UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN Y CALIDAD DEL SERVICIO EN LA ENTIDAD FINANCIERA CONFIANZA, PUCALLPA, 2016

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

WILLIAMS RODRIGO CINSE CURE

PUCALLPA – PERÚ

2018

ACTA DE APROBACIÓN

La presente Tesis fue aprobada por el jurado calificador de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Nacional de Ucayali, para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración

Dr. Moisés A. Cueva Muñoz ……
Presidente

Abog. Mg. Edgar Guisado Moscoso ……
Miembro

Lic. Mg. Manuel Rocha Gonzales …….
Miembro

Dr. Limber Pinchi Fasanando ……....
Asesor

Bach. Williams Rodrigo Cinse Cure ……....
Tesista

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios, quien me inspiró en mis estudios, y en la culminación de esta tesis.

A mis padres quienes me dieron vida, educación, apoyo y consejos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Nacional de Ucayali, en nombre de ella a la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, especialmente a la Escuela de Administración, de manera particular a mis docentes, quienes me enseñaron a parte de los cursos que impartieron en clase, a ser mejor persona, y vocación de servicio por encima de todo.

También agradezco al Gerente de la Financiera Confianza, por haberme apoyado en la aplicación de mis instrumentos, sin ello no hubiera sido posible culminar mi investigación.

Asimismo, agradezco a mi asesor en la persona del Dr Limber Pinchi Fasanando, quien acertadamente me condujo hacia la culminación de mi tesis.

Finalmente agradezco a mis compañeros de clase, quienes me han permitido formar parte de su entorno, con quienes he compartido muchas ideas y discrepancias, que han fortalecido mis conocimientos, recuerdos que jamás se irán de nuestras mentes.

INDICE

ACTA DE APROBACIÓN ii

DEDICATORIA iii

AGRADECIMIENTO iv

RESUMEN x

ABSTRACT xi

INTRODUCCIÓN xii

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 14

1.1. Descripción del problema 14

1.2. Formulación del problema 19

1.3. Objetivo general y objetivos específicos 19

1.4. Hipótesis y/o sistema de hipótesis 20

1.4.1. Hipótesis general 20

1.4.2. Hipótesis Específicas 20

1.5. Variables 21

1.5.1. Definición conceptual de variables 21

1.5.2. Definición operacional de las variables 21

1.6. Operacionalización de variables 22

1.7. Justificación e importancia 22

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO 25

2.1. Antecedentes 25

2.2. Bases teóricas 28

2.3 Definición de términos básicos 35

CAPITULO III: METODOLOGÍA 40

3.1. Método y diseño de investigación 40

3.1.1. Método de investigación 40

3.1.2. Diseño y esquema de la investigación 40
3.2. Población, muestra y muestreo 41
3.2.1. Población 41
3.2.2. Muestra 41
3.2.3. Muestreo 43
3.3. Procedimiento de recolección de datos 43
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos 43
3.5. Procesamiento de recolección de datos 44
3.6. Tratamiento de los datos 44
3.7. Presentación de los datos 45
CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN 47
4.1. Resultados 47
4.1.1. Descripción y análisis de resultados para responder los objetivos 47
4.1.2. Descripción y análisis de resultados para responder las hipótesis 52
4.2. Discusión de resultados 55
CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 60
5.1. CONCLUSIONES 60
5.2. RECOMENDACIONES 61
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS 64
6.1. Referencias bibliográficas 64
Anexos 75

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 Nivel alcanzado de la variable TICs..... 46

TABLA 2 Distribucion de frecuencias de los resultados obtenidos de la variable TICs 46

TABLA 3 Nivel alcanzado de la variable calidad del servicio 47

TABLA 4 Distribucion de frecuencias de los resultados obtenidos de la variable Calidad del servicio 47

TABLA 5 Distribución de frecuencias de los resultados obtenidos de la dimensión:
informaciòn..... 48

TABLA 6 Distribución de frecuencias de los resultados obtenidos de la dimensión:
comunicaciòn 49

TABLA 7 Distribución de frecuencias de los resultados obtenidos de la dimensión:
Convivencia digital 49

TABLA 8 Distribución de frecuencias de los resultados obtenidos de la dimensión:
tecnologia..... 50

TABLA 9 Relación entre la las TICs y la calidad del servicio 51

TABLA 10 Relación entre la informaciòn y la calidad del servicio..... 52

TABLA 11 Relacion entre la comunicación y la calidad del servicio 53

TABLA 12 Relacion entre la convivencia digital y la calidad del servicio 53

TABLA 13 Relacion entre la tecnologia y la calidad del servicio. 54

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 : Porcentajes obtenidos del variable TICs..... 47

Figura 2 : Porcentajes obtenidos de la variable calidad del servicio 48

Figura 3: Porcentajes obtenidos de la dimensión informaciòn 48

Figura 4: Porcentajes obtenidos de la dimensión comunicaciòn..... 49

Figura 5: Porcentajes obtenidos de la dimensión convivencia digital 50

Figura 6 :Porcentajes obtenidos de la dimensión tecnologia 50

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Instrumento 1 76

Anexo 2: Instrumento 2 78

Anexo 3: Matriz de consistencia 80

RESUMEN

La presente investigación, se realizó con el objetivo de establecer la relación de las tecnologías de la información y comunicación y la calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza, Pucallpa, 2016, la misma que beneficia a la Entidad Financiera y a sus clientes razón de su existencia.

En la presente investigación utilizamos el método descriptivo correlacional, con diseño transeccional correlacional, se trabajó la variable tecnologías de la información y comunicación con un muestreo de 30 trabajadores, y la variable calidad del servicio con un muestreo de 30 clientes, se aplicó dos cuestionarios de preguntas cerradas con 20 ítems cada uno, 5 opciones de respuesta, las encuestas se procesaron en el programa Excel, y el análisis de los datos se hizo a través la prueba estadística de coeficiente de correlación de Pearson, en el programa (SPSSv24).

Existe una relación negativa baja, no significativa, entre las tecnologías de la información y comunicación y la calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, 2016, pues indica que las tecnologías de la información y comunicación no contribuye a mejorar la calidad del servicio en dicha Entidad.

Palabras clave: Tecnologías, información, comunicación, calidad

ABSTRACT

The present investigation was carried out with the objective of establishing the relationship between information and communication technologies and the quality of the service in the Financial Institution Confianza, Pucallpa, 2016, which benefits the Financial Institution and its clients. existence.

In the present research we used the correlational descriptive method, with correlational transectional design, we worked on the variable information and communication technologies with a sample of 30 workers, and the quality of service variable with a sample of 30 clients, two questionnaires were applied closed questions with 20 items each, 5 response options, surveys were processed in the Excel program, and data analysis was done using the statistical test of Pearson's correlation coefficient in the program (SPSSv24).

There is a low, non-significant negative relationship between information and communication technologies and the quality of service in the Financial Institution Confianza de Pucallpa, 2016, since it indicates that information and communication technologies do not contribute to improve the quality of the service in that Entity.

Keywords: Technologies, information, communication, quality

INTRODUCCIÓN

La tecnologias de la informacion y la comunicación se han covertido en uno de los factores mas importantes del desrrollo economico social, hoy en dia se hace mas que necesario en las organizaciones, especialemente en las entidades finacieras, porque sus operaciones lo realizan a traves del Internet, ya sea para para captar y colocar recursos de sus clientes, y lo mas relevante que las TICs han transformado nuestra manera de trabajar y gestionar recursos. Asimismo es elemento clave para hacer que nuestro trabajo sea más productivo: agilizando las comunicaciones, sustentando el trabajo en equipo, gestionando las existencias, realizando análisis financieros, y promocionando nuestros productos en el mercado. Bien utilizadas, las TIC permiten a las empresas producir más cantidad, más rápido, de mejor calidad, y en menos tiempo, brindar una mejor calidad de servicio.

La calidad del servicio esta ayudando a mejorar la relacion entre la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa y sus clientes, significando mayor apertura de crecimiento y respaldo a los comerciantes informales que no cuentan con las garantias para recibir un prestamo y hacer crecer su negocio, brindando asi la confianza necesaria y oportunidad para salir de abajo; Sin embargo el servicio no todo es color de rosa, muchos de los clientes manifiestan que el servicio no es de todo bueno, situacion que debe preocupar tanto a los dueños de la empresa y a los clientes, ya que de la calidad del servicio que presta, dependerá su presencia en el mercado, es por ello y por otros poblemas, desarrollamos el presente trabajo de investigación, bajo la siguiente estructura:

Capítulo I: problema de investigación: en este capitulo presentamos la descripcion del problema a través del mètodo deductivo, tambien presentamos

la formulación del problema, los objetivos, la hipótesis general y específicos, las variables, justificación e importancia, viabilidad y limitaciones de la investigaciòn.

Capítulo II: marco teórico: presentamos 5 antecedentes y 5 teorías de la variable tecnologías de la información y la comunicación, 5 antecedentes, 5 teorías de la variable calidad del servicio, también presentamos definiciones de términos básicos por cada variable.

Capítulo III: marco metodológico: presentamos, el tipo de investigación, diseño y esquema de investigación, población, muestra, muestreo, instrumentos de recolección de datos, y técnicas de recojo.

Capítulo IV: resultados: presentamos los resultados de trabajo de campo con aplicación estadística, la prueba de la hipótesis general y la prueba de hipótesis específicas.

Capítulo V: discusión de resultados: presentamos la contrastación de los resultados de la investigación con los resultados de los antecedentes descritos en los antecedentes de las bases teóricas.

Conclusiones: presentamos 7 conclusiones y 7 recomendaciones, la primera conclusión referida a la relación entre variables, la segunda y tercera responden al nivel alcanzado por variable, y de la cuarta a la séptima, responden a la relación de las dimensiones de la variable tecnologías de la información y comunicación con la variable calidad del servicio.

Finalmente presentamos las referencias bibliográficas.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema

Acerca de las (TICs) y la calidad del servicio (Alonso 2010) afirma que están presentes en todos los niveles de nuestra sociedad, desde las más grandes corporaciones empresariales, las pymes, gobiernos, administraciones, universidades, centros educativos, organizaciones socioeconómicas y asociaciones, profesionales y particulares.

De ahí, en el año 2011, ha marcado un punto de inflexión para el sector TIC mundial. Ha sido un año en el que el conjunto del mercado TIC movió en el mundo 3.6 billones de dólares, el resultado representa un crecimiento de 3.7 % en el ámbito mundial y demuestra que el sector es uno de los que mejor resisten la coyuntura a negativa mundial. Un año que ha presenciado la eclosión de usos y tecnologías innovadoras. La expansión de la Internet móvil y las redes sociales, el inicio del viaje que lleva desde la “administración electrónica” y la extensión del uso de terminales inteligentes y tarjetas, electrónicas que combinan las funcionalidades de la telefónica, el ordenador, la conexión a internet y el acceso a mundos multimedia completamente novedosos, configuran un escenario muy diferente a cualquiera existente previamente. (Verano, 2012).

Sin embargo, para (Rodriguez Leal & Carnota, 2015) conforman una visión de futuro lo acontecido en diversos países de América Latina y el Caribe durante el continuo proceso de incorporación de las tecnologías de

la información y la comunicación (TIC) en sus respectivos contextos. Aquí están presentes las iniciativas y los conflictos técnicos, sociales y políticos, surgidos en el esfuerzo por alcanzar la apropiación de estas tecnologías de 23 países diferentes y, claro está, las personas e instituciones que, desde la academia, las organizaciones de la sociedad civil, el sector público y las empresas privadas motorizaron aquellas iniciativas.

Simultáneamente en cuanto al Perú, según (INEI, 2016) aumenta el acceso a las TIC en hogares con jefes de hogar que cuentan con educación, los mayores incrementos son en superior no universitaria con 0,6 punto porcentual, secundaria y primaria ambos con 0,5 punto porcentual. En el caso de los hogares cuyo jefe tiene educación superior universitaria con 0,3 punto porcentual, prácticamente se mantiene el mismo nivel de acceso encontrado en 2014. El acceso a las Tecnologías de Información y Comunicación se intensifica en hogares con mayor educación. Así, en los hogares cuyos jefes cuentan con educación superior (universitaria y no universitaria), el acceso ambos niveles de educación es de 99 de cada 100 hogares; en los hogares con jefes que tienen educación secundaria es 96 de cada 100 y en los hogares con educación primaria o menor nivel, el acceso es 78 de cada 100 hogares, siendo menor en este nivel.

En vista de que, en la actualidad, los avances tecnológicos como internet y las decisiones políticas adoptadas, han potenciado el desarrollo de

soluciones como la Infraestructura de Datos Espaciales - IDE. El Gobierno Regional de Ucayali crea el Comité Coordinador de IDE, alineándose así a la política de Estado de promover, facilitar e incorporar el uso de las nuevas tecnologías de información y comunicaciones para el acceso y gestión de datos y servicios geográficos disponibles en Internet, cumpliendo una serie de normas, estándares y especificaciones que regulan y garantizan la interoperabilidad de la información geográfica. (Geoportal, 2016).

Las tecnologias de la informacion y comunicación, han transformado nuestra manera de trabajar y gestionar recursos. Las TIC son un elemento clave para hacer que nuestro trabajo sea más productivo: agilizando las comunicaciones, sustentando el trabajo en equipo, gestionando las existencias, realizando análisis financieros, y promocionando nuestros productos en el mercado. Bien utilizadas, las TIC permiten a las empresas producir más cantidad, más rápido, de mejor calidad, y en menos tiempo, brindar una mejor calidad de servicio, entonces las TIC estan intimamente relacionados con la satisfaccion del cliente, bajo ese contexto evaluamos esta importante variable, de acuerdo a las siguientes consideraciones:

En cuanto a la calidad del servicio Según (Gonzales Aponcio, 2000) actualmente, uno de los desafíos más inmediatos para las entidades financieras españolas es considerar a la calidad del servicio financiero como el precio que hay que pagar para poder entrar a competir en el mercado. Es decir, no solo será un factor diferenciador frente a la

competencia, sino un elemento imprescindible para sobrevivir. Así, las entidades financieras que sean capaces de definir, medir y alcanzar la calidad exigida por sus clientes podrán obtener y mantener una fuerte ventaja competitiva frente al resto de las entidades del sector. La calidad del servicio financiero y la confianza representa una autentica oportunidad para mejorar la posición competitiva.

A su vez en América Latina, la baja calidad en la atención del cliente, el tiempo de espera extremadamente largo para realizar transacciones bancarias y la insuficiente información sobre los servicios financieros disponibles constituyen ejemplos de ineficiencia del servicio. En cuanto a los problemas de acceso que son particulares a los depositantes de bajos ingresos, destacan: la insuficiencia de sucursales, sobre todo en pequeñas comunidades rurales, los altos requisitos de documentación para abrir una cuenta bancaria y los altos costos asociados con mantener una cuenta bancaria, incluyendo el mantenimiento de saldos mínimos. (Rojas Suarez, 2006).

Sin embargo (BBVA, 2009) señala que buena parte de las entidades que operan en el Perú está realizando esfuerzos al interior de sus organizaciones, para adaptarse a un nuevo escenario en el mercado, ese nuevo exigente cliente financiero es un incentivo para que la banca pugne por mejorar sus productos y canales de atención. En el caso del BBVA, su organización revela el enfoque en el cliente.

Generalmente para (Perez, 2015) las empresas que tienen personal calificado en Administración de Negocios, se dan cuenta de la necesidad de ser una empresa referente. Al contrario, las empresas pequeñas, no cuidan de este referente, tienen buenas utilidades mientras no lleguen las grandes empresas. Como ejemplo las empresas de bienes en Pucallpa, tenían buenas ganancias, lo que disminuyó con la llegada de Plaza Vea y Open Plaza.

Asi mismo (Financiera Confianza, 2015), menciona que la calidad del servicio esta ayudando a mejorar la relacion entre ambas partes, es decir; cliente – empresa, lo que significa mayor apertura de crecimiento y respaldo a los comerciantes informales que no cuentan con las garantias para recibir un prestamo y hacer crecer su negocio, brindando asi la confianza necesaria y oportunidad para salir de abajo. Algunos clientes por primera vez tienen acceso al credito ya que perdieron el temor a los prestamos permitiendo mejorar la calidad de vida y hacer realidad sus sueños por que la entidad fomenta y promueve el emprendimiento. Sin embargo el servicio no todo es color de rosa, muchos de los clientes manifiestan que el servicio no es de todo bueno, situacion que debe preocupar tanto a los dueños de la empresa y a los clientes, ya que de la calidad del servicio que presta, dependerá su presencia en el mercado, es por ello que nos formulamos las siguientes interrogantes:

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo es la relación de las tecnologías de la información y comunicación con la calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza, Pucallpa, 2016?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cómo es la relación de la información y calidad del servicio en la entidad financiera Confianza, Pucallpa, 2016?
- ¿Cómo es la relación de la comunicación y calidad del servicio en la entidad financiera Confianza, Pucallpa, 2016?
- ¿Cómo es la relación de la convivencia digital y calidad del servicio en la entidad financiera Confianza, Pucallpa 2016?
- ¿Cómo es la relación de la tecnología y calidad del servicio en la en la entidad financiera Confianza, Pucallpa, 2016?

1.3. Objetivo general y objetivos específicos

1.3.1. Objetivo general

Establecer la relación de las tecnologías de la información y comunicación y calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza, Pucallpa, 2016.

1.3.2. Objetivos específicos

- Presentar el nivel de las tecnologías de la información y comunicación en la Entidad Financiera Confianza, Pucallpa, 2016.

- Detallar el nivel de la calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza, Pucallpa, 2016.
- Precisar la relación de la información y la calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza, Pucallpa, 2016.
- Conocer la relación de la comunicación y la calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza, Pucallpa, 2016.
- Indicar la relación de la convivencia digital y la calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza, Pucallpa, 2016.
- Determinar la relación de la Tecnología y la calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza, Pucallpa, 2016.

1.4. **Hipótesis y/o sistema de hipótesis**

1.4.1. Hipótesis general

La relación de las tecnologías de la Información y comunicación y la calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza, Pucallpa, 2016, es significativa.

1.4.2. Hipótesis Específicas

- La relación de la información y calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza, Pucallpa, 2016, es significativa.
- La relación de la comunicación y calidad del servicio, en la Entidad Financiera Confianza, Pucallpa, 2016, es significativa.
- La relación de la convivencia digital y calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza, Pucallpa, 2016, es significativa.

- La relación de la Tecnología y calidad del servicio, en la Entidad Financiera Confianza, Pucallpa, 2016, es significativa.

1.5. **Variables**

1.5.1. Definición conceptual de variables

- Tecnologías de la información y comunicación: según (UNAM, 2013), las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) son todos aquellos recursos, herramientas y programas que se utilizan para procesar, administrar y compartir la información mediante diversos soportes tecnológicos.
- Calidad del servicio: según (Juran, 2013) calidad de Servicio es un concepto que deriva de la propia definición de Calidad, entendida como satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente como aptitud de uso.

1.5.2. Definición operacional de las variables

- Tecnologías de la información y la comunicación: es la información que se ha recabado a todos los trabajadores de la Entidad Financiera Confianza de la cuidad de Pucallpa con el fin de conocer su percepción sobre las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), a través de cuestionarios de preguntas relacionadas, con la información, comunicación, convivencia digital y tecnologías.
- Calidad del servicio: es la información que se ha recabado a todos los clientes de la Entidad Financiera Confianza de la ciudad de Pucallpa, con el fin de conocer su percepción sobre la calidad del servicio, a través de cuestionarios de preguntas relacionadas, con los aspectos tangibles, asesores, personal administrativo, confiabilidad y empatía.

1.6. Operacionalización de variables

Tabla 1: Dimensiones, variables e indicadores

Variable	Dimensiones	Indicadores
Tecnologías de la información y la comunicación	Información	Información como fuente
		Información como producto
	Comunicación	Efectiva
		Colaboración
	Convivencia digital	Ética y autocuidado
		TIC y sociedad
	Tecnología	Conocimientos de TIC
		Operar la TIC
		Usar las TIC
Calidad del servicio	Aspectos tangibles	Instalaciones
		Equipos
		Aspectos del personal
		Materiales de comunicación
	Personal administrativo	Disposición
		Buena voluntad
		Comportamiento
		Apariencia física
	Confiabilidad	Desempeño confiable
		Inquietud
		Actitud
	Empatía	Comprensión de las necesidades de los clientes

Fuente: matriz de consistencia

1.7. Justificación e importancia

Desde el punto de vista teórico, la investigación resalta su importancia porque entrega las teorías de Modelos de la Comunicación electrónica de Morris y Ogan (1996), y Revolución de la educación, fundamentada en el desarrollo de las TIC, según Brunner (2000), los primeros nos indican, en cuanto a la clasificación en función del número de intervinientes en el proceso de comunicación, es decir, según la existencia de un receptor o algunos o muchos receptores, y un destinatario o algunos o muchos

destinatarios, y el segundo nos afirma, que la cuarta revolución es la que comienza a vivirse actualmente impulsada por el desarrollo de las TIC. Por supuesto, al describir dicha revolución, habla de algo que está ocurriendo, de manera lenta y progresiva, no describe una situación dada. También nos entrega la teoría de la calidad del servicio por Albertch y Carlzon (1941) y la teoría de los círculos de calidad de Ishikawa (1986), los primeros establecen que la calidad de servicio está determinada por la enunciación de estándares de servicio, y la descripción de funciones del personal del servicio. Tanto los estándares y la descripción de funciones juegan un papel importantísimo en el proceso de evaluación de desempeño de los empleados. Y la principal aportación del segundo es, la configuración actual del diagrama causa-efecto, para efectuar análisis de causalidad, llamado en su honor diagrama de Ishikawa y la estructuración actual de los círculos de calidad tal como funcionan en Japón.

Desde el punto de vista metodológico, la investigación presenta algunas técnicas de investigación como es el cuestionario de preguntas cerradas, asimismo indica que la prueba de hipótesis de la investigación lo hemos realizado con el coeficiente estadístico de Pearson, también presenta la escala de clima organizacional" (EDCO) que guía la forma de determinar el nivel los objetivos de la investigación y finalmente presentamos dos instrumentos de investigación que apoyará a los investigadores a recoger información referente al estudio de nuestras variables en otras empresas.

Desde el punto de vista práctico, la investigación ofrece resultados referidos al manejo de las TICs y la calidad del servicio en una Entidad Financiera, el mismo que puede apoyar como referencia a todos los directivos de las empresas, para entender la importancia que tiene el manejo de las TICs para mejorar el desempeño de los trabajadores, consecuentemente en la satisfacción del cliente que es propósito final de las empresas en la actualidad.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. Las tecnologías de la información y comunicación

En una investigación sobre la influencia de las tecnologías de la información y las comunicaciones en las PYMES del sector textil efecto de la implantación del comercio electrónico, (Muñoz, 2004), concluye: el capital tecnológico es un elemento clave dentro del conocido Capital Intelectual de las Organizaciones y es estudiado con profundidad en la última década debido a la importancia estratégica del conocimiento y los activos intangibles en el actual entorno socioeconómico.

Igualmente (Alfonso Gimeno, 2010), en su estudio titulado la influencia de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones en la banca online y su aplicación en las cooperativas de crédito, concluye: Las TIC son incuestionables y se encuentran en todo nuestro entorno, formando parte de la cultura tecnológica que nos rodea y con la que debemos convivir. Amplían las capacidades físicas y mentales, posibilitando un mayor desarrollo social.

A su vez Huaroto De la Cruz, (2011) en su investigación titulada efecto de la adopción de internet en la productividad de las MYPEs concluye: existe una relación positiva, significativa y robusta entre el Uso de Internet y la Productividad de la empresa pues indica que existe un efecto positivo del uso, incluso controlado por la existencia de variables no observables en el tiempo.

Así mismo, (Gimeno, 2010), en su estudio sobre la influencia de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones y su repercusión en las estrategias empresariales: la banca online y su aplicación en las cooperativas de crédito, concluye: las TIC son incuestionables y se encuentran en todo nuestro entorno, formando parte de la cultura tecnológica que nos rodea y con la que debemos convivir. Amplían las capacidades físicas y mentales, posibilitando un mayor desarrollo social. Así como las máquinas ampliaron nuestras capacidades físicas, las TIC amplían nuestras capacidades intelectuales.

En definitiva (Pinza & Sánchez, 2010), investigaron sobre el impacto de las TIC en el desempeño de las PYMES en el Ecuador, sector 2 del Cantón J. concluye: Las pequeñas y medianas empresas poseen tecnologías de la información en un 75%, pero de este porcentaje la mayoría de la empresa a pesar de poseer las TIC no tiene un correcto uso de las mismas; sin embargo, existen empresas que son consideradas como modelo en uso de TIC.

2.1.2. Calidad de Servicio

En un estudio sobre diagnostico la calidad de servicio prestado por el centro de atención al cliente de la empresa B.O.C. Gases de Venezuela, C.A. (Colmenarez, 2007), concluye: el grado de confianza que demuestra los clientes está determinado por la asesoría y comprensión que se le brinda al realizar sus requerimientos, que a su vez está directamente

afectada por la capacitación del personal del CSC, y va acorde al tamaño y actividad del cliente.

Seguidamente, (Roldan, 2010), estudió sobre la calidad de servicio y lealtad de compra del consumidor en supermercados limeños concluyendo: la calidad de servicio tiene mayor asociación con la lealtad como intención de comportamiento, frente a la lealtad como comportamiento efectivo. Los factores de calidad de servicio se encuentran más relacionados con la lealtad.

Por otro lado (Gutiérrez, 2012), investigó sobre diagnóstico y propuesta de mejora de calidad en el servicio de una empresa de unidades de energía eléctrica ininterrumpida, concluyendo: de acuerdo a lo obtenido en este análisis, mientras el flujo de comunicaciones no se de en todos sentidos, facilitando el desarrollo de un paquete de servicios que brindarle al cliente, no se obtendrán resultados que ayuden a mejorar la satisfacción del cliente y por lo tanto la lealtad de los clientes.

Simultáneamente, (García, 2013), investigó sobre los efectos de la calidad de servicio y de la satisfacción del cliente sobre la fidelidad a los servicios oficiales de posventa de automoción españoles, concluyendo: hasta ahora muchas empresas, han dado por sentado que la inversión en calidad de servicio es rentable, pues tienen un impacto menor al esperado sobre el comportamiento del cliente.

Finalmente (Pérez, 2014), estudió sobre la calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante campestre SAC-CHICLAYO donde concluye: los resultados estudiados en la calidad del servicio revelan si la empresa ofrece un servicio bueno puede superar las expectativas del cliente.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Las tecnologías de la información y comunicación

- Teoría de Modelos de la Comunicación electrónica de Morris y Ogan (1996)

De acuerdo a. (Morris y Ogan, 1996), citado por (De Redondo, 2010)**,** en cuanto a la clasificación en función del número de intervinientes en el proceso de comunicación, es decir, según la existencia de un receptor o algunos o muchos receptores, y un destinatario o algunos o muchos destinatarios. Se puede definir los siguientes modelos de comunicación electrónica:

- Comunicación asincrónica uno-a-uno, como es el caso del Email
- Comunicación asincrónica de muchos-a-muchos, como los grupos de noticias, foros de debate.
- Comunicación sincrónica que puede darse uno-a-uno, uno-a- pocos, o uno a-muchos, como es el caso de los chats.
- Comunicación asincrónica caracterizada generalmente por la necesidad del receptor de buscar una ubicación en concreto para acceder a la información, que puede implicar a su vez diversos tipos

de relaciones entre emisor y receptor como es el caso de los sitios web.

- Revolución de la educación, fundamentada en el desarrollo de las TIC, Según Brunner (2000),

Yenny, (2011) cita a Brunner (2000) indica que la cuarta revolución es la que comienza a vivirse actualmente impulsada por el desarrollo de las TIC. Por supuesto, al describir dicha revolución, habla de algo que está ocurriendo, de manera lenta y progresiva, no describe una situación dada. Esta revolución se caracteriza por:

- El conocimiento comienza a dejar de ser lento, escaso y estable.
- El establecimiento escolar sede el paso a otros medios por los que se tiene contacto con la información, se puede decir que deja de ser el canal único mediante el cual las nuevas generaciones entran en contacto con el conocimiento y la información.

- Teoría de la comunicación de Vigotsky aplicada a las TIC (1978)

De acuerdo a (Vigotsky, 1978) indica que las tecnologías de la comunicación son los útiles con que el hombre construye realmente su representación externa que más tarde incorporará mentalmente, se interiorizará. La cultura crea un número cada vez más elevado de poderosos auxiliares externos (instrumentos, aparatos, tecnologías) que prestan apoyo a los procesos psicológicos.

Se hace uso de las tecnologías modernas de información y comunicación en todo tipo de actividades con el fin de conservar la memoria de

determinados acontecimientos, así como para cambiar un proceso psicológico natural a superior**.** El uso de las TIC como auxiliares modifica el proceso interior del individuo. Las TIC pueden ser utilizadas como el andamiaje que el estudiante necesita en el proceso de enseñanza y aprendizaje.

- Teoría del conocimiento y la capacidad para innovar como fuentes de ventaja competitiva de primera magnitud Voelpel, (2005)

Según, Voelpel (2005) indica que desde los años 90 existe un amplio consenso a la hora de valorar la adquisición de conocimiento y la capacidad para innovar como fuentes de ventaja competitiva de primera magnitud. La creación de valor en la empresa actual descansa cada vez más sobre la capacidad para diseñar e implementar una cultura pro-innovación como base para construir las capacidades necesarias para competir con éxito). Esta afirmación es especialmente válida en sectores intensivos en tecnologías avanzadas como el sector TICs: Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Para las empresas que operan en el sector de las TIC, poseer una cultura abierta a la innovación no es simplemente una ayuda, es una necesidad. Las empresas que gestionan negocios en industrias de alta tecnología deben «innovar o morir y la presencia de una cultura de la innovación constituye un factor crítico de éxito. Aunque relativamente nuevo como concepto teórico, el estudio de la cultura organizativa como componente impulsor de la innovación está cobrando fuerza dentro de la literatura académica. Su aplicación se

extiende no sólo a las industrias de alta tecnología, sino que sus aspectos beneficiosos también alcanzan a empresas en otras industrias.

- TIC. Innovación Y Cultura Organizativa, según Gaynor (2002)

De acuerdo a Gaynor (2002) indica, que la presenta como un elemento cultural de una organización que debe ser inculcado por los directivos y compartido con los empleados comunicándoles la misión de la organización e incitándoles a la búsqueda activa de oportunidades alineadas con la dirección estratégica de la organización. Esta definición requiere que la organización dedique toda su estructura a la búsqueda y aplicación continua de la innovación. Esta definición de Gaynor se tomará como referencia en este estudio, puesto que implica trasladar el debate desde la previa conceptualización de ideas, procesos, productos o procedimientos a la noción de innovación como elemento cultura.

2.2.2. Calidad del servicio

- Teoría de la planificación de la calidad Taylor 1997.

Según (Taylor, 1997), quien indica que la planificación de la calidad comprende las siguientes actividades básicas;

- Identificar quienes son los clientes.
- Determinar las necesidades de los clientes.
- Traducir esas necesidades a nuestro lenguaje.
- Establecer unidades de medida.
- Desarrollar un producto que pueda responder a esas necesidades.

- Optimizar las características del producto de forma que satisfaga nuestras necesidades, así como la de los clientes.
- Desarrollar un proceso que sea capaz de producir el producto.
- Optimizar el proceso.
- Demostrar que el proceso puede producir el producto bajo las condiciones operativas.
- Transferir el proceso a las fuerzas operativas.

Antes de la aparición del sistema Taylor prácticamente toda la planificación de las operaciones, incluso la planificación de la calidad, la hacían los gerentes de operaciones y los supervisores.

- Teoría de la calidad del servicio por Albertch y Carlzon (1991)

Aldana & Vargas, (2007) cita a Albrecht & Carlzon, (1991) indican que la calidad de servicio está determinada por la enunciación de estándares de servicio, y la descripción de funciones del personal del servicio. Tanto los estándares y la descripción de funciones juegan un papel importantísimo en el proceso de evaluación de desempeño de los empleados. Este sistema se trata de momentos en que los empleados de una organización tienen con sus clientes instantes que duran aproximadamente 15 segundos, y son utilizados para entregar un servicio. La empresa confía en que el empleado logrará causarle una buena impresión al cliente, y toda la empresa se pone en riesgo, y depende de las habilidades del empleado, para con el cliente. No importan que tan grande o importante sea la empresa, todo dependerá de la forma en que el empleado que se

encuentra frente al cliente actúe, ya sea libre, o con carisma o todo lo contrario. Otro punto desarrollado por este autor es la pirámide invertida, que consiste en invertir el organigrama tradicional con el jefe arriba y los subordinados abajo para que así el jefe funcione como apoyo y soporte del resto de la organización.

- El Servicio Stanton, Etzel & Walker. (2000)

Thompson, (2011) cita a Etzel y Walker, (2000), Definen los servicios "como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades". En la Norma ISO 9000:2000 comenta que “un servicio es el resultado de llevar a cabo necesariamente al menos una actividad en la interfaz entre el proveedor y el cliente, generalmente es intangible. La prestación de un servicio puede implicar, por ejemplo: una actividad realizada sobre un producto tangible suministrado por el cliente (por ejemplo, reparación de un automóvil); Una actividad realizada sobre un producto intangible suministrado por el cliente (por ejemplo, la declaración de ingresos necesaria para preparar la devolución de los impuestos).

- Teoría de los círculos de calidad de Ishikawa (1986)

Mendez Rosey, (2013) cita a Ishikawa (1986) Sus principales aportaciones han sido la configuración actual del diagrama causa-efecto, para efectuar análisis de causalidad, llamado en su honor diagrama de

Ishikawa y la estructuración actual de los círculos de calidad tal como funcionan en Japón.

- Primero la calidad, no a las utilidades de corto plazo. Lo importante en toda organización es la calidad y no a las utilidades que se generen rápidamente.
- Orientación hacia el consumidor. Los servicios y productos deben estar encaminados siempre hacia la satisfacción de las necesidades del cliente.
- El proceso siguiente es el cliente. La prioridad de todos los que conforman la organización debe estar orientada continuamente hacia el cliente.
- Respeto a la humanidad. Debe existir una consideración completa hacia todos los individuos, de igual forma involucrar a todos los miembros en la responsabilidad y realización de los resultados a lograr.
- Administración internacional. Cuenta con comités ínter funcional de apoyo, puede suministrar la vía necesaria para fomentar las relaciones en toda la organización y además hace posible el desarrollo eficiente de la garantía de calidad.

- Teoría Cero efectos de Crosby (1988)

Mendez Rosey, (2013) cita a Crosby (1988) Explica además que existen cinco supuestos erróneos que tienen los niveles directivos en las organizaciones y que hacen fracasar sus programas de calidad:

- Creer que la calidad significa excelencia, lujo, brillo o peso. Los problemas de calidad se convierten en problemas de incumplimiento con los requisitos.
- La calidad es intangible y, por tanto, no es medible. De hecho, la calidad se puede medir con toda precisión con uno de los más viejos y respetados metros, el dinero contante y sonante. La calidad se mide por el costo de la calidad, el cual, es el gasto ocasionado por no cumplir con los requisitos.
- Creer que existe una “economía” de la calidad. Cabe recordar que siempre es más barato hacer las cosas a la primera, o desde el principio y hasta el final.
- Todos los problemas de calidad son originados por los obreros, en especial aquellos del área de producción.
- La calidad se origina en el departamento de calidad. El departamento de calidad tiene una función de orientación y supervisión, no debe hacer el trabajo de los demás, porque entonces, estos no eliminarán sus malas costumbres.
- Para Crosby, el proceso de mejoramiento de calidad debe partir de un comportamiento de la alta dirección, y de una filosofía de la que todas las personas de la organización comprendan sus propósitos.

2.3. Definición de términos básicos

2.3.1. Tecnologías de la información y comunicación

- Colaboración: Citado por Racev (2013) adoptó el término “colaboración”, como la estrecha conexión que se postula entre el desarrollo intelectual y cognitivo, por una parte, y la interacción social

por la otra más que en el desarrollo del razonamiento lógico y la adquisición de contenidos". Vygotsky (1934).

- Comunicación: Citado por Ferro Soto, Martinez Senra, & Otero Neira, (2011) entendemos por comunicación" el conjunto de procesos y productos derivados de las nuevas herramientas, soportes de la información y canales de comunicación relacionados con el almacenamiento, procesamiento y transmisión digitalizados de la información". González (1996).
- Convivencia digital: Según Pacheco Tejada (2016) Son aquellas relaciones que los miembros de una comunidad virtual llevan a cabo a través de una red o grupo de personas. Estas se caracterizan por tener unas normas o protocolos llamados Netiqueta.
- Efectividad: según Nunes (2016) El término efectividad se refiere al grado de éxito de los resultados alcanzados, es decir, ser eficaz significa que han logrado los resultados
- Ética: Según Prado (2015) "La ética es la disciplina filosófica que estudia la moral, la conducta y las obligaciones del hombre ante sus semejantes".
- Fuente de información: citado por Biblioteca Universidad de Alcalá. (2015). Se denominan fuentes de información a diversos tipos de documentos que contienen datos útiles para satisfacer una demanda de información o conocimiento.
- Información: Citado por Arce (2015) La difusión de información por medios y por infraestructura como la red de líneas fijas, radiosondas o por satélite". Gonzales (1996)

- Producto de información: citado Marketing Expres (2011) son productos que pueden ser entregados a través de Internet y que, de manera general, proporcionan información sobre un tema que despierta suficiente interés como para que la gente pague por ellos.
- Tecnología: Citado por Gonzales (2000) ha sintetizado las características más distintivas de las nuevas tecnologías en los siguientes rasgos: inmaterialidad, interactividad, instantaneidad, innovación, elevados parámetros de calidad de imagen y sonido, digitalización, influencia más sobre los procesos que sobre los productos, automatización, interconexión y diversidad". Cabero (1996).
- Tic: Citado por Arce (2011) son términos que se utilizan actualmente para hacer referencia a una gama amplia de servicios, aplicaciones y tecnologías, que utilizan diversos tipos de equipos y de programas informáticos"(Comisión de las Comunidades Europeas, 2001).

2.3.2. Calidad del servicio

- Actitud: Según Esquivias Serrano (2012) Podremos decir que es algo que le distingue de los demás. Es una característica que nos puede hacer especial y diferente.
- Asesor financiero: Según Ospina (2010) Se designa con el término de asesor a aquel individuo que como actividad profesional se encarga de brindar consejos a determinadas personas que se encuentran ante determinadas circunstancias, preferentemente sobre imagen, gobierno, finanzas, política, ciencia, entre otras.

- Aspectos tangibles: según Perez Porto & Gardey (2012) es aquello a lo que se puede acceder desde el tacto. Éste es el sentido que posibilita que un organismo perciba diversas características de un objeto, como su dureza o su temperatura.
- Buena voluntad: Citado Pacheco Tejada (2016) La voluntad alude la intención con que se realizan las acciones, que en este caso está orientada al bien. Todo acto voluntario es consiente y de libre elección". Kant (2009).
- Confiabilidad: Según Wikimetria (2012) La confiabilidad se refiere a los resultados obtenidos con un instrumento de evaluación y o al instrumento mismo. Cualquier instrumento en particular puede tener cierto número de confiabilidades diferentes, según sea el grupo involucrado y la situación en que se use. Así pues, es más apropiado hablar de la confiabilidad de "los resultados de la prueba" o de "la medición", que de "la prueba" o "el instrumento".
- Comportamiento: Según Delgado Suarez & Delgado Suarez (2006) el comportamiento es expresión de la personalidad, mientras que la conducta no siempre manifiesta los contenidos personológicos, poseyendo un carácter más respondiente y otorgándole, por lo tanto, un papel más pasivo al sujeto.
- Desempeño confiable: Según Garcia Palencia (2014) La Confiabilidad Humana se puede definir como la capacidad de desempeño eficiente y eficaz de las personas en todos los procesos, sin cometer errores derivados del actuar y del conocimiento

individual, durante su competencia laboral, en un entorno organizacional específico.

- Empatía: Citado por Gimeno Gomez (2011) es, sencillamente, ponerse en el lugar del otro, escucharle, tratar de comprender sus razones para actuar de tal o cual manera, apartando de nuestra mente la máscara de nuestras propias razones, convicciones o intenciones. Daniel Goleman (1995).
- Inquietud: Para el centro Perez Porto & Merino (2014) Se define como un estado emocional incómodo, caracterizado por impaciencia, nerviosismo y ansiedad.
- Personal administrativo: Según Organizacion Internacional del Trabajo, OIT (2017) personal administrativo son aquellos cuyas labores se relacionan con tareas propias de oficina tales como, redacción y/o confección de cartas comerciales y otros documentos, recepción y clasificación de correspondencia.

CAPITULO III: METODOLOGÍA

3.1. Método y diseño de investigación

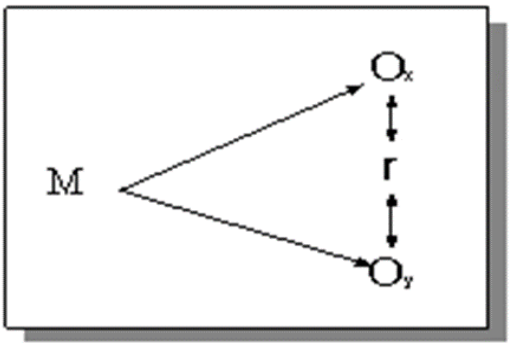
3.1.1. Método de investigación

El tipo de investigación utilizado en la presente investigación es la descriptiva correlacional, según (Cazau , 2006), en un estudio descriptivo se seleccionan una serie de cuestiones, conceptos o variables y se mide cada una de ellas independientemente de las otras, con el fin, precisamente, de describirlas. Estos estudios buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno. La investigación correlacional tiene como finalidad medir el grado de relación que eventualmente pueda existir entre dos o más conceptos o variables, en los mismos sujetos. Más concretamente, buscan establecer si hay o no una correlación, de qué tipo es y cuál es su grado o intensidad (cuán correlacionadas están).

3.1.2. Diseño y esquema de la investigación

El diseño utilizado en la presente investigación es la transeccional correlacional, de acuerdo a. (Gerenciacarlos, 2011), los diseños transeccionales correlacionales tienen como objetivo describir relaciones entre dos o más variables en un momento determinado. Se trata también de descripciones, pero no de variables individuales sino de sus relaciones, sean éstas puramente correlacionales o relaciones causales. En estos diseños lo que se mide es la relación entre variables en un tiempo determinado.

- El esquema del diseño de investigación



- M: Muestra de trabajadores de la Entidad Financiera Confianza
- OX: Tecnologías de la Información y la Comunicación
- r: Relación existente entre las dos variables
- OY: Calidad del Servicio

3.2. Población, muestra y muestreo

3.2.1. Población

- Variable tecnología de la información y comunicación: el estudio alcanzó al 100% de la población económicamente activa de la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, que son 40.
- Variable calidad del servicio, alcanzó al 100% de la población usuaria de la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, que están registrados en la cartera de clientes, que son 8,500.

3.2.2. Muestra

Para determinar el tamaño de muestra, de las dos variables se tomó en cuenta el método probabilístico y se aplicó la fórmula estadística para poblaciones menores a 100,000. Cuya fórmula, es:

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

- Variable tecnología de la información y comunicación:

  Datos:

  n = Tamaño de la muestra necesaria.

  P = Probabilidad de que evento ocurra (50%)

  Q = Probabilidad de que el evento no ocurra (50%)

  $Z_{\alpha/2}$ = 1,96

  N = Población (40)

  EE = 0,09

  Desarrollo de la formula

  n = (0.5*0.5*(1.96) ^2*40) / (((0.09) ^2*39) +(0.5*0.5*(1.96) ^2))

  n = 30

  La muestra alcanzó a 30 trabajadores

- Variable calidad del servicio:

  Datos:

  n = Tamaño de la muestra necesaria.

  P = Probabilidad de que evento ocurra (50%)

  Q = Probabilidad de que el evento no ocurra (50%)

  $Z_{\alpha/2}$ = 1,96

  N = Población (8500)

  EE = 0,09

  Desarrollo de la formula

  n = (0.5*0.5*(1.96) ^2*8500) / (((0.09) ^2*8499) +(0.5*0.5*(1.96) ^2))

  n = 117

  La muestra alcanzó a 117 trabajadores

3.2.3. Muestreo

Para determinar el muestreo de las dos variables se hizo uso del tipo de muestreo aleatorio simple, estableciéndose para la variable tecnologías de la información y comunicación 30 trabajadores y para la variable calidad del servicio se estableció 30 clientes de los 117, calculados en la muestra.

3.3. Procedimiento de recolección de datos

La información se ha recolectado a través del cuestionario autoadministrado, según (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010), autoadministrado significa que el cuestionario se proporciona directamente a los participantes, quienes lo contestan. No hay intermediarios y las respuestas las marcan ellos. Pero la forma de autoadministración puede tener distintos contextos: individual, grupal o por envío (correo tradicional, correo electrónico y página web o blog), para nuestro caso entregamos en forma personal a cada uno de nuestras unidades muéstrales.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1 Técnicas de elaboración de instrumento de recolección datos

Los instrumentos se han elaborado mediante la técnica de encuesta de (cuestionario de tipo cerrado), de acuerdo, a. (Galán , 2009), son las que le permiten a la persona que elija la respuesta de una lista de opciones y pueden tomar la forma de alternativas dicotómicas, tricotómicas o elección múltiple.

3.4.2. Instrumento de recolección de datos:

Se elaboró 2 instrumentos: el primer instrumento referidos a la variable tecnologías de la información y comunicación, con 20 ítems, 5 afirmaciones y se aplicó a 30 trabajadores de la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa y el segundo instrumento referidos a la variable calidad del servicio, también con 20 ítems, 5 afirmaciones y se aplicó a 30 usuarios de la Entidad Financiera.

3.5. Procesamiento de recolección de datos

Se ha tabulado la información en el programa Excel, creándose una base de datos por cada variable, donde se ha formalizado una estructura para las columnas y las dimensiones, en la que se ha considera cinco (05) opciones por ítems, registrándose las encuestas por fila en forma horizontal, obteniendo los resultados por nivel bajo, promedio y alto, por variable y dimensión, información con lo que se estableció el nivel del objetivo general, y específicos; asimismo los resultados totales por cada variable se ha insertado en el programa SPSS, v24, de donde se obtuvo los resultados de la prueba de hipótesis general y específicas.

3.6. Tratamiento de los datos

Para conocer el nivel de las variables, se ha utilizado la “Escala de clima organizacional” (EDCO), de Acero, Echeverri, Lizarazu, Quevedo y Sanabria (2006), citado por (Martínez & Pianeta, 2011), con el estudio del clima organizacional en una empresa, se pretende identificar un

parámetro a nivel general sobre la percepción que los individuos tienen dentro de la organización y la organización sobre ellos.

Para establecer si el nivel puntúa entre alto, intermedio o bajo por variable, se realizó de la siguiente forma: se multiplicó 20 ítems por el puntaje mínimo (1) y el máximo posible (5), resultando el rango entre (20 y 100 puntos), luego se obtuvieron 3 intervalos iguales dividiendo la diferencia de los dos puntajes entre 3 y a partir del puntaje mínimo se sumaron los resultados, obteniendo los siguientes rangos:

- Nivel Bajo: de 20 a 46 puntos.
- Intermedio: de 47 a 73 puntos
- Nivel alto: de 74 a 100 puntos.

3.7. Presentación de los datos

La presentación de los datos referidos al nivel de las variables se hizo a través de tablas y figuras (distribución de frecuencias y tablas de contingencia), utilizando el análisis descriptivo univariante y bivariante a través de las medidas de tendencia central y de dispersión.

Y, la presentación de la prueba de hipótesis se hizo a través de tablas obtenidos del sistema SPSv24, en la que se ha insertado el resultado final por cada variable, para lo cuas se ha utilizado la tabla de correlación de Pearson, de donde se obtuvo el puntaje de relación y el nivel de significancia de la investigación. Utilizando las siguientes tablas:

Escala para establecer el tipo correlación

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Valores para establecer el nivel de significancia

- Si $P \leq 0.05$ la relación se considera significativa
- Si $P > 0.05$ la relación no se considera significativa

CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1.Resultados

Los resultados de la investigación, en primer lugar, presentamos las tablas y figuras que responden al objetivo general y los objetivos específicos.

En segundo lugar, tablas de relación entre variables, relación de las dimensiones de la variable gestión con la variable desarrollo local. Información que responde al planteamiento de la hipótesis general y las hipótesis específicas.

Finalmente presentamos la discusión de resultados.

4.1.1. Descripción y análisis de resultados para responder los objetivos

Tabla 1

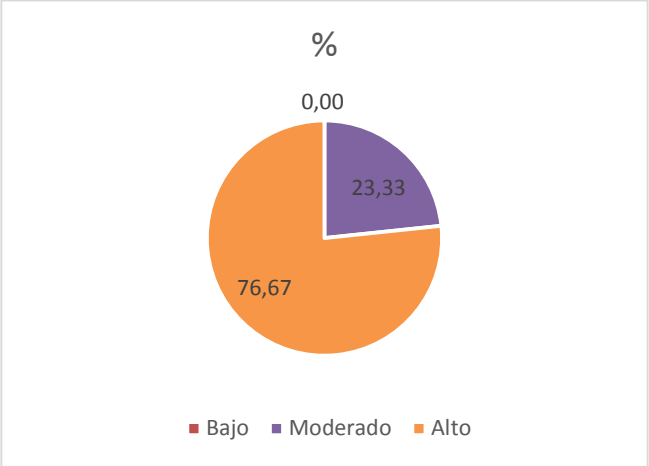
Nivel alcanzado de la variable Tecnologías de la información y comunicación

Nivel	Dimensiones								Total Variable 1	
	Dimensión 1: información		Dimensión 2: comunicación		Dimensión 3:convivencia digital		Dimensión 4:tecnologia			
Bajo	de 5 a 11	0	de 4 a 9	0	de 3 a 7	0	de 8 a 19	0	de 20 a 47	0
Moderado	de 12 a 18	17	de 10 a 15	8	de 8 a 11	1	de 20 a 30	11	de 48 a 74	7
Alto	de 19 a 25	13	de 16 a 20	22	de 12 a 15	29	de 31 a 40	19	de 75 a 100	23
		30		30		30		30		30

Fuente: Base de datos

TABLA 2			
Distribución de frecuencias de los resultados obtenidos de la variable TICs			
Niveles	Escala	Fi	%
Bajo	20-47	0	0.00
Moderado	48-74	7	23.33
Alto	75-100	23	76.67
N		30	100.00
Fuente: Cuadro resumen			

Figura 1: porcentajes obtenidos de la variable tecnologías de la información y comunicación



Fuente:Tabla 2

Análisis interpretativo: el nivel alcanzado de la variable tecnologías de la información y comunicación, es: 0.00% bajo, 23.33% intermedio, 76.67% alto, información proporcionada por los trabajadores de la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, 2016.

Tabla 3

Nivel alcanzado de la variable calidad del servicio

Nivel	Dimensiones								Total Variable 2	
	Dimensión 1: Aspectos tangibles		Dimensión 2: Personal administrativo		Dimensión 3: Confiabilidad		Dimensión 4: Empatía			
Bajo	de 5 a 11	1	de 4 a 9	0	de 3 a 7	0	de 8 a 19	0	de 20 a 47	0
Moderado	de 12 a 18	12	de 10 a 15	10	de 8 a 11	9	de 20 a 30	13	de 48 a 74	10
Alto	de 19 a 25	17	de 16 a 20	20	de 12 a 15	21	de 31 a 40	17	de 75 a 100	20
		30		30		30		30		30

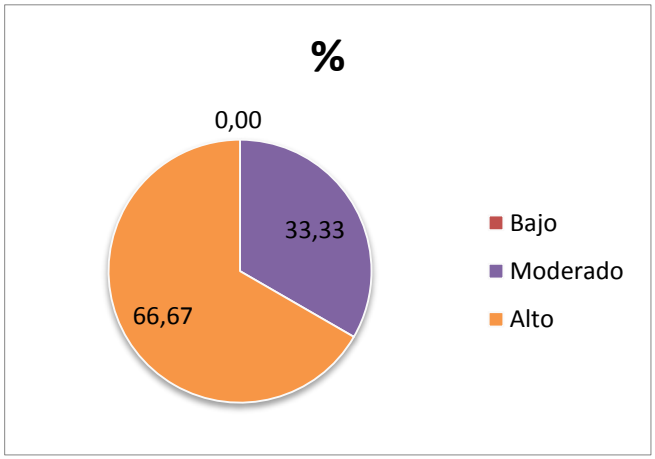
TABLA 4

Distribución de frecuencias de los resultados obtenidos de la variable calidad de servicio

Niveles	Escala	Fi	%
Bajo	20-47	0	0.00
Moderado	48-74	10	33.33
Alto	75-100	20	66.67
N		30	100.00

Fuente: Cuadro resumen

Figura 2: porcentajes obtenidos de la variable calidad de servicio



Fuente: Tabla 4

Análisis interpretativo: el nivel alcanzado de la variable calidad de servicio, es: 0.00% bajo, 33.33% intermedio, 66.67% alto, información proporcionada por los clientes de la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, 2016.

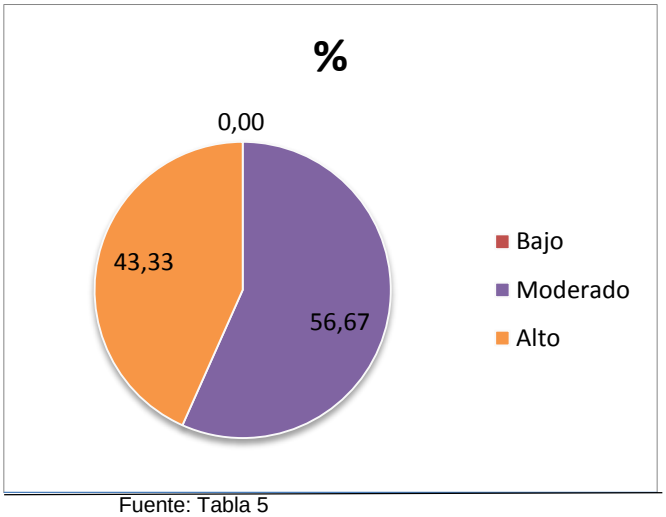
TABLA 5

Distribución de frecuencias de los resultados obtenidos de la dimensión información

Niveles	Escala	Fi	%
Bajo	05-11	0	0.00
Moderado	12-18	17	56.67
Alto	19-25	13	43.33
n		30	100.00

Fuente: Cuadro resumen

Figura 3: porcentajes obtenidos de la dimensión información



Fuente: Tabla 5

Análisis interpretativo: el nivel alcanzado de la dimensión información, es: 0.00% bajo, 56.67% intermedio, 43.33% alto, información proporcionada por los clientes de la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, 2016.

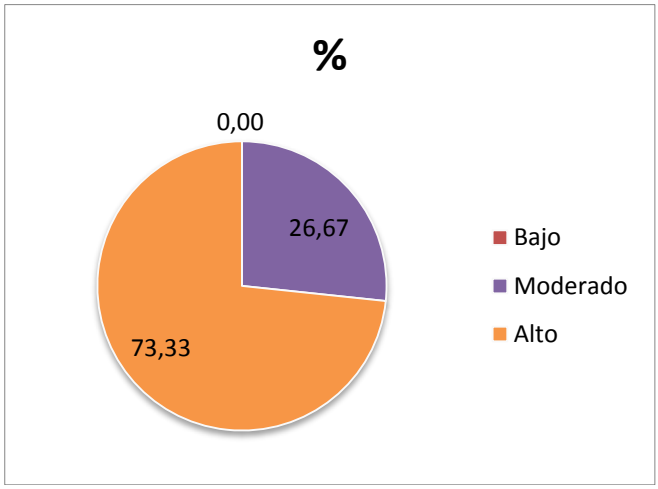
TABLA 6

Distribución de frecuencias de los resultados obtenidos de la dimensión comunicación

Niveles	Escala	Fi	%
Bajo	04-09	0	0.00
Moderado	10-15	8	26.67
Alto	16-20	22	73.33
n		30	100.00

Fuente: Cuadro resumen

Figura 4: porcentajes obtenidos de la dimensión comunicación



Fuente: Tabla 6

Análisis interpretativo: el nivel alcanzado de la dimensión comunicación, es: 0.00% bajo, 26.67% intermedio, 73.33% alto, información proporcionada por los clientes de la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, 2016.

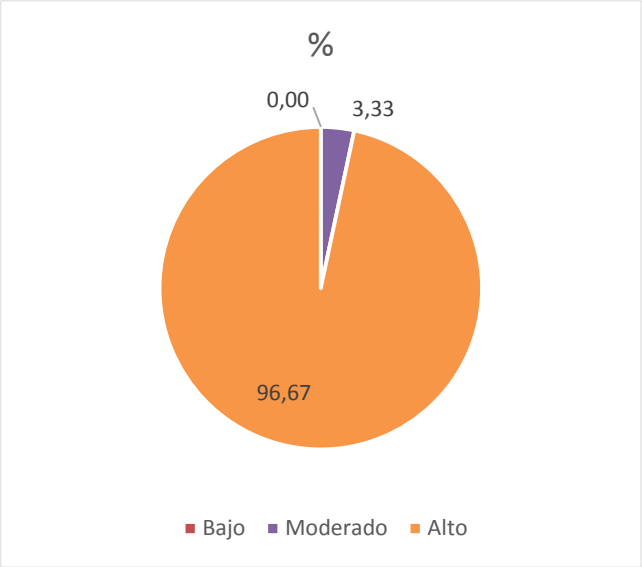
TABLA 7

Distribución de frecuencias de los resultados obtenidos de la dimensión convivencia digital

Niveles	Escala	Fi	%
Bajo	03-07	0	0.00
Moderado	08-11	1	3.33
Alto	12-15	29	96.67
N		30	100.00

Fuente: Cuadro resumen

Figura 5: porcentajes obtenidos de la dimensión convivencia digital



Fuente: Tabla 7

Análisis interpretativo: el nivel alcanzado de la dimensión *convivencia digital*, es: 0.00% bajo, 3.33% moderado, 96.67% alto, información proporcionada por los clientes de la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, 2016.

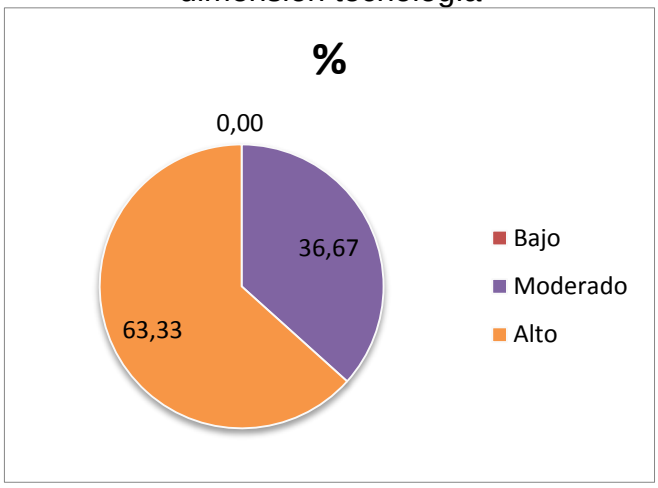
TABLA 8

Distribución de frecuencias de los resultados obtenidos de la dimensión tecnología

Niveles	Escala	Fi	%
Bajo	08-19	0	0.00
Moderado	20-30	11	36.67
Alto	31-40	19	63.33
N		30	100.00

Fuente: Cuadro resumen

Figura 6: porcentajes obtenidos de la dimensión tecnología



Fuente: Tabla 8

Análisis interpretativo: el nivel alcanzado de la dimensión tecnología, es: 0.00% bajo, 36.67% moderado, 63.33% alto, información proporcionada por los clientes de la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, 2016.

4.1.2. Descripción y análisis de resultados para responder las hipótesis

Para probar las hipótesis se ha utilizado el coeficiente de correlación de Pearson, inserto en el programa (SPSS, v24).

- Hipótesis general

"La relación de las tecnologías de la información y comunicación y la calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, 2016, es significativa".

Tabla N° 09: Relación entre las tecnologías de la información y comunicación y la calidad del servicio

Correlaciones

		Variable 1: Tecnologías de la información y comunicación	Variable Nº 2: calidad del servicio
Variable 1: Tecnologías de la información y comunicación	Correlación de Pearson	1	,272
	Sig. (bilateral)		,147
	N	30	30
Variable Nº 2: calidad del servicio	Correlación de Pearson	,272	1
	Sig. (bilateral)	,147	
	N	30	30

Fuente: Información proporcionada de los trabajadores y clientes de la Entidad Financiera Confianza, de Pucallpa 2016, (SPSS, V24).

Análisis interpretativo: se observa que la relación es positiva baja (0.272), y el valor de significancia es 0.147, mayor al valor establecido 0.05, por lo tanto, no existe relación significativa entre las tecnologías de la información y comunicación y la calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, 2016.

- **Hipótesis especifica 1**

La relación de la información y calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, 2016, es significativa.

Tabla N° 10: Relación entre la información y la calidad del servicio

Correlaciones

		Dimensión 1: información	Variable Nº 2: calidad del servicio
Dimensión 1: información	Correlación de Pearson	1	-,129
	Sig. (bilateral)		,496
	N	30	30
Variable Nº 2: calidad del servicio	Correlación de Pearson	-,129	1
	Sig. (bilateral)	,496	
	N	30	30

Fuente: Información proporcionada por los trabajadores y clientes de la Entidad Financiera Confianza, de Pucallpa 2016, (SPSS, V24).

Análisis interpretativo: se observa que la relación es negativa muy baja (-0.129), y el valor de significancia es 0.496, mayor al valor establecido 0.05, por lo tanto, no existe relación significativa entre la información y la calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, 2016.

- **Hipótesis especifica 2**

La relación de la comunicación y calidad del servicio, en la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, 2016, es significativa.

Tabla N° 11: Relación entre la comunicación y la calidad del servicio

Correlaciones

		Dimensión 2: comunicación	Variable Nº 2: calidad del servicio
Dimensión 2: comunicación	Correlación de Pearson	1	,432*
	Sig. (bilateral)		,017
	N	30	30
Variable Nº 2: calidad del servicio	Correlación de Pearson	,432*	1
	Sig. (bilateral)	,017	
	N	30	30

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Información proporcionada por los trabajadores y clientes de la Entidad Financiera Confianza, de Pucallpa 2016, (SPSS, V24).

Análisis interpretativo: se observa que la relación es positiva moderada (0.432), y el valor de significancia es 0.017, menor al valor establecido 0.05, por lo tanto, existe relación significativa entre la comunicación y la calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, 2016.

- **Hipótesis especifica 3**

La relación de la convivencia digital y calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, 2016, es significativa.

Tabla N° 12: Relación entre la convivencia digital y la calidad del servicio

Correlaciones

		Dimensión 3: convivencia digital	Variable Nº 2: calidad del servicio
Dimensión 3: convivencia digital	Correlación de Pearson	1	,314
	Sig. (bilateral)		,091
	N	30	30
Variable Nº 2: calidad del servicio	Correlación de Pearson	,314	1
	Sig. (bilateral)	,091	
	N	30	30

Fuente: Información proporcionada por los trabajadores y clientes de la Entidad Financiera Confianza, de Pucallpa 2016, (SPSS, V24).

Análisis interpretativo: se observa que la relación es positiva baja (0.314), y el valor de significancia es 0.091, mayor al valor establecido 0.05, por lo tanto, no existe relación significativa entre la convivencia digital y la calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, 2016.

- **Hipótesis especifica 4**

La relación de la Tecnología y calidad del servicio, en la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, 2016, es significativa.

Tabla N° 13: Relación entre la tecnología y la calidad del servicio

Correlaciones

		Dimensión 4: tecnología	Variable Nº 2: calidad del servicio
Dimensión 4: tecnología	Correlación de Pearson	1	,333
	Sig. (bilateral)		,072
	N	30	30
Variable Nº 2: calidad del servicio	Correlación de Pearson	,333	1
	Sig. (bilateral)	,072	
	N	30	30

Fuente: Información proporcionada por los trabajadores y clientes de la Entidad Financiera Confianza, de Pucallpa 2016, (SPSS, V24).

Análisis interpretativo: se observa que la relación es positiva baja (0.333), y el valor de significancia es 0.072, mayor al valor establecido 0.05, por lo tanto, no existe relación significativa entre la tecnología y la calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, 2016.

4.2. Discusión de resultados

El estudio estuvo dirigido a establecer la relación de las tecnologías de la información y comunicación y la calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza, Pucallpa, 2016, y los resultados nos indican que la relación es positiva baja (0.272), y el valor de significancia es 0.147, mayor al valor establecido 0.05, por lo tanto no existe relación significativa entre

las tecnologías de la información y comunicación y la calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, 2016, resultados que explican que las tecnologías de la información y la comunicación no influyen en el mejoramiento de la calidad del servicio. Resultado distinto obtuvo Huaroto De la Cruz, (2011), en su investigación titulada efecto de la adopción de internet en la productividad de las MYPEs concluyendo: existe una relación positiva, significativa y robusta entre el Uso de Internet y la Productividad de la empresa pues indica que existe un efecto positivo del uso, incluso controlado por la existencia de variables no observables en el tiempo.

Asimismo el nivel alcanzado de la variable tecnologías de la información y la comunicación, es alto representa el 76.67%, información proporcionada por los trabajadores, resultado que nos indica que los trabajadores están capacitados en el uso de las TICs y lo que significa una fortaleza para esta Entidad, resultado parecido encontraron (Pinza & Sanchez, 2010), quienes investigaron el impacto de las TIC en el desempeño de las PYMES en el Ecuador, sector 2 del canton J. concluyendo: las pequeñas y medianas empresas poseen tencologias de la informacion en un 75%, pero de este porcentaje la mayoria de la empresa a pesar de poseer las TIC no tiene un correcto uso de las mismas; sin embargo existen empresas que son consideradas como modelo en uso de TIC.

Mientras tanto el nivel alcanzado de la variable calidad de servicio es alto, representa el 66.67%, resultado que nos indica que los clientes de la entidad financiera tienen una opinión favorable del servicio que brinda, lo

que debe constituirse también en una fortaleza, resultados parecidos encontró (Roldan, 2010), quien estudió sobre la calidad de servicio y lealtad de compra del consumidor en supermercados limeños, concluyendo: la calidad de servicio tiene mayor asociación con la lealtad como intención de comportamiento, frente a la lealtad como comportamiento efectivo. Los factores de calidad de servicio se encuentran más relacionados con la lealtad.

También los resultados nos indica, que la relación es negativa muy baja (-0.129), y no significativa (0.496), entre la información y la calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, 2016, resultado que nos precisa que la Entidad Financiera, no brinda una buena información a sus clientes, resultado distinto obtuvo (Muñoz, 2004), quien investigó la influencia de las tecnologías de la información y las comunicaciones en las PYMES del sector textil efecto de la implantación del comercio electrónico, concluyendo: el capital tecnológico es un elemento clave dentro del conocido Capital Intelectual de las Organizaciones y es estudiado con profundidad en la última década debido a la importancia estratégica del conocimiento y los activos intangibles en el actual entorno socioeconómico.

De la misma manera los resultados nos informa, que la relación es positiva moderada (0.432), y significativa (0.017), entre la comunicación y la calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, 2016, información que nos indica que existe una buena comunicación de los trabajadores de la Entidad con sus clientes, resultado parecido, obtuvo (Gimeno, 2010), en su estudio sobre la influencia de las nuevas

tecnologías de la información y las comunicaciones y su repercusión en las estrategias empresariales: la banca online y su aplicación en las cooperativas de crédito, concluye: las TIC son incuestionables y se encuentran en todo nuestro entorno, formando parte de la cultura tecnológica que nos rodea y con la que debemos convivir. Amplían las capacidades físicas y mentales, posibilitando un mayor desarrollo social. Así como las máquinas ampliaron nuestras capacidades físicas, las TIC amplían nuestras capacidades intelectuales.

Del mismo modo, otro resultado nos indica, que la relación es positiva baja (0.314), y no significativa (0.091), entre la convivencia digital y la calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, 2016, resultado que nos afirma que la convivencia digital que practican los trabajadores de la Entidad no mejora la calidad del servicio que ofrece, resultado distinto obtuvo (Vicente, 2010), quien estudió la influencia de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones en la banca online y su aplicación en las cooperativas de crédito, concluyendo: las TICs son incuestionables y se encuentran en todo nuestro entorno, formando parte de la cultura tecnológica que nos rodea y con la que debemos convivir. Amplían las capacidades físicas y mentales, posibilitando un mayor desarrollo social.

Finalmente los resultados de la investigación, nos informa, que la relación es positiva baja (0.333), y no significativa (0.072), entre la tecnología y la calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, 2016, lo que nos indica que la tecnología no es influyente positivo para mejorar la calidad de servicio en esta Entidad, resultado distinto obtuvo (Muñoz,

2004), quien investigó la influencia de las tecnologías de la información y las comunicaciones en las PYMES del sector textil efecto de la implantación del comercio electrónico, concluyendo: el capital tecnológico es un elemento clave dentro del conocido Capital Intelectual de las Organizaciones y es estudiado con profundidad en la última década debido a la importancia estratégica del conocimiento y los activos intangibles en el actual entorno socioeconómico.

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- La relación es positiva baja y no significativa entre las tecnologías de la información y comunicación y la calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, 2016, en razón de haber obtenido el valor de relación de (0.272), y el valor de significancia de 0.147, que es mayor al valor establecido 0.05, resultado que nos indica que el uso de las tecnologías de la información y comunicación, no mejora la y no significativa entre las tecnologías de la información y comunicación y la calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa.
- El nivel alcanzado de la variable tecnologías de la información y la comunicación, es alto representa el 76.67%, información que se obtuvo de la opinión de los trabajadores de la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, resultado que nos indica que los trabajadores están capacitados en el uso de las TICs y significa una fortaleza para esta Entidad.
- El nivel alcanzado de la variable calidad de servicio es alto, representa el 66.67%, información que se obtuvo de la opinión de los usuarios de la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, resultado que nos indica que los clientes de la entidad financiera tienen una opinión favorable del servicio que brinda, lo que constituye también en una fortaleza de la Entidad.
- La relación es negativa muy baja (-0.129), y no significativa (0.496), entre la información y la calidad del servicio en la Entidad

Financiera Confianza de Pucallpa, 2016, resultado que nos precisa que la Entidad Financiera, no brinda una buena información a sus clientes y tampoco un buen servicio.

- La relación es positiva moderada (0.432), y significativa (0.017), entre la comunicación y la calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, 2016, información que nos indica que existe una buena comunicación de los trabajadores de la Entidad con sus clientes, condición que le asegura un buen servicio.
- La relación es positiva baja (0.314), y no significativa (0.091), entre la convivencia digital y la calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, 2016, si bien es cierto que existe una buena convivencia digital de los trabajadores, sin embrago no repercute en la calidad de servicio que brinda a sus clientes.
- La relación es positiva baja (0.333), y no significativa (0.072), entre la tecnología y la calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, 2016, lo que nos indica que los trabajadores poseen un buen manejo de la tecnología, sin embargo, no es influyente para mejorar la calidad de servicio que ofrece.

5.2. RECOMENDACIONES

- Los ejecutivos de la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, deben analizar los resultados de esta investigación, y deben socializar con todos sus trabajadores, se sobreentiende que es una empresa que vende servicios y como tal todas las actividades

internas que realiza como el uso de los TICs debe repercutir en la obtención de una relación significativa con sus clientes, para ello se recomienda que la Entidad realice una investigación para que identifique las causas del referido problema.

- Los ejecutivos de la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, deben conocer y comunicar a sus trabajadores que el uso de las tecnologías de la información y comunicación, tienen 76.67% de nivel alto, sin embargo, también deben indicar que este conocimiento no es garantía para mejorar la calidad del servicio.
- Los ejecutivos de la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, deben conocer y comunicar a sus trabajadores que la percepción que tienen los clientes sobre la calidad del servicio que brinda es de nivel alto, representa el 66.67%, y que deben entender que estos resultados no son tan halagadores, porque están muy distantes a lograr el nivel óptimo del nivel alto (100%), por lo que deben implementar algunas estrategias para encaminarse hacia el logro de tal objetivo.
- Los ejecutivos de la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, deben conocer y comunicar a sus trabajadores que la información que brindan a los clientes es negativa, acción que genera una relación no significativa, por ello deben analizar las causas de este cuello de botella, para que implementen acciones que busquen revertir la relación negativa.
- Los ejecutivos de la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, deben conocer y comunicar a sus trabajadores que la

comunicación que brindan a los clientes es positiva, acción que genera una relación significativa, por ello también es necesario que identifiquen las causas de estas buenas acciones y sirva de ejemplo en las otras dimensiones y lograr la relación significativa de la empresa.

- Los ejecutivos de la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, deben conocer y comunicar a sus trabajadores que la convivencia digital que practican es positiva baja, situación que imposibilita obtener una relación significativa con los clientes, por ello deben implementar acciones para que los trabajadores utilicen la convivencia digital para mejorar las relaciones con los clientes, acción que la ayudará a la Entidad a lograr una relación significativa.
- Los ejecutivos de la Entidad Financiera Confianza de Pucallpa, deben conocer y comunicar a sus trabajadores que la tecnología que practican es positiva baja, condición que no les permite obtener una relación significativa con los clientes, entonces la empresa debe buscar estrategias para que mejore el manejo de la tecnología y consecuentemente se busque obtener una relación significativa con los clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Albrecht Hans, K., & Carlzon, J. (1991). *Teoria de la calidad del servicio*. Recuperado el 05 de Diciembre de 2015, de http://restauranteconcalidad.jimdo.com/marco-te%C3%B3rico/teor%C3%ADas-que-explican-la-calidad-de-los-servicios/teoria-de-la-calidad-del-servicio/

Aldana, L., & Vargas, M. E. (2007). *Calidad de servicio restauntantero*. Recuperado el 05 de Diciembre de 2015, de Teoria de la calidad del servicio: https://restauranteconcalidad.jimdo.com/

Alfonso Gimeno, V. (2010). *Influencia de las nuevas tecnologias de la informacion y la comunicacion* . Recuperado el 02 de Diciembre de 2015, de http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/52170/alfonso.pdf?sequence=1

Alonso, R. C. (2010). *Tecnologías de la Información y la Comunicación.* Vigo, Pontevedra, España: Ideaspropias Editorial SL. Recuperado el 04 de Octubre de 2015, de https://books.google.com.pe/books?id=oPRegn3QhpgC&printsec=frontcover&dq=tecnolog%C3%ADas+de+la+informaci%C3%B3n+y+la+comunicaci%C3%B3n&hl=es-

419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=tecnolog%C3%ADas%20de%20la%
20informaci%C3%B3n%20y%20la%20comunicaci%C3%B3n&f=fal

BBVA. (2009). *BBVA Banco Continental, trabajamos por un futuro mejor para las personas.* Recuperado el 03 de Diciembre de 2015, de http://bancaresponsable. com/wp-content/uploads/2015/02/informe_anual_rc_2009_peru.pdf

Cazau , P. (2006). *Introducción a la investigación en ciencias sociales*. Recuperado el 18 de Setiembre de 2017, de http://alcazaba.unex.es/asg /400758/MATERIALES/INTRODUCCI%C3%93N%20A%20LA%20INVESTIGACI%C3%93N%20EN%20CC.SS..pdf

Colmenarez, M. (Abril de 2007). *Diagnostico la calidad de servicio prestado por el centro de atencion al cliente de la empresa B.O.C. Gases de Venezuela, C.A*. Recuperado el 20 de Mayo de 2016, de http://bibadm.ucla.edu.ve/edocs_baducla/tesis/P720.pdf

Delgado Suarez, J., & Delgado Suarez, Y. M. (22 de Diciembre de 2006). *Conducta o comportamiento. Más allá de las disquisiciones terminológicas*. Recuperado el 22 de Abril de 2017, de http://www.psicologiacientifica.com/conducta-comportamiento/

De Redondo, R. (Mayo de 2010). *google books*. Recuperado el 22 de Mayo de 2016, de Negocio Electronico: https://books.google.com.pe/books?id=tn-9X3ws10wC&pg=PA61&lpg=PA61&dq=el+internet+como+medio+de+comunicacion+morris&source=bl&ots=WekKuTwZCC&sig=CO6L7VuYnioP5LXzWjPmz9hf1As&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi6gKPm--_MAhUH9x4KHYujDI8Q6AEIRjAG#v=onepage&q =el%20internet

Esquivias Serrano, M. T. (01 de Julio de 2012). *La actitud del individuo y su interacción con la sociedad. Entrevista con la Dra. María Teresa Esquivias Serrano*. Recuperado el 22 de Abril de 2017, de http://www.revista.unam.mx/vol.13/num7/art75/

Etzel y Walker, S. (2000). *El servicio de Staton*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2015, de https://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/definicion-servicios.html

Ferro Soto , C., Martinez Senra, A. I., & Otero Neira, M. C. (2011). *Ventajas del uso de las tics en el proceso de enseñanza-aprendizaje desde la óptica de los docentes universitarios españoles*. Recuperado el 22 de Diciembre de 2015, de http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:nKAxLvCvCMMJ:tecnologiaedu.us.es/mec2011/htm/mas/6/61/61.pdf+&cd=12&hl=es&ct=clnk&gl=pe

Financiera Confianza, G. G. (21 de Setiembre de 2015). *Uso de las Tic y la calidad del servicio*. (W. R. Cinse Cure, Entrevistador)

Galán , M. (2009). *El cuestionario aplicado a la investigacion*. Recuperado el 18 de Setiembre de 2017, de http://manuelgalan.blogspot.pe/2009/04/el-cuestionario-en-la-investigacion.html

Garcia Palencia, O. (24 de Julio de 2014). *¿Qué es la confiabilidad humana?.* Recuperado el 22 de Abril de 2017, de http://www.reporteroindustrial.com/blogs/Que-es-la-confiabilidad-humana-Parte-1+98820

Gaynor. (2002). *Innovacion y cultura organizativa*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2015, de http://www.innovacion y cultura organizativa.com

Geoportal. (15 de Mayo de 2016). *GeoDEL - Region Ucayali*. Recuperado el 17 de Mayo de 2016, de Geoportal Infraestructura de Datos Esapaciales - IDE : http://geo.regionucayali.gob.pe/geoider/default/index

Gerenciacarlos. (2011). *Investigación cuantitativa no experimental*. Recuperado el 12 de Setiembre de 2017, de

http://gerenciacarlos.zoomblog.com/archivo/2011/05/19/ investigacion-Cuantitativa-No-Experime.html

Gimeno, V. (2010). *La influencia de las nuevas tecnologias de la informacion y las comunicaciones y su repercusion en las estrategias empresariales: la banca online y su aplicacion en las cooperativas de credito.* Recuperado el 02 de Diciembre de 2015, de http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/52170/alfonso.pdf? sequence=1

Gimeno Gomez, V. (2011). *Elaboracion del plan de trabajo en la unidad convivencial.* Recuperado el 22 de Abril de 2017, de https://books.google.com.pe/books?id=RTccUWPOlG0C&pg=PA14&lpg=PA14&dq=sencillamente,+ponerse+en+el+lugar+del+otro,+escucharle,+tratar+de+comprender+sus+razones+para+actuar+de+tal+o+cual+manera,&source=bl&ots=j59bE182JW&sig=6yxzwoLylZ6C_lIvLMslPbfssTc&hl=e

Gonzales, Z. E. (2000). *El reto de la calidad del servicio financiero*. Recuperado el 10 de Octubre de 2015, de http://www.aedem-virtual.com/articulos/iedee /v06/061071.pdf

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. Recuperado el 18 de Setiembre de 2017, de http://www.pucesi.edu.ec/web/wp-

content/uploads/2016/04/Hern%C3%A1ndez-Sampieri-R.-Fern%C3%A1ndez-Collado-C.-y-Baptista-Lucio-P.-2003.-Metodolog%C3%ADa-de-la-investigaci %C3%B3n.-M%C3%A9xico-McGraw-Hill-PDF.-Descarga-en-l%C3%ADnea.pdf

Huaroto De la Cruz, C. (Octubre de 2011). *efecto de la adopcion de internet en la productividad de las MYPEs.* Recuperado el 03 de Diciembre de 2015, de http: //www.bcrp.gob.pe/docs/Proyeccion-Institucional/Encuentro-de-Economistas/EE-2011/ee-2011-d2-huaroto.pdf

INEI. (01 de Marzo de 2016). *Estadisticas de las Tecnologias de Informacion y Comunicacion en los Hogares. Informe Tecnico*. Recuperado el 17 de Mayo de 2016, de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico_tecnologias-informacion-oct-nov-dic2015.pdf

Juran, J. M. (2013). *Calidad de Servicio Aiteco Consultores*. Recuperado el 28 de Mayo de 2016, de http://www.aiteco.com/que-es-la-calidad-de-servicio/#

Marketing Expres. (07 de Noviembre de 2011). *Que es un producto de información*. Recuperado el 22 de Abril de 2017, de https://es.slideshare.net/comoganardineroahora/29-que-es-un-producto-de-informacin

Martínez, L., & Pianeta, C. (2011). *Análisis de las Técnicas Utilizadas en la Medición del Clima Organizacional*. Recuperado el 18 de Setiembre de 2017, de http://biblioteca.unitecnologica.edu.co/notas/tesis/0061973.pdf

Nunes, P. (17 de Enero de 2016). *Concepto de Efectividad*. Recuperado el 20 de Abril de 2016, de http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:yqwwxAFL71YJ:knoow.net/es/cieeconcom/gestion/efectividad/+&cd=8&hl=es&ct=clnk&gl=pe

Organizacion Internacional del Trabajo, OIT. (25 de Setiembre de 2017). Recuperado el 14 de Octubre de 2017, de http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:xRsXOG9rU8AJ:www.dt.gob.cl/consultas/1613/simple-article-60102.html+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=pe

Ospina, J. (24 de Junio de 2010). *Jaime Ospina Blog*. Recuperado el 31 de Mayo de 2016, de Definicion de Consultoria: https://jaimeospina.wordpress.com/2010/06/24 /definicion-de-consultoria/

Pacheco Tejada, J. (21 de Diciembre de 2016). *lecciones de vida*. Recuperado el 22 de Abril de 2017, de

https://ucsp.edu.pe/saladeprensa/articulos/la-navidad-nos-da-lecciones-de-vida/

Perez Porto, J., & Gardey, A. (2012). *Defincion de aspectos tangibles*. Recuperado el 22 de Abril de 2017, de https://definicion.de/tangible/

Perez Porto, J., & Merino, M. (2014). *Definicion de Inquietud*. Recuperado el 22 de Abril de 2017, de https://definicion.de/inquietud/

Perez, C. K. (15 de Abril de 2014). *La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados economicos y financieros de la empresa restaurante campestre sac - Chiclayo periodo enero a setiembre 2011 y 2012*. Recuperado el 20 de Mayo de 2016, de http://tesis.usat.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/287/1/TL_Perez_Rios_

Pinza, D. M., & Sanchez Seraquive, D. U. (Octubre de 2010). *El impacto de las TIC'S en el desempeño de las PYMES en el Ecuador, sector 2 del Canton Loja, año 2010*. Recuperado el 20 de Mayo de 2016, de http://dspace.utpl.edu.ec /bitstream/123456789/5491/1/TESIS.pdf

Racev. (18 de Enero de 2013). *Cooperar o colaborar: ¿dos términos enfrentados?* Recuperado el 22 de Diciembre de 2015, de http://blogs1.uoc.es/racev/recursos-racev/bases-teoricas-para-la-practica/cooperar-o-colaborar-dos-terminos-enfrentados/

Rodriguez, L. G., & Carnota, R. (01 de Noviembre de 2015). *Historia de las TIC en America Latina y el Caribe*. Recuperado el 17 de Mayo de 2016, de http://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/473/

Rojas Suarez, L. (2006). *El acceso a los servicios bancarios en America Latina: identificacion de obstaculos y recomendaciones*. Obtenido de http://www.cgdev.org/doc/experts/Serv_Bancarios_AL.pdf

Roldan, L. H., Balbuena Lavado, J. L., & Muñoz Mezarina, Y. K. (Enero de 2010). *Calidad de servicio y lealtad de compra del consumidor en supermercados limeños.* Recuperado el 03 de Diciembre de 2015, de file:///C:/Users/as/Downloads/Tesis_Munoz_Balbuena_Roldan_Correcci%C3%B3n%20final.pdf

Rosey, J. C. (10 de Mayo de 2013). *Gestiopolis*. Recuperado el 23 de Mayo de 2016, de Calidad, concepto y Filosofia: Deming, Juran, Ishikawa y Crosby: http://www.gestiopolis.com/calidad-concepto-y-filosofias-deming-juran-ishikawa-y-crosby/#ishikawa

Prado, G. (10 de Marzo de 2015). *Etica y sociologia*. Recuperado el 22 de abril de 2017, de http://monbloggernew.blogspot.pe/

Taylor, F. (1997). *Teoria de la planificacion de la calidad* . Recuperado el 15 de Diciembre de 2015, de http://www.Teoria de la planificacion de la calidad .com

Thompson, I. (2011). *Concepto de marketing*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2015, de http://www.marketing-free.com/marketing/concepto-marketing.html

UNAM. (2013). *Tutorial Estrategias de Aprendizaje*. Recuperado el 28 de Mayo de 2016, de http://tutorial.cch.unam.mx/bloque4/lasTIC

Verano, C. (02 de Febrero de 2012). *Evolución TIC perú-2011*. Recuperado el 27 de Octubre de 2015, de http://es.slideshare.net/cveranoa/evolucin-tic-per-2011

Vigotsky Semenovich, L. (1978). *teoria de Vigotsky aplicada a las TIC.* Recuperado el 05 de Diciembre de 2015, de http://es.slideshare.net/danielats/teoria-de-vigotsky-aplicada-a-las-tics

Voelpel. (2005). *Teoria del conocimiento y la capacidad para innovar como fuentes de ventaja competitiva de primer magnitud*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2015, de htt://www.Teoria del conocimiento y la capacidad para innovar.com

Wikimetria. (12 de Febrero de 2012). *Confiabilidad*. Recuperado el 22 de Abril de 2017, de https://wikimetria.wikispaces.com/Confiabilidad

Yenny. (29 de Abril de 2011). *Educate PERU; Teorias de Aprendizaje en relacion con las TICS.* Recuperado el 21 de Mayo de 2016, de http://mibloggerjenny.blogspot.pe/2011/04/teorias-de-aprendizaje-en-relacion-con.html

Anexos

a) Instrumentos de recolección de datos

b) Matriz de consistencia

Instrumento 1: encuesta sobre las tecnologías de la información y comunicación

Estimado amigo (a), la presente encuesta es un conjunto de preguntas relacionadas con las tecnologías de la información y comunicación en la Entidad Financiera Confianza, es confidencial y anónima. Solo se realiza con fines de investigación, agradezco su colaboración en el desarrollo de la prueba.

Nº	ITEMS	Nunca	Casi Nunca	A Veces	Casi siempre	Siempre
01	Para hacer uso del servicio de internet en la financiera confianza tienes mentalizad la información que necesitas buscar.					
02	El servicio de internet en la financiera confianza cuenta con buscadores de alta generación que te permite encontrar información en forma rápida.					
03	La información que recabas de internet consideras que es confiable y valido para tomar decisiones en la financiera confianza.					
04	Para elaborar tu plan de trabajo en la financiera confianza haces uso de herramientas digitales, como navegador, programa de dibujo, hoja de cálculo, entr otros.					
05	Para crear tablas, gráficos, figuras entre otros, relacionados con tu trabajo en la financiera confianza usas herramientas digitales, como hojas de cálculo, softwar de diseños, etc.					
06	Al intercambiar opiniones por el chat, correo electrónico, blog, redes sociales con los clientes de la financiera confianza, te expresas de forma respetuosa.					
07	Al elaborar mensajes en línea para los clientes de la financiera confianza reconoces la importancia de seguir reglas de redacción y ortografía.					
08	La financiera confianza utiliza imágenes, textos, videos, y/o sonidos según criterios propios de forma y estilo para desarrollar un producto de comunicación para sus clientes.					
09	La financiera confianza reconoce las diferencias entre los distintos medios digitales y elige el más adecuado para elaborar mensajes acordes a objetivos y audiencias diferentes.					
10	La financiera confianza seleccionar entre diversos medios el más efectivo para llegar con el mensaje a sus clientes potenciales					
11	En la financiera confianza reconoces los aspectos positivos de vincularte con otros en las redes digitales, la importancia de proteger tu seguridad personal y de los demás.					

12	En la financiera confianza reconoces cuándo un mensaje puede ser dañino o poco confiable y utilizas las estrategias más adecuadas para proteger la seguridad de la información.					
13	En la financiera confianza consideras que para utilizar el trabajo de otro debes tener su autorización o la de la ley, y de aplicar prácticas de respeto y reconocimiento de la autoría de un trabajo.					
14	En la financiera confianza consideras que los autores merecen ser reconocidos por sus creaciones y que tienen derecho de obtener beneficios económicos para asegurar su sustento y poder seguir creando.					
15	En la financiera confianza reconoces la capacidad que tienen las TICs de impactar positiva o negativamente en los individuos y la sociedad en problemáticas sociales, económicas y culturales.					
16	Conoces las partes del computador, describes las funciones de los sistemas informáticos y resuelves problemas relacionados con ellos en la financiera confianza.					
17	Comprendes que los equipos de cómputo en la financiera confianza requieren de cuidados y toma de medidas para su mantenimiento					
18	Diagnósticas y resuelves problemas básicos de hardware, software y redes utilizando los sistemas de ayuda de las aplicaciones e Internet en la financiera confianza.					
19	Manejas procesador de textos, programa de presentaciones, hoja de cálculos, programa de diseño de videos, dibujos o edición de fotos en la financiera confianza.					
20	Utilizas programas en línea para generar documentos y publicarlos o compartirlos en la red en la financiera confianza.					

Instrumento 2: encuesta sobre calidad del servicio

Estimado amigo (a), el presente documento es un conjunto de preguntas relacionadas con la calidad del servicio que brinda la financiera confianza, es confidencial y anónima. Solo se realiza con fines investigativos, agradecemos su colaboración y honestidad en el desarrollo de la prueba

Nº	ITEMS	Nunca	Casi Nunca	A Veces	Casi siempre	Siempre
01	La financiera confianza, te ofrece una buena infraestructura y ambientes adecuados					
02	La financiera confianza está ubicado en el lugar adecuado					
03	La financiera confianza posee equipos informáticos y mobiliarios de alta generación					
04	Los trabajadores de la financiera confianza muestran una vestimenta agradable					
05	Los trabajadores de la financiera confianza muestran un trato cordial y buen comportamiento					
06	Los trabajadores de la financiera confianza, desarrollan sus actividades con actitud positiva					
07	Cuándo vas por una consulta a la financiera confianza los trabajadores te muestran interés en responderte					
08	Los trabajadores de la financiera confianza poseen capacidad de respuesta rápida					
09	Los trabajadores de la financiera confianza muestran interés por conocer y solucionar los problemas de los usuarios					
10	Los trabajadores de la financiera confianza, son personas abiertas, alegres, amigables y comunicativas					
11	Los trabajadores de la financiera confianza muestran amplitud y conocimiento de las funciones que realiza					
12	Ante las dudas planteadas sobre un tema cualquiera, el trabajador de la financiera confianza te aclara y te orienta hasta satisfacer tu inquietud					
13	Los trabajadores de la financiera confianza son puntuales a la entrada al trabajo y te motiva a ser como ellos					
14	Las respuestas vertidas por los trabajadores de la financiera confianza te brindan confianza					
15	Los trabajadores de la financiera confianza muestran profesionalismo y habilidad cognoscitiva al emitir una respuesta					
16	La financiera confianza ejecuta el servicio bien a la primera vez					
17	Los horarios de atención al usuario de la financiera confianza son los adecuados					
18	La financiera confianza se esfuerza por conocer y entender las necesidades del usuario					
19	La financiera confianza puede hacer suyo tus problemas planteados					

20	La financiera confianza se vive un clima organizacional favorable entre los trabajadores					

Título: las Tecnologías de la Información y la Comunicación y Calidad del Servicio en la Entidad Financiera Confianza, Pucallpa, 2016.

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicadores
Problema General: ¿Cómo es la relación de las tecnologías de la información y la comunicación y calidad del servicio en La Entidad Financiera Confianza, 2016? Problema específicos: 1. ¿Cómo es la relación de la información y calidad del servicio en la entidad financiera Confianza, 2016? 2. ¿Cómo es la relación de la comunicación y calidad del servicio en la entidad financiera Confianza, 2016? 3. ¿Cómo es la relación de la Convivencia digital y calidad del servicio en la entidad financiera Confianza, 2016? 4. ¿Cómo es la relación de la Tecnología y calidad del servicio en la en la entidad financiera Confianza, 2016?	Objetivo General: Calificar la relación de las tecnologías de la información y la comunicación y calidad del servicio en la entidad financiera Confianza, 2016. Objetivo específicos: 1. Evaluar la relación de la información y calidad del servicio, en la entidad financiera Confianza, 2016. 2. Conocer la relación de la comunicación y calidad del servicio, en la entidad financiera Confianza, 2016. 3. Calificar la relación de la convivencia digital y calidad del servicio, en la entidad financiera Confianza, 2016. 4. Establecer la relación de la Tecnología y calidad del servicio, en la entidad financiera Confianza, 2016.	Hipótesis General: La relación de las Tecnologías de la información y la comunicación y calidad del servicio en la entidad financiera Confianza, 2016, es significativa Hipótesis específicas: 1. La relación de la información y calidad del servicio en la entidad financiera Confianza, 2016, es significativa. 2. La relación de la comunicación y calidad del servicio, en la entidad financiera Confianza, 2016, es significativa. 3. La relación de la convivencia digital y calidad del servicio en la entidad financiera Confianza, 2016, es significativa. 4.La relación de la Tecnología con la calidad del servicio, en la entidad financiera Confianza, 2016, es negativa	Tecnologías de la información y la comunicación	Información	Información como fuente
					Información como producto
				Comunicación	Efectiva
					Colaboración
				Convivencia digital	Ética y autocuidado
					TIC y sociedad
				Tecnología	Conocimientos de TIC
					Operar la TIC
					Usar las TIC
			Calidad del servicio	Aspectos tangibles	Instalaciones
					Equipos
					Aspectos del personal
					Materiales de comunicación
				Asesores	Desempeño de los asesores
				Personal administrativo	Disposición
					Buena voluntad
					Comportamiento
					Apariencia física
				Confiabilidad	Desempeño confiable
					Inquietud
					Actitud
				Empatía	Comprensión de las necesidades de los clientes