendall sobre Competencia digital y eficiencia del servicio	58
Tabla 7 Prueba de normalidad haciendo uso de la teoría de Kolmogórov	61
Tabla 8 Escala de valoración de Rho de Spearman	61
Tabla 9 Correlación rho sobre las herramientas digitales y la eficiencia del servicio ..	62
Tabla 10 Correlación rho sobre la Autoconocimiento digital y la eficiencia del servicio	64
Tabla 11 Correlación rho sobre el método Autorregulación digital y la eficiencia del servicio	65
Tabla 12 Correlación rho sobre Competencia digital y la eficiencia	67



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Herramientas digitales y la eficiencia del servicio	62
Figura 2 Autoconocimiento digital y la eficiencia del servicio	64
Figura 3 Autorregulación digital y la eficiencia del servicio	65
Figura 4 Competencia digital y la eficiencia del servicio.....	68



RESUMEN

El estudio tuvo como fin examinar la relación entre el uso de herramientas digitales y la eficiencia del servicio en Mibanco, ciudad de Puno, durante el año 2025. Se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, empleando el método hipotético-deductivo y un diseño no experimental de nivel relacional, cuya población estuvo conformada por 83 colaboradores. La revisión fue de 68 miembros, elegidos por sondeo; el método fue un formulario estructurado como instrumento. Los resultados mostraron, mediante el coeficiente Rho de Spearman, una relación positiva y fuerte entre las herramientas digitales y la eficiencia del servicio, obteniéndose un valor de 0.856. Asimismo, la tasa de relevancia fue de 0.000, que es bajo al 0.05, lo que confirmó la existencia de una conexión numérica importante. Esto indica que un mayor desarrollo y uso con medios virtuales se vincula con una mejora en la eficiencia del servicio brindado. Se llegó a la conclusión de que hay una conexión clara y importante entre el empleo de herramientas digitales y la eficiencia del servicio en Mibanco, evidenciándose que la implementación tecnológica contribuye favorablemente al desempeño institucional en la ciudad de Puno.

Palabras claves: Autoconocimiento, Autorregulación, implementación tecnológica, desempeño institucional



ABSTRACT

The study aimed to examine the relationship between the use of digital tools and service efficiency at Mibanco, city of Puno, during the year 2025. It was developed under a quantitative approach, using the hypothetical-deductive method and a non-experimental relational design, with a population of 83 collaborators. The sample consisted of 68 members, chosen by survey; the method was a structured questionnaire as an instrument. The results showed, thru the Spearman Rho coefficient, a positive and strong relationship between digital tools and service efficiency, obtaining a value of 0.856. Likewise, the relevance rate was 0.000, which is below 0.05, confirming the existence of a significant numerical connection. This indicates that greater development and use of virtual means are linked to an improvement in the efficiency of the service provided. It was concluded that there is a clear and significant connection between the use of digital tools and service efficiency at Mibanco, demonstrating that technological implementation positively contributes to institutional performance in the city of Puno.

Keywords: Self-awareness, Self-regulation, technological implementation, institutional performance



INTRODUCCIÓN

Durante los años recientes, el progreso veloz de la tecnología digital ha cambiado bastante la manera en que las instituciones económicas brindan sus productos. Antes, casi todo era presencial, y uno tenía que desplazarse a una agencia; ahora, en cambio, los bancos y las microfinancieras usan aplicaciones móviles, páginas web, chats digitales y hasta sistemas automatizados para atender de manera más rápida y, bueno, un poco más accesible para la gente. Esta tendencia global hacia la digitalización no solo trata de mejorar los procesos internos, sino también de hacer que la experiencia del usuario sea más cómoda, acortar los periodos de atraso y facilitar que personas que casi siempre quedaban fuera del sistema financiero puedan acceder a estos servicios.

En el Perú, el uso de herramientas digitales ha aumentado durante los últimos años, más personas empezaron a usar banca móvil, hacer pagos electrónicos y hasta resolver sus dudas con consultas virtuales, todo esto porque necesitan operaciones más ágiles y seguras. Pero, claro, no todo avanza perfecto: aún hay problemas como la brecha digital, fallas de conectividad, poca capacitación tecnológica y diferencias entre regiones que hacen que estos beneficios no lleguen de la misma forma para todos.

En MiBanco que es una de las microfinancieras más importantes del país, ha empezado a implementar varias herramientas digitales para mejorar la eficiencia de su servicio, para ellas están los canales virtuales, las aplicaciones móviles, el WhatsApp Business y otras plataformas para atender a los clientes. Sin embargo, todavía falta evaluar qué tan efectivas son realmente estas herramientas para los usuarios de Puno, porque cosas como el grado de familiaridad con la tecnología, la percepción de si la herramienta es útil o no, y la confianza en el servicio influyen directamente en cómo cada cliente vive la experiencia.



El deber primordial de este análisis es observar, con más claridad, cómo el empleo de recursos virtuales está conectado con la eficiencia del servicio en MiBanco, en Puno, 2025, para ello su propósito fue analizar de qué manera las diferentes dimensiones del uso de estas herramientas impactan en los resultados de la entidad financiera y cómo una buena gestión de estos recursos tecnológicos puede ayudar a que la institución cumpla mejor sus objetivos estratégicos, financieros y operativos.

Para ello está organizado de los siguientes capítulos:

En la sección I se expone el asunto de indagación, como también los metas, la idea y la razón.

En la sección II, se desarrolla el marco teórico, donde se explican los conceptos principales y los enfoques que están relacionados con el tema.

En la sección III se centra en el método, se detalla el tipo y diseño de estudio, la población, la muestra y las técnicas usadas para recolectar la información, así como los métodos empleados para analizar los datos.

En la sección IV, se muestran los logros, junto con su análisis e interpretación.

En la sección V Se detallan las pruebas y sugerencias del análisis.



CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1. Planteamiento del problema

La digitalización sobre el ámbito económico ha adquirido una dimensión global, redefiniendo la manera en que los bancos operan y se relacionan con sus clientes. En 2025, se estima que el 85% de las instituciones financieras en América Latina habrán migrado a soluciones en la nube, lo que ha permitido un aumento notable en el desempeño operativa y la seguridad de los (Orion Innovation, 2025). Sin embargo, esta evolución tecnológica también ha generado una paradoja: mientras los servicios se han vuelto más rápidos y accesibles, la interacción humana ha disminuido, afectando la personalización y la confianza del cliente.

En el Perú, el avance de la digitalización en el ámbito económico ha sido significativo, especialmente en los últimos cinco años.

El BCRP reporta que en 2024 se hizo más de 442 pagos digitales por adulto, evidenciando una adopción masiva de herramientas como billeteras móviles y aplicativos bancarios (BCRP, 2025). Este desarrollo ha sido promovido por la táctica de compatibilidad, que ha permitido transferencias entre diferentes plataformas, facilitando

el acceso a servicios financieros incluso en zonas con baja bancarización. No obstante, persisten desafíos estructurales como la brecha digital, la resistencia cultural al uso de tecnología y la necesidad de fortalecer la infraestructura tecnológica.

La ciudad de Puno, ha mostrado avances notables en la adopción de herramientas digitales para servicios financieros. De acuerdo con el registro de Participación económica de Credicorp, acceder a dispositivos celulares y aplicaciones bancarias creció del 15% al 32% entre 2022 y 2023, impulsado por una mayor percepción de seguridad y la disponibilidad de cuentas sin comisión (Diario Sin Fronteras, 2024). No obstante, Puno sigue siendo el área con el nivel más bajo de integración económica a nivel nacional, con solo 29.2 puntos sobre 100, lo que evidencia una brecha significativa en la entrada, utilización y excelencia de las prestaciones económicas. Esta situación plantea un reto para instituciones como Mibanco, que deben responder a las necesidades de una población diversa, con limitaciones tecnológicas y económicas.

1.1 Formulación del problema

1.1.1 Problema principal

- ¿De qué manera se relaciona el uso de herramientas digitales con la eficiencia del servicio en Mibanco, ciudad de Puno, durante el año 2025?

1.1.2 Problemas específicos

- ¿Qué relación existe entre el autoconocimiento digital de los colaboradores y la eficiencia del servicio en Mibanco, ciudad de Puno?
- ¿Cómo se vincula la autorregulación en el uso de herramientas digitales con la eficiencia del servicio en Mibanco, ciudad de Puno?

- ¿Qué relación se observa entre la competencia digital para el uso de herramientas digitales y la eficiencia del servicio en Mibanco, ciudad de Puno?

1.2 Delimitación de la investigación

1.2.1 Delimitación espacial

La investigación se centró en el ámbito geográfico de la ciudad de Puno, situada en el sur del Perú, un área relevante en cuanto a la presencia de Mibanco. Este banco, especializado en servicios financieros para microempresas, se encuentra en plena expansión en diversas zonas urbanas y rurales del país. La elección de Puno se justificó debido a su particular contexto socioeconómico y al creciente uso de medios virtuales en los servicios bancarios, lo que ofrece una chance para medir el efecto de la digitalización en un entorno de microfinanzas. La delimitación espacial permitió enfocar la investigación en las sucursales y clientes de Mibanco en esta ciudad, favoreciendo un análisis más detallado de la efectividad de las herramientas digitales dentro de una región con características socioeconómicas y tecnológicas específicas (Hernández, 2021).

1.2.2 Delimitación social

El estudio se orientó hacia los usuarios de los servicios de Mibanco en Puno, particularmente aquellos clientes pertenecientes al segmento de microempresarios y trabajadores autónomos. Esta población fue seleccionada por su relación directa con las herramientas digitales implementadas por la entidad financiera, lo que permite observar de manera precisa cómo estos servicios inciden en la eficiencia del servicio ofrecido. Se excluyeron, en cambio, a los usuarios que no utilizan plataformas digitales, con el fin de mantener un enfoque centrado en la tecnología aplicada a la microfinanza. El análisis de

esta población fue relevante, dado que los microempresarios representan un sector clave en la economía local y están adoptando cada vez más soluciones digitales (Gómez, 2020).

1.2.3 Delimitación temporal

El periodo de estudio comprendió el año 2025, un momento clave en la implementación de recursos digitales en el sector de las microfinanzas. Este periodo se seleccionó debido a que Mibanco implementó una serie de innovaciones tecnológicas en su servicio durante dicho año, lo que permitió evaluar la eficiencia de las herramientas digitales en un contexto reciente y en constante evolución. La delimitación temporal facilitó la recopilación de datos precisos sobre la adopción y uso de plataformas digitales, así como la medición de su impacto en la eficiencia del servicio brindado. Además, permitió observar los cambios específicos en la gestión operativa del banco durante este periodo (Martínez, 2022).

1.3 Justificación de estudio

1.3.1 Justificación teórica

La indagación se justificó desde el ámbito teórico porque permitió comprender cómo las herramientas digitales influyeron en la eficiencia del servicio dentro de Mibanco en la ciudad de Puno. En un contexto de creciente digitalización, resultó necesario analizar conceptos relacionados con innovación tecnológica, eficiencia operativa y calidad del servicio para explicar las dinámicas que se generaban entre el uso de plataformas digitales y el desempeño institucional. Este estudio amplió la base conceptual existente al aportar elementos que fortalecieron la comprensión el rol de las innovaciones en las actividades de atención al cliente, especialmente en instituciones financieras. De

esta manera, el trabajo contribuyó al enriquecimiento del marco teórico sobre el fenómeno estudiado.

1.3.2 Justificación práctica

A partir de un enfoque funcional, la indagación tuvo relevancia porque identificó cómo las herramientas digitales optimizaron la atención brindada a los clientes de Mibanco en Puno. Se logró evidenciar de qué manera dichas herramientas mejoraron la rapidez, precisión y prestación de excelencia, información que facilitó la elección de opciones para implementar mejoras en los procesos internos. Los resultados obtenidos permitieron fortalecer la eficiencia del personal, reducir tiempos de espera, optimizar la gestión de información y elevar la felicidad de los clientes. Asimismo, el estudio orientó a la institución en la adopción de estrategias tecnológicas ajustadas a las necesidades reales de la población usuaria, generando beneficios directos para la gestión del servicio.

1.3.3 Justificación metodológica

Ante la necesidad de emplear una perspectiva adecuada que permitiera analizar de manera objetiva la conexión entre las plataformas tecnológicas y la eficiencia del servicio. El diseño seleccionado facilitó la recolección de datos válidos y confiables, necesarios para medir ambas variables con precisión. La aplicación de instrumentos estructurados permitió obtener información cuantificable, mientras que el análisis estadístico hizo posible identificar patrones, tendencias y niveles de asociación entre los factores estudiados, ante ello, los resultados obtenidos fueron consistentes y pertinentes para comprender el impacto real de las plataformas tecnológicas en la actuación del servicio de Mibanco.



CAPÍTULO II

OBJETIVOS

2.1 Objetivo general

- Determinar la relación entre las herramientas digitales y la eficiencia del servicio de Mibanco en la ciudad de Puno, 2025.

2.2 Objetivos específicos

- Identificar la relación entre el autoconocimiento digital de los colaboradores y la eficiencia del servicio en Mibanco.
- Examinar la vinculación entre la autorregulación en el uso de herramientas digitales y la eficiencia del servicio en Mibanco.
- Establecer la relación entre la competencia digital para el uso de herramientas digitales y la eficiencia del servicio en Mibanco.



CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1 Antecedentes de la investigación

Antecedentes Internacionales

Chuquitarco Lagla, (2024) en su evaluación se centró en la incorporación de herramientas digitales en el ámbito laboral, reconociendo su papel estratégico en la mejora de procesos como la organización, manejo y planificación de actividades. La indagación se desarrolló en la Cooperativa Ambato, sede Latacunga, Cotopaxi, con el fin de analizar el grado de adopción y uso de dichas herramientas por parte de sus colaboradores. Mediante una técnica numérica, se aplicó un sondeo estructurado de 23 ítems cerrados, validada por especialistas, lo que permitió identificar las plataformas digitales utilizadas y evaluar su efecto en el trabajo. Los hallazgos evidenciaron que, si bien la cooperativa brindaba ciertos recursos tecnológicos, persistía una brecha entre el conocimiento de otras herramientas digitales y su aplicación efectiva en el trabajo cotidiano, llegó a concluir que la propuesta de tres soluciones digitales complementarias, orientadas a fortalecer la planificación institucional y mejorar la eficiencia operativa del personal.

Vinces Alvia, (2024) en su investigación aborda el uso estratégico de Plataformas virtuales en el manejo de comercio del Centro Comercial Plastilopez

S.A., en Manta, 2023. La incorporación de tecnologías digitales no solo ha redefinido la manera en que se ejecutan las operaciones comerciales, sino que también ha permitido mejorar sustancialmente la experiencia del cliente, optimizar los flujos de trabajo y elevar los niveles de eficiencia organizacional, el estudio examina cómo la implementación de soluciones tecnológicas ha influido en la dinámica de ventas, facilitando una adopción de resoluciones más rápida y sustentada en información, analizó el impacto de estas herramientas en la competitividad del centro comercial, evidenciando que la digitalización no es una moda, si no es una necesidad tácticas, para la sostenibilidad empresarial en entornos altamente dinámicos.

Ocampo Alvarado (2025) abordó el uso estratégico de técnicas virtuales en el manejo de comercio del Centro Comercial Plastilopez S.A., Manta, 2023, evidenció que la incorporación de tecnologías digitales no solo redefinió la forma en que se ejecutaban las operaciones comerciales, sino que también mejoró significativamente la experiencia del cliente, optimizó los flujos de trabajo y elevó los niveles de eficiencia organizacional, en su estudio examinó cómo la implementación de soluciones tecnológicas influyó en la dinámica de ventas, permitiendo una decisión más rápida y sustentada en datos, llegó a concluir que tuvo un impacto decisivo en la optimización del manejo de ventas y en el fortalecimiento de la competitividad empresarial.

Roger Flores et. al, (2025) su propósito fue detectar las causas esenciales de la digitalización contable que incidían en el desempeño competitivo de las organizaciones, en su estudio empleó un repaso completa de las obras siguiendo la norma PRISMA, con búsquedas realizadas en archivos de datos académicas como Scopus, SciELO, Latindex y Dialnet. Los resultados que llegó que el



registro digital requería más que infraestructura tecnológica, pues dependía de una administración del ajuste proactiva, una inversión sostenida y contextualizada, la adaptación eficiente de los sistemas internos y la capacitación continua de los recursos humanos, llegó a concluir que, determinó que, sin estos componentes esenciales, las organizaciones enfrentaban serias limitaciones para responder adecuadamente a desafíos actuales como la protección de datos y el uso ético de la información financiera, lo que debilitaba su competitividad en entornos dinámicos.

Cuzco Beltrán et. al, (2022) tuvo como objetivo analizar el valor estratégico que el uso de herramientas digitales representó para la sostenibilidad y el crecimiento de los emprendimientos de la ciudad de Machala durante la pandemia, buscando comprender desde la perspectiva de los propios emprendedores cómo estas tecnologías influyeron en sus actividades, empleó una técnica mixta que combinó un método numérico sin experimentación, basado en encuestas aplicadas en diversas parroquias mediante una distribución muestral representativa, junto con técnicas cualitativas. Los resultados llegaron que las herramientas digitales fueron determinantes para mantener la operatividad de los negocios, aumentar los ingresos y optimizar la visibilidad de productos y servicios en un contexto de crisis sanitaria, llegó a concluir que, la digitalización se consolidó como un recurso fundamental que permitió a los emprendimientos enfrentar los desafíos del mercado, adaptarse a la incertidumbre y fortalecer su sostenibilidad en un entorno altamente vulnerable.

Antecedentes Nacionales

Correa y Ramos (2025) tuvo como objetivo examinar el nexo entre el cambio digital y el bienestar del usuario en los bancos de Lima Norte en 2022

utilizó un método cuantitativo. Fue un estudio preliminar y explicativo, con un esquema sin experimentación y transversal, dado que no se manipularon variables; para recoger datos, se utilizó un sondeo con un test fijo que permitió medir con precisión la digitalización y manejo de la atención para el cliente. Los logros evidenciaron un nexo favorable y altamente significativo entre ambos elementos, obteniéndose un índice de Spearman de 0.881 y un valor p de 0.000, lo que confirmó una relación fuerte y directa, llegó a concluir que determinó que la digitalización constituyó un elemento una forma de optimizar la vivencia del usuario, consolidándose como un factor determinante en la competitividad del sector bancario en Lima Norte.

Burga y Trujillo (2023) tuvo como objetivo explorar la percepción que los usuarios tenían sobre la digitalización en los bancos del sector financiero de Lima durante el año 2022, empleó un enfoque cuantitativo, con nivel descriptivo y diseño no experimental de corte transversal, aplicando un cuestionario elaborado por el equipo investigador a una muestra de 422 usuarios, instrumento validado por cuatro especialistas y con una alta confiabilidad. Los resultados mostraron que la percepción hacia la transformación digital era ampliamente favorable, aunque persistían aspectos por mejorar, especialmente en la optimización de campañas digitales y en la agilidad para atender reclamos mediante canales virtuales, llegó a concluir que determinó que la digitalización actuó como un motor clave para la innovación en los servicios bancarios, recomendándose fortalecer estos procesos ante las crecientes expectativas de los usuarios y las demandas del entorno financiero moderno.

Wissar y Mamani (2025) tuvo como objetivo analizar el impacto que las técnicas virtuales tuvieron un papel durante la etapa de comercialización de la

joyería producida en el Distrito de Cusco durante el año 2023, aplicó un enfoque metodológico cuantitativo complementado con entrevistas en profundidad, trabajando con una muestra de 185 orfebres, lo que permitió evaluar diversas plataformas tecnológicas utilizadas en estrategias de marketing, ventas y posicionamiento internacional. Los efectos indicaron que el uso de dispositivos virtuales como redes sociales, comercio electrónico y recursos multimedia fue ampliamente valorada por los artesanos, quienes señalaron que estas tecnologías incrementaron la exposición de sus artículos, facilitaron conseguir nuevos consumidores en el extranjero y mejoraron sus niveles de comercialización, llegó a concluir que determinó que la implementación estratégica de herramientas digitales constituyó un medio eficaz para fortalecer la competitividad global de la orfebrería cusqueña y abrir oportunidades sólidas en mercados internacionales.

Cabrera (2022) Su finalidad fue examinar la conexión entre variables sociodemográficas y geográficas y la probabilidad de utilizar herramientas digitales financieras en el Perú, en un entorno de mayor crecimiento de las finanzas digital, aplicó un método cuantitativo basado en una regresión logística simple, utilizando datos de la Encuesta de Capacidades Financieras de la SBS (2019), lo que permitió identificar los factores que condicionaban la adopción de plataformas financieras digitales en un país caracterizado por su diversidad territorial y cultural. Los efectos indican que la entrada y la utilización de dichas apps estaba significativamente influenciado por elementos como la altitud geográfica, evidenciándose una menor adopción en zonas más elevadas, llegó a concluir que determinó que subsisten brechas estructurales que afectan el uso de tecnologías financieras, lo que resalta la necesidad de impulsar políticas inclusivas

de transformación digital que reduzcan desigualdades y promuevan una participación equitativa en el sistema financiero moderno.

Rivera y Ramírez (2023) tuvo como objetivo demostrar que el uso estratégico de herramientas virtuales alcanzables podían ayudar a optimizar la visibilidad del negocio “Yofrut” en Instagram, en un contexto donde la pandemia impulsó a muchos peruanos a recurrir al entorno digital para mantener sus ingresos, empleó un método mixto que combinó encuestas aplicadas a 75 consumidores del público objetivo con entrevistas a cinco emprendedores del rubro alimentario, complementadas por los aportes de una especialista en marketing digital y un emprendedor exitoso. Los resultados evidenciaron que el perfil de “Yofrut” carecía de atractivo visual y contenido persuasivo, elementos clave en la generación de intención de compra, mientras que los emprendedores entrevistados confirmaron la facilidad de uso y eficacia de las herramientas digitales propuestas, llegó a concluir que determinó que la implementación adecuada de estrategias digitales representa una vía viable y efectiva para fortalecer la presencia en Instagram del emprendimiento, contribuyendo a su crecimiento y consolidación en el mercado.

Antecedentes Locales

Condori (2022) tuvo como objetivo detectar cómo se relacionan las características sociodemográficas y visuales con el riesgo de usar recursos virtuales económicas en Perú, en un contexto de acelerado crecimiento de la economía digital y de persistentes brechas de acceso financiero, aplicó un método cuantitativo mediante una regresión logística simple, utilizando datos de la Encuesta de Capacidades Financieras de la SBS (2019), aplicada a una selección de 25 entidades supervisadas por el Departamento de Banca, Seguros y AFP, con

el fin de analizar cómo estas tecnologías podían contribuir a reducir desigualdades en territorios con alta diversidad geográfica y social. Los resultados evidenciaron que la eficiencia del sistema microfinanciero fue regresiva entre 2016 y 2020, afectada por factores internos como colocaciones, ingresos, gastos y calidad de cartera, así como por condiciones macroeconómicas; además, se confirmó que la altitud geográfica incidía de manera negativa en el uso de herramientas digitales, reduciendo su adopción en zonas más elevadas, llegó a concluir que determinó que tanto la geografía como las características sociodemográficas condicionaban significativamente el acceso a servicios financieros digitales.

Gonzales Silva, (2024) tuvo como objetivo examinar cómo los elementos del marketing digital afectan la percepción de la marca del local “La Casona” en Puno 2023, empleando un método cuantitativo de tipo correlacional, con una selección probabilística de 169 clientes a quienes se les hizo un sondeo tipo Likert procesada en SPSS. Los hallazgos mostraron un nexo importante entre los dos factores según Rho Spearman 0.610; $p = 0.001$, lo que permitió concluir que una mayor implementación y fortalecimiento de estrategias digitales incluyendo sitio web, redes sociales, motores de búsqueda y formatos visuales.

Yanarico (2024) cuyo objetivo se trató de analizar el sector de turismo y las tácticas de marketing en línea que se pueden usar para reactivar el turismo social en la zona de Amantani, utilizando un método de enfoque mixto, descriptivo, sin experimentación y de un solo momento, con la implicación de 185 emprendedores turísticos y 380 visitantes. Llegó a los resultados que la recuperación del turismo comunitario aún no alcanzaba el 50% de los niveles registrados en 2019, además de evidenciar que el 95% de los emprendedores manifestaba interés en incorporar herramientas digitales y que el 100%

consideraba indispensable la aplicación de planes de publicidad en línea para dinamizar el mercado y fortalecer la confianza de la demanda, llegó a concluir que la digitalización y el marketing digital constituían elementos clave para acelerar la reactivación turística, mejorar la visibilidad de los emprendimientos y promover un crecimiento sostenible en la oferta comunitaria.

Yanarico (2024) tuvo como objetivo evaluar el comportamiento del market de turismo y las plataformas de marketing virtual que se pueden usar para volver a activar el turismo en las comunidades de Amantaní, utilizó un método de enfoque mixto, descriptivo, no experimental y transversal, con la participación de 185 emprendedores y 380 visitantes, llegó a los resultados mostraron que la recuperación turística aún no supera el 50% de los niveles registrados antes de 2019, mientras que el 95% de los emprendedores manifestó disposición para implementar herramientas digitales y el 100% consideró imprescindible la utilización de tácticas de mercadeo digital para fortalecer la actividad turística, llegó a concluir que la integración de plataformas digitales y estrategias de marketing constituye un eje fundamental para dinamizar el mercado, aumentar la confianza del visitante y acelerar el impulso duradero del turismo colectivo en Amantaní.

Tuni (2023) cuyo objetivo del estudio fue analizar la relación entre el cambio tecnológico y el manejo del personal del Gobierno Regional de Puno 2023, aplicando un método correlacional, sin experimentación y extensivo, con una colección aleatoria de 162 trabajadores y el uso de un cuestionario. Llegó a los resultados mostraron una correlación positiva muy fuerte $Rho = 0.781$ entre los dos elementos, revelando que las dimensiones de procesos 0.813, uso de tecnología 0.560 y adaptación al cambio 0.445 influyeron de manera significativa

en la gestión administrativo, llegó a la conclusión que la transformación digital se consolidó como un factor determinante para mejorar la eficiencia institucional, evidenciando la urgencia de fortalecer la implementación de innovación y la capacitación del empleado para optimizar los servicios públicos en el Gobierno Regional de Puno.

3.2 Marco teórico

3.2.1 Herramientas digitales

Las herramientas digitales se han consolidado como elementos esenciales para la transformación organizacional en la era de la economía digital, donde la velocidad, la conectividad y la innovación determinan el éxito de las empresas. Van Dijk (2020) define estas herramientas como un grupo de apps, sistemas y medios técnicos que ayudan a facilitar no solo la ejecución de tareas, sino también el diálogo eficiente, el manejo de información y la coordinación de procesos dentro de los entornos laborales modernos.

Sin embargo, las herramientas digitales no deben ser vistas únicamente como artefactos tecnológicos aislados. Su utilización efectiva requiere entenderlas dentro de un ecosistema más amplio, donde confluyen competencias técnicas, conocimientos especializados y habilidades cognitivas y sociales. Por ejemplo, no basta con saber manejar una plataforma de gestión de proyectos; también es necesario comprender cómo integrar esa plataforma con otras aplicaciones, cómo priorizar información, cómo colaborar de manera remota y cómo tomar decisiones basadas en datos.

Además, el uso adecuado de las herramientas digitales permite a las entidades mejorar sus métodos, aumentan la eficiencia y optimizan el nivel de atención que ofrecen a los clientes. Para los individuos, el dominio de estas herramientas implica una mayor autonomía, capacidad de adaptación y eficiencia, lo que contribuye a un desempeño laboral más sólido y a la innovación dentro de la empresa. Así, las herramientas digitales se convierten en un motor de desarrollo tanto para la organización como para sus colaboradores, transformando la forma en que se trabaja, se aprende y se genera valor en la economía actual.

3.2.1.1 Autoconocimiento digital

El autoconocimiento digital emerge como una dimensión fundamental dentro del proceso de adopción y uso de herramientas tecnológicas, especialmente en entornos laborales que dependen cada vez más de plataformas digitales. Según Ferrari, (2013), dentro del marco europeo de competencias digitales (DIGCOMP), el autoconocimiento se entiende como la habilidad que tiene toda individuo para reconocer sus propias habilidades, limitaciones y necesidades de desarrollo en el ámbito tecnológico. Es decir, no solo implica saber qué tan competente se es, sino también identificar qué aspectos requieren fortalecerse para desenvolverse adecuadamente en entornos digitales.

Por su parte, Prensky (2010) destaca que, en la sociedad actual, marcada por una presencia constante de la tecnología, el autoconocimiento digital se expresa en la consciencia que los usuarios tienen sobre sus hábitos y patrones de uso. Esto incluye, por ejemplo, el tiempo que dedican cada día a diferentes aplicaciones y plataformas, las tareas que realizan en

ellas y cómo estas actividades influyen en su desempeño. Esta mirada reflexiva o metacognición digital permite a los trabajadores identificar áreas de mejora, evitar malos hábitos digitales y ajustar su comportamiento para trabajar de manera más eficiente.

Además, Carretero et al. (2016) amplían esta perspectiva al señalar que el autoconocimiento digital también involucra la capacidad de evaluar críticamente las propias competencias tecnológicas y reconocer cuándo es necesario buscar apoyo, asesoría o capacitación adicional. Esta apertura al aprendizaje no solo fortalece las habilidades individuales, sino que también contribuye a un mejor desempeño dentro de la organización, ya que los colaboradores pueden adaptarse con mayor facilidad a nuevas herramientas y procesos tecnológicos.

En conjunto, estas perspectivas coinciden en que el autoconocimiento digital no es solo un rasgo personal, sino un componente clave para el desarrollo profesional, la optimización constante y el ajuste eficiente a las modificaciones tecnológicas que caracterizan al entorno laboral moderno.

3.2.1.2 Autorregulación digital

La autorregulación digital Constituye otra dimensión crucial para lograr un uso verdaderamente uso de las plataformas innovadoras, especialmente en un entorno donde todo parece moverse a gran velocidad y donde es fácil perderse entre tantas aplicaciones, notificaciones y tareas pendientes. Zimmerman (2000) define la autorregulación como ese proceso interno mediante el cual las personas activan y sostienen pensamientos, comportamientos e incluso emociones que están orientados

de manera sistemática hacia la consecución de ciertos objetivos. En pocas palabras, es la capacidad de ponerse metas, organizarse y mantenerse enfocado aun cuando surjan distracciones.

Llevado al mundo digital, Dabbagh y Kitsantas (2012) amplían esta idea al señalar que la autorregulación digital implica gestionar de manera consciente el tiempo, los recursos tecnológicos y los distintos procesos de trabajo dentro de entornos virtuales. Esto incluye desde algo tan simple como decidir cuándo revisar correos o cerrar ventanas que distraen, hasta planificar el uso de plataformas digitales para que realmente apoyen —y no entorpezcan el desempeño laboral.

Redecker y Punie (2017) complementan esta mirada subrayando que la autorregulación también se refleja en cómo los usuarios administran sus propias transacciones digitales, priorizan tareas y buscan mantener un equilibrio saludable con la tecnología. Esto no solo se trata de productividad, sino también de bienestar: saber cuándo seguir, cuándo pausar y cuándo es necesario desconectarse para recargar energías.

Dentro de este enfoque, los indicadores de autorregulación incluyen tanto la frecuencia como la calidad de las transacciones digitales que la persona realiza, así como su capacidad para sostener la concentración durante las sesiones de trabajo digital. En la práctica, esto se traduce en hábitos como evitar saltar constantemente entre aplicaciones, gestionar adecuadamente el tiempo para no saturarse y mantener un ritmo que permita cumplir con los objetivos sin caer en la sobrecarga tecnológica. Aunque suena sencillo, desarrollar esta habilidad requiere

práctica, conciencia y, en muchos casos, pequeños ajustes cotidianos que pueden marcar una gran diferencia en el desempeño digital.

3.2.1.3 Competencias digitales

Las competencias digitales constituyen el corazón del uso eficiente y consciente de las herramientas tecnológicas dentro de las organizaciones. En un entorno laboral donde la tecnología cambia casi tan rápido como las necesidades de los clientes, contar con estas competencias ya no es un valor agregado, sino una condición básica para desenvolverse con solvencia. El MECD, creado por Vuorikari, Punie, Carretero y Van den Brande (2016), explica que las destrezas virtuales incluyen no solo el manejo especializado en la innovación, asimismo la destreza de emplearla de manera segura, crítica y creativa para lograr metas relacionadas con el trabajo, la enseñanza continua en la comunidad. En otras palabras, no basta con “saber usar” un programa o una aplicación: es necesario comprender cómo, cuándo y para qué utilizarla de manera estratégica.

A partir de esta visión más integral, Van et al. (2017) proponen siete competencias digitales esenciales para desenvolverse en el siglo XXI: la competencia técnica, el manejo de datos, la interacción, el trabajo en equipo, la inventiva, el razonamiento analítico y la solución de dificultades. Cada una de estas capacidades aporta una pieza importante al desempeño digital. Por ejemplo, la gestión de información permite filtrar datos relevantes en un océano de contenidos; la comunicación digital ayuda a mantener interacciones claras y oportunas; y el pensamiento crítico facilita identificar riesgos, evaluar alternativas y tomar decisiones informadas.

Las competencias se reflejan en actividades cotidianas que muchas veces pasan desapercibidas, como manejar de manera eficiente aplicaciones institucionales, navegar sin dificultad por plataformas internas o combinar distintas herramientas digitales para ejecutar un proceso de trabajo de forma más coherente y productiva. Desde atender solicitudes en un sistema de gestión, hasta coordinar reuniones virtuales o integrar datos de diferentes plataformas, todo ello requiere un conjunto de habilidades digitales que funcione como un engranaje bien afinado.

Además, Martín et al. (2019) destacan que las competencias digitales no son estáticas ni se adquieren de una sola vez. Más bien, deben actualizarse constantemente por la rapidez con la que cambia la innovación. Esto implica que los trabajadores, independientemente de su área o antigüedad, necesitan mantenerse en aprendizaje continuo para no quedarse atrás. La aparición de nuevas aplicaciones, sistemas más complejos o procesos automatizados exige una disposición permanente para adaptarse, explorar y aprender.

En este sentido, desarrollar competencias digitales no solo mejora el rendimiento personal, sino que asimismo motiva a la organización hacia una cultura más innovadora, flexible y preparada para afrontar los desafíos del entorno digital actual.

3.2.2 Eficiencias del servicio

La eficiencia del servicio se entiende como un constructo multidimensional que va más allá de simplemente “hacer las cosas rápido” o “reducir costos”. Este concepto evalúa cómo una organización logra optimizar sus medios, ya sean personas, tecnología o elementos, para el

propósito de generar valor real y perceptible para sus clientes. En otras palabras, se trata de la capacidad de entregar un servicio de manera eficaz, usando los recursos disponibles de forma inteligente y evitando desperdicios, sin sacrificar el estado del servicio ni el bienestar del usuario.

Parasuraman et al. (1985) sentaron las bases teóricas para evaluar el estándar del trato, resaltando que el desempeño es un elemento clave dentro de este marco. Según estos autores, la eficiencia se refleja en la conexión entre los logros alcanzados y los fondos empleados en la etapa de producción del servicio. Esto significa que una organización no solo debe enfocarse en cumplir metas o resolver solicitudes, sino también en cómo logra esos resultados, teniendo en cuenta el período, la dedicación y los medios utilizados.

La eficiencia del servicio ha evolucionado para incluir dimensiones operativas, relacionales y de calidad. La dimensión operativa se centra en la rapidez, la precisión y la consistencia de los procesos internos; la dimensión relacional evalúa la habilidad de comunicarse bien y empática con los clientes; y la dimensión de calidad asegura que los servicios entregados cumplan con los estándares esperados y generen confianza. Cuando estos aspectos se combinan, permiten a la organización no solo cumplir con sus objetivos internos, sino también fortalecer la vivencia del usuario, fomentar la fidelidad y consolidar su ventaja competitiva en el mercado.

La eficiencia del servicio no es un objetivo aislado, sino un proceso integral que vincula recursos, desempeño y satisfacción del cliente, convirtiéndose en un indicador crítico del éxito organizacional y en un

motor para la mejora continua. Las empresas que logran gestionar eficazmente esta eficiencia son capaces de ofrecer servicios consistentes, adaptarse a los cambios del entorno y maximizar el valor percibido por sus clientes.

3.2.2.1 Productividad operativa

La productividad operativa se entiende como una de las dimensiones clave para evaluar la eficiencia del servicio, especialmente en organizaciones donde el trabajo diario depende tanto de la rapidez como de la precisión. De manera sencilla, esta dimensión busca responder a una pregunta fundamental: ¿estamos logrando los resultados esperados aprovechando al máximo los recursos disponibles? Drucker (1999) explica que la productividad consiste en “hacer más con menos”, es decir, generar mejores resultados sin incrementar innecesariamente los insumos, el tiempo o el esfuerzo. Esta idea, aunque parece simple, implica una gestión inteligente del trabajo, donde cada acción tenga un propósito claro y contribuya a los objetivos generales de la institución.

En el ámbito de los servicios, donde la experiencia del cliente tiene un peso decisivo, Grönroos y Ojasalo (2004) amplían esta visión señalando que la productividad operativa debe medirse desde dos perspectivas complementarias. Por un lado, está la eficiencia interna, entendida como la cantidad de resultados obtenidos por cada unidad de recurso invertido. Por otro lado, se encuentra la efectividad externa, que se refiere al valor real que el cliente percibe en el servicio. En otras palabras, no basta con realizar más operaciones en menos tiempo si esas operaciones no generan confianza, claridad o satisfacción en el usuario final.

Los indicadores más comunes para evaluar la productividad operativa suelen incluir la cantidad de operaciones completadas en un período específico, el grado de cumplimiento de metas, el tiempo de respuesta y la capacidad para mantener un flujo de trabajo constante sin sacrificar la calidad. Sin embargo, Johnston y Jones (2004) subrayan que, en las organizaciones de servicio, medir únicamente el volumen o la rapidez puede llevar a conclusiones engañosas. Un servicio que atiende a muchos clientes, pero genera reclamos o errores no puede considerarse realmente productivo. Por ello, estos autores proponen que los indicadores cuantitativos deben complementarse con métricas de calidad, satisfacción e incluso percepción del cliente.

En esta misma línea, Heskett et al. (1997) a través de su reconocida “cadena de valor del servicio”, señalan que la productividad operativa no solo es un indicador de eficiencia, sino también un factor determinante para la rentabilidad de la organización. No obstante, advierten que esta productividad debe mantenerse en equilibrio con dos elementos igual de importantes: la satisfacción del empleado y la satisfacción del cliente. Un trabajador sobrecargado o un cliente insatisfecho pueden disminuir de forma significativa los efectos positivos de un aumento en la productividad. Es decir, lograr un buen nivel operativo no se trata únicamente de acelerar procesos, sino de construir un sistema de trabajo sostenible, humano y orientado al bienestar tanto interno como externo.

La productividad operativa es más que una métrica; es un reflejo del funcionamiento integral de la organización, donde la efectividad, la

excelencia y la satisfacción del usuario deben avanzar de la mano para generar un servicio realmente valioso y competitivo.

3.2.2.2 Satisfacción del cliente

Se posiciona como una de las dimensiones más relevantes cuando se busca evaluar la efectividad y la excelencia de una prestación. En esencia, este concepto refleja cómo se sienten los clientes después de interactuar con una organización y recibir un producto o servicio. Oliver (1997) explica que la satisfacción surge de una comparación casi inevitable que hace el cliente: por un lado, están las expectativas que tenía antes de obtener la atención, y por otro, está su percepción real del desempeño. Cuando lo recibido coincide o supera lo esperado, aparece la satisfacción; si ocurre lo contrario, se genera descontento.

Con el paso del tiempo, este concepto ha adquirido un peso aún mayor dentro de las organizaciones modernas. Zeithaml et al. (2018) enfatizan que la felicidad del usuario no es solo un resultado aislado, sino un indicador directo del funcionamiento global de la empresa. De hecho, influye de manera significativa en tres comportamientos clave: la lealtad, la recompra y las recomendaciones que los clientes hacen a otras personas. Esto quiere decir que un cliente satisfecho no solo vuelve, sino que se convierte en un aliado silencioso que comparte su buena experiencia con su entorno, contribuyendo a la fama y el desarrollo de la entidad.

Para medir esta satisfacción, las organizaciones suelen recurrir a herramientas que permiten recoger la percepción de los usuarios de manera estructurada. Entre los indicadores más utilizados se encuentran las encuestas de satisfacción, que permiten identificar niveles de aprobación,

áreas críticas y oportunidades de mejora. Sin embargo, uno de los indicadores más influyentes y de uso global es el Net Promoter Score (NPS), propuesto por Reichheld (2003). El NPS evalúa la posibilidad de que un usuario sugiere voluntariamente la organización a otras personas, clasificando a los clientes en tres grupos: promotores (los más entusiastas), pasivos (indiferentes o neutrales) y detractores (quienes pueden influir negativamente en la imagen del servicio). Este indicador no solo refleja el nivel de satisfacción, sino también el grado de confianza y conexión emocional que el cliente establece con la empresa.

Lemon y Verhoef, (2016) para entender verdaderamente la satisfacción del cliente, es necesario considerar la experiencia completa que este tiene con la organización. Esto incluye todos los puntos de contacto, desde el primer acercamiento como la consulta de información o la visita a una plataforma digital hasta la interacción con los colaboradores, la resolución de problemas y el seguimiento posterior. Cada uno de estos momentos construye lo que hoy conocemos como la experiencia del cliente, una trayectoria que puede fortalecer o debilitar la percepción que tiene sobre la entidad.

El bienestar del usuario no solo mide qué tan bien se ofrece la atención, asimismo, actúa como un termómetro de la salud organizacional. Una empresa que escucha comprende y atiende las necesidades de sus usuarios no solo logra mejores resultados, sino que crea vínculos estables fundamentadas en la fe y el valor compartido.

3.2.2.3 *Calidad del proceso*

La calidad del proceso es, en esencia, la columna vertebral que permite que un servicio se entregue de manera consistente y con altos estándares. No se trata solo de que todo “funcione bien”, sino de que exista una estructura interna capaz de sostener esa excelencia día tras día. Deming, (1986), uno de los grandes referentes en gestión de la calidad, insistía en que esta no debe añadirse al final como una revisión o un filtro, sino que debe estar integrada desde el origen mismo de cada proceso. En otras palabras, la calidad se construye paso a paso, no se “arregla” al final.

En el campo de los servicios, Parasuraman et al. (1988) desarrollaron el modelo SERVQUAL, que se ha vuelto un referente a nivel global. Este modelo propone cinco dimensiones fundamentales: la tangibilidad de los elementos físicos, la fiabilidad para cumplir lo prometido, la velocidad para responder a las peticiones del usuario, la confianza que da el equipo y la comprensión con la que se atienden las necesidades individuales. Cuando estas dimensiones se gestionan adecuadamente, la calidad del proceso deja de estar un perfecto y se transforma en un resultado observable.

En la práctica, la calidad del proceso se puede ver reflejada en indicadores muy concretos, como el porcentaje de transacciones realizadas correctamente sin errores o la rapidez con la que se logran resolver las incidencias del cliente. Zeithaml et al. (1996) subrayan que estos aspectos no son meramente operativos: tienen un impacto directo en los costos internos de la organización. Cada error, cada retrabajo y cada proceso

duplicado consume tiempo, energía y medios que pueden haber sido utilizado en tareas más útiles.

Prajogo y Sohal (2006) complementan esta mirada indicando que garantizar la calidad del proceso exige adoptar un enfoque sistemático y sostenido de mejora continua. Aquí entran en juego metodologías como Six Sigma, Lean Management o Total Quality Management, que ayudan a reducir la variabilidad, eliminar desperdicios y fortalecer la eficiencia.

Tax y Brown (1998) recuerdan un punto clave: la resolución de incidencias no solo cumple la función de “apagar incendios”. Cuando se maneja con transparencia, rapidez y empatía, puede transformarse en una oportunidad para reforzar la conexión con el usuario. En realidad, una vivencia mala bien gestionada puede generar más lealtad que una interacción sin fallas, porque el cliente siente que su problema fue tomado en serio y solucionado con compromiso.

3.3 Marco conceptual

Automatización de procesos

La automatización básicamente se refiere al uso de tecnología para realizar tareas que normalmente serían repetitivas, pero de manera automática, reduciendo la necesidad de intervención humana y, con ello, los errores que pueden surgir en los procesos operativos. En el caso de Mibanco, esto se traduce en cosas como el control automatizado de operaciones, la creación de informes económicos y el monitoreo de pagos y hasta la gestión de solicitudes de préstamo. Gracias a la automatización, se ahorra un montón de tiempo que antes los empleados dedicaban a procesos manuales, se optimizan los recursos y, lo más importante, se disminuyen los costos operativos.

Banca digital

La banca digital abarca todos los servicios financieros que se ofrecen mediante canales electrónicos, como aplicaciones móviles, plataformas web, cajeros automáticos de última generación y sistemas de atención en línea. Gracias a estos canales, los clientes pueden realizar operaciones bancarias en cualquier momento y desde cualquier lugar, lo que elimina las limitaciones geográficas y proporciona una comodidad que antes no era posible con la banca tradicional. Pero la banca digital va más allá de la simple conveniencia. También mejora la trazabilidad y seguridad de las transacciones, permitiendo un seguimiento detallado de cada operación y reduciendo los riesgos de errores o fraudes.

Canales de atención digital

Son los medios electrónicos que permiten que los clientes se comuniquen e interactúen con la institución financiera sin tener que estar físicamente en una oficina. Aquí entran las aplicaciones móviles, las páginas web del banco, los chatbots que responden consultas al instante, el correo electrónico y hasta los medios sociales, que ahora se han convertido casi otro canal de atención más. Estos canales no solo brindan un acceso rápido y en la mayoría de casos bastante seguro a los servicios bancarios, sino que también ayudan a resolver dudas en cuestión de minutos, sin tantas vueltas ni esperas largas.

Calidad del servicio

No es solo un concepto bonito; es lo que realmente sienten los clientes cuando necesitan ayuda y el banco responde sin dar tantas vueltas. Cuando un cliente recibe una atención eficiente, sin demoras innecesarias, y además siente que lo tratan como persona y no solo como un número más, su confianza en la institución crece un montón.

Competitividad organizacional

La competitividad no aparece por arte de magia; se construye paso a paso gracias a la innovación tecnológica, la mejora continua de los métodos propios, el uso inteligente de herramientas digitales y una atención al cliente que realmente escuche y resuelva lo que la gente necesita. Cuando estas piezas encajan más o menos bien, aunque a veces no todo sale perfecto, claro el banco logra adaptarse con mayor facilidad a los cambios del mercado y a las nuevas expectativas de los usuarios. Ser competitivo también significa tener la capacidad de fidelizar a los clientes, hacer que confíen en el servicio y que no se quieran ir a otro banco a la primera incomodidad.

Evaluación del desempeño

Es el mecanismo donde se revisan y analizan, de manera ordenada, los resultados que se obtienen después de poner en marcha las herramientas digitales y los procesos internos del banco. Básicamente, se trata de mirar qué cosas están funcionando bien, cuáles no tanto y dónde se podría mejorar. Esta evaluación ayuda a detectar fortalezas que vale la pena seguir potenciando, pero también muestra debilidades o fallitas que, si no se atienden, pueden terminar afectando la calidad del servicio.

Eficiencia del servicio

El desempeño se define como la habilidad de una entidad para ofrecer sus servicios de manera óptima, integrando rapidez, precisión y calidad en cada proceso de atención, desde disminuir los intervalos de atraso para los clientes, hasta la correcta y ágil ejecución de operaciones financieras como la apertura de cuentas, la aprobación de préstamos o la gestión de transferencias.

Gestión de información:

Es el conjunto de procesos, métodos y herramientas que ayudan a recolectar, ordenar, procesar y analizar toda la información importante para que el banco pueda

funcionar bien y planificar hacia adelante. Cuando existe una buena gestión de la información, Mibanco puede acceder a datos claros y actualizados sobre sus clientes, las transacciones que realizan y los movimientos o tendencias del mercado (que cambian más rápido de lo que uno pensaría). Este manejo adecuado de la información permite tomar decisiones estratégicas con mayor seguridad, detectar oportunidades de negocio que quizá antes pasaban desapercibidas y ajustar procesos que no estén funcionando del todo bien.

Herramientas digitales

Las herramientas digitales son diversas aplicaciones, plataformas, programas y recursos tecnológicos diseñados para facilitar la gestión de labores, optimizar la interacción dentro y fuera, y optimizar la organización de la información dentro de una institución financiera, las herramientas juegan un papel fundamental al permitir que procesos que antes eran manuales o lentos, como la apertura de cuentas, la gestión de préstamos, la actualización de registros y el servicio al usuario, se realicen de manera más rápida, eficiente y con menor margen de error.

Innovación tecnológica

Es la incorporación de nuevas soluciones digitales que ayudan a mejorar procesos, brindar una atención más ágil al cliente y aportar un valor extra a los servicios financieros. En la práctica diaria, la innovación tecnológica puede verse reflejada en cosas tan simples, pero súper útiles como aplicaciones móviles más intuitivas que facilitan las operaciones, sistemas de inteligencia artificial que “aprenden” de las necesidades del usuario para ofrecerle una atención más personalizada, o plataformas de análisis de datos que permiten identificar patrones y tendencias del comportamiento financiero.

Interfaz de usuario amigable

Es el diseño y la creación de plataformas digitales pensadas para que los clientes puedan interactuar con el banco de una forma intuitiva, sencilla y, sobre todo, sin

complicarse la vida. Cuando una interfaz es realmente amigable, es decir, fácil de entender incluso para alguien que no es muy experto en tecnología, los usuarios cometen menos errores al hacer sus operaciones, se sienten más seguros y, en general, disfrutan más el proceso.

Productividad del personal

La productividad hace referencia al desempeño de los colaboradores en relación con los objetivos y tareas que se les asignan, evaluando tanto la calidad como la rapidez en la ejecución de sus funciones. En un entorno laboral moderno, especialmente en un contexto digital, la productividad se ve significativamente potenciada cuando los empleados cuentan con herramientas tecnológicas adecuadas. Estas herramientas facilitan la gestión de información, mejoran la comunicación interna y permiten automatizar tareas rutinarias que anteriormente consumían tiempo valioso.

Satisfacción del cliente

Es básicamente el nivel de percepción positiva que los usuarios tienen sobre el servicio que reciben, tomando en cuenta cosas como la velocidad, la accesibilidad, la atención personalizada y la confiabilidad del banco. En el caso de Mibanco, esto es súper importante, porque un cliente contento tiende a seguir usando los servicios y, además, puede recomendar la entidad a amigos o familiares, algo que, a la larga, ayuda mucho a la reputación del banco. Este nivel de satisfacción no depende solo de la buena voluntad del personal, sino que está muy ligado a la calidad de las herramientas digitales que el banco ofrece a los usuarios, la eficiencia de los colaboradores y lo bien que funcionen.

Seguridad digital:

La seguridad digital no es solo un “extra” o un requisito técnico, sino una parte esencial para conservar la seguridad de los usuarios, si la gente siente que su dinero o su información pueden estar en riesgo, simplemente no va a usar los canales digitales, por



más modernos o rápidos que sean. Por eso, estas medidas ayudan a proteger la integridad de las operaciones del banco y también la tranquilidad de los usuarios, que al final es igual de importante.

Transformación digital

La evolución virtual representa el procedimiento en el que una empresa usa innovaciones virtuales en todos sus niveles, incluyendo operaciones, administración y atención al cliente, con el fin de mejorar su desempeño y adaptarse a un entorno cada vez más tecnológico. Este proceso implica modernizar sus sistemas de información, digitalizar la atención al cliente, automatizar procesos internos y formar al equipo manejo adecuado de modernas plataformas virtuales.



CAPÍTULO IV

HIPÓTESIS

4.1 Hipótesis general

- Existe una relación significativa entre el uso de herramientas digitales y la eficiencia del servicio en Mibanco, ciudad de Puno, en el año 2025.

4.2 Hipótesis específicas

- El autoconocimiento digital de los colaboradores se relaciona significativamente con la eficiencia del servicio en Mibanco.
- La autorregulación en el uso de herramientas digitales presenta una relación significativa con la eficiencia del servicio en Mibanco.
- La competencia digital para el uso de herramientas digitales se relaciona significativamente con la eficiencia del servicio en Mibanco.

4.3 Variables

Variable 1: Herramientas digitales

Variable 2: Eficiencia del servicio

4.4 Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de la variable.

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
V1: Herramientas digitales	Autoconocimiento	Sesiones diarias
		Transacciones digitales
	Autocorregulación	Aplicaciones empleadas
		Plataformas internas
	Competencia digital	Dominio de aplicaciones internas
		Resolución problemas técnicos
V2: Eficiencia del servicio	Productividad operativa	Operaciones completadas
		Cumplimiento metas
	Satisfacción del cliente	Nivel satisfacción
		Índice recomendación
	Calidad del proceso	Transacciones correctas
		Resolución incidencias

Nota: Elaboración propia en función de las variables estudiadas.



CAPÍTULO V

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Enfoque de la investigación

El enfoque cuantitativo se presentó como una táctica de investigación que se apoyó en números y análisis estadístico para reconocer esquemas de comportamiento y evaluar ideas. Hernández et al. (2014) destacaron que este enfoque utilizó la obtención de datos para verificar ideas usando números y métodos estadísticos, de determinar tendencias de conducta y confirmar conceptos, resaltando su objetividad, la posibilidad de replicar los estudios y la capacidad de generalizar los resultados.

De manera complementaria, Creswell y Creswell (2018) señalaron que la investigación cuantitativa permitió examinar de forma precisa el vínculo entre elementos, midiendo datos a través de instrumentos específicos y analizándolos mediante procedimientos estadísticos, lo que ofreció evidencia empírica confiable y reproducible.

5.2 Método(s) aplicados a la investigación

Para esta investigación se usó el enfoque hipotético-deducción, considerado el eje del razonamiento científico en los estudios cuantitativos. Según

Popper (1980), el conocimiento avanzó mediante un proceso de conjeturas y refutaciones, en el cual las hipótesis fueron sometidas a contrastación a través de observaciones y procedimientos rigurosos. Este método inició con el análisis del evento prosiguió con la creación de teorías explicativas, permitió deducir consecuencias verificables y, finalmente, confrontó dichas hipótesis con la realidad para evaluar su validez. De manera complementaria, Bernal (2010) señaló que el método hipotético-deductivo partió de hipótesis susceptibles de ser refutadas o falseadas, cuyas conclusiones posteriores se contrastaron con los hechos observados.

5.3 Tipo de investigación

La indagación realizada resultó simple, también llamada pura o fundamental, cuyo propósito principal es generar conocimiento científico, sin que busque aplicaciones prácticas de manera inmediata. Según Ñaupas, et al. (2014), esta clase de indagación “está enfocada a ofrecer un conjunto ordenado de saberes técnicos y no genera sin duda logros de beneficio útil directa; se centra de obtener datos de la existencia con el fin de enriquecer el entendimiento conceptual y técnico”.

5.4 Nivel de investigación

El grado de indagación de este estudio fue relacional, orientado a determinar el nexo entre múltiples elementos sin mostrar motivos e impactos. Hernández et al. (2014) señalan que esta clase de análisis busca identificar cómo se relacionan conceptos o variables dentro de un contexto determinado, permitiendo incluso predecir el comportamiento de una variable a partir del conocimiento de otra. Arias (2012) afirma que la investigación correlacional se

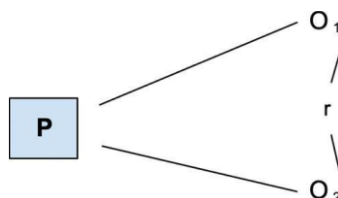
basa en el análisis de factores y en el uso de evaluaciones numéricas e inferenciales para estimar su correlación, sin asumir causalidad.

5.5 Diseño de investigación

El esquema de este análisis fue no experimental, lo que significa que se observaron los eventos en su entorno real sin cambiar las factoras autónomas. Kerlinger y Lee (2002) indican que, en tales estudios, el analista no controla directamente los factores, mientras que Hernández et al. (2014) destacan su utilidad cuando no es posible intervenir en ellas, siendo común en las ciencias sociales.

Este diseño que recogen información en un solo momento, y longitudinales, que realizan mediciones a lo largo del tiempo.

El diseño se muestra a continuaciones es la siguiente:



Donde:

P = Población

O₁ = Var. 1: Herramientas digitales

O₂ = Var. 2: Eficiencia del servicio

r = Relación de las variables de estudio

5.6 Población y muestra

5.6.1 Población

La población representa al grupo de casos sobre los que se pretende generalizar los resultados. Según Arias et al. (2016) señalan que debe delimitarse con criterios claros para identificar quiénes la conforman. Además, Hernández y Mendoza (2018) indican que debe definirse según contenido, lugar y tiempo para asegurar validez externa. Para Tamayo y Tamayo (2003) afirman que todas las unidades que comparten características relevantes.

La población estuvo integrada por 83 colaboradores de Mibanco, sede Av. El Sol 120, en la ciudad de Puno.

5.6.2 Muestra

Es un subconjunto representativo de la gente de la que se obtienen información para realizar inferencias. Según Otzen y Manterola (2017) resaltan que el muestreo permite seleccionar la parte de la verdad que será analizada. Según Hernández et al. (2014) distinguen muestras probabilísticas, donde todos tienen igual oportunidad de ser elegidos, y no probabilísticas, seleccionadas según criterios del estudio.

Para López y Fachelli (2015) destacan que el tamaño muestral debe ser suficiente para obtener resultados confiables y manejables según recursos. Arias (2012) agrega que la muestra debe ser accesible y definida con criterios claros para garantizar que los hallazgos sean válidos.

Se utilizó una muestra probabilística para asegurar la imparcialidad y precisión en el análisis de los datos recolectados.

Para lo cual se usará la siguiente formula:

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

$$Z=1.96 \quad N=83 \quad p=0.5 \quad q=0.5 \quad e=0.05$$

Donde:

n=Tamaño de la muestra

N=Tamaño de la población

Z= Parámetro estadístico nivel de confianza

e= Error de estimación máximo aceptado

p= Probabilidad de que ocurra el evento estudiado

q= (1-p)=Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

$$n = \frac{1.96^2 * 83 * 0.5 * 0.5}{0.5^2 * (83 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

n= 68 colaboradores.

5.7 Técnica e instrumentos de recolección de datos

5.7.1 Técnica

En esta revisión se utilizó el sondeo como método clave, por su habilidad para recoger información de forma ordenada y sistemática. Según García Ferrando, permite obtener datos estandarizados de una muestra representativa y facilita el análisis estadístico. Anguita y colaboradores destacan que su aplicación mediante instrumentos estructurados asegura uniformidad y comparabilidad de la información.

Asimismo, López y Fachelli señalan que los cuestionarios permiten recoger datos sobre diversas variables, convirtiendo a la encuesta en una herramienta flexible y fundamental en múltiples áreas de estudio.

5.7.2 Instrumento

El instrumento utilizado fue el cuestionario, fundamental en toda encuesta porque permite recopilar respuestas de forma organizada. Según Hernández et al. y García Muñoz, un buen cuestionario debe incluir preguntas claras, coherentes y relacionadas con el problema de investigación, capaces de explorar hechos, opiniones o actitudes. Su diseño requiere definir el tipo de preguntas, estructurar el orden y realizar una prueba piloto para asegurar validez y confiabilidad. Hernández y Mendoza señalan que puede aplicarse por escrito, entrevista, teléfono o internet, cada uno con retos propios, por lo que se recomienda incluir instrucciones precisas, garantizar la confidencialidad y mantener una extensión adecuada para evitar fatiga en los participantes.

5.8 Confiabilidad y validez del instrumento

5.8.1 Confiabilidad

Para verificar que el sondeo realmente fuera coherente y diera resultados confiables, se usó el índice Alfa de Cronbach.

Tabla 2

Prueba estadística de Alfa de Cronbach que evalúa la confiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,935	30

Nota. fiabilidad de cuestionario realizado a 68 colaboradores.

La Tabla 2 presenta los hallazgos del estudio de confiabilidad del cuestionario, calculado con el Alfa de Cronbach. El puntaje fue de 0,935, lo que nos dice que las preguntas del sistema mantienen una muy buena coherencia entre sí. Según lo que recomiendan las guías metodológicas, un Alfa mayor a 0,90 se considera excelente, así que este resultado respalda que el cuestionario es fiable y que la información recopilada es bastante precisa y de calidad.

5.8.2 Validez

Para asegurarnos de que el instrumento realmente tuviera sentido y fuera adecuado, se pidió a un especialista en el tema que revisara cada una de las preguntas del cuestionario. La intención era confirmar que las preguntas sí estaban alineadas con los objetivos del estudio y que abarcaban los puntos clave del fenómeno que queríamos analizar.

5.9 Procedimiento de tratamiento de datos

Para procesar y estudiar los informes que recolectamos, utilizamos el software estadístico SPSS. Esta herramienta hizo mucho más sencillo realizar un análisis descriptivo que nos permitió entender, de manera más clara, cómo las personas de MIBANCO usan los medios digitales y qué tan eficientes resultan para ellos. Además, SPSS ayudó a ordenar toda la información, presentarla de forma comprensible y detectar esquemas o dinámicas repetidas en el uso de los medios digitales cotidianamente.

5.10 Diseño de contrastación de hipótesis

Para revisar la relación entre las variables, se usó la evaluación numérica de Kendall. Esta prueba era la más conveniente porque los datos estaban ordenados por rangos y no tenían una disposición adecuada. Además, dado que el

estudio fue de tipo no experimental y los datos no cumplían los requisitos de métodos más exigentes, Kendall nos permitió identificar si había o no una correlación significativa entre ambas variables.

Resultados de la hipótesis central

- H_i : “Existe una relación significativa entre el uso de herramientas digitales y la eficiencia del servicio en Mibanco, ciudad de Puno, en el año 2025.”.
- H_o : “No existe una relación significativa entre el uso de herramientas digitales y la eficiencia del servicio en Mibanco, ciudad de Puno, en el año 2025.”.

Nivel de significancia: Representa el nivel de probabilidad que indica el margen de error aceptado al desestimar la teoría nula en caso de que verdaderamente podría ser verdadera. Para esta investigación, se ha establecido un grado de relevancia del 5%, escrito como $\alpha = 0,05$.

Criterio para tomar decisiones:

- Se rechaza la hipótesis nula (H_o) si el valor de p es mayor que 0,05.
- Se acepta la hipótesis alternativa (H_i) si el valor de p es menor que 0,05.

Tabla 3

Prueba de hipótesis de Kendall sobre Uso de herramientas digitales y eficiencia del servicio

	Valor	Error	Significación aproximada
Tau-b de Kendall	0.719	0.050	0.000

N	68
---	----

Nota. Prueba estadística de Kendall haciendo el uso del SPSS.

La Tabla 3 muestra los resultados sobre cómo se relacionan el empleo de recursos virtuales y la efectividad de la atención. La prueba Tau-b de Kendall dio una tasa de 0.719, lo que muestra que hay una conexión favorable entre los dos factores. Asimismo, el p-valor fue de 0.000, que es inferior a el grado de relevancia de 0.05, lo que ratifica que esta conexión resulta notable desde el punto de vista estadístico.

Análisis de la hipótesis 1

- Hi: “El autoconocimiento digital de los colaboradores se relaciona significativamente con la eficiencia del servicio en Mibanco.”.
- Ho: “El autoconocimiento digital de los colaboradores no se relaciona significativamente con la eficiencia del servicio en Mibanco.”.

Significancia estadística: Se consideró un nivel del 5%, indicado como $\alpha = 0.05$.

Regla de decisión:

- Se descarta Ho si $p > 0.05$.
- Se acepta Hi si $p < 0.05$.

Prueba aplicada: Tau-b de Kendall.

Tabla 4

Prueba de hipótesis de Kendall sobre el autoconocimiento digital y eficiencia del servicio

Valor	Error	Significación aproximada
-------	-------	-----------------------------

Tau-b de Kendall	0.629	0.066	0,000
N	68		

Nota. Prueba estadística de Kendall haciendo el uso del SPSS.

La Tab 4 presenta los hallazgos que explican el vínculo entre la comprensión personal virtual y la efectividad de la atención. El test Tau-b de Kendall dio una tasa de 0.629, lo que indica que hay una conexión transitoria entre los dos factores. El p-valor fue de 0.000, que es inferior a la tasa de relevancia de 0.05. Esto ratifica que esta conexión es numéricamente notable.

Análisis de la hipótesis 2

- H_i : “La autorregulación en el uso de herramientas digitales presenta una relación significativa con la eficiencia del servicio en Mibanco
- H_o : “La autorregulación en el uso de herramientas digitales no presenta una relación significativa con la eficiencia del servicio en Mibanco”.

Significancia estadística: Se consideró un nivel del 5%, indicado como $\alpha = 0.05$.

Regla de decisión:

- Se descarta H_o si $p > 0.05$.
- Se acepta H_i si $p < 0.05$.

Prueba aplicada: Tau-b de Kendall.

Tabla 5

Prueba de hipótesis de Kendall sobre la autorregulación digital y eficiencia del servicio

Valor	Error	Significación
-------	-------	---------------

Tau-b de Kendall	0.594	0.060	0,000
N	68		

Nota. Prueba estadística de Kendall haciendo el uso del SPSS.

La Tabla 5 presenta los resultados sobre la conexión entre la autonomía virtual y la efectividad del recurso. El test Kendall Tau-b dio un resultado de 0.594, lo que muestra que hay un nexo favorable y de fuerza baja entre los dos factores. El p-valor que se obtuvo fue de 0.000, que es inferior al grado de relevancia de 0.05. Esto demuestra que esta conexión es notable desde el punto de vista estadístico.

Análisis de la hipótesis 3

- H_i : “La competencia digital para el uso de herramientas digitales se relaciona significativamente con la eficiencia del servicio en Mibanco.”.
- H_o : “La competencia digital para el uso de herramientas digitales no se relaciona significativamente con la eficiencia del servicio en Mibanco.”.

Significancia estadística: Se consideró un nivel del 5%, indicado como $\alpha = 0.05$.

Regla de decisión:

- Se descarta H_o si $p > 0.05$.
- Se acepta H_i si $p < 0.05$.

Prueba aplicada: Tau-b de Kendall.

Tabla 6

Prueba de hipótesis de Kendall sobre Competencia digital y eficiencia del servicio

	Valor	Error	Significación aproximada
Tau-b de Kendall	0.563	0.071	0.000
N	68		

Nota. Prueba estadística de Kendall haciendo el uso del SPSS.

La Tabla 6 presenta los resultados sobre la conexión entre la competencia virtual y la eficiencia del servicio. El test Kendall Tau-b arrojó una tasa de 0.563, Esto muestra que hay un nexo favorable de fuerza mediana entre los dos factores. Aparte, el p-valor obtenido fue de $0.000 < a 0.05$, que confirma que esta relación es estadísticamente importante.

CAPÍTULO VI

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

6.1 Presentación

En este capítulo se presenta la relación que existe entre el empleo de recursos virtuales y el desempeño del servicio en Mibanco, en Puno, 2025. Desde un enfoque cuantitativo, se presentan resultados que muestran cómo distintos aspectos del uso de herramientas digitales como la autorregulación, la estructura interna y las relaciones dentro de la entidad que tienen impacto en lograr los fines institucionales. Este análisis aporta información valiosa para apoyar decisiones estratégicas que fortalezcan la organización y permitan mejorar su desempeño.

Para evaluar la distribución de los datos, es fundamental realizar el análisis estadístico de normalidad, con el cual, se determina si corresponde usar pruebas paramétricas o pruebas no paramétricas, para lo cual se formula los siguientes supuestos de hipótesis:

- **Hipótesis nula (H_0):** “Los datos siguen una distribución normal”.
- **Hipótesis alternativa (H_1):** “Los datos no siguen una distribución normal”.

Como se cuenta 68 encuestados, la prueba óptima para evaluar esta distribución es Kolmogorov-Smirnov, puesto que esta se aplica cuando se tiene mas de 50 encuestados y se compara el nivel de significancia con $p = 0,05$.

Tabla 7*Prueba de normalidad haciendo uso de la teoría de Kolmogórov*

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Herramientas digitales	,174	68	,000
Eficiencia del servicio	,128	68	,008

Nota: Tamaño de muestra 68 colaboradores.

Los hallazgos del test de Kolmogorov-Smirnov usados en las causas herramientas digitales y eficiencia del servicio muestran que ninguna de las dos sigue una distribución normal. Para herramientas digitales, el estadístico fue 0.174 con un nivel de significancia de 0.000; y para la eficiencia del servicio, el valor fue 0.128, también con una significancia de 0.000. Debido a ello, lo más adecuado es utilizar pruebas estadísticas no paramétricas para analizar estas variables.

6.2 Análisis de los resultados

Para la interpretación de los resultados se emplea la siguiente tabla.

Tabla 8*Escala de valoración de Rho de Spearman*

Valor de ρ (Rho)	Interpretación de la correlación
0.00 – 0.19	Correlación muy débil
0.20 – 0.39	Correlación débil
0.40 – 0.59	Correlación moderada
0.60 – 0.79	Correlación fuerte
0.80 – 1.00	Correlación muy fuerte

Nota. Rho de Spearman.

Resultados obtenidos en relación con el objetivo central

Objetivo: “Examinar la conexión entre el empleo de instrumentos virtuales y la eficiencia del servicio en Mibanco, ciudad de Puno, durante el año 2025”.

Tabla 9

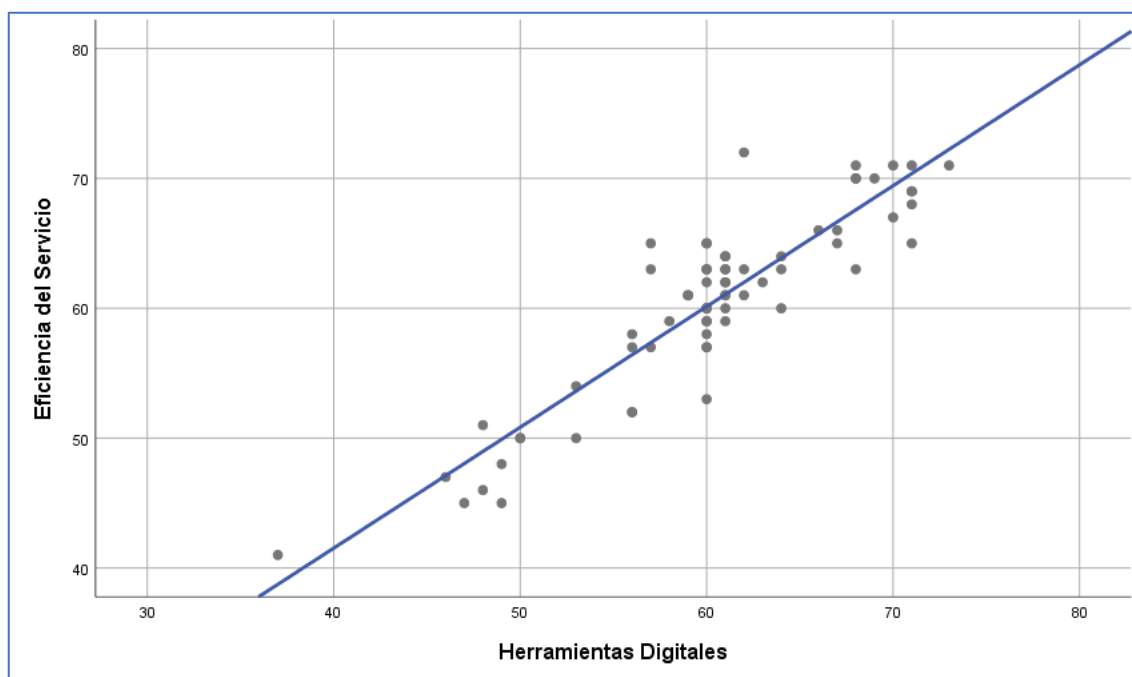
Correlación rho sobre las herramientas digitales y la eficiencia del servicio

Rho de Spearman		Herramientas digitales	Eficiencia de servicio
Herramientas digitales	Correlación	1.000	0.856
	Significancia		0.000
	N - Encuestados	68	68
Eficiencia de servicio	Correlación	0.856	1.000
	Significancia	0.000	
	N - Encuestados	68	68

Nota. Uso de prueba Rho de Spearman.

Figura 1

Herramientas digitales y la eficiencia del servicio



Nota. Diagrama de dispersión que evidencia una tendencia creciente.

La Tab 9 muestra los hallazgos del método de vínculo Rho de Spearman entre las herramientas digitales y la eficiencia del servicio. La tasa que se obtuvo fue de 0.856, lo que muestra una correlación favorable y muy sólida entre los dos factores. En otras palabras, mientras mayor es el desarrollo de las herramientas digitales, mejor tiende a ser la eficiencia del servicio.

El índice de relevancia fue de 0.000, que es inferior a 0.05, lo cual indica que el vínculo es numéricamente importante. Por eso, se puede decir que hay una conexión directa entre el crecimiento al usar recursos virtuales y la eficiencia del servicio.

Las herramientas digitales que incluyen el autoconocimiento, la autorregulación y la competencia digital juegan un papel fundamental en los resultados que obtiene en Mibanco. Su uso adecuado en las actividades diarias y en las transacciones realizadas mediante las aplicaciones y plataformas internas contribuye directamente al buen desempeño del personal. Así, invertir de manera estratégica en estas herramientas mejora el ambiente dentro de la entidad e impulsa el logro de metas, el dominio de las aplicaciones internas y la ejecución efectiva de los proyectos.

Análisis del objetivo específico 1

El autoconocimiento digital y eficiencia del servicio

Conforme al objetivo establecido: “Identificar la relación entre el autoconocimiento digital de los colaboradores y la eficiencia del servicio en Mibanco.”, a continuación, se presentan los resultados de la prueba Rho de Spearman.

“Capacitación y la eficiencia”

Objetivo: “Identificar la relación entre el autoconocimiento digital de los colaboradores y la eficiencia del servicio en Mibanco:

Tabla 10

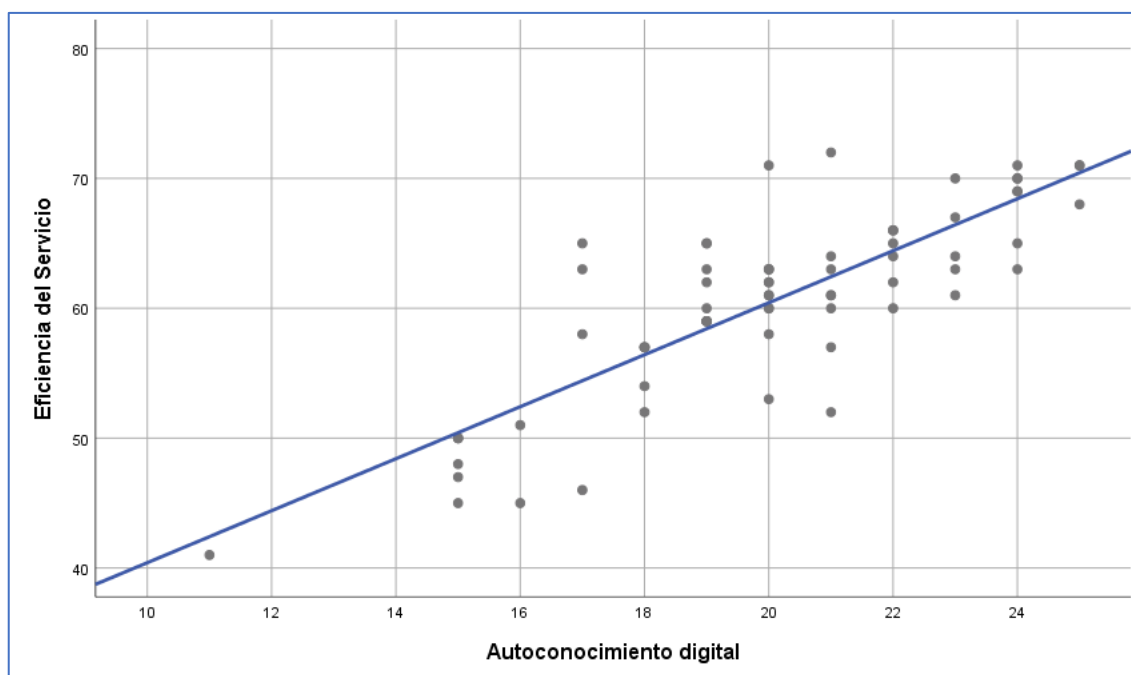
Correlación rho sobre la Autoconocimiento digital y la eficiencia del servicio

Rho de Spearman		Autoconocimiento digital	Eficiencia de servicio
Autoconocimiento digital	Correlación	1.000	0.764
	Significancia		0.000
	N - Encuestados	68	68
Eficiencia de servicio	Correlación	0.764	1.000
	Significancia	0.000	
	N - Encuestados	68	68

Nota. Uso de prueba Rho de Spearman.

Figura 2

Autoconocimiento digital y la eficiencia del servicio



Nota. Diagrama de dispersión que evidencia una tendencia creciente.

La Tabla 10 muestra los resultados del análisis del índice Rho de Spearman sobre la conexión entre el autoconocimiento digital de los colaboradores y la eficiencia del servicio en Mibanco, en la ciudad de Puno. El índice logrado fue de 0.764, lo que

evidencia una conexión fuerte y buena entre los dos elementos. En otras palabras, cuando el autoconocimiento digital del personal se fortalece, la eficiencia del servicio también mejora de manera proporcional.

La tasa de relevancia fue de 0.000, que es inferior a 0.05, lo que demuestra que el vínculo es numéricamente importante. Por eso, se puede decir que hay una conexión clara entre el autoconocimiento digital de los colaboradores y la eficiencia del servicio.

El conocimiento persona es uno de los bienes más importantes dentro de las entidades financieras, ya que implica que los colaboradores comprendan su propio nivel de manejo digital. Esto les permite tomar decisiones más acertadas y adaptarse con mayor facilidad a los procesos tecnológicos de la institución.

Análisis del objetivo específico 2

Autorregulación y la eficiencia del servicio

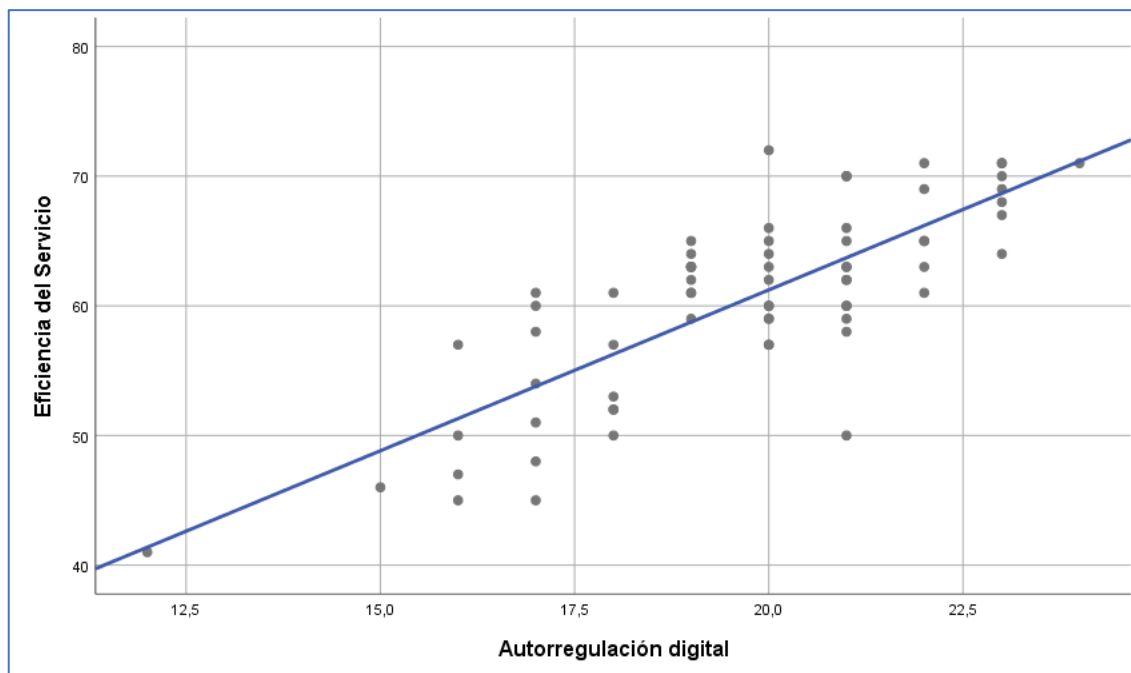
Se estableció la meta: “Determinar la vinculación entre la autorregulación en el uso de herramientas digitales y la eficiencia del servicio en Mibanco.”, Se evidenció que:

Tabla 11

Correlación rho sobre el método Autorregulación digital y la eficiencia del servicio

Rho de Spearman		Autorregulación digital	Eficiencia de servicio
Autorregulación digital	Correlación	1.000	0.737
	Significancia		0.000
	N - Encuestados	68	68
Eficiencia de servicio	Correlación	0.737	1.000
	Significancia	0.000	
	N - Encuestados	68	68

Nota. Uso de prueba Rho de Spearman.

Figura 3*Autorregulación digital y la eficiencia del servicio*

Nota. Diagrama de dispersión que evidencia una tendencia creciente.

La Tabla 11 muestra los hallazgos de la conexión Rho de Spearman entre la autorregulación en el uso de herramientas digitales y la eficiencia del servicio en Mibanco, en la ciudad de Puno. El coeficiente logrado fue de 0.737, situación que muestra una buena y sólida conexión entre los dos elementos; esto refleja que mientras más se fortalece la autorregulación digital en los colaboradores, la eficiencia del servicio también tiende a mejorar.

El índice de relevancia que se obtuvo fue de 0.000, menor que el nivel de 0.05 afirma que el vínculo tiene importancia estadística y demostrando que la autorregulación digital tiene un impacto directo en la eficacia de la labor.

La autonomía virtual es la habilidad de los colaboradores para usar de manera responsable y consciente las herramientas tecnológicas que emplean en su trabajo diario.

Esto significa que cada trabajador pueda organizar sus tareas, administrar mejor su tiempo en las plataformas internas, seguir los procedimientos establecidos y tomar decisiones adecuadas al momento de realizar transacciones o manejar información. Además, esta habilidad contribuye a disminuir errores, mantener un ritmo de trabajo ordenado y asegurar que la tecnología realmente aporte a mejorar la calidad del servicio. Gracias a la autorregulación digital, los colaboradores pueden adaptarse con mayor facilidad a los cambios tecnológicos y atender de mejor manera de acatar las demandas de la clientela.

Análisis del objetivo específico 3

Competencia digital y la eficiencia del servicio

De acuerdo con la meta formulada: “Establecer la relación entre la competencia digital para el uso de herramientas digitales y la eficiencia del servicio en Mibanco.”, Para ello, se presenta la siguiente tabla con los resultados.

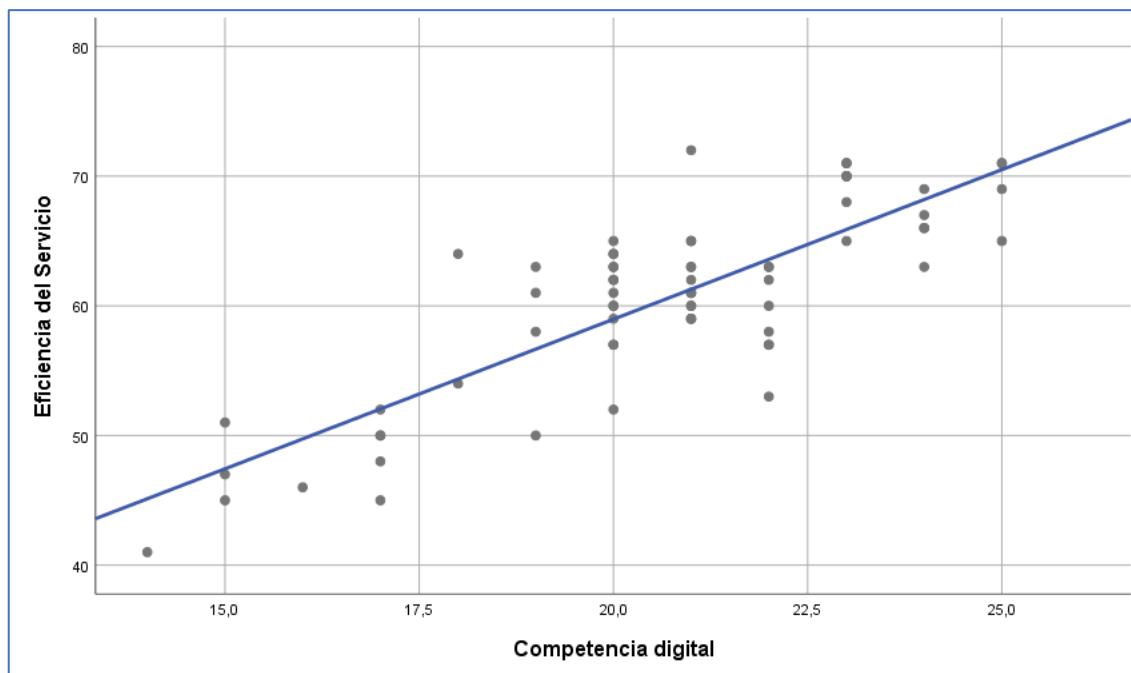
Objetivo: “Establecer la relación entre la competencia digital para el uso de herramientas digitales y la eficiencia del servicio en Mibanco:

Tabla 12

Correlación rho sobre Competencia digital y la eficiencia

Rho de Spearman		Competencia digital	Eficiencia de servicio
Competencia digital	Correlación	1.000	0.724
	Significancia		0.000
	N - Encuestados	68	68
Eficiencia de servicio	Correlación	0.724	1.000
	Significancia	0.000	
	N - Encuestados	68	68

Nota. Uso de prueba Rho de Spearman.

Figura 4*Competencia digital y la eficiencia del servicio*

Nota. Diagrama de dispersión que evidencia una tendencia creciente.

La Tab 12 muestra los hallazgos del índice Rho de Spearman entre la habilidad online para emplear recursos digitales y la efectividad del servicio en Mibanco, en Puno. La tasa que se obtuvo fue de 0.724, con ello se demuestra un nexo fuerte y favorable entre las dos elementos. En otras palabras, cuando los colaboradores desarrollan una mayor competencia digital, la eficiencia del servicio tiende a mejorar significativamente.

El grado de importancia obtenido fue de 0.000, inferior que el valor de 0.05, con el cual se indica que la correlación es estadísticamente significativa, es decir que la competencia digital tiene un impacto directo en la efectividad del atención.

La competencia digital, dentro de Mibanco, se refiere a la habilidad de los colaboradores para usar de manera correcta y efectiva las herramientas tecnológicas que emplean en su trabajo diario. Esto abarca desde el manejo básico de las aplicaciones y plataformas internas, hasta la capacidad de resolver inconvenientes tecnológicos,

adaptarse a nuevas herramientas y comprender cómo funcionan los procesos digitales de la entidad. Cuando los trabajadores desarrollan una buena competencia digital, pueden realizar sus tareas con mayor rapidez y exactitud, ofrecer un mejor servicio al cliente y responder con más facilidad a los cambios tecnológicos que demanda el sector financiero.

6.3 Discusión de resultados

La utilización de herramientas digitales tiene una buena conexión y estadísticamente notable con la eficiencia del servicio en Mibanco de la ciudad de Puno durante el año 2025, al obtener valores de correlación de ($Rho = 0.856$ y $p = 0.000$, con el cual se evidencia que la adopción y dominio de recursos tecnológicos facilitan los procesos operativos e incrementan la calidad del servicio ofrecido al cliente. Cuyos resultados coinciden con Correa y Ramos (2025) quienes determinaron un fuerte nexo entre la transformación digital y la satisfacción del usuario en la banca de Lima Norte, con un índice superior $Rho = 0.881$; de la misma forma con Tuni (2023), esta semejanza en los resultados respalda la idea de que la digitalización constituye un elemento decisivo en la competitividad y capacidad de respuesta del sistema financiero.

Asimismo, la importante conexión hallada entre el autoconocimiento virtual y la eficiencia del servicio $Rho = 0.764$; $p = 0.000$ refiere que los colaboradores que comprenden mejor las funciones y posibilidades de las herramientas tecnológicas desempeñan sus labores con mayor agilidad, precisión y autonomía, la misma que es consistente con lo reportado por Chuquitarco Lagla (2024) quienes identificaron que la insuficiencia en el dominio de herramientas digitales generaba brechas en la eficiencia operativa, así como con Roger Flores et al. (2025) quienes resaltaron la importancia de la capacitación continua del habilitad humano es un elemento importante para potenciar la competitividad organizacional, con el cual se reafirman que el conocimiento interno del

personal respecto al uso de tecnologías es un pilar esencial para fortalecer los procesos institucionales.

Por otro lado, la buena relación de $Rho = 0.737$ y $p = 0.000$ encontrada entre la autorregulación digital y la eficiencia del servicio muestra que la capacidad de los trabajadores para gestionar de manera responsable, organizada y estratégica las herramientas tecnológicas incide directamente en su desempeño que guarda correspondencia con Ocampo Alvarado (2025) quien demostró que la adecuada integración de soluciones tecnológicas transforma la dinámica operativa, mejora el flujo de trabajo y fortalece la competitividad empresarial. Del mismo modo, coincide con lo propuesto por Cuzco Beltrán et al. (2022) quienes establecieron que la digitalización fue determinante para sostener operaciones y aumentar la eficiencia en tiempos de crisis.

En cuanto a la competencia digital, se obtuvo $Rho = 0.724$ y $p = 0.000$ demostrando que el dominio técnico, la capacidad para resolver problemas tecnológicos y la habilidad para integrar herramientas digitales en las actividades laborales contribuyen directamente a mejorar Los periodos de respuesta y el nivel del atención en Mibanco, cuyo resultado está relacionado con Burga y Trujillo (2023) quienes afirmaron que la transformación digital impulsa la innovación y facilita la mejora continua en el sector bancario y Wissar y Mamani (2025) quienes resaltaron que el uso adecuado de recursos en línea incrementa la visibilidad, alcance y competitividad de las organizaciones.

Sin embargo, los resultados del presente estudio discrepan con Cabrera (2022) y Condori (2022) debido a que indican que factores geográficos y sociodemográficos y las características territoriales influyen negativamente en el empleo de recursos de finanzas virtuales en el Perú; asimismo, Rivera y Ramírez (2023) señalaron que la falta de



contenido óptimo y estrategias digitales limitaba la intención de compra y el posicionamiento digital en un emprendimiento local.

Resultados que permitieron afirmar que el empleo, control y manejo correcto de dispositivos virtuales están conectados de forma clara y importante en la eficiencia del servicio en Mibanco Puno, respaldando gran parte de la literatura revisada y abriendo espacio para futuras investigaciones.

CONCLUSIONES

PRIMERA. Al determinar la conexión entre el uso de instrumentos virtuales y la eficiencia del servicio, se vio que el índice de vínculo Rho de Spearman tuvo una correlación de 0,856, interpretada por un nexo favorable muy fuerte y también viene a confirmar que hay una conexión favorable entre las dos variables. El p-valor fue 0,000, que es menos que 0,05, lo que indica que el vínculo es notable desde el punto de vista entre el uso de herramientas digitales y la eficiencia del servicio en Mibanco, ciudad de Puno.

SEGUNDA. Al identificar el nexo entre el autoconocimiento virtual y la eficiencia de la atención, se consiguió un valor Rho de Spearman de 0,764, refleja que hay una conexión sólida entre los elementos, para ello el p-valor fue 0,000 fue inferior a 0,05 en el cual es significativamente relevante, demostrando que mientras más se mejore el autoconocimiento digital, mejor tiende a ser la eficiencia del servicio.

TERCERA. Al examinar la autorregulación digital y la eficiencia del servicio, se tuvo índice Rho de Spearman fue de 0,737, demostrando vínculo favorable y fuerte, que confirma que hay correlación, puesto que el p-valor fue 0,000 inferior a 0,05, es así que el nexo es notablemente crucial, por lo tanto, una buena autorregulación digital está asociado con una mejor eficiencia del servicio en Mibanco.

CUARTA: Al Establecer la relación entre la competencia digital y la eficiencia de la atención, se tuvo un índice Rho de Spearman fue de 0,724, indicando una



correlación positiva y fuerte, confirmando que hay relación positiva entre las dos variables, el p-valor salió 0,000 menor a 0,05, es decir que la correlación es estadísticamente significativa.

RECOMENDACIONES

PRIMERA. Se recomienda al Gerente de Mibanco, fortalezca la implementación y el uso adecuado de sus herramientas digitales, complementándolas con capacitaciones periódicas y soporte técnico continuo, el cual permitirá que el personal utilice plenamente las tecnologías disponibles y contribuiría a optimizar la atención, la rapidez de atención y la eficiencia operativa en la entidad.

SEGUNDA. Se recomienda al Gerente de Mibanco, implemente programas y talleres de formación que permitan a los colaboradores desarrollar mejor su autoconocimiento digital que incluye actividades de autoevaluación, capacitación en manejo de herramientas digitales y reflexiones sobre hábitos de trabajo, con el fin de potenciar su desempeño y, en consecuencia, optimizar la atención.

TERCERA. Se recomienda al Administrador de Mibanco, promueva estrategias que fomenten la autorregulación entre sus colaboradores mediante talleres de gestión del tiempo, control del uso de herramientas digitales, seguimiento de metas personales y técnicas de autoevaluación, para optimizar el desempeño individual y, por ende, la eficiencia del servicio en la entidad.

CUARTA: Se recomienda al Gerente de recursos humanos de Mibanco, implementar programas de capacitación y actualización en habilidades digitales para sus colaboradores que fortalecerá la competencia digital y a su vez podría contribuir a mejorar la eficiencia del servicio. Asimismo, sería útil combinar estas acciones con seguimiento y evaluación continua para identificar otros factores que también puedan influir en el desempeño.

REFERENCIAS

- Arias Gómez, J., Villasís Kever, M. Á., & Miranda Novales, M. G. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 201-206.
<https://doi.org/10.29262/ram.v63i2.181>
- Oliver, R. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Boston: McGraw-Hill Companies, Inc. / Irwin/McGraw-Hill.
<https://doi.org/10.4324/9781315700892>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232.
<https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Anguita, J., Labrador, J., & Campos, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención Primaria*, 31(8), 527-538. [https://doi.org/10.1016/S0212-6567\(03\)70728-8](https://doi.org/10.1016/S0212-6567(03)70728-8)
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica* (6ª edición ed.). Caracas: Editorial Episteme, C.A. <https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>
- BCRP. (Marzo de 2025). *Banco Central de Reserva del Perú*. Reporte del Sistema Nacional de Pagos y del sector Fintech en Perú – Marzo 2025: https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/reporte-del-sistema-nacional-de-pagos/2025/marzo/rspf-marzo-2025.html?utm_source=chatgpt.com



- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (3ra ed.). Bogota: Pearson Educación.
<https://biblioteca.unasam.edu.pe/bib/12364>
- Burga Mori, D. E., & Trujillo Valladolid, B. S. (2023). Percepción de la transformación digital desde la experiencia del usuario de entidades bancarias del sector financiero, Lima 2022. *Tesis*. la Universidad Privada del Norte tiene campus en Lima, Lima, Lima, Peru. <https://hdl.handle.net/11537/37549>
- Cabrera Florez, A. M. (2022). ¿Qué factores determinan el uso de herramientas digitales financieras en el Perú? *Tesis*. Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), Lima. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/21619>
- Campbel, D., & Stanley, J. (1996). *Experimental and Quasi-Experimental Designs for Research*. Chicago: Rand McNally & Co.
https://books.google.com.pe/books/about/Experimental_and_Quasi_experimental_Desi.html?id=kFtqAAAAMAAJ&redir_esc=y
- Chuquitarco Lagla, L. A. (2024). Uso de herramientas digitales en la Cooperativa Ambato sede Latacunga, Provincia de Cotopaxi. *Tesis*. Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC), Latacunga, Cotopaxi, Ecuador.
<http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/12148>
- Condori Quispe, A. G. (2022). Eficiencia relativa del sistema de microfinanzas del Perú, 2016 – 2020. *Tesis*. Universidad Nacional del Altiplano - Puno (UNAP), Puno.
<https://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/18443>
- Correa Sayas, R. D., & Ramos de la Torre, G. H. (2025). Transformación digital y la satisfacción del cliente en el sector bancario, Lima Norte 2022. *Tesis*. la Universidad Privada del Norte tiene sede en Lima, Lima, Lima, Peru.
<https://hdl.handle.net/11537/37549>



- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Fifth edition ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc. <https://cmc.marmot.org/Record/.b57955906>
- Cuzco Beltrán, R. P., Vera Maldonado, Y. E., Pulla Carrión, E. V., & Jaya Pineda, I. I. (2022). Incidencia del uso de herramientas digitales en los emprendimientos de Machala en tiempos de pandemia. *593 Digital Publisher CEIT.*, 7(4-1), 347-360. <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.4-1.1255>
- Dabbagh , N., & Kitsantas, A. (2012). Personal Learning Environments, social media, and self-regulated learning: A natural formula for connecting formal and informal learning. *The Internet and Higher Education*, 15(1), 3-8. <https://doi.org/10.1016/j.iheduc.2011.06.002>
- Deming, W. (1986). *Out of the Crisis*. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology (MIT), Center for Advanced Engineering Study.
- Diario Sin Fronteras. (4 de 3 de 2024). El 30 % de la población de Puno cuenta con aplicativos de pago y/o billeteras móviles. *Diario Sin Fronteras*, pág. 1. El 30 % de la población de Puno cuenta con aplicativos de pago y/o billeteras móviles.: <https://diariosinfronteras.com.pe/2024/03/04/el-30-de-la-poblacion-de-puno-cuenta-con-aplicativos-de-pago-y-o-billeteras-moviles/>
- Drucker, P. (1999). *Management Challenges for the 21st Century* (1st Edition ed.). New York, New York, EEUU: HarperCollins Publishers. <https://archive.org/details/managementchalle0000druc>
- Ferrari, A. (2013). A Framework for Developing and Understanding Digital Competence in Europe. *Publications Office of the European Union*.
- García Ferrando, M. (1993). La encuesta. En M. García Ferrando, J. Ibáñez, & F. Alvira, *El análisis de la realidad social: Métodos y técnicas de investigación* (págs. 141-



- 170). Madrid: Alianza Editorial.
<https://www.alianzaeditorial.es/libro/manuales/el-analisis-de-la-realidad-social-manuel-garcia-ferrando-9788491041115/>
- García Muñoz, T. (2003). *repositorio utmachala*. repositorio utmachala:
https://www.upt.edu.mx/Contenido/OfertaEducativa/Posgrados/MGIE/doctos/Congresos/1_19022024/1_Academia_Journals_19022024.pdf?utm_source=chatgpt.com
- Gómez, M. (2020). *El impacto de las herramientas digitales en la microfinanza en regiones del Perú*. Editorial Académica.
- Gonzales Silva, L. L. (2024). Factores asociados del marketing digital en el posicionamiento de marca de la Casona Restaurant de la ciudad de Puno – 2023. *Tesis*. Universidad Nacional del Altiplano - Puno (UNAP), Puno.
<https://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/22247>
- Grönroos, C., & Ojasalo, K. (2004). Service productivity: Towards a conceptualization of the transformation of inputs into economic results in services. *Journal of Business Research*, 57(4), 414-423. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(02\)00275-8](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(02)00275-8)
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6 ed.). Ciudad de Mexico: McGraw-Hill Interamericana. <https://catalogosiidca.csuca.org/Record/URACCAN.43901>
- Hernández, L. (2021). Estudio sobre la expansión de las tecnologías bancarias en regiones rurales del Perú. *Revista de Economía Digital*, 45(2), 78-94.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de Mexico: McGraw-Hill



Education. https://www.sbs.com.pe/metodologia-de-la-investigacion-9781456260965.html?utm_source=chatgpt.com

Heskett, J., Sasser, Jr., W., & Schlesinger, L. (1997). *The Service Profit Chain: How Leading Companies Link Profit and Growth to Loyalty, Satisfaction, and Value*. New York: Free Press.

Johnston, R., & Jones, P. (2004). Service productivity: Towards understanding the relationship between operational and customer productivity. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 53(3), 201-213. <https://doi.org/10.1108/17410400410523756>

Kerlinger, F., & Lee, H. (2002). *Investigación del comportamiento: Métodos de investigación en ciencias sociales* (4.^a edición ed.). Ciudad de México: McGraw-Hill Interamericana. <https://catalogosiidca.csuca.org/Record/URACCAN.10915/Description>

Lemon, K., & Verhoef, P. (2016). Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69-96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>

López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). *Diposit Digital de Documents de la UAB*. Diposit Digital de Documents de la UAB: <https://ddd.uab.cat/record/129382>

Martínez, A. (2022). Transformación digital en los servicios bancarios: Un análisis del sector microfinanciero. *Journal of Business and Technology*, 58(3), 112-130.

Martín-García, A., Martínez-Abad, F., & Reyes-González, D. (2019). TAM and stages of adoption of blended learning in higher education by application of data mining techniques. *British Journal of Educational Technology*, 50(5), 2484-2500. <https://doi.org/10.1111/bjet.12831>

- Ñaupas Paitán, H., Mejía Mejía, E., Novoa Ramírez, E., & Villagómez Páuca, A. (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis* (4ª edición ed.). Bogota: Ediciones de la U.
https://books.google.com.pe/books/about/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n_cuanti.html?id=VzOjDwAAQBAJ&redir_esc=y
- Ocampo Alvarado, A. M. (2025). Uso de herramientas digitales en la administración de pequeñas empresas ecuatorianas. *Revista Científica Multidisciplinaria en Ciencias Sociales y Humanidades Eucken*, 1(1), 59-75.
https://revistaeucken.com/indes/index.php/home/article/view/herramientas-digitales?utm_source=chatgpt.com
- Orion Innovation. (2025). *Orion Innovation*. Transformación digital en el sector financiero: tendencias 2025: https://www.orioninc.com/es/blogs/transformacion-digital-en-el-sector-financiero-tendencias-2025/?utm_source=chatgpt.com
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50. <https://doi.org/10.1177/002224298504900403>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Popper, K. (1980). *La lógica de la investigación científica*. Madrid: Tecnos, España.
<https://www.marcialpons.es/libros/la-logica-de-la-investigacion-cientifica/9788430946075/>
- Prajogo, D., & Sohal, A. (2006). The integration of TQM and technology/R&D management in determining quality and innovation performance. *Omega: The*



International Journal of Management Science, 34(3), 296–312.

<https://doi.org/10.1016/j.omega.2004.11.004>

Prensky, M. (2010). *Teaching Digital Natives: Partnering for Real Learning* (Primera edición ed.). Thousand Oaks, California, EEUU: Corwin Press (SAGE Publications).

[https://www.corwin.com/global-](https://www.corwin.com/global-search?content=all&keyword=Teaching+Digital+Natives%3A+Partnering+for+Real+Learning&sortBy=score&pageSize=24&page=1)

[search?content=all&keyword=Teaching+Digital+Natives%3A+Partnering+for+Real+Learning&sortBy=score&pageSize=24&page=1](https://www.corwin.com/global-search?content=all&keyword=Teaching+Digital+Natives%3A+Partnering+for+Real+Learning&sortBy=score&pageSize=24&page=1)

Redecker, C., & Punie, Y. (2017). European Framework for the Digital Competence of Educators: DigCompEdu. (Y. Punie, Ed.) *Publications Office of the European Union*. <https://doi.org/10.2760/159770>

Reichheld, F. (2003). The One Number You Need to Grow. *Harvard Business Review*, 81(12), 46–54.

Rivera López, V. A., & Ramírez Gastón La Madrid, A. (2023). El impacto del uso de herramientas digitales alternativas en el posicionamiento del emprendimiento Yofrut en la red social Instagram, San Miguel 2023. *Tesis*. Escuela ISIL, San Ignacio de Loyola, Lima. <https://repositorio.isil.pe/items/61ec5952-c37f-44f6-9fc7-b73c70ea46d1>

Roger Flores, F., Suárez Almeida, M. Á., Castro Burgos, P. G., Lino Torero, Y. Y., & Márquez Camarena, J. F. (2025). Uso de herramientas digitales modernas en contabilidad y la competitividad empresarial. *Impulso, Revista De Administración*, 140–155. <https://doi.org/10.59659/impulso.v.5i12.176>

Tamayo, M., & Tamayo. (2003). *El proceso de la investigación científica* (4ª edición ed.). Ciusas de Mexico: Limusa S.A. <https://limusa.com.mx/producto/el-proceso-de-la-investigacion-cientifica-5a-ed/>



- Tax, S., & Brown, S. (1998). ecovering and Learning from Service Failure. *Sloan Management Review*, 75–88.
- Tuni Bravo, S. (2023). Relación de la transformación digital y la gestión administrativa de los servidores públicos del Gobierno Regional de Puno, 2023. *Tesis*. Universidad Nacional del Altiplano - Puno (UNAP), puno. <https://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/21198>
- Valderrama Mendoza, S. (2014). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica: cuantitativa, cualitativa y mixta* (2ª edición ed.). lima: Editorial San Marcos, Lima, Perú. <https://biblioteca.unasam.edu.pe/bib/14503>
- van Dijk, J. (2020). *The Digital Divide*. Cambridge: Polity Press. https://research.utwente.nl/en/publications/the-digital-divide-2/?utm_source=chatgpt.com
- van Laar, E., van Deursen, A., van Dijk, J., & De Haan, J. (2017). The relation between 21st-century skills and digital skills: A systematic literature review. En *Computers in Human Behavior* (Vol. 72, págs. 577-588). <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563217301590>
- Vinces Alvia, K. S. (2024). Uso de herramientas digitales para la gestión de ventas en el Centro Comercial Plastilopez S.A del cantón Manta, 2023. *Tesis*. Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí (ULEAM), Manta, Manabi, Ecuador. <https://repositorio.ulead.edu.ec/handle/123456789/5610>
- Vuorikari, R., Punie, Y., Carretero gomez, S., & Van Den Brande, G. (2016). DigComp 2.0: The Digital Competence Framework for Citizens. Update Phase 1: the Conceptual Reference Model. *Publications Office of the European Union*. <https://doi.org/10.2791/11517>



- Wissar Avelino, C. D., & Mamani Camero, G. J. (2025). El impacto del uso de herramientas digitales en la exportación de orfebrería en el distrito de Cusco durante 2023: Análisis y estrategias para la competitividad internacional. *Tesis*. Universidad Continental, Huancayo, Huancayo, Peru.
<https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/17963>
- Yanarico Quispe, N. (2024). El mercado turístico, las herramientas y estrategias de marketing digital para la reactivación del turismo comunitario en el distrito de Amantani 2023. *Tesis*. Universidad Nacional del Altiplano - Puno (UNAP), Puno.
<https://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/22156>
- Zeithaml, V., Berry, L., & Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.
<https://doi.org/10.2307/1251929>
- Zeithaml, V., Bitner, M., & Gremler, D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed. ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Zimmerman, B. (2000). Attaining Self-Regulation: A Social Cognitive Perspective. En M. Boekaerts, P. Pintrich, & M. Zeidner, *Handbook of Self-Regulation* (págs. 13-39). San Diego, California, EEUU: Academic Press.
<https://doi.org/10.1016/B978-012109890-2/50031-7>



ANEXOS

ANEXO 1 MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
Problema general: ¿De qué manera se relaciona el uso de herramientas digitales con la eficiencia del servicio en Mibanco, ciudad de Puno, durante 2025? Problemas específicos: ¿Qué relación existe entre el autoconocimiento digital de los colaboradores y la eficiencia del servicio en Mibanco, ciudad de Puno? ¿Cómo se vincula la autorregulación en el uso de herramientas digitales con la eficiencia del	Objetivo general: Examinar la relación entre el uso de herramientas digitales y la eficiencia del servicio en Mibanco, ciudad de Puno, durante el año 2025. Objetivos específicos: Identificar la relación entre el autoconocimiento digital de los colaboradores y la eficiencia del servicio en Mibanco. Determinar la vinculación entre la autorregulación en el uso de herramientas digitales y la	Hipótesis general: Existe una relación significativa entre el uso de herramientas digitales y la eficiencia del servicio en Mibanco, ciudad de Puno, en el año 2025. Hipótesis específicas: El autoconocimiento digital de los colaboradores se relaciona significativamente con la eficiencia del servicio en Mibanco. La autorregulación en el uso de herramientas digitales presenta una relación significativa con la	VI: Herramientas digitales Garibo Ignacio et al. (2023) VD: Eficiencia del servicio Gómez Murillo et. al, (2023)	Autoconocimiento Autorregulación Competencia digital Productividad operativa Satisfacción del cliente Calidad del proceso	Sesiones diarias Transacciones digitales Aplicaciones empleadas Plataformas internas Dominio de aplicaciones internas Resolución problemas técnicos Operaciones completadas Cumplimiento metas Nivel satisfacción Índice recomendación Transacciones correctas Resolución incidencias	Enfoque: Cuantitativo Método: Hipotético - Deductivo Tipo: Básico Nivel: Relacional Diseño: No experimental Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario



servicio en Mibanco, ciudad de Puno?	eficiencia del servicio en Mibanco.	eficiencia del servicio en Mibanco.				
¿Qué relación se observa entre la competencia digital para el uso de herramientas digitales y la eficiencia del servicio en Mibanco, ciudad de Puno?	Establecer la relación entre la motivación para el uso de herramientas digitales y la eficiencia del servicio en Mibanco.	La competencia digital para el uso de herramientas digitales se relaciona significativamente con la eficiencia del servicio en Mibanco.				



ANEXO 2 BASE DE DATOS

	Herramientas Digitales															Eficiencia del Servicio														
	Autoconocimiento digital					Autorregulación digital					Competencia digital					Productividad operativa					Satisfacción del cliente					Calidad del proceso				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
1	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	3	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4
2	4	4	5	4	3	3	4	5	3	4	4	3	4	4	5	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5	4	3	4	3	3
3	4	5	5	4	4	4	5	4	3	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5
4	3	3	3	3	3	3	4	5	3	3	3	3	5	3	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	4	4	3	4	4	3	3	5	3	5	5	3	4	5	5	3	5	5	4	3	3	4	4	3	5	5	3
6	3	4	5	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	3	5	5	4	5	3	4	5
7	4	3	3	5	3	5	3	3	3	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
8	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	5	3	5	3	4	3	3	5	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4
9	4	4	5	4	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4	5	3	4	4	3	3	4	5	3	5	4	5	4	5	4	4
10	3	3	4	3	5	5	3	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	5	4	3	4	4	4	3	3	4
11	4	4	4	4	3	5	5	4	3	4	5	3	5	3	5	3	4	5	5	4	4	4	3	5	4	3	4	4	4	3
12	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	3	4	5	5	4	4	4
13	3	4	3	3	4	3	4	3	5	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	3	5	3	5	4	4	4	5	3	5	5
14	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	5	5
15	3	5	4	4	3	4	4	3	5	5	4	4	5	4	3	5	4	5	5	3	5	4	3	4	5	4	4	4	3	5
16	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
17	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5
18	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4
19	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
20	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5
21	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	5	3	3	5	3	3	3	3	4
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	5	3	5	3	3	3	5	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3



23	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
25	3	3	3	3	3	3	4	5	5	4	3	5	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3
26	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	4	3	2	4	4	2	4	2	2	3	3	2	3	2	3
27	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
28	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
29	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3
30	3	4	3	5	3	3	3	3	3	5	3	3	4	3	5	3	3	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	5
31	4	4	5	3	4	3	4	3	5	3	5	4	5	3	5	3	4	3	4	5	4	3	3	4	3	3	3	5	3
32	3	3	4	3	5	5	3	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	5	4	3	4	4	4	3	4
33	4	4	4	4	3	5	5	4	3	4	5	3	5	3	5	3	4	5	5	4	4	4	3	5	4	3	4	4	5
34	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	3	4	5	5	4	4
35	3	4	3	3	4	3	4	3	5	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	3	5	3	5	4	4	4	5	3	4
36	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	3
37	3	5	4	4	3	4	4	3	5	5	4	4	5	4	3	5	4	5	5	3	5	4	3	4	5	4	4	4	5
38	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4
39	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	3	5	3	5	5	5	4	3	4	3	4	4	5	5	3	5	4	4	3
40	4	3	3	4	3	5	5	3	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	5	4	3	4	4	4	3
41	3	4	4	4	4	3	5	5	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4
43	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
44	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3
45	4	3	5	4	4	3	4	4	3	5	5	4	4	5	4	3	5	4	5	5	3	5	4	3	4	5	4	4	5
46	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
47	5	4	3	3	4	3	5	5	3	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	5	4	3	4	4	3
48	5	3	4	4	4	4	3	5	5	4	3	4	5	3	5	3	5	3	4	5	5	4	4	4	3	5	4	3	4
49	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	3	4	5	4
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
51	5	5	4	4	4	5	4	3	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4



52	4	3	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
53	5	5	5	5	4	5	5	5	3	3	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5
54	5	5	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	3	5	5	4	5	3	5	3	5
55	5	3	5	3	5	3	3	3	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	3	3
56	5	5	5	4	3	3	4	5	3	4	4	3	4	4	5	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5	4	3	4	5	4
57	5	5	5	4	4	4	5	4	3	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	3	3
58	5	5	3	5	3	3	4	5	5	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
59	4	5	5	4	4	3	4	4	3	3	5	3	5	5	3	4	5	5	3	5	5	4	3	3	4	4	3	5	4	3
60	4	3	5	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	3	5	5	4	5	3	4	3
61	4	5	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5
62	3	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5	4	3	4	4
63	3	5	5	5	4	4	4	5	4	3	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
64	5	5	5	3	3	3	3	4	5	3	3	3	3	5	3	3	5	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3
65	4	3	4	5	4	4	3	4	4	3	3	5	3	5	5	3	4	5	5	3	5	5	4	4	3	4	4	3	5	4
66	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	3	4
67	3	4	5	3	5	3	5	3	3	3	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
68	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5

ANEXO 3 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Estimado Colaborador de MIBANCO, marque la opción que mejor considere, de acuerdo a las Instrucciones: Marque con una "X" la opción que refleje su opinión.

Escala de valoración:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

Variable: Herramientas Digitales	1	2	3	4	5
D.1. Herramientas Digitales - Autoconocimiento digital					
1. Conozco adecuadamente las plataformas digitales que utilizo en Mibanco.					
2. Soy consciente de cuántas veces accedo diariamente a las herramientas digitales del trabajo.					
3. Identifico claramente qué aplicaciones digitales necesito para cumplir mis funciones.					
4. Comprendo para qué sirve cada una de las plataformas internas que utilizo.					
5. Sé cuántas transacciones digitales realizo a diario como parte de mis actividades.					
D.2. Herramientas Digitales - Autorregulación digital					
6. Si encuentro un problema técnico, primero intento resolverlo por mi cuenta.					
7. Me esfuerzo por aprender nuevas funciones cuando se actualizan las plataformas internas.					
8. Organizo mi tiempo para completar actividades que requieren el uso de herramientas digitales.					
9. Sigo procedimientos establecidos para resolver dificultades con las aplicaciones internas.					
10. Reviso mis errores en el uso de herramientas digitales para evitar repetirlos.					
D.3. Herramientas Digitales - Competencia digital					
11. Domino las aplicaciones internas necesarias para mi trabajo diario.					
12. Puedo realizar transacciones digitales sin dificultad.					
13. Manejo adecuadamente las herramientas tecnológicas asignadas para mi función.					



14. Resuelvo incidentes básicos en el uso de software sin necesidad de asistencia.					
15. Me adapto rápidamente a nuevas herramientas o plataformas digitales.					
Variable: Eficiencia del Servicio	1	2	3	4	5
D.1. Eficiencia del Servicio - Productividad operativa					
16. Logro completar mis operaciones diarias utilizando herramientas digitales de manera eficiente.					
17. Las herramientas digitales facilitan que cumpla mis metas mensuales de productividad.					
18. Mi rendimiento ha mejorado gracias al uso de plataformas digitales.					
19. El uso de herramientas digitales reduce el tiempo para completar mis tareas.					
20. Las aplicaciones internas me permiten trabajar con mayor precisión.					
D.2. Eficiencia del Servicio - Satisfacción del cliente					
21. El uso de herramientas digitales me permite brindar un servicio más rápido al cliente.					
22. Los clientes muestran mayor satisfacción cuando utilizo sistemas digitales para atenderlos.					
23. Las transacciones digitales reducen errores en la atención al cliente.					
24. El uso de plataformas internas agiliza los procesos y mejora la experiencia del cliente.					
25. Considero que los clientes recomendarían el servicio debido a la eficiencia digital implementada.					
D.3. Eficiencia del Servicio - Calidad del proceso					
26. Puedo resolver incidencias del servicio utilizando herramientas digitales de manera eficiente.					
27. Las herramientas digitales permiten un seguimiento más preciso de los casos o reclamos.					
28. Los procesos internos mejoran cuando se emplean correctamente las plataformas digitales.					
29. Las aplicaciones internas ayudan a evitar errores durante las transacciones.					
30. El uso de tecnología contribuye a mantener un servicio de alta calidad.					

Gracias por su participación



UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

TÍTULO DE TESIS: HERRAMIENTAS DIGITALES Y EFICIENCIA DEL SERVICIO DE MIBANCO EN LA CIUDAD DE PUNO, 2025

REFERENCIAS:

- EXPERTO NOMBRES Y APELLIDOS: Robbins Flores Aguilar
- PROFESIÓN : Licenciado en administración
- CARGO ACTUAL: Docente
- GRADO ACADÉMICO: Doctor en Administración

I. ASPECTO DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1. CLARIDAD	Está redactado con lenguaje apropiado	1	2	3	4	5 ☒
2. CREATIVIDAD	Está expresado en capacidades observables	1	2	3	4 ☒	5
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia	1	2	3	4	5 ☒
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems con las variables	1	2	3	4 ☒	5
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficientes.	1	2	3	4	5 ☒
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir los objetivos de la investigación.	1	2	3	4 ☒	5
7. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos	1	2	3	4 ☒	5
8. COHERENCIA	Entre las dimensiones, indicadores, ítems e índices.	1	2	3	4 ☒	5
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.	1	2	3	4 ☒	5
10. PERTENENCIA	El instrumento es útil y adecuado para la investigación.	1	2	3	4 ☒	5

Fuente:

II. OBSERVACIÓN Y RECOMENDACIÓN

Aprobado

III. RESOLUCIÓN

a. Aprobado (C ≥ 75% = 0.75) ☒

b. Desaprobado (C < 75% = 0.75) ☐

Lugar y fecha: Juliaca 12 de noviembre del 2025

Firma del experto

DNI N° 024.26327

N° celular: 912645614

ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN**AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV**Formato digital ☒

Fecha de entrega: 20-05-2026

1. Datos del autor (es):Nombres y Apellidos: VALERIA DEL PILAR HILARI LOPEZDirección: JR. SAYHUANI N° 114DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 71055250Teléfono: 940632056email: valeriadelpilar10@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____

Dirección: _____

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____

Teléfono: _____

email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: CIENCIAS ADMINISTRATIVASEscuela Profesional o Mención: ADMINISTRACIÓN Y MARKETINGTítulo o Grado Académico a optar: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y MARKETINGAsesor: Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación ☐Tesis ☒Trabajo de Suficiencia Profesional ☐Trabajo Académico ☐Título: HERRAMIENTAS DIGITALES Y EFICIENCIA DEL SERVICIO DE MIBANCO EN LA CIUDAD DE PUNO, 2025Palabras claves, (3 a 5 términos): AUTOCONOCIMIENTO, AUTORREGULACION, IMPLEMENTACION,¿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, entre 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 (5311-UNESCO)

Firma de Autor



huella digita

20 de Mayo 2026

Fecha