



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



**EFICIENCIA EN LA ATENCIÓN DE CRÉDITOS Y LA
SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA FINANCIERA
CREDIALFA, JULIACA 2025**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. ROSMERY MENDOZA PAMPA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO

JULIACA – PERÚ
2025



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

EFICIENCIA EN LA ATENCIÓN DE CRÉDITOS Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA FINANCIERA CREDIALFA, JULIACA 2025

TESIS PRESENTADO POR:

Bach. ROSMERY MENDOZA PAMPA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE

: 
Dra. BERTHA BEJAR PARRA


PRIMER MIEMBRO

: 
Dr. HILARIO CONDORI MAMANI

SEGUNDO MIEMBRO

: 
Dr. ULISES AGUILAR PINTO

ASESOR DE TESIS

: 
Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN : ECONOMÍA SECTORIAL - P15



RESOLUCIÓN N° 110-2025-D-FCCF-UANCV-J

Juliaca, 01 de julio del 2025

VISTOS: El Oficio No 018-2025-DUI-FCCF-UANCV de fecha 30 de junio del 2025, emitido por la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y el Expediente N° CU – 4684 presentado por el (la) Bachiller: **MENDOZA PAMPA ROSMERY**, quien **solicita nominación de jurados, fecha y hora de sustentación**, para rendir el examen de sustentación y defensa de la tesis titulada: **EFICIENCIA EN LA ATENCIÓN DE CRÉDITOS Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA FINANCIERA CREDIALFA, JULIACA 2025**, conducente para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, que fue revisada por el Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de Contabilidad

CONSIDERANDO:

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

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

Y estando, la opinión favorable de la Directora de la Unidad de Investigación y la Decana de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, y las atribuciones que confiere el artículo 28º 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) el (la) bachiller: **MENDOZA PAMPA ROSMERY**, sorteo de jurado de la Tesis titulada: **EFICIENCIA EN LA ATENCIÓN DE CRÉDITOS Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA FINANCIERA CREDIALFA, JULIACA 2025**, para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO** en virtud de los considerandos expuestos.

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

Presidente	: Dra. BERTHA BEJAR PARRA
1er Miembro	: Dr. HILARIO CONDORI MAMANI
2do Miembro	: Dr. ULISES AGUILAR PINTO
Asesor	: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

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

Lugar	: Salón de Grados de la FCCF
Fecha	: VIERNES, 04 de julio del 2025
Hora	: 10:00 a.m.

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

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

DISTRIBUCIÓN:

- Jurados	(3)
- Interesados	(1)
- Archivo	(1)



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁZQUEZ"

Dr. ALBERTO SAMUEL MACHACA CALDERÓN
Decano de la Facultad de Cs.
Contables y Financieras



RESOLUCIÓN N°053-2025-DUI-FCCF-UANCV-J

Juliaca, 28 de mayo del 2025

Visto: el Expediente N° 3268 de fecha 29 de abril del 2025, del **Bach. MENDOZA PAMPA ROSMERY**, quien solicita Revisión de Informe Final de la Investigación (Borrador de Tesis) y el Anexo (04 o 05) "Ficha de Opinión del Informe Final de la Investigación" que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Escuela Profesional de **Contabilidad**.

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 **MENDOZA PAMPA ROSMERY**, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado **EFICIENCIA EN LA ATENCIÓN DE CRÉDITOS Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA FINANCIERA CREDIALFA, JULIACA 2025**, asimismo fue aprobado para su ejecución de informe final (borrador de tesis) con **RESOLUCIÓN N° 033-2025-DUI-FCCF-UANCV-J**, conducente para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, y

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 Contables y Financieras, Escuela Profesional de Contabilidad, corroboro la propuesta del (a) **ASESOR (a) DRA. YUDY HUACANI SUCASACA**

, quien debe estar acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis) y,

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 Contables y Financieras.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: APROBAR Y AUTORIZAR EL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS) para la REVISIÓN DE SIMILITUD TURNITIN, del tema: **EFICIENCIA EN LA ATENCIÓN DE CRÉDITOS Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA FINANCIERA CREDIALFA, JULIACA 2025**, presentado por el (la) Bachiller: **MENDOZA PAMPA ROSMERY**, para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: RATIFICAR como ASESOR(a) al: **DRA. YUDY HUACANI SUCASACA**

ARTÍCULO TERCERO: DISPONER que la Facultad, secretarías académicas y administrativas, queden encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚPLASE.

DISTRIBUCIÓN:

- Interesados (1)
- Archivo (1)



UNIVERSIDAD ANDINA
JOSÉ CÉSAR VELÁSQUEZ
VICERECTORADO DE INVESTIGACIÓN
D. OLISES AGUILAR PINTO
DIRECTOR DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN FCCF



RESOLUCIÓN N° 033 - 2025-DUI-FCCF-UANCV-J

Juliaca, 15 de abril del 2025

Visto: el Expediente N° 2025 – 1462 de fecha 31 de marzo 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 Contables y Financieras, Escuela Profesional de Contabilidad.

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. **MENDOZA PAMPA ROSMERY**, quien solicita la revisión y aprobación de la propuesta de Investigación titulado: **EFICIENCIA EN LA ATENCIÓN DE CRÉDITOS Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA FINANCIERA CREDIALFA, JULIACA 2025**, la misma que pertenece a la línea de investigación: **ECONOMÍA SECTORIAL-P15**, conducente para optar el Título profesional de **CONTADOR PÚBLICO**, y

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 Contables y Financieras, Escuela Profesional de Contabilidad, corroboró la propuesta del (a) **ASESOR (a) DRA. YUDY HUACANI SUCASACA**

, quien debe estar acreditado y facultado para orientar y ayudar al asesorado en el proceso de elaboración del trabajo de investigación (Tesis) y,

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 Contables y Financieras.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: APROBAR Y AUTORIZAR LA EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN titulado **EFICIENCIA EN LA ATENCIÓN DE CRÉDITOS Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA FINANCIERA CREDIALFA, JULIACA 2025**, presentado por el (la) Bachiller. **MENDOZA PAMPA ROSMERY**, en virtud de los considerados expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO: RECONOCER como ASESOR(a) al (a): **DRA. YUDY HUACANI SUCASACA**

ARTÍCULO TERCERO: DISPONER que la Facultad, secretarías académicas y administrativas, queden encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

DISTRIBUCIÓN:
- Interesados (1)
- Archivo (1)


UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
Dr. ULISES AGUILAR PINTO
DIRECTOR DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN FCCF



EFICIENCIA EN LA ATENCIÓN DE CRÉDITOS Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA FINANCIERA CREDIALFA, JULIACA 2025

INFORME DE ORIGINALIDAD

7%

INDICE DE SIMILITUD

6%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

5%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	4%
2	repositorio.uwiener.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	gestion.pe Fuente de Internet	<1%
4	dspace.unach.edu.ec Fuente de Internet	<1%
5	hdl.handle.net Fuente de Internet	<1%
6	repositorio.unsaac.edu.pe Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Universidad Europea de Madrid Trabajo del estudiante	<1%
8	repositorio.unjbg.edu.pe Fuente de Internet	<1%



Metadatos complementarios - UANCV

EFICIENCIA EN LA ATENCIÓN DE CRÉDITOS Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA FINANCIERA CREDIALFA, JULIACA 2025	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	ROSMERY MENDOZA PAMPA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	75876831
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0001-0650-9057
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	YUDY HUACANI SUCASACA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	40673820
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0008-3275-5586
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	BERTHA BEJAR PARRA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02387777
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	HILARIO CONDORI MAMANI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02385723
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	ULISES AGUILAR PINTO
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02295853

Datos de investigación	
Línea de investigación	ECONOMÍA SECTORIAL - P15
Grupo de investigación	No aplica
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	<p>País: Perú Departamento: Puno Provincia: San Román Distrito: Juliaca</p> <p>Coordenadas: Latitud: -15.489858833805133 Longitud: -70.13129166472002</p> <p>https://maps.app.goo.gl/3sy33uX2vc5yyHL69</p>
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Marzo 2025 – Julio 2025
URL de disciplinas OCDE https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.00.00 https://purl.org/pe-repo/ocde/ford (concytec-pe.github.io)	<p>Ciencias sociales https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.00.00</p> <p>Administración pública https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.06.02</p>



UNIVERSIDAD ANDINA
VICERECTOR CÉSAR VELÁSQUEZ
D^{RA} JOISES AGUILAR PINTO
DIRECTOR DE LA UNIDAD DE
INVESTIGACIÓN FCCF



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo ROSMERY MENDOZA PAMPA, identificado con DNI Nro. 75876831 en mi condición de egresado de:

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

CONTABILIDAD

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación, Trabajo Académico denominada: EFICIENCIA EN LA ATENCIÓN DE CRÉDITOS Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA FINANCIERA CREDIALFA, JULIACA 2025

Asesorado por: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

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 16 de Julio del 2025


Firma del Asesor
(obligatoria)


FIRMA (obligatoria)



Huella



DEDICATORIA

Esta tesis es dedicada para mi familia por ser mi mayor fuente de fuerza, también a las personas que me apoyaron moralmente y también quiero dedicarle a mi hija porque ella es mi motivo mayor para querer superarme día a día.



AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi más sentido agradecimiento a todas las personas que me apoyaron y me alentaron para que se hiciera posible la realización de esta tesis.

En primer lugar, a Dios por guiarme y proteger siempre también a mi familia que me brindaron un apoyo incondicional por consiguiente a mi asesora de tesis por guiarme en cada paso.

Y a todos que de alguna manera creyeron en mí, y me dieron sus palabras de aliento gracias.



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
ÍNDICE DE ANEXOS	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN	xiv

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1 Descripción del problema	1
1.2 Formulación del problema	2
1.2.1 Problema general.....	2
1.2.2 Problemas específicos	2
1.3 Justificación	3
1.3.1 Justificación teórica.....	3
1.3.2 Justificación práctica.....	3
1.3.3 Justificación metodológica	3
1.4 Objetivos de la investigación	3
1.4.1 Objetivo general	3
1.4.2 Objetivos específicos	3
1.5 Hipótesis.....	4
1.5.1 Hipótesis general	4



1.5.2 Hipótesis específicas	4
1.6 Variables.....	4

CAPÍTULO II

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

2.1 Antecedentes.....	6
2.2 Bases teóricas	7
2.2 Definición de términos	12

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Métodos de investigación	13
3.2 Diseño de la investigación	13
3.3 Población y muestra	15
3.4 Técnica e instrumento	16
3.5 Confiabilidad y validez.....	16
3.6 Procesamiento de datos.....	16
3.7 Prueba de hipótesis.....	17

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Análisis de datos	18
4.2 Prueba de hipótesis.....	40
4.3 Diseminación de los hallazgos	44
CONCLUSIONES.....	46
RECOMENDACIONES	47
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	49
ANEXOS	53



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variable	4
Tabla 2. Detalle de la población	15
Tabla 3. ¿El personal que labora en la Financiera Credialfa atiende con profesionalismo y trato respetuoso?	19
Tabla 4. ¿Le causa confianza el personal que atiende en la Financiera Credialfa?	21
Tabla 5. ¿Se atiende con rapidez la solicitud, aprobación y desembolso de crédito?.....	22
Tabla 6. ¿El personal demuestra empatía en cada atención de crédito?.....	23
Tabla 7. ¿El personal que labora en la Financiera Credialfa le ofrece soluciones ágiles y trato amable?	24
Tabla 8. ¿Tuvo facilidades para acceder a un crédito en la Financiera Credialfa?	25
Tabla 9. ¿Valora usted la atención personalizada de la Financiera Credialfa?.....	26
Tabla 10. ¿El personal que labora en la Financiera Credialfa es atento ante la solicitud de un crédito?	27
Tabla 11. ¿Los procesos de evaluación y aprobación de crédito son ágiles en la Financiera Credialfa?	28
Tabla 12. ¿El personal que labora en la Financiera Credialfa le comunica con claridad las tasas de interés y comisiones de crédito?	29
Tabla 13. ¿Tiene facilidades de acceso un crédito por medio de herramientas digitales?	31
Tabla 14. ¿Los intereses son demasiado altos?	32



Tabla 15. ¿El personal que labora en la Financiera Credialfa le explica con claridad las condiciones de crédito?.....	33
Tabla 16. ¿Tuvo retrasos en la aprobación de su crédito?	34
Tabla 17. ¿Tuvo larga espera para la obtención de un crédito?	35
Tabla 18. ¿Actualmente, le genera confianza la Financiera Credialfa?	36
Tabla 19. ¿Considera eficiente y transparente la aprobación de crédito?....	37
Tabla 20. ¿La Financiera Credialfa muestra flexibilidad en el otorgamiento de crédito?.....	38
Tabla 21. ¿Tiene facilidades de acceso un crédito por medio de herramientas digitales?	39
Tabla 22. Test correlacional entre la eficiencia en la atención de créditos y la calidad percibida por los clientes.....	41
Tabla 23. Test correlacional entre la eficiencia en la atención de créditos y las expectativas de los clientes.....	42
Tabla 24. Test correlacional entre la eficiencia en la atención de créditos y las quejas de los clientes	43
Tabla 25. Test correlacional entre la eficiencia en la atención de créditos y la lealtad de los clientes	44



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. ¿El personal que labora en la Financiera Credialfa atiende con profesionalismo y trato respetuoso?..... 19

Figura 2. ¿Le causa confianza el personal que atiende en la Financiera Credialfa? 21

Figura 3. ¿Se atiende con rapidez la solicitud, aprobación y desembolso de crédito?..... 22

Figura 4. ¿El personal demuestra empatía en cada atención de crédito? 23

Figura 5. ¿El personal que labora en la Financiera Credialfa le ofrece soluciones ágiles y trato amable? 24

Figura 6. ¿Tuvo facilidades para acceder a un crédito en la Financiera Credialfa? 26

Figura 7. ¿Valora usted la atención personalizada de la Financiera Credialfa?27

Figura 8. ¿El personal que labora en la Financiera Credialfa es atento ante la solicitud de un crédito? 28

Figura 9. ¿Los procesos de evaluación y aprobación de crédito son ágiles en la Financiera Credialfa? 29

Figura 10. ¿El personal que labora en la Financiera Credialfa le comunica con claridad las tasas de interés y comisiones de crédito? 30

Figura 11. ¿Tiene facilidades de acceso un crédito por medio de herramientas digitales? 31

Figura 12. ¿Los intereses son demasiado altos? 33

Figura 13. ¿El personal que labora en la Financiera Credialfa le explica con claridad las condiciones de crédito? 34

Figura 14. ¿Tuvo retrasos en la aprobación de su crédito? 35



Figura 15. ¿Tuvo larga espera para la obtención de un crédito?	36
Figura 16. ¿Actualmente, le genera confianza la Financiera Credialfa?	37
Figura 17. ¿Considera eficiente y transparente la aprobación de crédito?	38
Figura 18. ¿La Financiera Credialfa muestra flexibilidad en el otorgamiento de crédito?.....	39
Figura 19. ¿Tiene facilidades de acceso un crédito por medio de herramientas digitales?	40



ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia.....	54
Anexo 2. Encuesta	56
Anexo 3. Procesamiento de datos.....	59
Anexo 4. Panel de foto	60
Anexo 5. Validación de instrumento	63



RESUMEN

El objetivo de la tesis es estimar de qué manera se relaciona la eficiencia de la atención de créditos y la satisfacción de los clientes en la Financiera Credialfa, Juliaca 2025. El diseño de la metodología data de la recolección de fuente primaria de 40 clientes identificados en la Financiera como potenciales clientes, cuyo método es el deductivo, diseño no experimental y prueba estadística Tau b de Kendall. Los resultados de Tau de 0.827 confirman que la eficiencia en la atención de créditos si está relacionada significativamente con la calidad percibida por los clientes. La correlación Tau de 0.888 indican que, si es significativa la relación entre la eficiencia de la atención de créditos y las expectativas de los clientes. El valor Tau de 0.707 prueba que la eficiencia de la atención de créditos se relaciona significativamente con las quejas de los clientes. Tau indica que, si existe relación significativa entre la eficiencia de la atención de créditos y la lealtad de los clientes, en cuyo valor 0.759 se demuestra una correlación positiva. Concluye que la eficiencia de la atención de créditos es clave para atraer clientes satisfechos desde la simplificación de requisitos, comunicación transparente, tiempos de respuesta ágil, los que crean confianza y lealtad en los clientes.

Palabras clave: Atención de créditos, satisfacción del cliente, Financiera.



ABSTRACT

The objective of the thesis is to estimate the relationship between the efficiency of credit attention and customer satisfaction in Financiera Credialfa, Juliaca 2025. The design of the methodology is based on the collection of primary sources from 40 clients identified in the Financiera as potential clients, whose method is deductive, non-experimental design and Kendall's Tau b statistical test. The results of Tau of 0.827 confirm that the efficiency in credit attention is significantly related to the quality perceived by the clients. The Tau correlation of 0.888 indicates that the relationship between loan servicing efficiency and customer expectations is significant. The Tau value of 0.707 proves that the efficiency of loan servicing is significantly related to customer complaints. Tau indicates that there is a significant relationship between loan servicing efficiency and customer loyalty, with a Tau value of 0.759 showing a positive correlation. He concludes that the efficiency of loan servicing is key to attracting satisfied customers through simplification of requirements, transparent communication, and fast response times, which create trust and loyalty in customers.

Key words: Credit attention, customer satisfaction, Financial.



INTRODUCCIÓN

La atención de créditos tiene una relación vital con la satisfacción de los clientes, influye directamente en la forma de percibir de los clientes sobre la entidad financiera que ofrece servicios. Hoy en día, la calificación crediticia evalúa sistemáticamente la capacidad de pago de una persona para cumplir con los pagos oportunos, se evalúa la solvencia de crédito de los probables deudores. Sin embargo, se carece de una adecuada atención ágil que brinde información útil como las tasas de interés y comisiones de un crédito para tomar decisiones.

La SBS viene implementado en su web el aplicativo denominado "Alerta de Calificación Crediticia" donde se reporta las deudas de los usuarios en el sistema financiero y el acceso a la calificación y líneas de crédito. El 46 por ciento de la población cuenta con un nivel medio en educación sobre finanzas, 13 por ciento presenta un nivel adecuado y el 41 por ciento no tiene ningún grado de entendimiento sobre el manejo financiero (Gestión, 2025). Siendo importante el conocimiento que imparten las entidades financieras sobre el crédito para tomar decisiones adecuadas.

La Financiera Credialfa ofrece sus servicios en el Jr. Lambayeque N° 406 en la ciudad de Juliaca, su trayectoria en el mercado es de 14 años brindando créditos, laborado directamente con asesores financieros que tienen trato directo con los clientes, y son lo que facilitan los tramites y coordinaciones con la Financiera. La motivación surgió para encontrar respuesta frente a la satisfacción de los clientes y los créditos.



CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1 Descripción del problema

Hoy en día, se pone en relieve los mecanismos de gobernanza para la satisfacción del cliente (Khassawneh et al., 2024). El avance de la tecnología en el campo de la inteligencia artificial tiene aceptación en la conducción de los negocios y más aún en el manejo de créditos pues eleva la satisfacción del cliente, por la facilidad de uso y utilidad (Park et al., 2024). Estamos en una época donde los consumidores le vienen dando prioridad a la sostenibilidad, preferencia por las prácticas éticas y en particular asocian con el valor emocional (Shih et al., 2024).

El problema se presenta por cuestiones de carencia en la empatía en las organizaciones crediticias como es el caso de la Financiera Credialfa, existen limitaciones en la comunicación, prolongados periodos de respuesta ante una solicitud de crédito e incluso uso insuficiente de la tecnología de inteligencia artificial afectando a la satisfacción del cliente.

El problema que aqueja a los empleados de las entidades financieras y como ocurre en la Financiera Credialfa es que tienen mayor contacto con los clientes que solicitan créditos, lo que hace que tengan responsabilidades para llevar a cabo una adecuada relación. La relación con los clientes ayuda a crear



una relación sólida con la empresa. No obstante, la cobertura crediticia no es suficiente en el mercado nacional, puesto que la actividad económica demanda de créditos para impulsar la economía.

Factores similares se da a nivel local, puesto que existen entidades financieras que carecen de una clara comunicación, insuficiente uso de tecnología y alta rotación de personal afectando a la satisfacción del cliente.

Es así, que la Financiera Credialfa ofrece servicios de créditos en el Jr. Lambayeque N° 406 de la ciudad de Juliaca, con limitaciones en el adecuado manejo de tecnologías de inteligencia artificial para facilitar el otorgamiento de crédito, tiene dificultades en ofrecer calidad de créditos, las expectativas de los clientes no son las adecuadas, las demoras en los créditos crean quejas perjudicando a la lealtad de los mismos.

Es decir, la gestión crediticia es un problema que afecta a los clientes que esperan respuestas rápidas, a veces la evaluación crediticia es extensa, en otros casos la solicitud de crédito tiene criterios que no son claros.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿De qué manera se relaciona la eficiencia de la atención de créditos y la satisfacción de los clientes en la Financiera Credialfa, Juliaca 2025?

1.2.2 Problemas específicos

- a) ¿Está la eficiencia en la atención de créditos relacionada con la calidad percibida por los clientes?
- b) ¿Es significativa la relación entre la eficiencia de la atención de créditos y las expectativas de los clientes?



- c) ¿Cómo la eficiencia de la atención de créditos se relaciona con las quejas de los clientes?
- d) ¿Existe relación entre la eficiencia de la atención de créditos y la lealtad de los clientes?

1.3 Justificación

1.3.1 Justificación teórica

Estudiar la relación que surge entre la atención de los créditos y la satisfacción al cliente es crucial para mejorar la atención de la Financiera Credialfa, se aportará con la identificación de fallas en la atención.

1.3.2 Justificación práctica

La Financiera Credialfa se beneficia con la investigación pues se fortalecen con las recomendaciones sobre las experiencias de los clientes y respuestas acerca de la satisfacción.

1.3.3 Justificación metodológica

Existen los medios de análisis para el desarrollo de la tesis desde instrumentos estadísticos como medios teóricos utilizados.

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general

Estimar de qué manera se relaciona la eficiencia de la atención de créditos y la satisfacción de los clientes en la Financiera Credialfa, Juliaca 2025.

1.4.2 Objetivos específicos

- a) Explicar si esta la eficiencia en la atención de créditos relacionada con la calidad percibida por los clientes.
- b) Evaluar si es significativa la relación entre la eficiencia de la atención de créditos y las expectativas de los clientes.



c) Determinar cómo la eficiencia de la atención de créditos se relaciona con las quejas de los clientes.

d) Analizar si existe relación entre la eficiencia de la atención de créditos y la lealtad de los clientes.

1.5 Hipótesis

1.5.1 Hipótesis general

La eficiencia de la atención de créditos tiene relación significativa con la satisfacción de los clientes en la Financiera Credialfa, Juliaca 2025.

1.5.2 Hipótesis específicas

a) La eficiencia en la atención de créditos si está relacionada significativamente con la calidad percibida por los clientes.

b) Si es significativa la relación entre la eficiencia de la atención de créditos y las expectativas de los clientes.

c) La eficiencia de la atención de créditos se relaciona significativamente con las quejas de los clientes.

d) Si existe relación significativa entre la eficiencia de la atención de créditos y la lealtad de los clientes.

1.6 Variables

1.6.1 Variable 1:

✓ Eficiencia en la atención de créditos

1.6.2 Variable 2:

✓ Satisfacción de los clientes

1.6.3 Operacionalización de variables

Tabla 1. Operacionalización de variable



Nota: Criterio personal.

Variable	Concepto	Dimensión	Indicador	Técnica
V. 1 Eficiencia en la atención de créditos	Es la experiencia positiva de garantizar la optimización de recursos (SBS, 2025).	✓ Atención oportuna de créditos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atención con profesionalismo ✓ Trato respetuoso ✓ Confianza del personal ✓ Rapidez a las solicitudes ✓ Soluciones ágiles 	Encuesta
V. 2 Satisfacción de los clientes	Es el indicador que mide si una cliente cumple con sus expectativas y necesidades demandadas (Evans y Lindsay, 2008).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Calidad percibida 2. Expectativas de los clientes 3. Quejas de los clientes 4. Lealtad de los clientes 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Acceso al crédito ✓ Atención personalizada ✓ Personal atento ✓ Agilidad en la aprobación de créditos ✓ Claridad y comunicación de las tasas de interés ✓ Acceso a medios digitales ✓ Intereses demasiado elevados ✓ Retrasos en la aprobación de créditos ✓ Larga espera ✓ Confianza ✓ Transparencia en el otorgamiento de créditos ✓ Tasas preferenciales 	Encuesta



CAPÍTULO II

FUNDAMENTOS TÉORICOS

2.1 Antecedentes

2.2.1 Internacional

Yang et al. (2025) en su estudio demuestran que la intensificación de la competencia en el mercado está llevando a que los minoristas replanteen estrategias de precios y promoción. Todo con la finalidad de diferenciarse y elevar la satisfacción del cliente en un mercado de rápida evolución.

Hossain et al. (2024) demuestran que la satisfacción del cliente depende de la aceptación de servicios innovadores. En un estudio de 750 cuestionarios a restaurantes indica que es importante la experiencia de los servicios innovadores pues ofrecen experiencias inolvidables e los clientes.

Gazi et al. (2024) en su estudio destacan que la eficiencia, la fiabilidad, la capacidad de respuesta y la seguridad afectan a la satisfacción del cliente. En una muestra de 280 clientes de la banca en línea en el sector bancario islámico de Bangladesh estimó que la fiabilidad es el factor con mayor impacto en la satisfacción del cliente, proporciona en los bancos una venta competitiva. Por tal, recomienda utilizar estrategias y políticas destinadas a la mejora de la experiencia del cliente.

Montani et al. (Montani et al., 2024) en su estudio confirma que el existe relación entre el agotamiento emocional del equipo con la innovación del equipo y la satisfacción del cliente. Consideran que es importante aliviar el agotamiento



emocional del equipo y que el compromiso de los directivos juega un rol importante para llevar a cabo dicha acción.

Westin et al. (2024) en su estudio examinan desde la evaluación teórica que la satisfacción percibida por los clientes depende de la su organización proveedora sea sostenible. Dado los criterios de percepción de los clientes indican que la satisfacción del cliente es mejor cuantas más recompensas existe.

2.2.2 Nacional

Ramírez (2025) explica que en el Perú los créditos se destinarán a sectores como la pesca, agricultura, servicios públicos y construcción, se estima un mayor crecimiento de créditos de pymes. Para tal crecimiento se enfatiza tener cuidado con las expectativas de los indicadores macroeconómicos desde el crecimiento del PIB, control de la inflación, tipo de cambio menos volátil entre otros. Sin embargo, se recalca que una de las dificultades de los clientes es la rigurosa evaluación de los créditos que las entidades financieras realizan lo que se debería tomar con mayor cautela. Finalmente concluye que la inestabilidad política por las elecciones del 2026 se convierte en un riesgo negativo para el dinamismo crediticio.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Eficiencia en la atención de créditos

Comprende la capacidad de la entidad financiera para gestionar y procesar solicitudes de crédito de manera precisa, rápida y satisfactoria (SBS, 2025). La eficiencia se refiere a la optimización de recursos humanos, tecnológicos, financieros, así como la calidad del servicio durante la solicitud, aprobación y desembolso de crédito. Al optimizar estos puntos, no solo se



beneficia al cliente con un servicio ágil y confiable, sino que también se reducen costos operativos y se mejora la reputación de la institución.

2.2.2 Componentes de la eficiencia en la atención de créditos

Es importante la rapidez, la precisión, la reducción de errores, uso óptimo de recursos, cumplimiento de la normativa y uso de herramientas digitales.

1. Rapidez en el proceso, que comienza desde la evaluación del tiempo que toma desde que un cliente presenta su solicitud hasta la aprobación o rechazo, en caso de aprobación, el tiempo para recibir el desembolso. Una mayor rapidez reduce la posibilidad de que el cliente busque otras alternativas.
2. Precisión en la evaluación, implica que las decisiones sobre la aprobación o rechazo de créditos se basen en análisis precisos y confiables del historial crediticio y capacidad de pago.
3. Reducir los errores en la evaluación reduce riesgos.
4. Uso óptimo de recursos, minimiza costos operativos, como el tiempo dedicado por el personal y el uso de medios tecnológicos automatizados para reducir costos.
5. Cumplimiento normativo, obedece a la cumplir con las regulaciones legales y la transparencia en la información.
6. El uso de herramientas digitales, plataformas en línea, inteligencia artificial y análisis de datos, acelera el proceso de evaluación de riesgos.

2.2.3 Beneficios de la eficiencia en la atención de créditos

Según la SBS (2025) se identifica los siguientes:



1. Mejora la experiencia del cliente con procesos rápidos y sin complicaciones generando confianza en los clientes. Aumenta la competitividad con servicios rápidos y confiables que atraen clientes.
2. Reducción de costos operativos, reduce los costos asociados con la gestión de créditos. Minimización de riesgos, con evaluación precisa y calificada para prevenir pérdidas financieras.
3. Mayor capacidad para atender a más clientes, la institución puede procesar más solicitudes en menos tiempo para generar mayores ingresos.
4. Adaptación a las tendencias del mercado, permite adaptarse a las expectativas de los clientes.

2.2.4 Factores que afectan la eficiencia en la atención de créditos

Están referidas a los procesos manuales, limitaciones en la tecnología,

1. Procesos manuales, tienden a ser más lentos y propensos a errores.
2. Falta de tecnología, representa un cuello de botella en el procesamiento de solicitudes.
3. Capacitación del personal, puede genera retrasos o errores en la evaluación de créditos.
4. Complejidad de los requisitos, puede ralentizar el proceso de crédito.
5. Regulaciones y normativas, puede generar retrasos si no se maneja adecuadamente.

2.2.5 Estrategias para mejorar la eficiencia en la atención de créditos

1. Automatización de procesos, por medio de la automatización de la recepción, evaluación y aprobación de solicitudes de crédito.



2. Digitalización de servicios, por medio de canales digitales desde los móviles, sitios web para que los clientes puedan realizar sus solicitudes en línea.
3. Capacitación del personal, elevar el entrenamiento de los colaboradores en el uso de herramientas tecnológicas y en la atención al cliente.
4. Simplificación de requisitos, solo los documentos necesarios para solicitar un crédito.
5. Monitoreo continuo, evaluar los procesos para identificar áreas de mejora.

La eficiencia en la atención de créditos garantiza para que una institución financiera ofrezca un servicio rápido, preciso y satisfactorio a sus clientes, optimiza sus recursos, minimiza riesgos y eleva la competitividad en el mercado.

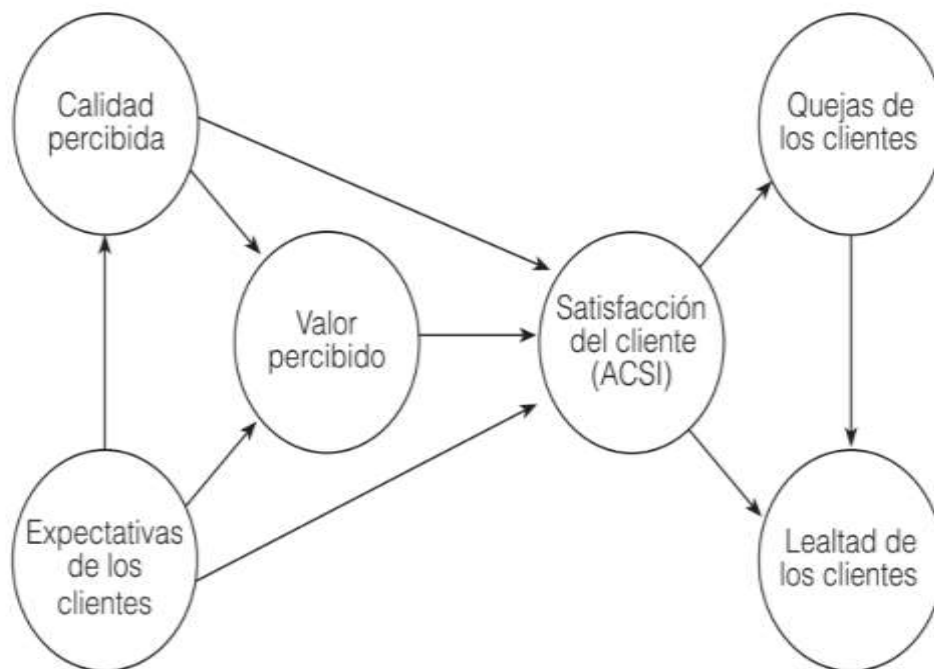
2.2.6 Satisfacción del cliente

Es un proceso que garantiza que los clientes sientan que son atendidos de manera clara, transparente y amigable, provee información detallada sobre los términos del crédito, tasas de interés y requisitos necesarios (Evans y Lidsay, 2008).

El modelo que se utiliza para explicar la satisfacción de los clientes es el modelo ACSI que se sostiene en resultados de según muestra de consumidores que realizan en consumo. La figura 1 muestra el resumen del modelo de satisfacción que es explicada por la calidad percibida, las expectativas de los clientes, las quejas de los clientes y la lealtad de los clientes (Evans y Linsay, 2008).

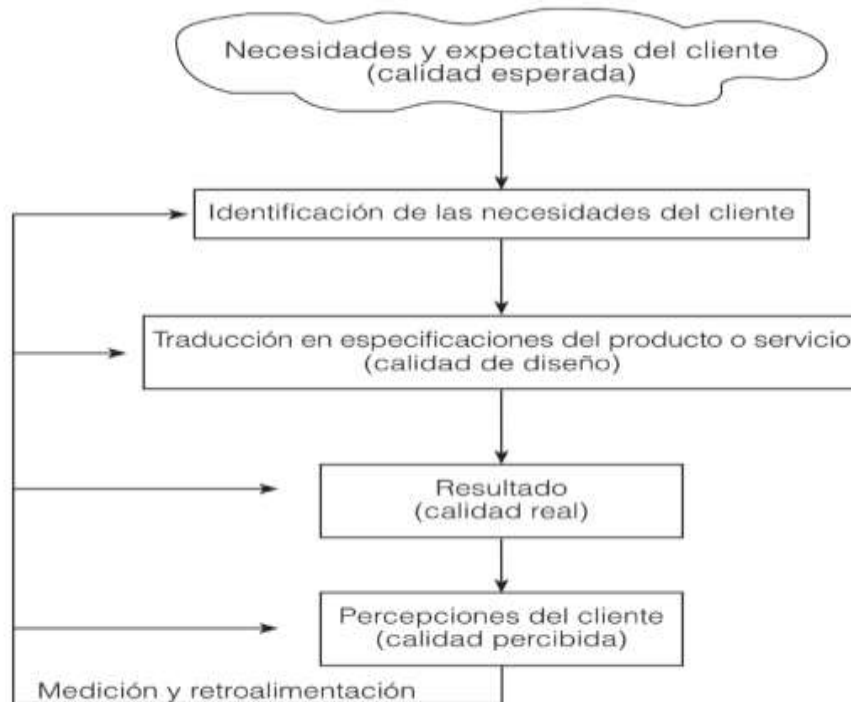
Figura 1.

Modelo ACSI



Nota: Evans y Lindsay (2008, p. 184).

La calidad percibida se basa en las necesidades y expectativas del cliente, para ello se debe identificar adecuadamente las especificaciones del producto o servicio, para ofrecer un resultado esperado y finalmente la percepción debe ser retroalimentada por el cliente (figura 2).

Figura 2.*Ciclo de calidad del cliente*

Nota: Evans y Lindsay (2008, p. 185.).

2.2 Definición de términos

a. Eficiencia en la atención de créditos

Consiste en la ofrecer experiencias positivas a los clientes en la digitalización de procesos de créditos, capacitación actualizada del personal, tiempo de respuesta que asegure agilidad y buena gestión de reclamos.

b. Satisfacción del cliente

Es cumplir con las expectativas del cliente, con servicio personalizado, rapidez, generando confianza y compromiso (Evans y Lindsay, 2008).



CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Métodos de investigación

3.2.1 Método deductivo

Existe una conexión entre la premisa global con las premisas específicas. (Mohamed et al., 2023). La atención de crédito es tan importante en la satisfacción del cliente, cuyos enfoques buscan integrar al cliente optimizando un mejor servicio aplicado a nivel de grandes empresas como de una realidad local.

3.1.2 Método analítico

Parte de la observación identificando el problema de acuerdo a la segmentación, descripción y recopilación detallada de información (Mohamed et al., 2023). Son diversos los fines para mejorar la satisfacción del cliente, el análisis detallado permite optimizar la atención eficiente lo que garantiza el éxito de créditos y toma de decisiones.

3.2 Diseño de la investigación

3.2.1 Enfoque cuantitativo

Es la replicabilidad utilizando técnicas estandarizadas que aseguran resultados consistentes (Mohamed et al., 2023). El proceso de validez científica de la atención de créditos sobre la satisfacción del cliente aporta conclusiones



valiosas para la comunidad científica y la mejora en la profundidad de los análisis en un futuro.

3.2.2 Diseño no experimental

Un elemento esencial es la flexibilidad para la descripción de hechos sin control del entorno (Mohamed et al., 2023). Se adapta en este caso al tema de atención de créditos y la satisfacción del cliente en una realidad donde no se controlan las variables.

3.2.3 Alcance correlacional

Expresa una asociación en concordancia con una misma dirección o en direcciones (Mohamed et al., 2023). El análisis de la eficiencia en la atención de créditos guarda concordancia con la satisfacción lo que busca demostrar una asociación positiva.

3.2.4 Diseño transversal

Busca explicar mostrando como se encuentra la situación hoy en tiempo presente (Mohamed et al., 2023). El tiempo de análisis de la tesis es en tiempo real en el presente por el que se recurre a los clientes para encontrar respuestas de la eficiencia en la atención de crédito y su relación con la satisfacción en la Financiera Credialfa.

3.2.5 Investigación aplicada

Investiga ideas en acción que necesitan profundizar en base a los problemas de la sociedad (Mohamed et al., 2023). Hoy en día, las investigaciones sobre eficiencia en la atención de crédito buscan encontrar respuestas que garanticen la satisfacción del cliente, optimización de recursos, como elevar la competitividad lo que crea interés para incrementar beneficios para empresas financieras y para tomar decisiones.

3.3 Población y muestra

3.3.1 Población

Es la identificación de alcance de que garantiza evitar errores en la interpretación de resultados (Mohamed et al., 2023). Se ha seleccionado un total de 40 clientes de la cartera actual de créditos para negocio de la Financiera Credialfa, ubicada en el Jr. Lambayeque N° 406 de la ciudad de Juliaca con 14 años de experiencia. Esta cantidad de clientes fue extraída de información primaria de los directivos de la Financiera (Financiera Credialfa, 2025).

Tabla 2.

Detalle de la población

Especificación	Cantidad
1. Clientes	40

Nota: Financiera Credialfa.

3.3.2 Muestra

Es la representación reducida de observaciones para realizar inferencias, sujeta a condiciones de alcance de costos y tiempo para la intervención del trabajo de campo (Mohamed et al., 2023). Se utiliza una muestra de 40 clientes que son parte de la clientela de la Financiera credialfa que en la actualidad son parte de la cartera de créditos (Financiera Credialfa, 2025).



3.4 Técnica e instrumento

3.4.1 Técnica

Se utiliza la encuesta para la obtención de información eficaz y facilitar decisiones estratégicas (Mohamed et al., 2023). Para tomar decisiones de como retener clientes como de elevar la rentabilidad es vital recurrir a la técnica de encuestas para recolectar ideas para las sugerencias y aportes de la tesis.

3.4.2 Instrumento

Esta herramienta es útil para recolectar información actualizada mediante la lista de preguntas (Mohamed et al., 2023). Para el entorno estudiado de la eficiencia en la atención de créditos y la satisfacción es útil para describir la relación como detallar las respuestas de los clientes e identificar sus necesidades.

3.5 Confiabilidad y validez

La confiabilidad es probada con el Alpha de Cronbach que resultó estadísticamente confiable, cuyo valor estimado fue de 0.88, mostrando alta confiabilidad para el desarrollo y aplicación del instrumento. La validez del instrumento fue aprobada por dos expertos que dieron su opinión favorable para su respectiva ejecución.

3.6 Procesamiento de datos

Las facilidades para la recolección de datos de la Financiera Credialfa fueron de gran ayuda para recolectar información veraz y múltiple para el análisis cuantitativo de los resultados utilizando el Programa SPSS. La visita a campo permitió demostrar lo inicialmente descrito en los supuestos lográndose probar con el test de correlación.



3.7 Prueba de hipótesis

Se elige la regla de decisión con un nivel de confianza de 0.01 utilizando el test Tau b de Kendall para medir el grado de asociación (Crawley, 2014). Dicha regla de decisión se detalla a continuación:

Si $p < \alpha \rightarrow$ Prueba a la conjetura verdadera (0.01)

Si $p > \alpha \rightarrow$ Acepta la conjetura falsa (0.01)

La fuerza de la correlación se mide:

1. Débil, cuando el valor es menor a 0.30.
2. Moderada, cuando el valor oscila entre 0.30 a 0.50.
3. Fuerte, cuando el valor es por encima de 0.50.



CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Análisis de datos

4.1.1 Variable: Eficiencia en la atención de créditos

La eficiencia en la atención de créditos comprende la capacidad de la Financiera Credialfa para gestionar de forma rápida y precisa el análisis, otorgamiento y seguimiento del crédito.

Sobre la eficiencia en la atención de créditos la Financiera es calificada por los clientes con el 73% de afirmaciones indicándose que el personal que labora en la Financiera Credialfa siempre atiende con profesionalismo y trato respetuoso (tabla 3).

Tabla 3.

¿El personal que labora en la Financiera Credialfa atiende con profesionalismo y trato respetuoso?

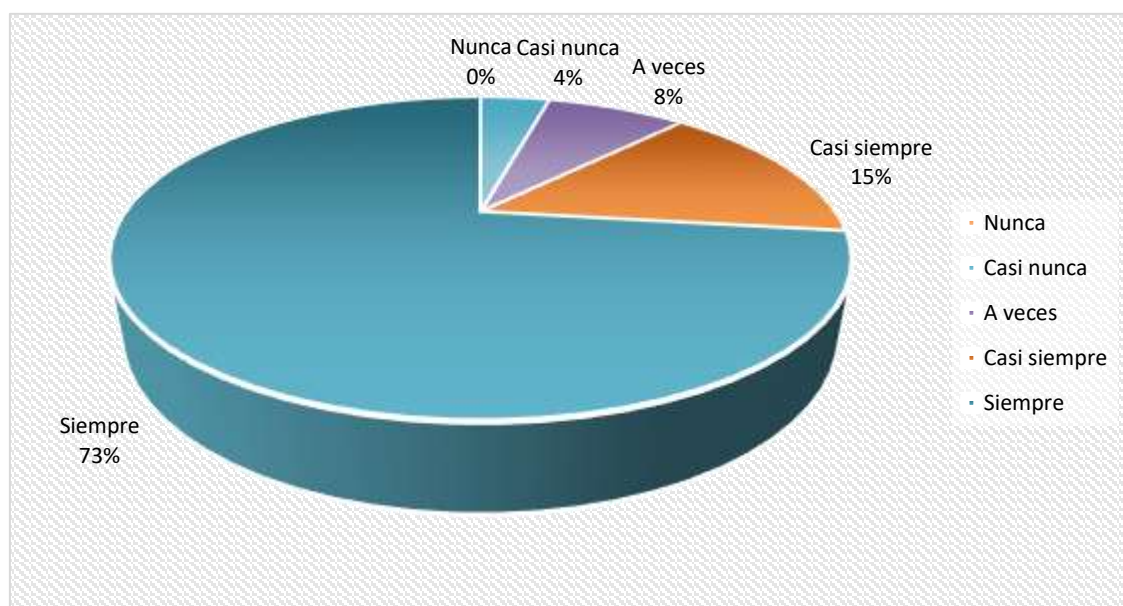
Medición	fo	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	2	4%
A veces	3	8%
Casi siempre	6	15%
Siempre	29	73%
Total	40	100%

Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

Una gran mayoría de clientes percibe que la Financiera tiene personal cuyo trato es respetuoso y profesional (figura 2).

Figura 3.

¿El personal que labora en la Financiera Credialfa atiende con profesionalismo y trato respetuoso?



Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.



La eficiencia en la atención de créditos es valorada por los clientes desde la evaluación ágil y correcta del crédito, por ello le tienen confianza al personal que la financiera. desembolso rápido, gestión efectiva del riesgo crediticio. Al 68% de los clientes siempre le causa confianza el personal que atiende en la Financiera; 17% casi siempre; 11% a veces; 3% casi nunca y 1% nunca (tabla 4)

Tabla 4.

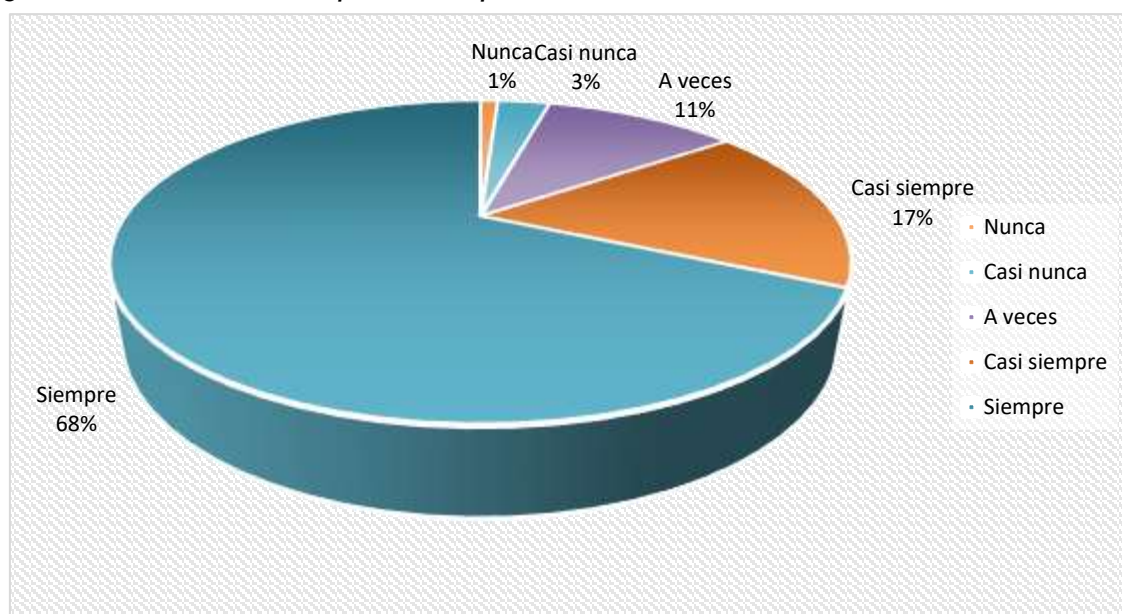
¿Le causa confianza el personal que atiende en la Financiera Credialfa?

Medición	fo	%
Nunca	0	1%
Casi nunca	1	3%
A veces	4	11%
Casi siempre	7	17%
Siempre	27	68%
Total	40	100%

Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

Figura 4.

¿Le causa confianza el personal que atiende en la Financiera Credialfa?



Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

Los clientes en el 56% argumentan que siempre se atiende con rapidez la solicita, aprobación y desembolso de crédito; 18% casi siempre; 13% a veces; 8% casi nunca y el 5% nunca (tabla 5).

Tabla 5.

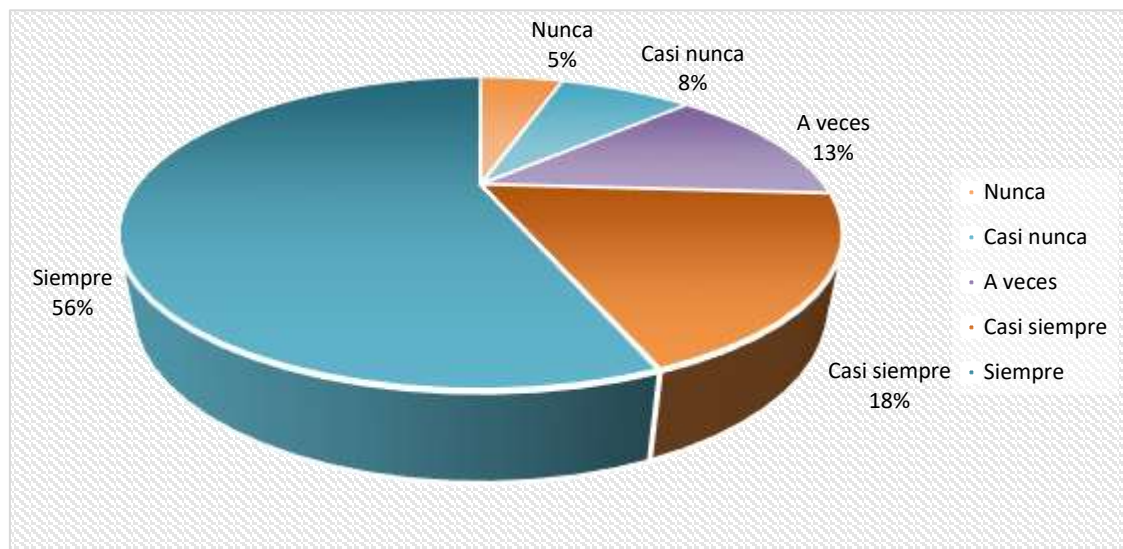
¿Se atiende con rapidez la solicitud, aprobación y desembolso de crédito?

Medición	fo	%
Nunca	2	5%
Casi nunca	3	8%
A veces	5	13%
Casi siempre	7	18%
Siempre	22	56%
Total	40	100%

Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

Figura 5.

¿Se atiende con rapidez la solicitud, aprobación y desembolso de crédito?



Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

Sobre la pregunta si el personal si demuestra empatía en cada atención de crédito, las afirmaciones centran su atención en el 60% que siempre lo demuestran; 17% casi siempre; 10% a veces; 8% casi nunca y el 5% nunca (tabla 6).

Tabla 6.

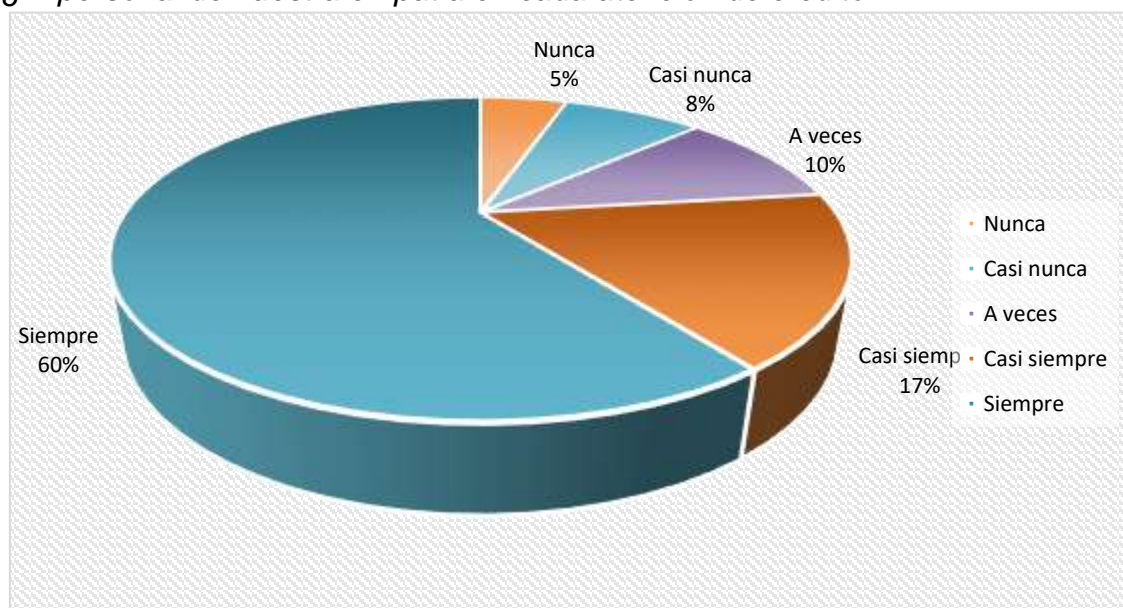
¿El personal demuestra empatía en cada atención de crédito?

Medición	fo	%
Nunca	2	5%
Casi nunca	3	8%
A veces	4	10%
Casi siempre	7	17%
Siempre	24	60%
Total	40	100%

Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

Figura 6.

¿El personal demuestra empatía en cada atención de crédito?



Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

El 50% de los clientes afirman que el personal que labora en la Financiera siempre le ofrece soluciones ágiles y trato amable; 35% casi siempre; 10% a veces y 5% casi nunca (tabla 7).

Tabla 7.

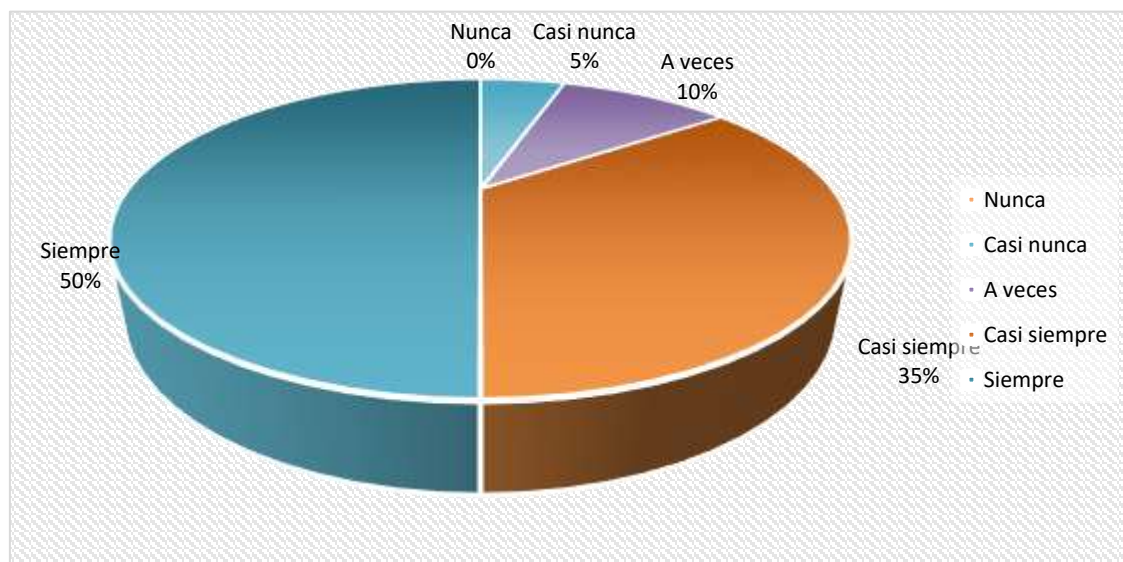
¿El personal que labora en la Financiera Credialfa le ofrece soluciones ágiles y trato amable?

Medición	fo	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	2	5%
A veces	4	10%
Casi siempre	14	35%
Siempre	20	50%
Total	40	100%

Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

Figura 7.

¿El personal que labora en la Financiera Credialfa le ofrece soluciones ágiles y trato amable?



Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.



4.1.2 Variable: Satisfacción del cliente

4.1.2.1 Dimensión de calidad percibida

La calidad percibida por clientes de la Financiera Credialfa depende del uso de plataformas digitales para aprobar, créditos, capacitación del personal, equipos bien entrenados, créditos que se canalizan de manera rápida y objetiva y respuesta rápida a dudas a pago o modificaciones de contratos.

El 66% de los clientes están de acuerdo que siempre tuvieron facilidades para acceder a un crédito en la Financiera; 18% casi siempre; 7% a veces; 6% casi nunca y 3% nunca (tabla 8).

Tabla 8.

¿Tuvo facilidades para acceder a un crédito en la Financiera Credialfa?

Medición	fo	%
Nunca	1	3%
Casi nunca	2	6%
A veces	3	7%
Casi siempre	7	18%
Siempre	26	66%
Total	40	100%

Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

Es importante que los procesos de crédito sean inmediatos, puesto que el cliente solicita un crédito, porque tiene una necesidad financiera urgente. Al otorgar un crédito de manera rápida genera una sensación de agilidad y confianza por parte del cliente. El cliente se siente valorado y atendido a tiempo.

Figura 8.

¿Tuvo facilidades para acceder a un crédito en la Financiera Credialfa?



Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

Sobre la valoración de la atención personalizada de la Financiera, los clientes califican en el 51% que existe una atención personalizada; 22% casi siempre; 16% a veces; 8% casi nunca y el 3% nunca (tabla 9).

Tabla 9.

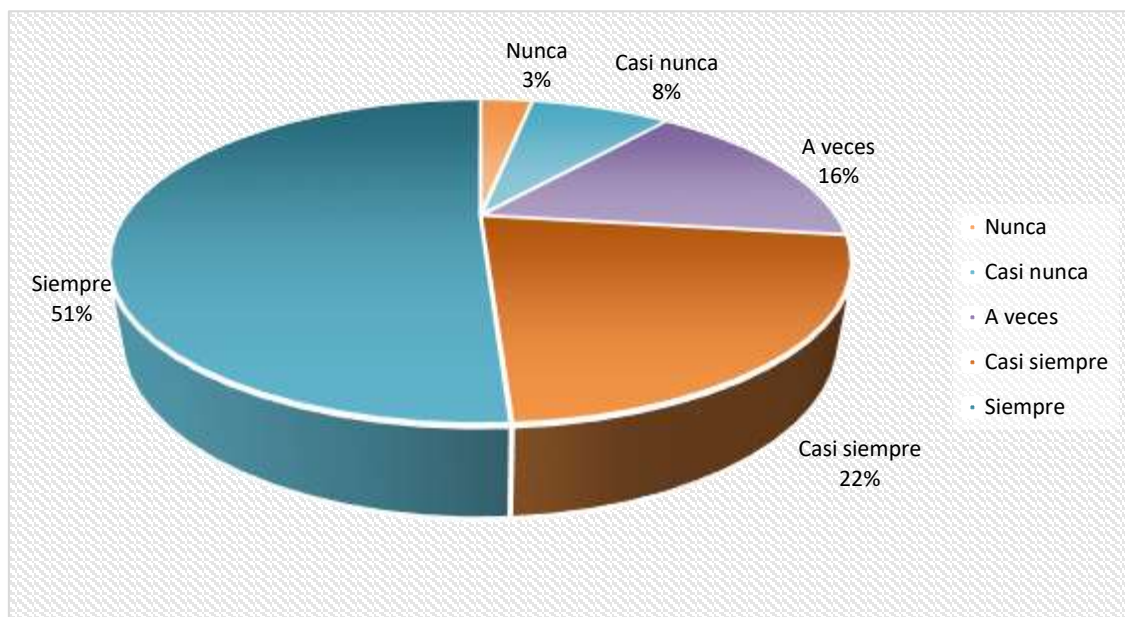
¿Valora usted la atención personalizada de la Financiera Credialfa?

Medición	fo	%
Nunca	1	3%
Casi nunca	3	8%
A veces	6	16%
Casi siempre	9	22%
Siempre	20	51%
Total	40	100%

Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

Figura 9.

¿Valora usted la atención personalizada de la Financiera Credialfa?



Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

El 58% de los clientes califica que el personal que labora en la Financiera es atento ante la solicitud de un crédito; 26% casi siempre; 10% a veces; 4% casi nunca y 2% nunca (tabla 10)

Tabla 10.

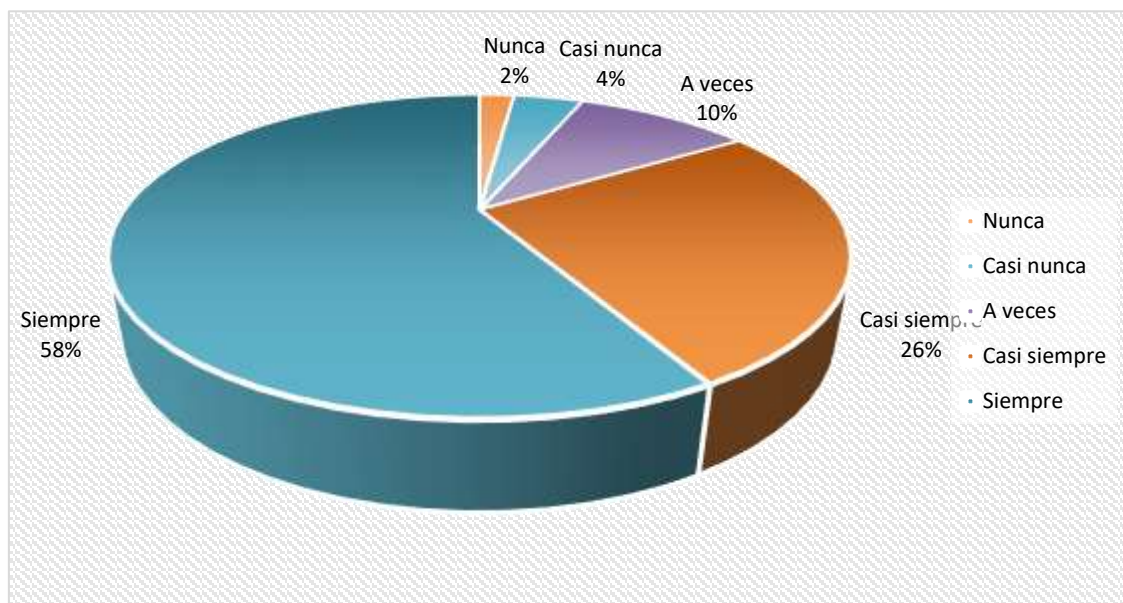
¿El personal que labora en la Financiera Credialfa es atento ante la solicitud de un crédito?

Medición	fo	%
Nunca	1	2%
Casi nunca	2	4%
A veces	4	10%
Casi siempre	10	26%
Siempre	23	58%
Total	40	100%

Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

Figura 10.

¿El personal que labora en la Financiera Credialfa es atento ante la solicitud de un crédito?



Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

4.1.2.2 Dimensión de expectativas de los clientes

Las expectativas de los clientes dependen del tiempo de atención de las solicitudes de créditos, monto aprobado, plazos, tasas de interés y condiciones del préstamo, lo que incrementa la confianza hacia la Financiera. Las expectativas implican que los procesos de créditos deben estar bien estructurados, con capacitación del personal y uso de tecnología adecuada. Con ello se reduciría los errores en la evaluación crediticia, cálculos de pagos y documentación requerida, menos frustración para el cliente y mayor percepción de profesionalismo. El 71% de los clientes califican que los procesos de evaluación y aprobación de crédito son ágiles en la Financiera; 12% casi siempre; 10% a veces; 5% casi nunca y 2% nunca (tabla 11).

Tabla 11.

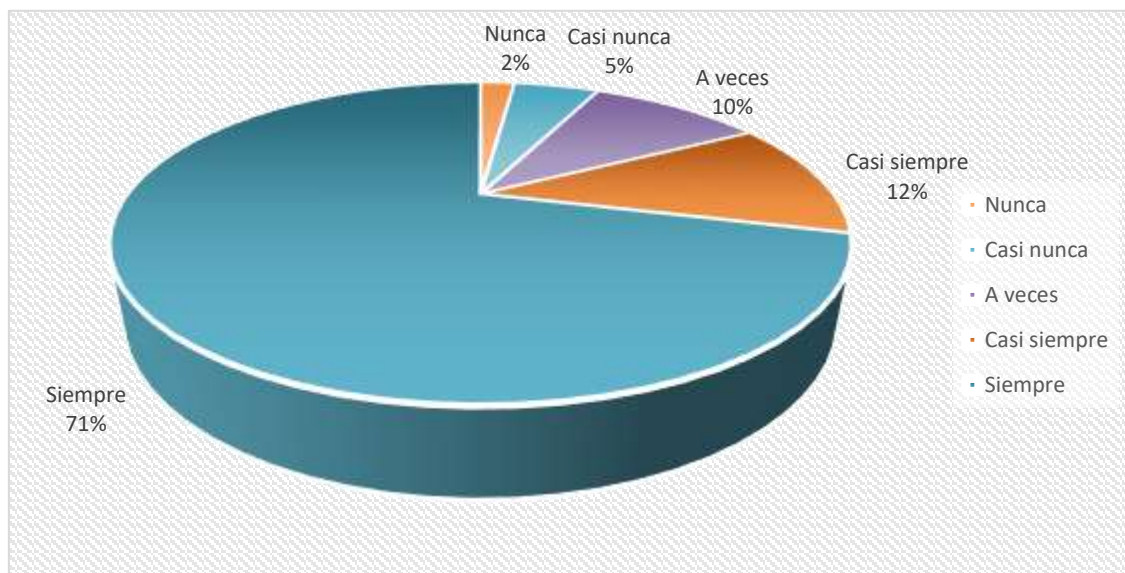
¿Los procesos de evaluación y aprobación de crédito son ágiles en la Financiera Credialfa?

Medición	fo	%
Nunca	1	2%
Casi nunca	2	5%
A veces	4	10%
Casi siempre	5	12%
Siempre	28	71%
Total	40	100%

Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

Figura 11.

¿Los procesos de evaluación y aprobación de crédito son ágiles en la Financiera Credialfa?



Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

El 73% de clientes perciben que el personal que labora en la Financiera le comunica con claridad las tasas de interés y comisiones de crédito; 22% casi siempre y 5% a veces (tabla 12).

Tabla 12.

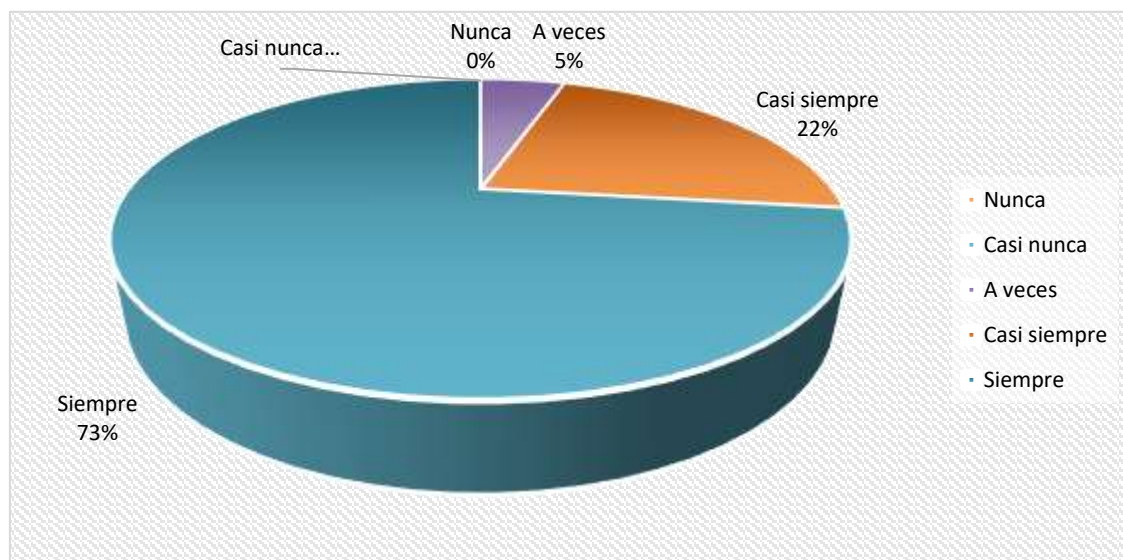
¿El personal que labora en la Financiera Credialfa le comunica con claridad las tasas de interés y comisiones de crédito?

	fo	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	2	5%
Casi siempre	9	22%
Siempre	29	73%
Total	40	100%

Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

Figura 12.

¿El personal que labora en la Financiera Credialfa le comunica con claridad las tasas de interés y comisiones de crédito?



Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

El 34% siempre tiene facilidades de acceso a un crédito por medio de herramientas digitales; 23% casi siempre; 7% a veces; 16% casi nunca y 20% nunca (tabla 13).

Tabla 13.

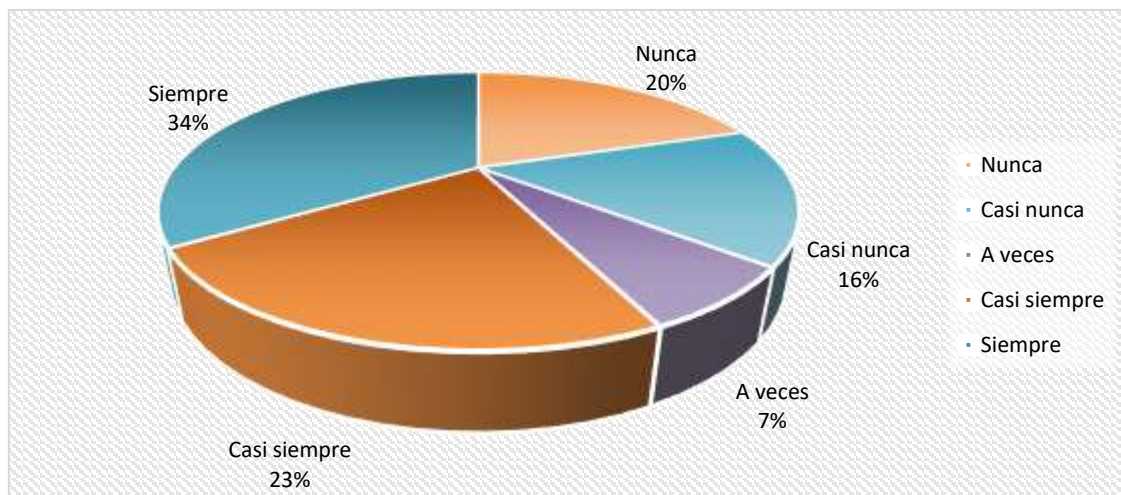
¿Tiene facilidades de acceso un crédito por medio de herramientas digitales?

Medición	fo	%
Nunca	8	20%
Casi nunca	6	16%
A veces	3	7%
Casi siempre	9	23%
Siempre	14	34%
Total	40	100%

Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

Figura 13.

¿Tiene facilidades de acceso un crédito por medio de herramientas digitales?



Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

4.1.2.3 Dimensión de quejas de los clientes

Una atención eficiente no solo es rápida, también puede ser más personalizada gracias al uso de sistemas que analizan las necesidades del cliente, de lo contrario surgen las quejas.



La eficiencia en la atención de créditos no solo es una ventaja operativa para Financiera Credialfa, también es el motor fundamental de la satisfacción del cliente. Mientras más ágil y transparente sea la gestión crediticia, mayor será el nivel de satisfacción y fidelidad del cliente, con menor grado de quejas.

Una gestión eficiente reduce quejas en documentación, cálculos o trámites innecesarios, evita retrasos y malentendidos. El cliente valora la precisión y se siente bien atendido. El 38% de los clientes percibe que los intereses son demasiados altos; 7% casi siempre; 5% a veces; 27% casi nunca y el 23% nunca (tabla 14).

Tabla 14.

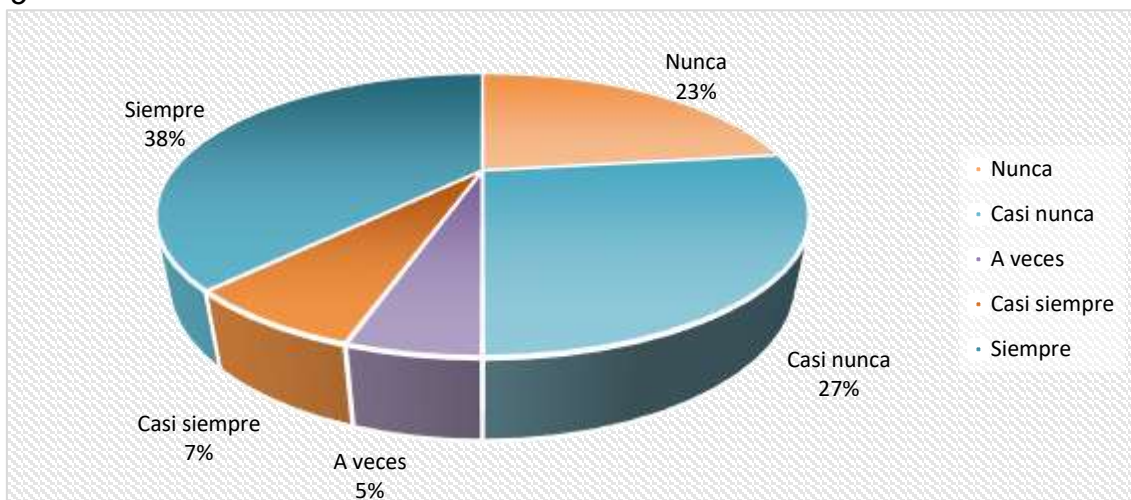
¿Los intereses son demasiado altos?

Medición	fo	%
Nunca	9	23%
Casi nunca	11	27%
A veces	2	5%
Casi siempre	3	7%
Siempre	15	38%
Total	40	100%

Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

Figura 14.

¿Los intereses son demasiado altos?



Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

Se percibe por el 64% de los clientes que el personal que labora en la Financiera siempre le explica con claridad las condiciones de crédito; 21% casi siempre; 11% a veces; 3% casi nunca y 1% nunca.

Tabla 15.

¿El personal que labora en la Financiera Credialfa le explica con claridad las condiciones de crédito?

Medición	fo	%
Nunca	0	1%
Casi nunca	1	3%
A veces	4	11%
Casi siempre	8	21%
Siempre	26	64%
Total	40	100%

Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

Figura 15.

¿El personal que labora en la Financiera Credialfa le explica con claridad las condiciones de crédito?



Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

El 46% de los clientes percibe que nunca tuvo retrasos en la aprobación de su crédito; 23% casi nunca; 16% a veces; 8% casi siempre y 7% siempre (tabla 16).

Tabla 16.

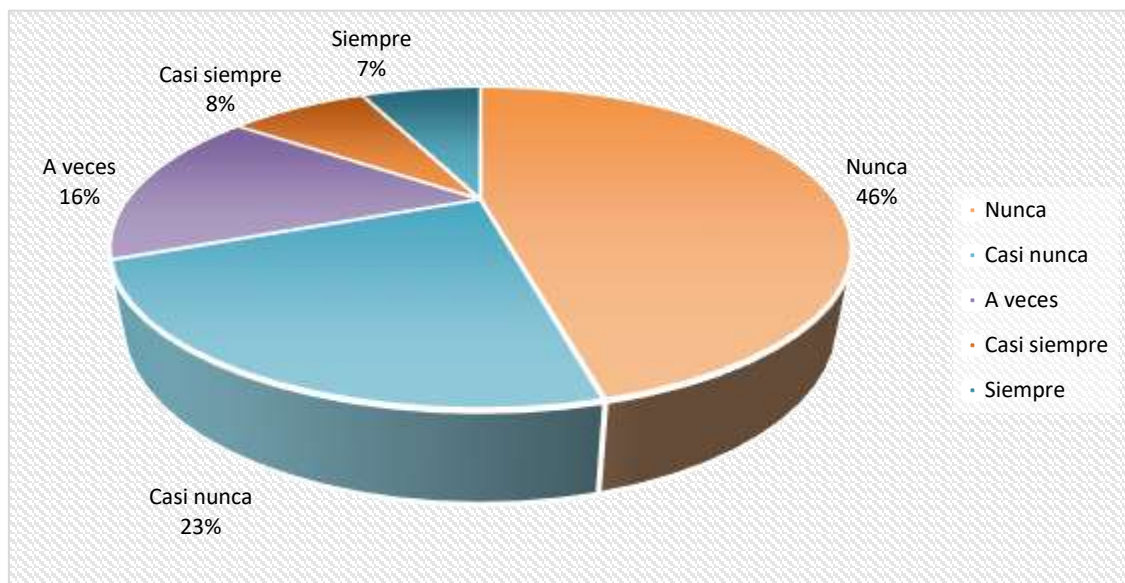
¿Tuvo retrasos en la aprobación de su crédito?

Medición	fo	%
Nunca	18	46%
Casi nunca	9	23%
A veces	6	16%
Casi siempre	3	8%
Siempre	3	7%
Total	40	100%

Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

Figura 16.

¿Tuvo retrasos en la aprobación de su crédito?



Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

El 55% de los clientes siempre tuvieron larga espera para la obtención de un crédito; 24% casi nunca; 11% siempre; 6% casi siempre y el 4% a veces (tabla 17).

Tabla 17.

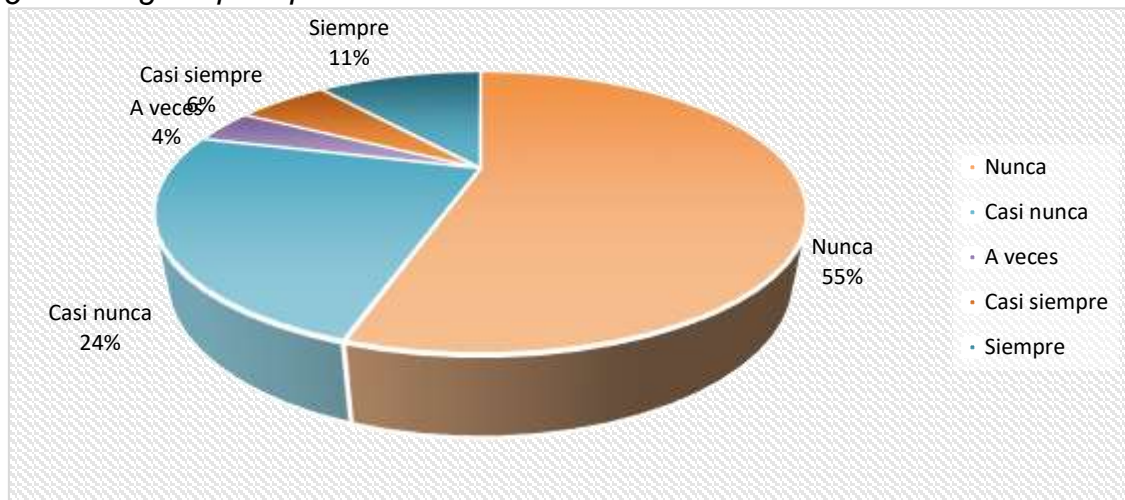
¿Tuvo larga espera para la obtención de un crédito?

Medición	fo	%
Nunca	22	55%
Casi nunca	10	24%
A veces	2	4%
Casi siempre	2	6%
Siempre	4	11%
Total	40	100%

Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

Figura 17.

¿Tuvo larga espera para la obtención de un crédito?



Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

4.1.2.4 Dimensión de lealtad de los clientes

El 70% de los clientes perciben que la Financiera si le genera confianza; 18% casi siempre; 12% a veces y 12% a veces (tabla 18).

Tabla 18.

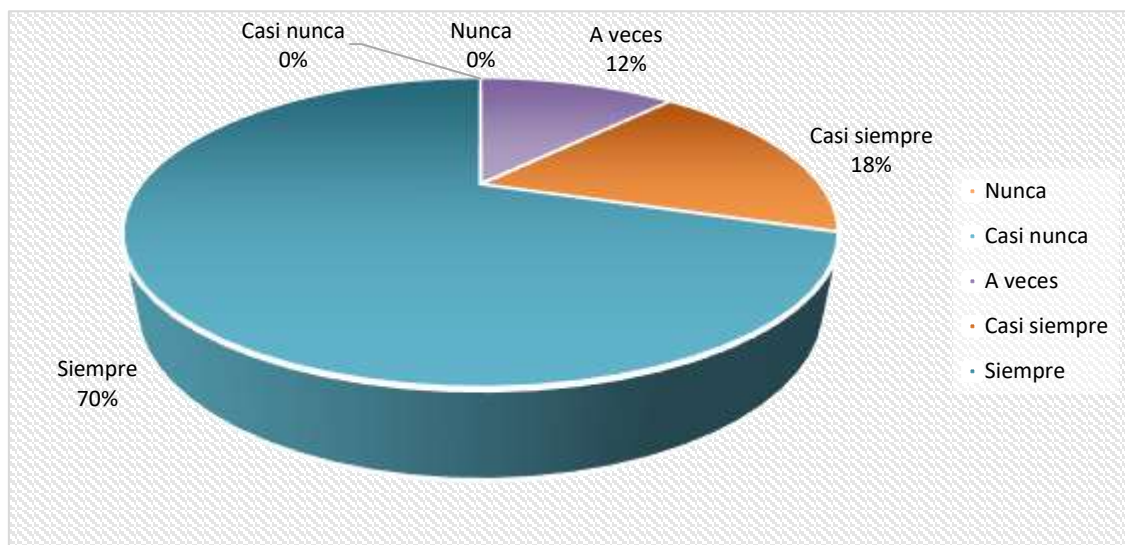
¿Actualmente, le genera confianza la Financiera Credialfa?

Medición	fo	%
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
A veces	5	12%
Casi siempre	7	18%
Siempre	28	70%
Total	40	100%

Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

Figura 18.

¿Actualmente, le genera confianza la Financiera Credialfa?



Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

El 69% de los clientes considera eficiente y transparente la aprobación de crédito; 16% casi siempre; 9% a veces; 4% casi nunca y el 2% nunca (tabla 19).

Tabla 19.

¿Considera eficiente y transparente la aprobación de crédito?

Medición	fo	%
Nunca	1	2%
Casi nunca	2	4%
A veces	4	9%
Casi siempre	6	16%
Siempre	28	69%
Total	40	100%

Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

Figura 19.

¿Considera eficiente y transparente la aprobación de crédito?



Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

El 35% de los clientes percibe que la Financiera no muestra flexibilidad en el otorgamiento de crédito; 12% casi nunca; 5% a veces; 14% casi siempre y el 34% siempre (tabla 20).

Tabla 20.

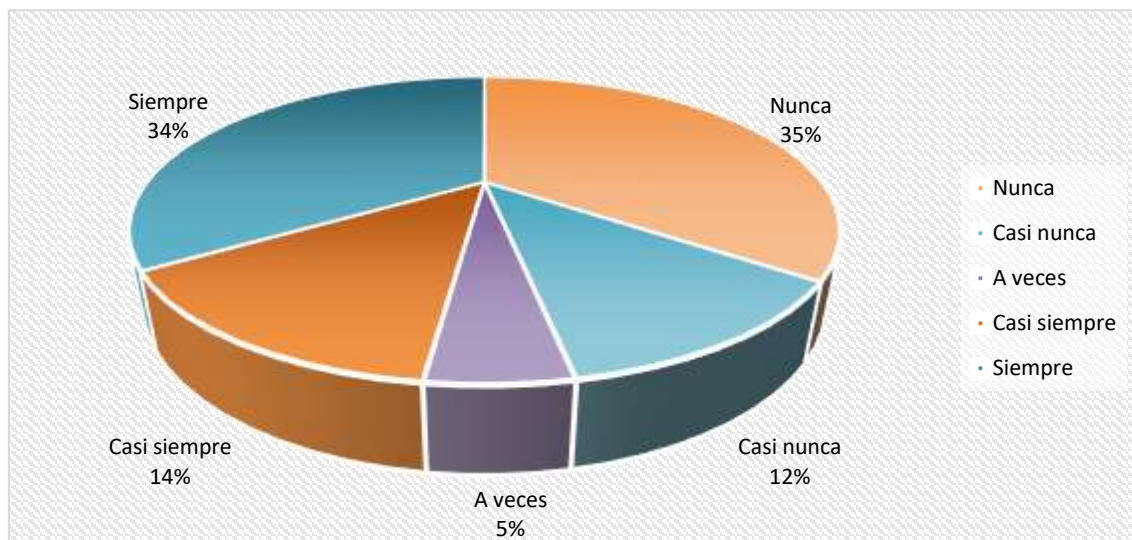
¿La Financiera Credialfa muestra flexibilidad en el otorgamiento de crédito?

Medición	fo	%
Nunca	14	35%
Casi nunca	5	12%
A veces	2	5%
Casi siempre	6	14%
Siempre	14	34%
Total	40	100%

Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

Figura 20.

¿La Financiera Credialfa muestra flexibilidad en el otorgamiento de crédito?



Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

El 27% siempre tiene facilidades de acceso de crédito por medio de herramientas digitales; 14% casi siempre; 15% a veces; 9% casi nunca y 35% nunca (tabla 21).

Tabla 21.

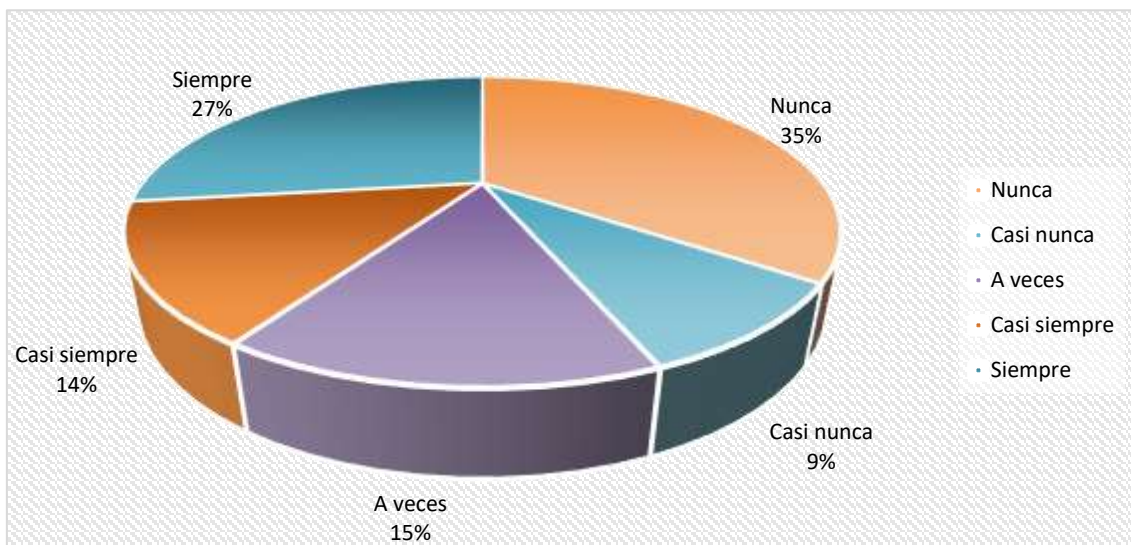
¿Tiene facilidades de acceso un crédito por medio de herramientas digitales?

Medición	fo	%
Nunca	14	35%
Casi nunca	4	9%
A veces	6	15%
Casi siempre	6	14%
Siempre	11	27%
Total	40	100%

Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

Figura 21.

¿Tiene facilidades de acceso un crédito por medio de digitales?



Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

4.2 Prueba de hipótesis

4.2.1 H1:

La prueba estadística corresponde al siguiente supuesto: “La eficiencia en la atención de créditos si está relacionada significativamente con la calidad percibida por los clientes”. La evidencia estadística obtuvo un coeficiente Kendall de 0.827 el que demuestra una correlación, fuerte (tabla 22). Es decir, mientras más rápida sea la atención del servicio de crédito se garantizará un mejor proceso de atención con agilidad en los trámites reduciendo los tiempos de espera en beneficio de los clientes. Dado el valor cercano a 1 se demuestra una relación positiva.

Tabla 22.

Test correlacional entre la eficiencia en la atención de créditos y la calidad percibida por los clientes

	Eficiencia en la atención de créditos	Calidad percibida por los clientes
Tau_b	1,000	,827
de		
Kendall		
créditos	Sig.	,000
Calidad percibida por los clientes	Parámetro de correlación	1,000
	Sig.	.

Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

4.2.2 H2:

La prueba estadística corresponde al siguiente supuesto: "Si es significativa la relación entre la eficiencia de la atención de créditos y las expectativas de los clientes". El coeficiente determina una correlación fuerte de 0.888 con una alta significancia (tabla 23). Cuanto más eficiente sea la atención de los créditos según las necesidades de los clientes se logrará cumplir con las expectativas de los clientes. La valoración de lo que esperan los clientes es un factor que debe guardar relación con la atención con enfoque proactivo y empático. Dado el valor cercano a 1 se demuestra una relación positiva.

Tabla 23.

Test correlacional entre la eficiencia en la atención de créditos y las expectativas de los clientes

		Eficiencia en la	
		atención de	Expectativas de
		créditos	los clientes
Tau_b	Eficiencia en la	1,000	,888
de	atención de		
Kendall	créditos	Sig.	,000
	Expectativas de	Parámetro de	1,000
	los clientes	correlación	
		Sig.	.

Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

4.2.3 H3:

La prueba estadística corresponde al siguiente supuesto: "La eficiencia de la atención de créditos se relaciona significativamente con las quejas de los clientes". La prueba de correlación indica la existencia de una fuerte correlación de 0.707, significativa entre la eficiencia en la atención de créditos y las quejas de los clientes (tabla 24). Es decir, a mayor eficiencia en la atención de crédito se reducirán las quejas. Lo que induce a gestionar soluciones rápidas ante reclamos ya que puede influenciar en las redes sociales y otros de no gestionarse con anticipación. Dado el valor cercano a 1 se demuestra una relación positiva.

Tabla 24.

Test correlacional entre la eficiencia en la atención de créditos y las quejas de los clientes

		Eficiencia en la	
		atención de	Quejas de los
		créditos	clientes
Tau_b	Eficiencia en la	1,000	,707
de	atención de		
	Parámetro de		
	correlación		
Kendall	créditos	Sig.	,000
	Quejas de los	Parámetro de	1,000
	clientes	correlación	
		Sig.	

Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

4.2.4 H4:

La prueba estadística corresponde al siguiente supuesto: "Si existe relación significativa entre la eficiencia de la atención de créditos y la lealtad de los clientes". La correlación obtenida resultó ser positiva y altamente significativa de 0.759, explica que a mayor eficiencia en la atención de créditos mejor será la lealtad de los clientes (tabla 25). Ello dependerá de la capacitación del personal para que sea resolutivo, empático y amable con los clientes. Dado el valor cercano a 1 se demuestra una relación positiva.

Tabla 25.

Test correlacional entre la eficiencia en la atención de créditos y la lealtad de los clientes

		Eficiencia en la	
		atención de	Lealtad de los
		créditos	clientes
Tau_b	Eficiencia en la	1,000	,759
de	atención de		
Kendall	créditos	Sig.	,000
	Parámetro de		1,000
	correlación		
	Sig.		

Nota: Interacción hecha a partir de encuestas.

4.3 Diseminación de los hallazgos

Peves (2023) explica que los canales de comunicación son fundamentales para lograr cercanía con la experiencia de los clientes. La compañía de telefonía en el país tiene baja puntuación en experiencia con el cliente debido a las quejas frecuentes sobre el exceso de promesas al momento de la venta. Concluye que, las redes sociales son preferidas para hacer una radiografía de marcas.

Ramírez (2025) destaca que el BBVA en el país es el segundo banco con mayores colocaciones de créditos. A pesar de los problemas al que estuvo expuesto el sistema financiero durante el 2024, la cartera de créditos mejoró por la mayor dinámica económica y menor inflación. Se intensificó los esfuerzos de



cobranza con visitas personalizadas que focalizaron a clientes sumamente estratégicos, con ello se logró reducir el riesgo y se mejoró la calidad de la cartera.

Velito (2025) identifica que la lealtad del cliente hoy en día es más flexible, depende del contexto del consumo peruano. Esta situación lleva a pensar como adaptarse al portafolio según las expectativas. Por ello, es importante construir elementos que identifiquen al cliente según los atributos de significancia, diferenciación y saliencia para crear predisposición en la compra frente a un mercado altamente dinámico. La lealtad de cliente varía de acuerdo a la ocasión de consumo. Concluye que, persisten desafíos, pero a su vez oportunidades ya que el mercado carece de marcas fuertes o robustas, puesto que solo el 7% de las marcas en el Perú presentan elevados niveles de saliencia y bajos de diferenciación afectando la capacidad de competir.



CONCLUSIONES

- PRIMERA:** Se confirma que la eficiencia de la atención de créditos tiene relación significativa con la satisfacción de los clientes en la Financiera Credialfa. Mientras exista eficiencia en la atención de créditos, la probabilidad de satisfacción del cliente es mayor.
- SEGUNDA:** Se evidencia que la eficiencia en la atención de créditos si está relacionada significativamente con la calidad percibida por los clientes con una correlación de grado fuerte, Tau resultó probar el grado de significancia positiva de 0.827 con un p-valor menor al 0.01.
- TERCERA:** Se demostró que si es significativa la relación entre la eficiencia de la atención de créditos y las expectativas de los clientes. La correlación Tau indica un valor positivo y significativo de 0.888 que se ajusta a una correlación de grado fuerte.
- CUARTA:** Se evidencia que la eficiencia de la atención de créditos se relaciona significativamente con las quejas de los clientes. Tau igual a 0.707 indica una correlación de grado fuerte y positiva corroborado por un p-valor menor al 0.01.
- QUINTA:** Se prueba que, si existe relación significativa entre la eficiencia de la atención de créditos y la lealtad de los clientes, cuya correlación resultó positiva y significativa de 0.759 evidenciando la existencia de correlación fuerte.



RECOMENDACIONES

- PRIMERA:** A la Financiera Credialfa garantizar la rapidez y eficiencia en la atención ágil para crear confianza en los clientes. Garantizar un nivel de capitalización para afrontar pérdidas. La política de capitalización debe estar alineada a las expectativas de crecimiento de la empresa.
- SEGUNDA:** A la Financiera Credialfa enfocar mayor empatía y comunicación con los clientes para generar experiencias positivas. Optimizar los procesos de atención de los créditos para crear sinergias positivas en los clientes. Realizar estudio de mercado acerca de la percepción de los clientes sobre el servicio de crédito para mejorar la atención eficiente.
- TERCERA:** A la Financiera Credialfa reforzar la experiencia y relación continua con el cliente para mejorar sus expectativas. Realizar estudio de mercado para identificar la insatisfacción de los clientes para evitar problemas de pérdida de clientes.
- CUARTA:** A la Financiera Credialfa fortalecer soluciones personalizadas frente a las quejas de los clientes, adaptarse a las necesidades de cada cliente para elevar la satisfacción. Cumplir con el servicio de crédito según las expectativas del cliente con procesos simples, rápidos e intuitivos.
- QUINTA:** A la Financiera Credialfa fortalecer la transparencia puesto que los clientes valoran la manera honesta como se manejan las tasas de interés, plazos y condiciones de crédito lo que eleva la lealtad y



satisfacción de los clientes. Escuchar las opiniones del cliente para incorporar mejoras con feedback continuo e innovación constante.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Crawley, M. J. (2014). *Statistics: ad introduction using R*. Pearson. Wiley.
- CONCYTEC (2025). Proyectos de investigación aplicada.
<https://prociencia.gob.pe/wp-content/uploads/2025/concursos/Proyectos-de-Investigacion-Aplicada-2025-02/Bases-PIA%202025.pdf>
- Evans, J. R. y Lindsay, W. M. (2008). *Administración y control de la calidad*. 7ª. Edición. CENGAGE Learning.
https://drive.google.com/file/d/0ByfUJmSJI8nla3BINDdQTIBubkE/view?resourcekey=0-yWX_3FsxRUmLuY4iT2OLsQ
- Financiera Credialfa (2025). Créditos.
<https://images.app.goo.gl/9j7cR4wKbmvaPnoXA>
- Gazi, Md. A. I., Masud, A. A., Amin, M. B., Hossain, Md. A., bin S Senathirajah, A. R., & Abdullah, M. (2024). Evaluating customer satisfaction with the quality of online banking services after COVID-19: developing country perspective. *Cogent Business & Management*, 11(1).
<https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2423057>
- Gestión (2025). Sepa cómo identificar su su historial crediticio es bueno o malo: descúbralo aquí. <https://gestion.pe/tu-dinero/sepa-como-identificar-si-su-historial-crediticio-es-bueno-o-malo-descubralo-aqui-gracias-a-la-sbs-noticia/?ref=gesr>
- Hadi et al. (2023). *Metodología de la investigación: Guía para el proyecto de tesis*. Instituto Universitario de Innovacion Ciencia y Tecnología Inudi Perú.
<https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/book/82>



- Hossain, M. S., Khalifa, G. S. A., Patwary, A. K., Akter, Mst. S., & Pervez, M. O. (2024). Unravelling the Nexus Between Antecedents of Customer Satisfaction and Innovative Service Acceptance in Restaurants. *Journal of Culinary Science & Technology*, 1–21. <https://doi.org/10.1080/15428052.2024.2345311>
- Khassawneh, O., Mohammad, T., Bouchon, F., & Behery, M. (2024). Eco-innovation and customer satisfaction in the hospitality industry in Dubai: the role of green leadership. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 23(3), 413–438. <https://doi.org/10.1080/15332845.2024.2335120>
- Mohamed et al. (2023). *Metodología de la investigación: Guía para el proyecto de tesis*. <https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/book/82>
- Montani, F., Vandenberghe, C., Grenier, S., Courcy, F., & Staglianò, R. (2024). Turning strain into gain: leveraging manager compassion to promote team innovation and customer satisfaction in response to teams' emotional exhaustion. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 34(1), 24–41. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2024.2429849>
- Park, Y., Kim, J., Jiang, Q., & Kim, K. H. (2024). Impact of artificial intelligence (AI) chatbot characteristics on customer experience and customer satisfaction. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 34(3), 439–457. <https://doi.org/10.1080/21639159.2024.2362654>
- Peves, D. (2023). Los sectores con la nota más baja en experiencia de comunicación con el cliente.



<https://gestion.pe/economia/empresas/atencion-al-cliente-canales-de-comunicacion-con-el-cliente-noticia/>

Ramírez, Z. (2025). Bancos se enfocarán en prestar a deudores con garantía, ¿a quienes ven con riesgo?. <https://gestion.pe/tu-dinero/bancos-se-enfocaran-en-prestar-a-deudores-con-garantia-a-quienes-ven-con-riesgo-noticia/>

Ramírez, Z. (2025). BBVA: la estrategia que permitió mejorar la calidad de su cartera de créditos. <https://gestion.pe/economia/empresas/bbva-estrategia-calidad-de-cartera-creditos-noticia/>

SBS (2025). Créditos del sistema financiero.

Shih, I. T., Silalahi, A. D. K., Baljir, K., & Jargalsaikhan, S. (2024). Exploring the impact of perceived sustainability on customer satisfaction and the mediating role of perceived value. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2431647>

Velito, E. (2025). El dilema del consumidor: lealtad o precio ¿Qué prefieren los peruanos?. <https://gestion.pe/economia/empresas/lealtad-vs-precio-los-peruanos-son-fieles-a-una-marca-o-tiene-un-repertorio-de-opciones-noticia/?ref=gesr>

Westin, L., Hallencreutz, J., & Parmler, J. (2024). Integrating perceived sustainability into customer satisfaction models - insights from the Swedish banking and energy sectors. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2387203>

Yang, J., Guo, H., & Wei, S. (2025). How Pricing and Promotion Strategies Influence Customer Satisfaction in Sustainable Fashion. *International*



Journal of Electronic Commerce, 29(2), 210–234.

<https://doi.org/10.1080/10864415.2025.2471675>



ANEXOS

ANEXO 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA

TESIS: EFICIENCIA EN LA ATENCIÓN DE CRÉDITOS Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA FINANCIERA

CREDIALFA, JULIACA 2025

Interrogantes	Objetivos	Hipótesis	Variable	Metodología
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	<i>Variable 1</i> ✓ Eficiencia en la atención de créditos	Diseño - No experimental - Cuantitativo
¿De qué manera se relaciona la eficiencia de la atención de créditos y la satisfacción de los clientes en la Financiera Credialfa, Juliaca 2025?	Estimar de qué manera se relaciona la eficiencia de la atención de créditos y la satisfacción de los clientes en la Financiera Credialfa, Juliaca 2025	La eficiencia de la atención de créditos tiene relación significativa con la satisfacción de los clientes en la Financiera Credialfa, Juliaca 2025	<i>Variable 2</i> ✓ Satisfacción de los clientes	Tipo - Aplicada Nivel - Correlacional
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específica		Métodos - Deductivo - Analítico
¿Esta la eficiencia en la atención de créditos relacionada con la calidad percibida por los clientes en la Financiera Credialfa, Juliaca 2025?	Explicar si esta la eficiencia en la atención de créditos relacionada con la calidad percibida por los clientes en la Financiera Credialfa, Juliaca 2025	La eficiencia en la atención de créditos si está relacionada significativamente con la calidad percibida por los clientes en la Financiera Credialfa, Juliaca 2025		Población - 40 clientes Muestra - 40 clientes
¿Es significativa la relación entre la eficiencia de la atención	Evaluar si es significativa la relación entre la eficiencia de la	Si es significativa la relación entre la eficiencia de la atención de créditos y las		Test de correlación - Tau b de Kendall



de créditos y las expectativas de los clientes en la Financiera Credialfa, Juliaca 2025?	atención de créditos y las expectativas de los clientes en la Financiera Credialfa, Juliaca 2025	expectativas de los clientes en la Financiera Credialfa, Juliaca 2025		
¿Cómo la eficiencia de la atención de créditos se relaciona con las quejas de los clientes en la Financiera Credialfa, Juliaca 2025?	Determinar cómo la eficiencia de la atención de créditos se relaciona con las quejas de los clientes en la Financiera Credialfa, Juliaca 2025	La eficiencia de la atención de créditos se relaciona significativamente con las quejas de los clientes en la Financiera Credialfa, Juliaca 2025		
¿Existe relación entre la eficiencia de la atención de créditos y la lealtad de los clientes en la Financiera Credialfa, Juliaca 2025?	Analizar si existe relación entre la eficiencia de la atención de créditos y la lealtad de los clientes en la Financiera Credialfa, Juliaca 2025	Si existe relación significativa entre la eficiencia de la atención de créditos y la lealtad de los clientes en la Financiera Credialfa, Juliaca 2025		



ANEXO 2. ENCUESTA

ENCUESTA

Tesis: Eficiencia en la atención de créditos y la satisfacción de los clientes en la Financiera Credialfa, Juliaca 2025

Día:/...../..... Lugar:..... N°:.....

Nunca =1 Casi Nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5

Marque con un aspa la siguiente encuesta:

Variable: Eficiencia en la atención de créditos

¿Cómo evaluaría las siguientes categorías?	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
a) ¿El personal que labora en la Financiera Credialfa atiende con profesionalismo y trato respetuoso?					
b) ¿Le causa confianza el personal que atiende en la Financiera Credialfa?					
c) ¿Se atiende con rapidez la solicitud, aprobación y desembolso de crédito?					
d) ¿El personal demuestra empatía en cada atención de crédito?					
e) ¿El personal que labora en la Financiera Credialfa le ofrece soluciones ágiles y trato amable?					



Variable: Satisfacción de los clientes

DIMENSIÓN 1: Calidad percibida

¿Cómo evaluaría las siguientes categorías?	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
a) ¿Tuvo facilidades para acceder a un crédito en la Financiera Credialfa?					
b) ¿Valora usted la atención personalizada de la Financiera Credialfa?					
c) ¿El personal que labora en la Financiera Credialfa es atento ante la solicitud de un crédito?					

DIMENSIÓN 2: Expectativas de los clientes

¿Cómo evaluaría las siguientes categorías?	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
a) ¿Los procesos de evaluación y aprobación de crédito son ágiles en la Financiera Credialfa?					
b) ¿El personal que labora en la Financiera Credialfa le comunica con claridad las tasas de interés y comisiones de crédito?					
c) ¿Tiene facilidades de acceso un crédito por medio de herramientas digitales?					



DIMENSIÓN 3: Quejas de los clientes

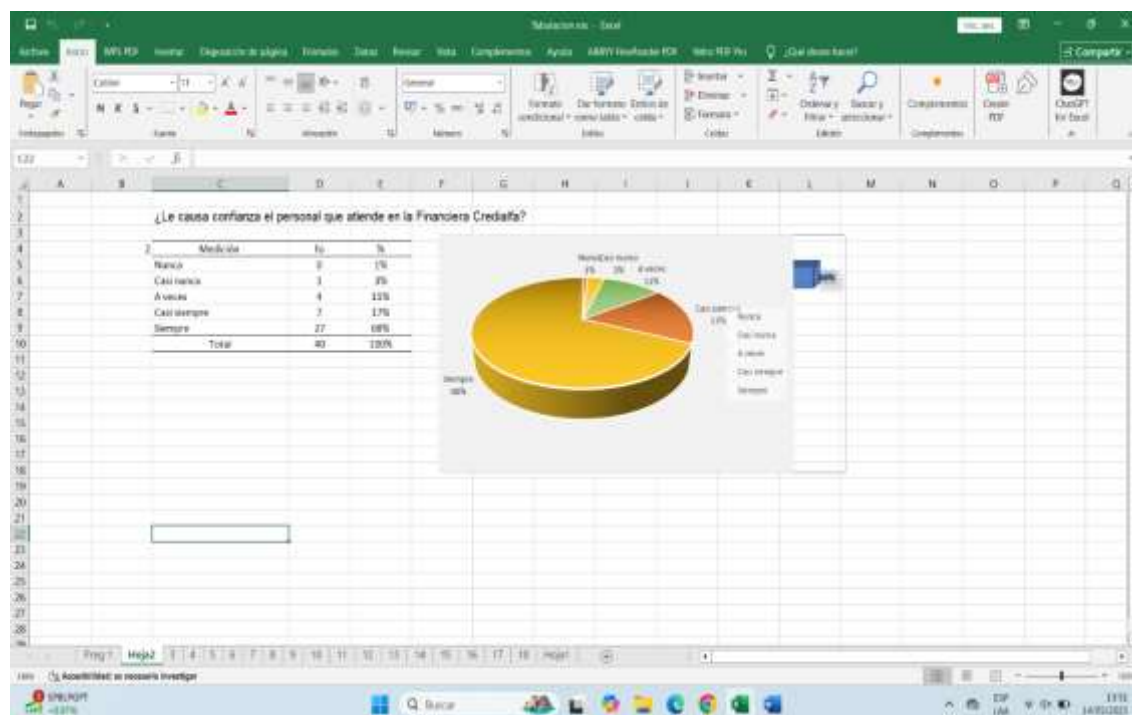
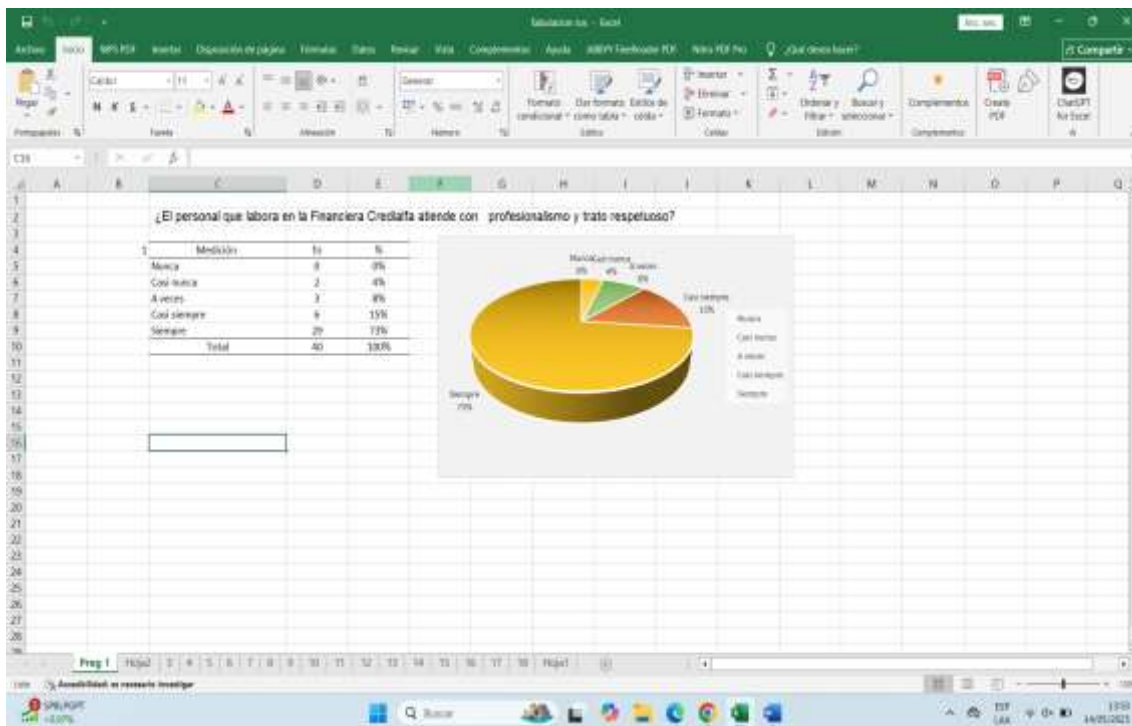
¿Cómo evaluaría las siguientes categorías?	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
a) ¿Los intereses son demasiado altos?					
b) ¿El personal que labora en la Financiera Credialfa le explica con claridad las condiciones de crédito?					
c) ¿Tuvo retrasos en la aprobación de su crédito?					
d) ¿Tuvo larga espera para la obtención de un crédito?					

DIMENSIÓN 4: Lealtad de los clientes

¿Cómo evaluaría las siguientes categorías?	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
a) ¿Actualmente, le genera confianza la Financiera Credialfa?					
b) ¿Considera eficiente y transparente la aprobación de crédito?					
c) ¿La Financiera Credialfa muestra flexibilidad en el otorgamiento de crédito?					
d) ¿Se beneficia con tasas de interés preferencial?					

Gracias

ANEXO 3. PROCESAMIENTO DE DATOS



ANEXO 4. PANEL DE FOTO



Vista del personal que labora en la Financiera Credialfa



Vista del equipamiento de la Financiera Credialfa



Vista de la las instalaciones de la Financiera Credialfa



ANEXO 5. VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Validación de instrumento

Opinión de experto

I. DATOS DEL EXPERTO

- 1. Apellidos y Nombres: Mamani Mamani Jesús
- 2. Cargo e institución donde labora: Docente UANCV
- 3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Encuesta
- 4. Autor del instrumento: Rosmary Mendoza Jampa

II. PUNTOS DE VALIDACIÓN

DIMENSIONES	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		0 - 20%	21 - 40%	41 - 60%	61 - 80%	81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en base a la realidad local					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para la mejora de las unidades de estudio					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Favorable

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 9.6%

Lugar y fecha: Lulima, 07.06.2025

.....
 Firma del experto
 DNI N°: 9245243 Cel.: 985-888536



Opinión de experto

I. DATOS DEL EXPERTO

1. Apellidos y Nombres: *Huanani Juanara Judy*
2. Cargo e institución donde labora: *Docente UANCV*
3. Nombre del instrumento motivo de evaluación: *Encuesta*
4. Autor del instrumento: *Rosmery Mendoza Pampa*

II. PUNTOS DE VALIDACIÓN

DIMENSIONES	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		0 - 20%	21 - 40%	41 - 60%	61 - 80%	81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					97
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en base a la realidad local					95
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia					96
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					96
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					95
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para la mejora de las unidades de estudio					96
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos					96
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					94
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					97

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: *Aplicable*

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 97%

Lugar y fecha: *Lechuza 05/05/2025*

[Firma]

Firma del experto

DNI N°: *40673820* Cel.: *989-574722*



ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

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

Formato digital

Fecha de entrega: 16 - 07 - 2025

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: ROSMERY MENDOZA PAMPA

Dirección: JR SAN AGUSTIN MZ B2 LT2

DNI/Camé de Extranjería/Pasaporte N°: 75876831

Teléfono: 950 424 216 email: Mendozapamparosmeri@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____

Dirección: _____

DNI/Camé de Extranjería/Pasaporte N°: _____

Teléfono: _____ email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

Escuela Profesional o Mención: DE CONTABILIDAD

Título o Grado Académico a optar: CONTADOR PÚBLICO

Asesor: Dra. YUDY HUACANI SUCASACA

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional Trabajo Académico

Título: EFICIENCIA EN LA ATENCIÓN DE CRÉDITOS Y LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA FINANCIERA CREDIALFA, JULIACA 2025

Palabras claves, (3 a 5 términos): Atención de créditos, satisfacción del cliente, Financiera.

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

1

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: Economía sectorial - P15

Firma de Autor



huella digital

16 - 07 - 2025

Fecha