

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES



TESIS

**IMPLICANCIA DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS EN LA
RENTABILIDAD DE LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CREDITO
CUSCO S.A. AGENCIA URUBAMBA, PERIODOS 2013 - 2014**

PRESENTADA POR:

EDWIN MONTESINOS CALISAYA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

PUNO - PERU

2017

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES

**IMPLICANCIA DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS EN LA
RENTABILIDAD DE LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CREDITO
CUSCO S.A. AGENCIA URUBAMBA, PERIODOS 2013 - 2014**

PRESENTADA POR:

EDWIN MONTESINOS CALISAYA



PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE: CONTADOR PÚBLICO.

APROBADO POR EL SIGUIENTE JURADO:

PRESIDENTE:


.....
Dr. EDGARDO PINEDA QUISPE

PRIMER MIEMBRO:


.....
Dr. ALCIDES SALUSTIO PALACIOS SANCHEZ

SEGUNDO MIEMBRO:


.....
Dr. MARCO ANTONIO RUELAS HUMPIRI

DIRECTOR DE TESIS:


.....
MSc. HUGO FREDDY CONDORI MANZANO

ASESOR DE TESIS:


.....
CPC. LUCAS PONCE QUISPE

LINEA DE INVESTIGACIÓN: Finanzas Publicas y Privadas.
TEMA: Calidad de Servicios en la Rentabilidad.

FECHA DE SUSTENTACIÓN: 15 de Julio del 2016

DEDICATORIAS

A mis padres y hermanos, por el gran apoyo incondicional y ser el soporte emocional para lograr mis objetivos y a través de estas líneas expreso mi profunda gratitud.

AGRADECIMIENTO

A los Docentes de la Escuela Profesional de Ciencias Contables de la UNA – Puno, por su gran contribución en mi formación profesional, así mismo al Director y asesor de mi trabajo de Investigación: MSc. Hugo F. Condori Manzano y al CPC. Lucas Ponce Quispe, por su constante apoyo para lograr consolidar la presente investigación.

Agradezco también a todos los directivos y amigos de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. principalmente a la Agencia Urubamba y Oficina especial de Machupicchu, quienes me brindaron su gran apoyo y aliento para desarrollar mi trabajo de investigación.

Edwin Montesinos C.

INDICE

Dedicatorias.....	i
Agradecimiento.....	ii
Indice de Acronimos.	x
Resumen	xi
Abstract	xiii
Introduccion	xv

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

1.1 Planteamiento Del Problema.....	1
1.1.1 Definicion Del Problema.....	3
1.2 Antecedentes De La Investigación.....	3
1.3 Objetivos Del Estudio.....	8
1.3.1 Objetivo General	8
1.3.2 Objetivos Específicos.....	8

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.

2.1 Marco Teórico.....	9
2.1.1. Calidad.....	9
2.1.2 Calidad De Servicio.....	10
2.1.3 Objetivo De La Calidad.	10
2.1.4 Principios De La Calidad.	10

2.1.5 Servicios	11
2.1.6 Calidad De Servicio.....	11
2.1.7 Niveles De Calidad De Servicio:.....	12
2.1.8 Problemática De La Calidad De Servicios	13
2.1.9 Calidad De Atención Al Cliente	14
2.1.10 Servicios De Atención Al Cliente.	14
2.1.11 Los Indicadores De La Calidad De Servicios.....	15
2.1.12 Componentes De La Calidad En El Servicio.	16
2.1.13 Prestación De Servicios	17
2.1.14 Sistema Financiero Bancario.....	21
2.1.15 Sistema Financiero No Bancario.	22
2.1.16 Operaciones De La Caja Municipal De Ahorro Y Crédito.	23
2.1.17 Los Créditos.	25
2.1.18 El Riesgo.....	29
2.1.19 Ratios Financieros.	31
2.1.20 Rentabilidad Y La Gestión Financiera.	35
2.1.21 Rentabilidad Económica.....	37
2.1.22 Rentabilidad Contable.	37
2.1.23 Rentabilidad En Ventas.....	38
2.1.24 Rentabilidad.	38
2.2 Marco Conceptual.....	39
2.3 Hipótesis De La Investigación.	47
2.3.1 Hipótesis General.....	47
2.3.2 Hipótesis Específicas	47
2.4 Operacionalización De Variables.	47

CAPITULO III.**METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN.**

3.1 Tipo De Investigación.....	49
3.2 Diseño De La Investigación.....	49
3.3 Metodología De La Investigación.	49
3.4 Población Y Muestra.	51
3.4.1 Población	51
3.4.2 Muestra.....	51
3.5 Fuentes De Información.	52
3.6 Técnicas Para La Recolección De Datos.	53
3.7 Instrumentos.	53
3.8 Características Del Área De Investigación.	54
3.8.1 Ámbito De Estudio.	54
3.8.2 Reseña Historica De La Caja Municipal De Ahorro Y Credito Cusco.	54
3.8.3 Mision Y Vision Organizacional.....	55
3.8.4 Principios De Gestion.....	55
3.8.5 Organigrama Estructural.	57

CAPITULO IV.**EXPOSICION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS.**

4.1 Analisis Del Objetivo Especifico 01.	58
4.1.1 Situacion De Las Carteras De Credito Y Obligaciones Con El Público En Los Periodos 2013 Y 2014.....	58
4.2 Analisis Del Objetivo Especifico 02.	83
4.3 Analisis Del Objetivo Especifico 03.	89
4.4 Contratacion De Hipotesis.	91

4.4.1 Contrastación De La Hipótesis Específica 01:.....	91
4.4.2 Contrastación De La Hipótesis Específica 02.....	92
CONCLUSIONES.....	94
RECOMENDACIONES.....	96
BIBLIOGRAFIA.....	98
WEBGRAFIA.....	99
ANEXOS.....	100

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Poblacion De La Cmac Cusco	52
Cuadro 2: Cartera De Creditos De La Cmac Cusco	59
Cuadro 3: Cartera De Creditos De La Cmac Cusco	60
Cuadro 4: Obligaciones Con El Publico Cmac Cusco 2013	61
Cuadro 5: Obligaciones Con El Publico Cmac Cusco 2014	62
Cuadro 6: Nivel De Instrucción Educativa Cmac Cusco 2014	64
Cuadro 7: Tiempo De Labores Del Personal 2014	66
Cuadro 8: Capacitacion Recibida En Atencion Al Cliente.....	68
Cuadro 9: Nivel De Capacitacion En El Puesto Laboral	70
Cuadro 10: Conocimiento De La Mision Vision De La Cmac.....	71
Cuadro 11: Conocimiento De Los Instrumentos De Gestion	72
Cuadro 12: Conocimiento De Las Estrategias Y Políticas Para Mejorar La Calidad de Los Servicios Financieros	74
Cuadro 13: Nivel De Satisfaccion Con La Remuneración Que Perciben De La Cmac	75
Cuadro 14: Pago De Horas Extras Al Personal De La Cmac	76
Cuadro 15: Satisfacción Con La Labor Que Desempeña El Personal De La Cmac	78
Cuadro 16: Percepcion Del Trato Al Personal De La Cmac	79
Cuadro 17: Conocimiento De Los Estándares De Calidad De Los Servicios Financieros	80
Cuadro 18: Clima Laboral Percibido Por El Personal	82
Cuadro 19: Estados De Resultados Agencia Urubamba 2013	84
Cuadro 20: Estados De Resultados Agencia Urubamba 2014	85

Cuadro 21: Baremo De Evaluación De La Rentabilidad	86
Cuadro 22: Nivel De Rentabilidad Sobre Servicios Financieros De La Cmac	
Cusco	86
Cuadro 23: Rentabilidad Sobre El Margen Financiero Neto De La Cmac	88

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Organigrama Estructural	57
Figura 2: Cartera De Creditos Periodo 2013	59
Figura 3: Cartera De Creditos Periodo 2014	61
Figura 4: Obligaciones Con El Público Periodo 2013	62
Figura 5: Obligaciones Con El Público Periodo 2014	63
Figura 6: Grado De Instrucción Del Personal	64
Figura 7: Experiencia Laboral En La Cmac	67
Figura 8: Capacitación Recibida Por El Personal	68
Figura 9: Capacitación En El Puesto Laboral	70
Figura 10: Conocimiento De La Misión Y Visión Organizacional	71
Figura 11: Conocimiento De Los Instrumentos De Gestión	73
Figura 12: Conocimiento De Estrategias Y Políticas Organizacionales	74
Figura 13: Satisfaccion Con La Remuneracion Percibida	75
Figura 14: Horas Extras Pagadas Al Personal	76
Figura 15: Satisfacción Con El Trabajo Realizado	78
Figura 16: Trato Al Personal	79
Figura 17: Conocimiento De Los Estándares De Calidad	81
Figura 18: Clima Laboral Percibida Por El Personal	82
Figura 19: Grafico De Rentabilidad Sobre Servicios Financieros	87
Figura 20: Margen Financiero Neto	88

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Instrumento, Encuesta Estructurada 101

INDICE DE ACRONIMOS

CMAC: Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Cusco.

ESF: Estado de Situación Financiera.

PCGE: Plan Contable General Empresarial.

ROA: Rendimiento sobre Activos.

ROE: Rendimiento Sobre el Patrimonio.

RESUMEN

El trabajo de investigación que lleva por título: “Implicancia de la Calidad de los Servicios Financieros en la Rentabilidad de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Urubamba, Periodos 2013 y 2014”; Se ejecutó en la ciudad de Urubamba Cusco, considerando como la población de estudio a la Empresa financiera en mención; Es preciso indicar que es una empresa pública con personería jurídica de derecho privado, que fue creada bajo el ámbito del Decreto Ley N° 23039 del 14 de mayo de 1980; El objetivo principal de la investigación fue: Determinar la incidencia de la calidad de los servicios financieros en la Rentabilidad de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, en los periodos 2013 – 2014; La Hipótesis de la Investigación fue: La calidad de los servicios financieros inciden significativamente a la Rentabilidad de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, en los periodos 2013 – 2014; La metodología aplicada para su desarrollo estuvo enmarcado a los métodos descriptivo y deductivo, los que nos permitieron establecer nuestras conclusiones de la investigación: La Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Urubamba debe prestar atención a los factores insatisfactorios que pueden incidir en la deficiente calidad de servicio, tales como: la falta de experiencia laboral del personal, la falta de una adecuada capacitación para mejorar el desempeño de los trabajadores, remuneraciones bajas de los trabajadores, falta de retribución por las horas extras laboradas y mejora en el trato al personal de la empresa, entre otros; Por otro lado se Observó que la cartera de créditos de la CMAC. Cusco, Agencia Urubamba al periodo 2014 está conformado por S/.

33'904,419.34 de los cuales el 96.62% corresponde a la cartera de créditos vigentes, el 0.43% se refiere a la cartera de créditos refinanciados, el 0.95% representa a la cartera de créditos vencidos y el 1.99% es la cartera de créditos judiciales, mostrando una tendencia a la mejora respecto al periodo anterior. Esto debido a que el Indicador de Rendimiento en el Periodo 2013 sobre los servicios financieros prestados fue del 59%, y en el periodo 2014 fue del 57%, lo que demuestra un nivel muy bueno del rendimiento esperado por la entidad financiera respecto a los ingresos obtenidos, como consecuencia de los intereses generados a los clientes de capitales colocados, mostrándose una ligera disminución de 2% respecto al periodo anterior.

Por otro lado el índice de Rentabilidad sobre el margen financiero neto es decir descontando las obligaciones con el público, se muestra que en el año 2013 se tuvo un rendimiento del 68% y en el año 2014 fue del 66%, resultados que muestran un rendimiento muy bueno, los que se mantuvieron constantes en ambos periodos y en beneficio de la entidad financiera.

Palabras Clave: calidad, caja municipal, finanzas, servicios financieros, rentabilidad.

ABSTRACT

The research work entitled: "Implication of the Quality of Financial Services in the Profitability of the Municipal Savings and Credit Custody Cusco S.A. Urubamba Agency, 2013 and 2014 "; It was executed in the city of Urubamba Cusco, considering as the study population the Financial Company in mention; It should be noted that it is a public company with legal personality of private law, which was created under the scope of Decree Law No. 23039 of May 14, 1980; The main objective of the research was: To determine the incidence of the quality of financial services in the profitability of the Cusco Municipal Savings and Credit, Urubamba Agency, in the periods 2013 - 2014; The Research Hypothesis was: The quality of financial services have a significant impact on the profitability of the Cusco Municipal Savings and Credit Fund, Urubamba Agency, in the periods 2013 - 2014; The applied methodology for its development was framed to the descriptive and deductive methods, which allowed us to establish our conclusions of the investigation: The Municipal Savings and Credit Box Cusco S.A. Urubamba Agency must pay attention to the unsatisfactory factors that can affect the poor quality of service, such as: lack of work experience of staff, lack of adequate training to improve the performance of workers, low remuneration of workers, lack of remuneration for overtime worked and improvement in the treatment of company personnel, among others; On the other hand it was noted that the loan portfolio of the CMAC. Cusco, Urubamba Agency for the period 2014 is made up of S / . 33'904,419.34 of which 96.62% corresponds to the current loan portfolio, 0.43% refers to the refinanced loan portfolio, 0.95% represents the portfolio of

overdue loans and 1.99% is the loan portfolio, showing a trend towards improvement over the previous period. This is due to the fact that the Performance Indicator in the Financial Services Period in 2013 was 59% and in the period 2014 was 57%, which shows a very good level of the expected performance by the financial institution in relation to the income obtained, as a result of the interest generated to the clients of capital placed, showing a slight decrease of 2% with respect to the previous period.

On the other hand, the Profitability index on the net financial margin is to deduct the obligations with the public, it is shown that in 2013 had a yield of 68% and in 2014 was 66%, results that show a performance very good, those that remained constant in both periods and for the benefit of the financial institution.

Keywords: quality, municipal cash, finances, financial services, profitability.

INTRODUCCION

En el marco de las Normas establecidas por la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la UNA – Puno; tenemos a bien presentar el trabajo de investigación titulado “Implicancias de la calidad de los servicios financieros en la rentabilidad de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Urubamba, periodos 2013 - 2014”, pretende conocer los principales factores de la calidad del servicio en las prestaciones de los servicios financieros para determinar su incidencia en la rentabilidad de la Caja Municipal en mención; este tema constituye uno de los grandes problemas que muchas veces los directivos de las entidades financieras desconocen el comportamiento de sus trabajadores en los servicios que se presta al cliente y que no permite su desarrollo; Y, que con una adecuada gestión mejoraría la calidad del servicio, que es un afán que siempre ha preocupado a las organizaciones y que los gerentes en su esencia siempre han buscado para satisfacer las necesidades del público a quienes se dirigen.

La calidad en el servicio, implica un cambio de actitudes y mentalidad, por lo que requiere ejercer valores perdurables y establecer un compromiso con la empresa y la sociedad; Esto implica que se requiere de las personas que laboran en la organización más capacidad, capacitación y dedicación personal; Actualmente las personas son las que entregan valor a los servicios, poniéndole toda su inteligencia para que satisfagan las necesidades de los usuarios. Esto quiere decir que en una empresa las personas son los entes innovadores y que son los únicos capaces de generar ventajas competitivas en las organizaciones,

que hagan posible que las empresas sean sostenibles en el tiempo en beneficio de sus clientes y los mismos integrantes.

Una vez desarrollado el Marco Teórico se llegó a la siguiente Problema de Investigación General: ¿En qué medida la calidad de los servicios financieros inciden en la Rentabilidad de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, en los periodos 2013 – 2014?. Como Objetivo General a lo siguiente: Determinar la incidencia de la calidad de los servicios financieros en la Rentabilidad de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, en los periodos 2013 – 2014. Y finalmente la Hipótesis General de la Investigación es el Siguiendo: La calidad de los servicios financieros inciden significativamente a la Rentabilidad de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, en los periodos 2013 – 2014. El presente Trabajo de Investigación Consta de Cinco Capítulos:

Capítulo I: Planteamiento del Problema, Antecedentes y Objetivos de La Investigación: En la que se especifica por qué y los orígenes del problema en base a los antecedentes existentes sobre el tema para luego ser formulados mediante objetivos.

Capítulo II: Marco Teórico, Marco Conceptual e Hipótesis de la Investigación: se conceptúan definiciones relacionadas al tema para formular las hipótesis respectivas.

Capítulo III: Método de Investigación: Nos muestra los métodos y técnicas que nos permitieron lograr nuestros objetivos.

Capítulo IV: Características del Área de Investigación: nos muestra las características más importantes del ámbito de estudio.

Capítulo V: Exposición y Análisis de los Resultados: Muestra los resultados mediante cuadros, los que fueron analizados y discutidos como resultado de aplicación de términos porcentuales y comparaciones para llegar a las conclusiones y recomendaciones finales.

El Ejecutor.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. (en Adelante CMAC. Cusco) es una empresa pública con personería jurídica de derecho privado, que fue creada bajo el ámbito del Decreto Ley N° 23039 del 14 de mayo de 1980, con autorización de funcionamiento mediante Resolución S.B.S. N° 218-88 del 22 de marzo de 1988. Inicia sus operaciones el 28 de marzo de 1988 con los servicios de crédito prendario y contando con la Asesoría Técnica de la GTZ en el marco del convenio Perú-Alemania. Al segundo año de funcionamiento se le autorizó prestar los servicios de captación de ahorros del público y al tercer año el otorgamiento de créditos a la pequeña y microempresa y posteriormente otras modalidades de créditos.

La situación actual que atraviesa nuestro país en los últimos años, viene generando una gran incertidumbre y preocupación en la población en general, la

falta de posibilidades de empleo de la población, ha conllevado a las familias de escasos recursos económicos a crear nuevas estrategias de supervivencia destinadas a la obtención de mayores recursos que les permitan satisfacer sus necesidades básicas lo que ha generado el incremento del comercio formal, informal y ambulatorio y por ello, la creciente necesidad de acceder al sistema financiero para obtener un crédito fácil y oportuno; Frente a esta situación social la CMAC - Cusco, se ha convertido en un medio de financiamiento para cubrir los diferentes tipos de necesidades de la población y un apoyo imprescindible al sector micro empresarial; El propósito principal de la Caja Municipal Cusco es apoyar a segmentos socioeconómicos que tienen acceso limitado a la banca tradicional, impulsando el desarrollo de la pequeña y microempresa, fomentando el ahorro en la población y otorgando créditos a las PYME, contribuyendo con la descentralización financiera y democratización del crédito.

Sin embargo, la investigación se refiere a que las entidades financieras, tales como las Cajas Municipales que operan en nuestro país, fundamentalmente en la ciudad de Urubamba muchas veces muestran permanentes dificultades en el ámbito de su gestión de créditos relacionados a la calidad de servicios financieros al cliente, los cuales tienen incidencia directa en sus niveles de rentabilidad; Entre otros aspectos descuidan la atención con calidad al cliente que requiere un crédito, y muchas veces el personal de la empresa no entablan un trato cordial con los agentes deficitarios que solicitan alguna forma de préstamos, lo que es perjudicial para los fines de la organización.

Por lo planteado líneas arriba, a través de la presente Investigación se realizó una evaluación de la calidad de servicios financieros y su incidencia en la

rentabilidad de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito – Cusco, Agencia Urubamba y oficina especial de Machupicchu.

Por Consiguiente, se planteó las siguientes interrogantes a resolver.

1.1.1 DEFINICION DEL PROBLEMA.

PROBLEMA GENERAL.

¿En qué medida la calidad de los servicios financieros inciden en la Rentabilidad de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, en los periodos 2013 – 2014?.

PROBLEMAS ESPECIFICOS.

- ¿Cuáles son los principales factores que determinan la calidad de servicios financieros Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, en los periodos 2013 – 2014?
- ¿Cuál es el nivel de rentabilidad de las prestaciones de servicios financieros, Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, en los periodos 2013 – 2014?

1.2 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.

1.2.1 Capia, R. (2014). La calidad de servicio y su incidencia en la rentabilidad del CIS. Frigorífico de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno, periodos 2011-2012. Tesis para optar el título de Contador Público. Universidad Nacional del Altiplano, Puno. Concluye:

En el CIS Frigorífico, existen diversos factores internos y externos que influyen directamente en como brindar un adecuado servicio de calidad. Se debe

de contar con el personal que cumpla adecuadamente sus funciones y que este suficientemente capacitado, e identificado con la empresa; motivado y comprometido con la labor que realizan.

Contar con el adecuado número de trabajadores en las áreas de mayor demanda. La remuneración recibida no es adecuada para el esfuerzo invertido en sus labores, al observar esto se evidencia un clima desfavorable para desarrollar una excelente calidad de servicios.

El nivel de satisfacción del cliente en la empresa es negativa con relación a la valoración de sus expectativas y el rendimiento percibido, mostrando insatisfacción en cuanto al tiempo de espera en recibir el servicio ofrecido.

El rendimiento obtenido en los periodos 2011 y 2012, muestran bajos niveles de rentabilidad obtenida en la empresa. El cual se debe superar en los periodos siguientes, realizando una eficiente administración de la empresa en todos sus aspectos, procurando la máxima eficiencia en los procesos de producción de los servicios. Finalmente observamos el nivel de frecuencia a regresar nuevamente y recibir los servicios de la empresa, el 12% de clientes manifestaron que no regresarían nuevamente a recibir los servicios de la empresa, lo que demuestra un nivel de calidad de servicio que incide negativamente en los bajos índices de rentabilidad de la empresa.

1.2.2 Roque, C. (2013). Influencia de la calidad de servicio en la rentabilidad de la empresa Perú Inversiones Turísticas S.C.R.L. de la ciudad de Puno, periodos 2011 – 2012. Tesis para optar el título de Contador Público. Universidad Nacional del Altiplano, Puno. Concluye:

Existen factores que determina la deficiente calidad del servicio turístico

que presta la empresa, traducido a un nivel muy bajo de personal capacitado según las labores que desarrollan en la organización, por lo que se muestra que sólo un trabajador que representa el 6% de la muestra indicó que recibió alguna capacitación para mejorar su desempeño laboral y el 77% nunca recibió capacitación alguna financiada por la empresa, lo que es un factor negativo para la organización; De la misma forma 16 trabajadores que representa el 89% manifestaron no conocer la Misión y Visión organizacional, ni los instrumentos de gestión organizacional.

1.2.3 Aguilar, H. (2011), Implicancias de la calidad de Servicio en la Rentabilidad de Electro Puno S.A.A. periodos 2008 y 2009. Tesis presentada a la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas para optar el título de Contador Público. Concluye:

El 45% de los trabajadores de la Empresa Electro Puno S.A.A. manifestaron que tienen un nivel regular de capacitación y consideran que es insuficiente para el desempeño de sus labores en la empresa y el 45% mencionaron que no recibieron capacitación alguna en estos periodos; De la misma forma se muestra que el 23% de los trabajadores conocen parcialmente los instrumentos de gestión de la empresa y el 50% no lo conocen; El 23% de los trabajadores conocen parcialmente las estrategias y política de la empresa para el mejoramiento de la calidad del servicio y el 45% lo desconocen; Finalmente debemos indicar que el 23% considera que el presupuesto asignado es escaso e insuficiente y no permite adquirir nuevos conocimientos y el 23% considera que la empresa no cubre con los gastos necesarios para una adecuada capacitación y el 45% manifiestan que no asisten a capacitaciones por el exiguo presupuesto de la empresa. Por lo tanto, son los principales factores

que inciden en un bajo nivel de la calidad del servicio prestado a los usuarios.

1.2.4 Borges, A. (2010). Evaluación de la Gestión del Otorgamiento de créditos en la Financiera EDYFICAR Agencia Puno periodos 2009 – 2010. Tesis para optar el título de Contador Público. Universidad Nacional del Altiplano, Puno. Concluye:

Las Políticas de crédito de la Financiera EDYFICAR están debidamente estructuradas y van acorde al segmento de mercado al cual se enfocan, que son los micro y pequeños empresarios, sin embargo el problema radica en la aplicación que hacen de estas normas, aparte que no se realiza capacitaciones al personal sobre las políticas, la evaluación de créditos y valuaciones de activos.

Que las actitudes de los trabajadores de la Financiera Edyficar, no son las más adecuadas debido a que a pesar de que consideran a Edificar como una buena institución de trabajo, muchos no se sienten identificados con el trabajo que desempeñan.

1.2.5 Calsina, S. (2009). Análisis de la Calidad de servicio eléctrico y su incidencia en el Estado de Ganancias y Pérdidas de Electro puno S.A.A. Sector sub estación Vallecito Distrito Puno 2007. Tesis presentada a la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas para optar el título de Contador Público. Concluye:

Que durante el periodo 2007 la Empresa Regional de Servicio de Público de Electricidad “ELECTRO PUNO S.A.A.”, ha tenido deficiencias en la calidad de servicio eléctrico específicamente en la calidad de producto (riesgos eléctricos,

estructuras y redes de más de 20 años de antigüedad y por el desconocimiento por parte de los usuarios sobre las distancias mínimas de seguridad de las redes y/o cables para con las viviendas), calidad de facturación (exceso de cobro en el recibo por electricidad, refacturación o modificación de los recibos de electricidad) y alumbrado público (Lámpara de unidad de alumbrado público "LUAP" inoperativo, falta de LUAP donde antes si hubo uno, mango de la LUAP roto o mal orientado), todo esto sumado el número de reclamos justificados, por lo que al hacer el análisis del Estado de Ganancias y Pérdidas se pudo apreciar que tiene gran incidencia en el rubro de egresos tales son:

Los gastos extraordinarios que suman S/. 1'273,814.45 que representa el 20.10% de la Utilidad Operativa, por los que al analizar se pudo detectar que a nivel específico, el 40.34% y 41.23% pertenecen al rubro compensaciones a usuarios y compensaciones de energía por interrupciones, seguido por el 12.94% Sanciones Administrativas Fiscales a Instituciones Públicas (por los cuales se reflejan los aspectos cualitativos), (Multas Impuestas por el OSINERGMIN para el año 2007), en el cual se puede observar los conceptos por los cuales se dispusieron dichas multas referentes a la calidad de servicio eléctrico que presta ELECTRO PUNO S.A.A.

Por tanto las deficiencias en la calidad de servicio eléctrico repercuten negativamente en los ingresos por venta de energía, acciones y también en los impuestos, por tanto en el resultado del ejercicio (rentabilidad).

Que del análisis técnico-profesional (entendido - capacitado) a realizarse de los ingresos y gastos específicamente los gastos extraordinarios, respecto a la

calidad de servicio eléctrico, también ayudara a mejorar la mala imagen que tiene ELECTRO PUNO S.A.A. en términos de calidad de servicio eléctrico.

1.3 OBJETIVOS DEL ESTUDIO

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la incidencia de la calidad de los servicios financieros en la Rentabilidad de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, en los periodos 2013 – 2014.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer los principales factores que determinan la calidad de servicios financieros Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, en los periodos 2013 – 2014.
- Determinar el nivel de rentabilidad de las prestaciones de servicios financieros, Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, en los periodos 2013 – 2014.
- Proponer alternativas que contribuyan a mejorar la calidad del servicios financieros Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, en los periodos 2013 – 2014.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO, MARCO CONCEPTUAL E HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1. CALIDAD

Gómez, F. (2002) La calidad se puede definir como una consecuencia que consiste en emprender, aceptar, satisfacer y superar, continuamente, las necesidades, deseos y expectativas del cliente.

Calidad del producto o servicio más específico, calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la información, calidad del proceso, calidad de la gente, calidad del sistema, calidad de la compañía, calidad de objetivos, etc. “Calidad de hacer las cosas bien y a la primera”, cumplimiento satisfactoriamente las características y expectativas del cliente acerca del producto o servicio que va a recibir.

En resumen, podemos decir que la calidad es: Cumplir con los requerimientos del cliente con un mínimo de errores y defectos.

2.1.2 CALIDAD DE SERVICIO.

Gómez, F. (2002). La calidad se puede definir como una secuencia que consiste en comprender, aceptar, satisfacer y superar, continuamente, las necesidades, deseos y expectativas del cliente.

2.1.3 OBJETIVO DE LA CALIDAD.

Gómez, F. (2002). Los objetivos de la calidad pueden ser vistos desde diferentes puntos de vista. Por una parte se busca la completa satisfacción del cliente para diferentes fines; por otra parte puede ser el lograr la máxima productividad de los miembros de la empresa o también se puede ver como un grado de excelencia.

2.1.4 PRINCIPIOS DE LA CALIDAD.

Viveros, J. (2002). La calidad se establece por 13 principios:

- Hacer bien las cosas desde la primera vez.
- Satisfacer las necesidades del cliente (tanto externo como interno).
- Buscar soluciones y estar justificando errores.
- Ser optimista a ultranza.
- Tener buen trato con los demás.
- Ser oportuno en el cumplimiento de las tareas.
- Ser puntual.

- Colaborar con amabilidad con sus compañeros de equipo de trabajo.
- Aprender a reconocer nuestros errores y procurar enmendarlos.
- Ser humilde para aprender y enseñar a otros.
- Ser ordenado y organizado con las herramientas y equipo de trabajo.
- Ser responsable y generar confianza en los demás.

2.1.5 SERVICIOS

Galdós, M. (2003). Por una parte, un servicio es una acción utilitaria que satisface una necesidad específica de un cliente, el servicio genera una experiencia psicológica en el cliente según la manera como el proveedor del servicio proporciona.

Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, todo trabajo que se realiza para otra persona, es algo que va más allá de la amabilidad y la gentileza. Es una palabra vinculada en sus orígenes a la esclavitud, servidumbre y servilismo, se convierte hoy en el factor determinante para lograr la lealtad de los clientes .

2.1.6 CALIDAD DE SERVICIO

Galdós, (2003). Es la satisfacción de los clientes con respecto a cualquier servicio, la calidad en el servicio es la verdadera ventaja competitiva de una organización en un mercado altamente competitivo, donde muchos ofrecen lo mismo y la constante en el servicio de calidad es el reflejo del compromiso de quienes integran una empresa orientada al cliente.

La calidad en el servicio es una cultura, una forma de ser, de vivir, de actuar. La calidad existe cuando los miembros de la institución poseen, comparten y

ejercen una serie de valores cuyo fin último es la satisfacción de las necesidades del cliente.

Lograr una cultura de calidad en el servicio requiere que en cada persona que integra la organización, se dé un cambio y el desarrollo de una serie de valores y actitudes.

La calidad en el servicio implica un cambio de actitudes y mentalidad, requiere de ejercer valores perdurables como la puntualidad, veracidad, honradez, responsabilidad y establecer un compromiso para con los usuarios y la sociedad.

La calidad en el servicio requiere de las personas que laboran en la organización; más capacidad, capacitación y dedicación personal. La idoneidad personal es, por tanto un factor imprescindible. Todo el personal debe conocer su función y desempeñar la correctamente para que el cliente no tenga que realizar trámites burocráticos, largas esperas o sufra de una mala atención o despotismo. En la calidad en el servicio el factor más importante son las actitudes del personal deben encauzar todo su esfuerzo para lograr la calidad de atención.

2.1.7 NIVELES DE CALIDAD DE SERVICIO:

Galdós, F. (2003) Existen los siguientes:

- **Hacia la quiebra:** Compañías totalmente ajenas a sus clientes, tanto que van a la quiebra sin saberlo.
- **Búsqueda de la mediocridad:** Compañías estables pero que no piensan en servicios de calidad.
- **En el mínimo indispensable:** Compañías que saben que están en el negocio de servicios y tienden a hacer lo mínimo indispensable. Gozan de una participación de mercado natural, simplemente por existir.

- **Haciendo un gran esfuerzo:** Compañías que hacen del servicio de calidad su ventaja competitiva se requiere mucha creatividad, innovación, toma de riesgos, replanteamiento de la figura del cliente y del enfoque de la organización, se cumplen las expectativas de los clientes.
- **El servicio como un servicio de excelencia:** Compañías líderes en su mercado por su compromiso obsesivo a todos los niveles con el máximo impacto hacia el cliente. La misión de la dirección es presentar y refinar la imagen de servicio sobresaliente, lograr una cultura de servicio que perdure, se exceden las expectativas de los clientes.

2.1.8 PROBLEMÁTICA DE LA CALIDAD DE SERVICIOS

Picazo M. (2003). Las empresas se enfrentan a los siguientes problemas:

- No se tienen claros los conceptos de cultura y de calidad de servicios.
- La calidad de servicio no se mide estadísticamente, no se controla y no se mejora.
- No se tiene la cultura de invertir en la calidad.
- Hay una alta rotación del personal.
- No se tienen estándares de calidad de servicios ni de producto.
- Sus programas de calidad son eso y no cambios culturales.
- No hay conciencia de que la competencia actual es en la calidad del servicio.

2.1.9 CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Picazo M. (2003) Está determinado por un conjunto de procedimiento y actitudes con niveles de excelencia con la finalidad de satisfacer plenamente las necesidades de los clientes, además la calidad es:

- Cumplir las expectativas del cliente y algo más.
- Despertar nuevas necesidades del cliente.
- Lograr productos y servicios con cero defectos.
- Hacer bien las cosas desde la primera vez.
- Diseñar, producir y entregar un producto o servicio o de satisfacción total.
- Producir un artículo o servicio de acuerdo a las normas establecidas.
- Dar respuesta inmediata a las solicitudes de nuestro cliente.
- Sonreír a pesar de las adversidades y sobreponerse nuestro mal humor. Calidad es una sublime expresión humana.

2.1.10 SERVICIOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE.

Picazo M. (2003) El cliente es la razón de ser de la calidad del servicio. Un nivel de calidad de servicio, comparado con los competidores, que es suficientemente alto ante sus clientes para permitirle cobrar un precio más alto por su producto de servicio, ganar una participación en el mercado increíblemente elevada y/o disfrutar de un margen superior al de sus competidores.

La organización inteligente, adopta una orientación al cliente, puesto que él marca la pauta para lo que es y hace aquella. Precisamente, por la relación que se produce y debe mantenerse entre el personal de la empresa y el cliente por la importancia que éste tiene para toda organización.

Ha surgido la propuesta de invertir la pirámide que tradicionalmente representa al modelo de organización tradicional, es decir: 1) Alta Gerencia, 2) Gerencia media, 3) Supervisión, y 4) personal operativa, a la siguiente propuesta: 1) Clientes, 2) Empleados de servicio, 3) Unidades de soporte, 4) Gerentes.

La organización inteligente debe mantener la orientación constante al cliente, e implementar la retroalimentación que se produce a partir de establecer la retroalimentación y consolidar contacto con él, para darle seguimiento continuo en torno a sus necesidades cambiantes.

2.1.11 LOS INDICADORES DE LA CALIDAD DE SERVICIOS.

Zevallos E. (2013) En una empresa de servicios, los indicadores de calidad, situados en puntos precisos del proceso cliente-proveedor, señalan las faltas en el servicio buscado. Los indicadores de calidad de servicios se someten a las técnicas de organización deben mostrar la percepción que tienen la organización, desde el punto de vista de la clientela, los indicadores deben mostrar la percepción que tienen los clientes en cuanto a la calidad de servicios de la organización.

El verdadero sentido de la expresión, la calidad se prepara, al mejorar las características relacionadas con las expectativas de los clientes, como lo expresamos anteriormente, la empresa asegura la satisfacción y la lealtad de su

clientela, la calidad de servicio por tanto debe prepararse antes de que el servicio sea realmente ofrecido.

Las características, los ingredientes de la calidad en el servicio lo que le todo su valor al servicio que se ofrece son siete y están implícitos en la palabra. Producto, del buen trato, la adecuada información y la accesibilidad al servicio con rapidez, exactitud, precio, actitud y reconocimiento.

2.1.12 COMPONENTES DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO.

Zevallos E. (2013) Los clientes califican la calidad de servicio por medio de los siguientes componentes:

A. Confiabilidad

La capacidad de ofrecer el servicio de manera segura, exacta y consistente. La confiabilidad significa realizar bien el servicio desde la primera vez.

B. Accesibilidad

Las empresas de servicios especialmente deben facilitar que los clientes contacten con ellas y puedan recibir un servicio rápido. Un negocio que responde a las llamadas por teléfono de los clientes, por ejemplo, cumple esta expectativa.

C. Respuesta

Se entiende por tal la disposición atender y dar un servicio rápido. Los consumidores cada vez somos más exigentes en éste sentido. Queremos que se nos atienda sin tener que esperar. Los ejemplos de respuesta incluyen

devolver rápidamente las llamadas al cliente o servir un almuerzo rápido a quien tiene prisa.

D. Seguridad

Los consumidores deben percibir que los servicios que se le prestan carecen de riesgos, que no existen peligros ni dudas sobre la bondad de las prestaciones; por ejemplo, un cliente no debería dudar de lo acertado de la reparación de su automóvil.

E. Empatía

Quiere decir ponerse en la situación del cliente, en su lugar para saber cómo se siente. Es ocupar el lugar del cliente en cuanto a tiempo el cual es valioso para él, en cuanto a conocer a fondo sus necesidades personales.

F. Tangibles

Las instalaciones físicas y el equipo de la organización deben ser lo mejor posible y limpio, así como los empleados, estar bien presentados, de acuerdo a las posibilidades de cada organización y de su gente.

2.1.13 PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Aguilar H. (2015) La Prestación de Servicios diferenciados, así como para desarrollar una organización que propicie la creación de valor para el cliente y, como resultado, logre ventajas competitivas sustanciales y sostenibles.

Analicemos esta definición en cada uno de sus conceptos:

A .SERVICIOS DIFERENCIADOS.

Aguilar H. (2015) Cuida que los servicios sean de calidad y contribuye a lograr la diferenciación de los productos y de la imagen corporativa de la empresa, para alcanzar un claro posicionamiento de lo mismo. En este aspecto, la IS utiliza la comunicación y se coordina con el manejo institucional de la misma.

B. DESARROLLAR UNA ORGANIZACIÓN.

Aguilar H. (2015) Requiere de una estructura de organización participativa que haga realidad sus estrategias y acciones, dirigidas a crear valor y ofrecer servicios de calidad. Esto conduce a modificar tanto la cultura organizacional, como la orientación de la empresa hacia el cliente, en lugar de hacia el producto o del proceso, como ha sido tradicional.

C. CREACIÓN DE VALOR PARA EL CLIENTE.

Aguilar H. (2015) Como anteriormente se ha mencionado, tiene como propósito desarrollar y proporcionar servicios de calidad, así como coadyuvar en la creación de valor para el cliente. Este último alcance congruente a la Ingeniería de Servicio con la formulación de estrategias dirigidas a proporcionar valor agregado a los clientes, en lugar de formularlas con la mira directa de ganar a la competencia.

D. VENTAJAS COMPETITIVAS.

Aguilar H. (2015) Como proceso permanente dentro de una organización, se integra y coadyuva con la planeación estratégica en el logro de ventajas competitivas sustanciales y sostenibles.

Bajo el contenido de la definición anterior, derivamos los siguientes objetivos específicos de la Ingeniería de Servicios:

- Crear clientes satisfechos.
- Elevar los ingresos reales de la empresa y se mantengan con esa tendencia.
- Promover la innovación constante.
- Diferenciar los productos.
- Fortalecer la identidad e imagen corporativa.
- Superar al competidor que mantenga una ventaja en precios.
- Cultivar y consolidar la lealtad entre los clientes.

E. SISTEMA FINANCIERO.

Aguilar H. (2015) El sistema financiero está formado por todas las entidades y empresas que manejan y utilizan el dinero emitido por el Banco Central de Reserva del Perú, los títulos, valores y documentos de crédito en general que lo sustituyen, como son los cheques, giros, pagares, órdenes de pago, cartas fianza, cartas de crédito, warrants, pólizas de seguros, acciones, bonos cedulas, etc. La cabeza del sistema financiero es el Banco Central de Reserva y por lo tanto es también la máxima autoridad en materia monetaria y manejo de los medios de pago en general.

El Sistema Financiero Peruano, se rige por lo dispuesto en la ley N°26702 Ley del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la

Superintendencia de Banca y Seguros emanada por la S.B.S., El Banco Central de Reserva del Perú y el Ministerio de Economía y Finanzas

Conjunto de instituciones que actúan como intermediarios, captando recursos de los agentes económicos y encargados hacia la financiación .se sitúan dentro de un marco institucional que viene dado por la el Ministerio de Economía y Finanzas.

Son tres los agentes que participan en el funcionamiento del Sistema Financiero:

1- GOBIERNO.

Aguilar H. (2015). Que obtiene financiación a través del Banco Central, aunque también pueden financiarse de los intermediarios financieros o de los propios ahorradores, que realizan sus pagos a través de entidad financiera emisora que instrumentalizan una parte de las políticas económicas por medio del Banco Central.

2- EL BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ.

Aguilar H. (2015). Banco del Estado, banco de los bancos, banco emisor del dinero legal, encargado de articular la política monetaria de custodiar las reservas monetarias internacionales y que prestan un servicio de asesoría al Gobierno y al Sistema Financiero para lo cual dispone de competencias en de tutela y sanción.

3- INTERMEDIARIOS FINANCIEROS.

Aguilar H. (2015). Una buena parte de los cuales son los Bancos comerciales, facilitan de acuerdo entre los dos agentes, los ahorradores y los prestatarios.

2.1.14 SISTEMA FINANCIERO BANCARIO.

A. BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ - BCRP.

El Banco Central es persona jurídica de derecho público, tiene autonomía dentro del marco de la Ley Orgánica, la finalidad del Banco Central es preservar la estabilidad monetaria.

Sus funciones son regular la moneda y el crédito del sistema Financiero, administrar las reservas internacionales a su cargo e informar al país, exacta y periódicamente, sobre el estado de las finanzas nacionales bajo responsabilidad de su Directorio.

El banco está prohibido en conceder financiamiento al erario, salvo la compra, en el mercado secundario de valores emitidos por el Tesoro Público dentro del límite que señala su Ley Orgánica. (Recuperado de: bcrp.gob.pe)

B). BANCO DE LA NACIÓN.

El Banco de la Nación, es el banco que representa al Estado peruano en las transacciones comerciales en el sector público o privado, ya sea a nivel nacional o extranjero. Es una entidad integrante del Ministerio de Economía y Finanzas. Su sede principal se encuentra en San Isidro, Lima, debido al incendio de su antigua sede del Centro histórico de Lima. (Recuperado de: bn.com.pe/nosotros)

C) .BANCA COMERCIAL.

Es aquella cuyo negocio principal consiste en recibir dinero del público en depósitos bajo cualquier otra modalidad contractual y en utilizar ese dinero, su propio capital y el que obtenga de otras cuentas de financiamiento en conceder créditos en las diferentes modalidades, o a aplicarlos a operaciones sujetas a riesgos de mercado. (Recuperado de: sbs.gob.pe/repositorioaps)

D). SUCURSALES DE LOS BANCOS DEL EXTERIOR

Ellas gozan de los mismos derechos y están sujetas a las mismas obligaciones que las empresas nacionales de igual naturaleza. (Recuperado de: Monografias.com)

2.1.15 SISTEMA FINANCIERO NO BANCARIO.

Carrillo I. (2003) El sistema financiero no bancario está conformado por:

a. EMPRESAS FINANCIERAS

Carrillo I. (2003) Es aquella que capta recursos del público y cuya especialidad consiste en facilitar las colocaciones de primeras emisiones de valores, operar con valores mobiliarios y brindar asesoría de carácter financiero.

b. CAJA RURAL DE AHORRO Y CRÉDITO

Carrillo I. (2003) Es aquella que capta los recursos del público y cuya especialidad consiste en otorgar financiamiento preferente en mediana, pequeña y microempresa del ámbito Rural.

c. CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CRÉDITO

Carrillo I. (2003) Es aquella que capta recursos del público y cuya especialidad consiste en otorgar financiamiento preferente, pequeña y microempresa.

d. CAJA MUNICIPAL DE CRÉDITO POPULAR

Carrillo I. (2003) Es aquella especializada en otorgar créditos pignoraticio al público en general , encontrándose también para efectuar operaciones activas y pasivas con respectivos Consejos Provinciales y Distritales y con las empresas municipales dependiendo de los primeros , así como para brindar servicios bancarios a dichos consejos y empresas.

e. EMPRESA DE DESARROLLO DE LA PEQUEÑA Y MICROEMPRESA EDPYME.

Carrillo I. (2003) Es aquella cuya especialidad consiste en otorgar financiamiento a la pequeña y microempresa.

2.1.16 OPERACIONES DE LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CRÉDITO.

La Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros (Ley N° 26702) en su Artículo 282°. Indica: Que la Caja Municipal de Ahorro y Crédito, es aquella que capta recursos del público y cuya especialidad consiste en realizar operaciones de financiamiento, preferentemente a las pequeñas y micro empresas.

Así mismo el Artículo 286° indica que: Las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito pueden realizar las operaciones autorizadas por sus leyes especiales; Entendiéndose que las operaciones que realizan las Cajas de Ahorro y Crédito

se hallan reguladas por la Ley de la Superintendencia de Banca y Seguros y se pueden dividir en:

A). OPERACIONES ACTIVAS.

Según Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros (26702): Son aquellas que por medio de las cuales las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito prestan recursos financieros a los clientes exigiendo para ello garantías necesarias.

Como es de derivarse, una vez que la Caja Municipal logra captar los recursos, tendrá que darles uso, es decir hacerlos saber trabajar ya sea prestándolos a sectores de la producción cobrando intereses en base a tasas activas igualmente determinadas por el órgano emisor; o invertir en títulos, valores, operación conocida como inversión financiera, en razón a la renta que generan.

B). OPERACIONES PASIVAS.

Según Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros (26702): Son aquellas operaciones por medio de las cuales las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito obtienen capitales o recursos ajenos para posteriormente colocarlos, distribuirlos a quienes lo necesiten.

Se generan por transacciones con recursos propios y ajenos en sus diferentes modalidades, entre los primeros se tienen aportes del capital, reservas, excedente de reevaluación y todas aquellas que signifiquen cambio en el patrimonio de la entidad y por lo segundo tenemos las

provenientes del público a través de las cuentas corrientes, ahorros, depósitos a plazo, adeudos y todo crédito pactado por terceros.

C. OPERACIONES CONTINGENTES.

Según Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros (26702): Se llaman así a aquellas operaciones indirectas que están relacionadas con las operaciones activas y pueden llegar a constituirse como tales.

d). Operaciones por Cuenta de Terceros.

Según Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros (26702): Son aquellas en las cuales las Cajas Municipales actúan solamente como intermediario entre el deudor y el acreedor, cumpliendo las instrucciones de sus cedentes.

Están referidas a la cobranza de letras, impuestos, recibos por servicios públicos, administración de fondos y/o bienes, custodia de valores, comisiones de confianza, consignaciones, etc.

2.1.17 LOS CRÉDITOS.

Ruelas, M. Y Espillico, A. (2013): Comprende las cuentas que representan las acreencias por el dinero otorgado por las empresas del sistema financiero a los clientes bajo las distintas modalidades de crédito provenientes de sus recursos propios, de los recibidos del público en depósito y de otras fuentes de

financiamiento interno y externo; así como, las acreencias por las operaciones de arrendamiento financiero y contratos de capitalización inmobiliaria.

Los créditos para fines contables se agrupan por situación de la deuda en vigentes, reestructurados, refinanciada, vencida y en cobranza judicial, y adicionalmente por los tipos, formas y modalidades de crédito.

2.1.17.1 CLASIFICACIÓN DE LOS CRÉDITOS.

a). Según el Otorgamiento.

- **Créditos Directos.**

Ruelas, M. Y Espillico, A. (2013): Son aquellos que originan la utilización de los fondos disponibles de la institución como consecuencia del acuerdo a convenios preestablecidos con los usuarios, socios o terceros.

- **Créditos Indirectos.**

Ruelas, M. Y Espillico, A. (2013): Son aquellos que no originan desembolsos, se otorgan a través de la emisión de un documento llamado carta fianza o aval a solicitud del usuario, socio o de terceros.

- **Créditos Cubiertos.**

Ruelas, M. Y Espillico, A. (2013): Son aquellos que en atención y cumplimiento de los reglamentos y normas internas se encuentran debidamente respaldados por los depósitos,

aportaciones, garantías, y otros derechos que mantuviera el usuario en la institución financiera.

- **Crédito Descubierta.**

Ruelas, M. Y Espillico, A. (2013): Son los créditos que no se encuentran respaldados por garantías suficientes o por otros derechos que los usuarios pueden disponer en el ente eficiente.

b). Según el Uso

- **Crédito Comercial.**

Apaza M. (2010): Son aquellos créditos directos o indirectos otorgados a personas naturales o jurídicas destinados al financiamiento de la producción y comercialización de bienes y servicios en sus diferentes fases.

También se consideran dentro de esta definición a los créditos otorgados a las personas jurídicas a través de tarjetas de crédito, operaciones de arrendamiento financiero u otras formas de financiamiento que tuvieran fines similares a los señalados en el párrafo anterior.

- **Crédito de Consumo.**

Apaza M. (2010): Son aquellos créditos que se otorgan a personas naturales con la finalidad de atender el pago de bienes, servicios o gastos no relacionados con una actividad empresarial.

También se consideran dentro de esta definición los créditos otorgados a las personas naturales a través de tarjetas de crédito, los arrendamientos financieros y cualquier otro tipo de operación financiera de acuerdo a los fines establecidos en el párrafo anterior.

- **Créditos Hipotecarios para Vivienda.**

Apaza M. (2010): Son aquellos créditos destinados a personas naturales para la adquisición, construcción, refacción, remodelación, ampliación, mejoramiento, y subdivisión de vivienda propia, siempre que, en uno u otro caso, tales créditos se otorguen amparados con hipotecas debidamente inscritas; sea que estos créditos se otorguen por el sistema convencional de préstamo hipotecario, de letra hipotecaria o por cualquier otro sistema de similares características.

2.1.17.2 EL ROL DEL CRÉDITO.

Apaza M. (2010): El crédito es como el fuego muy útil pero peligroso; si se utiliza bien sirve como una buena herramienta y si no se quema no solamente uno mismo sino también a los amigos.

Es necesario saber cuándo y cómo se debe usar, el crédito es dinero prestado es capital y es un pasivo exigible.

El crédito aumenta las oportunidades y los riesgos por ser un instrumento que sirve de palanca para lograr mejores resultados al producir y ganar más o perder más rápido.

El propósito de un programa de crédito es proveer servicios de crédito que incluyen análisis y supervisión por parte de personas capacitadas, para asegurar la buena marcha del mismo.

2.1.18 EL RIESGO.

Zevallos E. (2010): Es el grado de incertidumbre acerca del cumplimiento de un resultado esperado, o que ocurra lo adverso. En materia de inversiones, el riesgo es la posibilidad de que se cumpla o no el mayor beneficio futuro que esperas obtener.

2.1.18.1 EVALUACIÓN DEL RIESGO.

Zevallos E. (2010): Se pueden evaluar desde la perspectiva del comportamiento por medio del análisis de sensibilidad y las distribuciones de probabilidades. Estos métodos dan una idea del nivel de riesgo implícito en un activo específico.

2.1.18.2 GESTIÓN DE RIESGOS.

Zevallos E. (2010): Es un enfoque estructurado para manejar la incertidumbre relativa a una amenaza, a través de una secuencia de actividades humanas que incluyen evaluación de riesgo, estrategias de desarrollo para manejarlo y mitigación del riesgo utilizando recursos gerenciales. La gestión de riesgos financieros se ocupa de diversos tipos de riesgos financieros.

TIPOS DE RIESGOS FINANCIEROS.

- a) Riesgo De Mercado:** Asociado a las fluctuaciones de los mercados financieros.

b) Riesgo De Cambio: Consecuencia de la volatilidad del mercado de divisas.

c) Riesgo De Tipo De Interés: Consecuencia de la volatilidad de los tipos de interés.

d) Riesgo De Mercado: (en acepción restringida) Que se refiere específicamente a la volatilidad de los mercados de instrumentos financieros tales como acciones, deuda, derivados.

e) Riesgo de crédito: Consecuencia de la posibilidad de que una de las partes de un contrato financiero no asuma sus obligaciones.

También podemos indicar que es la posibilidad de que el prestatario no sea capaz de pagar el capital y los intereses.

f) Riesgo De Liquidez O De Financiación: Se refiere al hecho de que una de las partes de un contrato financiero no pueda obtener la liquidez necesaria para asumir sus obligaciones a pesar de disponer de los activos que no puede vender con la suficiente rapidez y al precio adecuado y la voluntad de hacerlo.

g) Riesgo Operacional: Que se define en el acuerdo de Basilea II utilizado para la regulación del sector bancario en Europa como el "riesgo de sufrir pérdidas debido a la inadecuación o a fallos de los procesos, el personal y los sistemas internos o bien a causa de acontecimientos externos". En esta definición se incluye el riesgo legal, y se excluyen los riesgos clasificados como estratégicos y de reputación.

2.1.19 RATIOS FINANCIEROS.

Flores J. (2013): Los ratios financieros (Razones Financieras, Coeficientes Financieros) son índices que relacionan diferentes magnitudes, extraídas de las partidas componentes de los Estados Financieros, con la finalidad de buscar una relación lógica y relevante para una adecuada toma de decisiones, por parte de la gerencia de una empresa.

Apaza M. (2010) : Un ratio es una medida obtenida a partir del estado de Situación Financiera y el Estado de Resultados Integrales que nos dará información económica y financiera de la empresa analizada.

Maldonado C. (2010): Los ratios financieros, llamados también índices, cociente, razón o relación, expresan el valor de una magnitud en función de otra y se obtienen dividiendo su valor por otro. De esta forma se puede apreciar cuantas veces está contenida una magnitud (que se ha considerado en el numerador) en otra que hemos indicado en el denominador.

2.1.19.1 INDICES DE LIQUIDEZ.

Flores J. (2015): Miden la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas de corto plazo. Es decir, el dinero en efectivo de que dispone, para cancelar las deudas, expresando la capacidad que se tiene para convertir en efectivo los activos y pasivos corrientes.

Son razones que miden la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras de corto plazo; es decir, evalúan la habilidad de la empresa para hacer frente a sus pasivos corrientes.

A. RATIO DE LIQUIDEZ GENERAL.

Flores J. (2015): Indica el grado de cobertura que tienen los activos de mayor liquidez sobre las obligaciones de menor vencimiento o mayor exigibilidad. Se calcula dividiendo los activos corrientes entre las deudas de corto plazo, cuanto más elevado sea el coeficiente alcanzado, mayor sería la capacidad de la empresa para satisfacer las deudas que vencen a corto plazo.

$$\text{Liquidez General} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} = \text{s/}$$

B. RATIO DE PRUEBA ACIDA.

Flores J. (2015): Muestra la capacidad de pago de una manera más detallada que la razón corriente. Representa una medida directa de la solvencia financiera de corto plazo de la empresa, al tomar en consideración los niveles de liquidez de los componentes del activo circulante. Se calcula como la relación entre los activos corrientes de mayor grado de convertibilidad en efectivo, y las obligaciones de corto plazo.

$$\text{Prueba Acida} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Existencias}}{\text{Pasivo Corriente}} = \text{s/}$$

2.1.19.2 INDICES DE GESTION.

Flores J. (2015): Permiten evaluar el nivel de actividad de la empresa y la eficacia con la cual ésta ha utilizado sus recursos disponibles a partir del cálculo

del número de rotaciones de determinadas partidas del Balance General durante un año, de la estructura de las inversiones, y del peso relativo de los diversos componentes del gasto, sobre los ingresos que genera la empresa a través de las ventas.

A. RATIO DE ROTACION DE EXISTENCIAS.

Flores J. (2015): Determina el número de veces que rotan los inventarios durante el año, indicando la velocidad con que éstos se renuevan mediante la venta.

$$\text{Rotación de Existencias} = \frac{\text{Costo de Ventas}}{\text{Existencias}} = \text{Veces}$$

B. RATIO DE ROTACION DEL ACTIVO TOTAL.

Flores J. (2015): Mide la eficiencia en el empleo de todos los activos de la empresa para la generación de ingresos, y resulta asociando el monto de inversión en activos con el nivel de ventas que éstos generan.

$$\text{Rotación de Activo Total} = \frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Activo Total}} = \text{Veces}$$

C. RATIO DE ROTACION DE CUENTAS POR COBRAR.

Flores J. (2015): Indica la velocidad en que se recuperan los créditos concedidos, en consecuencia se constituye en un indicador de la eficiencia de las políticas de crédito y cobranza aplicadas por la empresa.

$$\text{Rotación de Cuentas por Cobrar} = \frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Cuentas por Cobrar Comerciales}} = \text{Veces}$$

2.1.19.3 INDICES DE SOLVENCIA.

Flores J. (2015) Son indicadores que miden la solvencia financiera de largo plazo con que cuenta la empresa, para hacer frente al pago de sus obligaciones con regularidad. La solvencia de la empresa dependerá de la correspondencia que exista entre el plazo de recuperación de las inversiones y el plazo de vencimiento de los recursos financieros propios o de terceros

A. INDICE DE ENDEUDAMIENTO.

Flores J. (2015) Es una relación que indica el porcentaje de los recursos de la empresa que son financiados mediante deuda, es decir, expone la proporción que representa los pasivos del total de activos. Un Mayor valor de este ratio indica un mayor apalancamiento, es decir, implica un mayor financiamiento a través de deuda con terceros, y por tanto, un mayor riesgo financiero y una menor solvencia para la empresa.

$$\text{Razón de Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}} = \%$$

2.1.19.4 INDICES DE RENTABILIDAD.

Flores J. (2015): Nos sirven para medir la rentabilidad sobre las inversiones de la empresa, específicamente analizando los beneficios. Se debe tener en cuenta un análisis en conjunto con sus factores, como por ejemplo, sus precios, gastos de producción.

A. INDICE DE RENTABILIDAD SOBRE CAPITALES PROPIOS (ROE).

Flores J. (2015): Mide la rentabilidad del aporte de los inversionistas.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

B. INDICE DE RENTABILIDAD SOBRE LOS ACTIVOS (ROA).

Flores J. (2015): Mide la rentabilidad de los activos respecto a su aporte en la utilidad neta.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$$

C. INDICE DE RENTABILIDAD SOBRE EL MARGEN BRUTO.

Flores J. (2015): Nos muestra la cantidad que se obtiene de utilidad bruta por cada unidad monetaria de ventas, después de haber incurrido en los costos de venta y producción.

$$\text{Margen bruto} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}}$$

2.1.20 RENTABILIDAD Y LA GESTIÓN FINANCIERA.

Farfán, S. (2000) Para valorar la gestión financiera de la empresa, además de conocer el grado de liquidez, solvencia y solidez es también necesario tener en cuenta su rentabilidad ya que ella permitirá remunerar los capitales o ajenos puestos a disposición.

Todo el esfuerzo desarrollado por la gestión financiera debe tener hacia un fin: maximizar el valor de la empresa, cabe aclarar que el objeto financiero no debe ser el de maximizar las utilidades, como ocasiones se precisa, ya que las utilidades no son sino uno de los ingredientes del valor de la empresa, en tal manera, algunas veces se puede tomar decisiones que afectan negativamente las utilidades en el corto plazo, pero las cuales redundarán en el beneficio del valor futuro de la empresa en tanto que puede ocurrir lo contrario cuando con ánimo de mostrar utilidades rápidas a los accionistas se eligen alternativas que van en contra del valor de la acción en el futuro.

El valor de la empresa en relación a su rentabilidad en un concepto muy complejo de entender en la vida práctica, pero podemos decir que se comprende en el valor de mercado cada acción o aporte social, que de alguna manera, a través del tiempo, el valor promedio la acción refleja el éxito o el fracaso de la gestión financiera.

Todo el proceso de la gestión financiera exige la evaluación cuidadosa y constante de dos paramentos básicos, cuales son la rentabilidad y el riesgo.

La posición que se tiene frente a estas dos variables depende mucho de la situación actual de la empresa. Una empresa con sólido posicionamiento financiero y de mercado se sentirá tentada a desechar proyectos con alto riesgo, aunque presenten un alto porcentaje de utilidad; en tanto que una empresa cuya situación financiera de mercado pasa por un momento difícil, puede verse abocado a incursionar en proyectos de elevado riesgo con tal de mejorar su rentabilidad.

Es bastante difícil determinar si una gerencia está trabajando o no para maximizar la riqueza de los dueños, porque no existe forma alguna de medir el efecto futuro que pueda tener algunas decisiones que se toman en el presente. Como evaluar por ejemplo la incidencia futura de los programas que beneficien a los empleados, o de un incremento de los sueldos de los directivos.

Precisar aquí si se tiene como meta maximizar la riqueza de los accionistas (valor de la empresa) sería algo extraordinariamente complicado.

2.1.21 RENTABILIDAD ECONÓMICA.

Apaza M. (2013) .Es la relación, generalmente expresada en porcentaje que proporciona una determinada operación y lo que se ha invertido en ella. La rentabilidad de una inversión pública se evalúa normalmente con criterios de costos – beneficios. Puede hablarse también de rentabilidad social cuando en la valoración no se computan solo los resultados económicos, sino que se miden igualmente las consecuencias sociales en términos de convivencia, salud, educación, desarrollo de la cultura.

2.1.22 RENTABILIDAD CONTABLE.

Apaza M. (2013) Es el rendimiento de una inversión expresado en términos porcentuales.

Para analizar la rentabilidad de la empresa hay que determinar las distintas fuentes de beneficios generados por la actividad de las empresas en interpretar los resultados. Estas distintas rentabilidades son en primer lugar por: la rentabilidad obtenida por la explotación del negocio, luego la rentabilidad de inversiones asesoras al objeto principal de la empresa.

2.1.23 RENTABILIDAD EN VENTAS.

Apaza M. (2013) Coeficiente que determina la relación entre el beneficio obtenido y las ventas realizadas.

2.1.24 RENTABILIDAD.

Goerling H. (2003) La rentabilidad es el potencial o facultad para generar utilidades y beneficios, la rentabilidad mira hacia delante su importancia no está en la contabilización de los gastos pasados ya conocidos si no es la próxima acción que se necesita. La rentabilidad tiene que ver con la incertidumbre de hechos futuros, incluye un hecho probabilística y generalmente se enfoca sobre decisiones específicas.

La rentabilidad es el concepto de costo de oportunidad proporciona la definición de la rentabilidad para la inversión de capital de las compañías, un proyecto de inversión rentable es aquel que proporciona el rendimiento suficiente para atraer capital del mercado de capital.

Franquis, R (2002) La rentabilidad de una empresa resulta de una operación de un producto. La rentabilidad es comparar los resultados obtenidos del negocio en el plano para la creación de la empresa que sus actividad sea producción, comercialización, industrialización, etc. De los productos que producen, compra lo necesario para comprar de una parte el beneficio neto y de otro lado los capitales utilizados, lo que se conseguiría con el uso del ratio de rentabilidad con la finalidad de obtener una proporción de utilidades.

2.1.24.1 IMPORTANCIA DE LA RENTABILIDAD.

Goerling H. (2003) Los diferentes documentos contables de una empresa son base para el estudio de la rentabilidad, así tenemos documentos de costos, balance general, estados financieros, etc. Que sirven para hacer el análisis o para establecer un informe estadístico contable, deben percibir los capitales impuestos en la información de la empresa.

El estudio de la rentabilidad es el índice que permite tomar decisiones finales para solucionar las ventas o la producción.

2.2 MARCO CONCEPTUAL.

Administración de personal.

Es el empleo de los individuos con el objetivo de alcanzar los fines de la administración de la forma más eficiente y más económica, y con el mayor grado de desenvolvimiento individual. La función básica de la Administración de personal es la de obtener personal en condiciones óptimas de actitud y aptitud, ubicando, desarrollando, retribuirlo, motivando, guiarlo y mantenerlo permanentemente en las mejores condiciones de aptitud y actitud para el servicio.

Autoevaluación.

Hacer que los empleados evalúen que su desempeño es compatible con valores como la autodirección y la facultad.

Activo financiero.

Cualquier título de contenido patrimonial, crediticio o representativo de mercancías.

Activo monetario.

Activo denominado en términos monetarios o con un valor nominal (efectivo, cuentas por cobrar, bonos, etc.). Los activos no monetarios (fijos) incluyen terrenos, edificios y equipo. .

Ahorro.

Parte del ingreso (nacional, familiar o personal) que no se destina a la compra de bienes de consumo.

Calidad.

La calidad se puede definir como una secuencia que consiste en comprender, aceptar, satisfacer y superar, continuamente, las necesidades, deseos y expectativas del cliente.

Calidad de servicio.

Una de las variables claves para el desarrollo sostenido de la actividad empresarial en particular del sector turismo, en los últimos tiempos sin duda viene constituyéndose la calidad. Que garantiza no sólo la permanencia en el mercado, si no que sobre todo asegura su crecimiento a largo plazo basado en la opinión favorable de sus clientes, en los sectores económicos de producción de bienes o servicios en respuesta a la satisfacción plena de sus necesidades y expectativas del consumidor. Esto implica que las organizaciones deben

continuar cumpliendo con esta misión importante de crear una opinión positiva de este agente dinámico, cambiante y sensible como es el cliente generador de la riqueza a nivel empresarial y la sociedad. Esta acción empresarial se ha dado en llamar calidad.

Calificación de personal.

Técnica del proceso de Administración de Personal que consiste en evaluar, mediante una calificación, la calidad del desempeño del trabajo en todos los niveles.

Cartera.

Posesión de títulos por un individuo o por una institución. La cartera puede incluir bonos, acciones, certificados de depósitos bancarios, oro, entre otros.

Central de riesgos.

Servicio consistente con el análisis de la información suministrada por las entidades de crédito sobre los riesgos bancarios asumidos por personas o empresas, con objeto de identificar a los prestatarios que puedan originar problemas de reembolso.

Cliente.

Individuo u organización que toma una decisión de compra. Este puede ser compuesto por clientes internos (trabajadores) y clientes externos (clientes en sí).

Cliente Externo.

Son los intermediarios que directamente tienen relación con la empresa y hacia los cuales debe manifestarse un valor agregado perceptible.

Cliente Interno.

Es el personal de la empresa, ya que es el receptor primario de las acciones planteadas por la empresa para crear valor y ofrecer un buen servicio al cliente externo.

Capacitación.

Es el proceso de adiestramiento de perfeccionamiento y/o adquisición de nuevos conocimientos, habilidades y aptitudes para una mejor calificación tendiente a un mejor ejercicio de las labores, a un mayor bienestar social y a la realización personal del servidor.

Clientes satisfechos.

La finalidad última de la ingeniería de servicios es llegar a crear clientes satisfechos, ya que ellos significan una fuente constante de ingresos rentables, así como promotores del propio negocio. Por su puesto que el objetivo de toda empresa es llevar a sus clientes hacia el cuadrante superior derecho, lo que implica mantener un equilibrio constante entre la calidad satisfechos pasa a formar parte de un activo generador de utilidades que se conviertan en un factor de más efectividad estratégica.

Cuenta corriente.

Contrato bancario en virtud del cual el cliente deposita un dinero en una cuenta a cambio de tener plena disponibilidad del mismo.

Cultura de calidad.

Es el sistema de valores, principios, creencias, normas y costumbres que determinan una forma de vida en la que todos los miembros que conforman el sector turístico y aquellos que se relacionan directamente con él, se ocupen de hacer las cosas bien a la primera, con la satisfacción de ser útiles a sus semejantes y considera que para que la calidad sea total, ésta debe estar presente en todos los procesos dentro de la empresa y en todas sus áreas y en todos los organismos públicos y sociales que participan en la actividad, pues todos ellos son a final de cuentas, elementos que están vinculados en una secuencia continua de proveedores y consumidores de servicios y satisfactores turísticos y recreativos.

Depósitos.

En el balance de situación de una compañía, fondos recibidos de clientes o bancos.

Depósito a plazo.

Depósito mantenido en una institución bancaria por una persona o empresa y del que no puede disponerse hasta después de transcurrido un período de tiempo o bien después de notificar, con el preaviso fijado, la intención de retirarlo.

Desembolso.

Término utilizado en contabilidad y finanzas para referirse al pago en efectivo.

Deuda.

Cantidad de dinero o bienes que una persona, empresa o país debe a otra y que constituyen obligaciones que se deben saldar en un plazo determinado.

Evaluación.

Identificar las necesidades de capacidad y desarrollo señalar las habilidades del empleador y las aptitudes que actualmente son inadecuadas pero para las cuales pueden desarrollar programas.

Evaluación informal.

Es el proceso mediante el cual se ofrece información constante a los subordinados en cuanto a su desempeño laboral.

Evaluación formal.

Es el proceso de evaluación formal para calificar el desempeño laboral en el que se identifica a quienes merecen aumentos o ascensos y necesitan mayor capacitación.

Instrumentos de gestión.

Es el documento normativo técnico de gestión que establece la estructura orgánica de la entidad, las funciones generales y específicas y otros para realizar eficaz y eficientemente las acciones realizadas con la función de gestión.

Liquidez.

Velocidad a la que puede liquidarse un activo. En el contexto de una empresa, se refiere a la disponibilidad de activos líquidos que pueden emplearse para cumplir con las obligaciones de pago a tiempo o para financiar nuevos proyectos.

Microcrédito.

El microcrédito, parte del campo de los micros finanzas, es la prestación de servicios crediticios a empresarios de bajos ingresos. El microcrédito puede también referirse a un micro préstamo concreto.

Microempresa.

Negocio a pequeña escala en el sector informal. Las microempresas suelen emplear menos de 5 personas y pueden estar instaladas fuera del hogar.

Micro finanzas.

Servicios de banca y/o finanzas focalizados en negocios u hogares de ingresos bajos y moderados, que incluyen la prestación de crédito.

Préstamo.

Dinero que el Estado o una corporación toma de los particulares con una garantía, empréstito. El FMI suele denominar "drawings" a los préstamos procedentes de sus reservas. En español el término se traduce por "préstamo". Véase derecho especial de giro.

Rentabilidad.

Es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, esta mide la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y la utilización de las inversiones, su categoría y regularidad en la tendencia de las utilidades.

Dichas utilidades a su vez, son la conclusión de una administración competente, una planeación inteligente, reducción integral de costos y gastos y en general de la observancia de cualquier medida tendiente a la obtención de utilidades

Riesgo de crédito.

Riesgo que surge por la posibilidad de que el prestatario no se encuentre en capacidad de honrar sus obligaciones.

Servicio.

Un servicio es una actividad o conjunto de actividades de naturaleza casi siempre intangible que se realiza mediante la interacción entre el cliente y el empleado y/o instalaciones físicas de servicio, con el objeto de satisfacer un deseo o necesidad.

Servicio al cliente.

Se refiere a las relaciones que se establecen entre las personas de la empresa y los clientes de carácter personal que representan los contactos de oportunidad.

2.3 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.

2.3.1 HIPÓTESIS GENERAL

La calidad de los servicios financieros inciden significativamente a la Rentabilidad de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, en los periodos 2013 – 2014.

2.3.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- Existen factores insatisfactorios que determinan la deficiente calidad de servicios financieros de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, en los periodos 2013 – 2014.
- El nivel de rentabilidad de las prestaciones de servicios financieros es regular e incide en el desarrollo de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, en los periodos 2013 – 2014.

2.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

HIPOTESIS GENERAL

- **Variable Independiente:** La calidad de servicios financieros.
- **Variable Dependiente:** Rentabilidad.

HIPOTESIS ESPECIFICA 01

- **Variable Independiente:** Factores Insatisfactorios.
- **Variable Dependiente:** Calidad de Servicio.

HIPOTESIS ESPECÍFICA 02

- **Variable Independiente:** Calidad de Servicio.
- **Variable Dependiente:** Rentabilidad.

CAPITULO III.

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN.

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.

El diseño de la Presente investigación es de tipo *expost facto* debido a que establecemos relaciones de causa-efecto tales como la calidad de servicio financieros y la rentabilidad.

3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

El diseño de la investigación es No experimental, es decir se evaluó la calidad de los servicios financieros de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, luego se determinó su incidencia en la rentabilidad.

3.3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

Los métodos de investigación fueron, el Analítico, el Descriptivo y el Deductivo.

A). MÉTODO ANALÍTICO

Este método nos permitió descomponer el todo en sus partes, con la finalidad de estudiar y conocer sus principales características, su naturaleza y sus propiedades; También, mediante este método se buscó los componentes lógicos (Ratios de rentabilidad), con el objeto de examinarlos, analizarlos, y con ello determinar su incidencia y las relaciones que existe entre ellos mismos, sobre la base de sus resultados económicos.

B). MÉTODO DESCRIPTIVO.

El método descriptivo es el método donde se aplica, discute, analiza los datos, como la descripción de los resultados sobre la base de la aplicación de los ratios de rentabilidad y conocer los detalles y características de lo que se investiga. En el presente caso, se ha procedido a una recopilación de información de la empresa.

C). MÉTODO DEDUCTIVO.

Es un método científico que considera que la conclusión se halla implícita dentro de las premisas, a través del cual seguimos varios pasos: observación del fenómeno o hecho a estudiar, creación de hipótesis para analizar y explicar dichos hechos, deducción de consecuencias o proposiciones más elementales que la propia hipótesis, y verificación o comprobación de la verdad de los enunciados deducidos comparándolos con la experiencia. En el presente trabajo de investigación se utilizó en la recolección de datos para llegar a conclusiones de carácter particular.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA.

3.4.1 POBLACIÓN.

La Población considerada en el trabajo de investigación es la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. (En adelante CMAC. Cusco), Agencia Urubamba y oficina especial de Machupicchu.

3.4.2 MUESTRA.

La Muestra considerada en la investigación, es el área contable financiera y también los trabajadores de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A., Agencia Urubamba y oficina especial de Machupicchu, Los que se detallan a continuación:

CUADRO 01

POBLACION DE LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CRÉDITO CUSCO

S.A AGENCIA URUBAMBA.

Personal	Cantidad
Administrador de Agencia	01
Jefe de operaciones	01
Analistas de créditos	18
Operadores de ventanilla	03
Ejecutivos de negocio	02
Jefe de oficina Machupicchu	01
Analistas de crédito oficina Machupicchu	05
Operadores de ventanilla oficina Machupicchu	02
TOTAL PERSONAL DE AGENCIA	33

Fuente: Cmac- Cusco.com.pe

3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN.

La investigación se desarrolló con datos de fuente Primaria: a través de la encuesta estructurada dirigida al personal de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A., Agencia Urubamba y oficina especial Machupicchu, también

utilizamos la Observación y la Indagación; y Fuente Secundaria: A través de la información documentaria tales como los Estados financieros y otros de la entidad crediticia.

3.6 TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS.

- **Encuesta estructurada.**- Se hizo uso de acuerdo a las necesidades de la investigación e indicadores y estuvo dirigido al personal de la CMAC. Cusco, agencia Urubamba y oficina especial Machupicchu.
- **Observación.**- Se interactuó con la realidad a través de los sentidos para corroborar la información extraída.
- **Documental.**- Se obtuvo de fuentes como la información financiera de la CMAC. Cusco, libros, revistas e internet.

3.7 INSTRUMENTOS.

- **Fichas de observación.**- Sirvió para formular nuestro marco teórico conceptual.
- **Cuaderno de Apuntes.**- Sirvió para la verificación de los datos en la misma sede de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba y oficina especial Machupicchu.

3.8 CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN.

3.8.1 ÁMBITO DE ESTUDIO.

El ámbito de estudio de la Investigación que lleva por título “Evaluación de la calidad de los servicios financieros e incidencia en la rentabilidad de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, agencia Urubamba, periodos 2013 - 2014, se desarrolló en la Región Cusco, específicamente en la ciudad de Urubamba que viene operando a partir del 08 de Mayo del año 2003 y cuya dirección es en el Jr. Mariscal Castilla N° 855 y oficina especial Machupicchu que queda situado en la Alameda Hermanos Ayar MZ. 23 Lote 14 del Distrito de Machupicchu y que viene operando a partir del 13 de Enero del año 2007.

3.8.2 RESEÑA HISTORICA DE LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CREDITO CUSCO.

La Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. es una empresa pública con personería jurídica de derecho privado, que fue creada bajo el ámbito del Decreto Ley N° 23039 del 14 de mayo de 1980, con autorización de funcionamiento mediante Resolución S.B.S. N° 218-88 del 22 de marzo de 1988. Inicia sus operaciones el 28 de marzo de 1988 con los servicios de crédito prendario y contando con la Asesoría Técnica de la GTZ en el marco del convenio Perú-Alemania. Al segundo año de funcionamiento se le autorizó prestar los servicios de captación de ahorros del público y al tercer año el otorgamiento de créditos a la pequeña y microempresa y posteriormente otras modalidades de créditos.

El propósito principal de la Caja Municipal Cusco es apoyar a segmentos socioeconómicos que tienen acceso limitado a la banca tradicional, impulsando el desarrollo de la pequeña y microempresa, fomentando el ahorro en la población y otorgando créditos a las PYME, contribuyendo con la descentralización financiera y democratización del crédito.

3.8.3 MISION Y VISION ORGANIZACIONAL.

Misión.

“Somos una organización especializada en microfinanzas, con excelencia en el servicio a sus clientes, que genera valor a la empresa, promueve el bienestar de sus colaboradores y contribuye con el desarrollo de la comunidad, basado en la confianza y en el soporte tecnológico de última generación”

Visión.

“Ser una organización líder en Microfinanzas desarrollando servicios financieros especializados de alta calidad”.

3.8.4 PRINCIPIOS DE GESTION.

La Caja Municipal Cusco, realiza sus operaciones bajo el ámbito del D.S. N° 157-90-EF, norma con rango de Ley de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito, Ley N° 26702, Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la S.B.S., por las resoluciones y directivas de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP., y el Banco Central de Reserva del

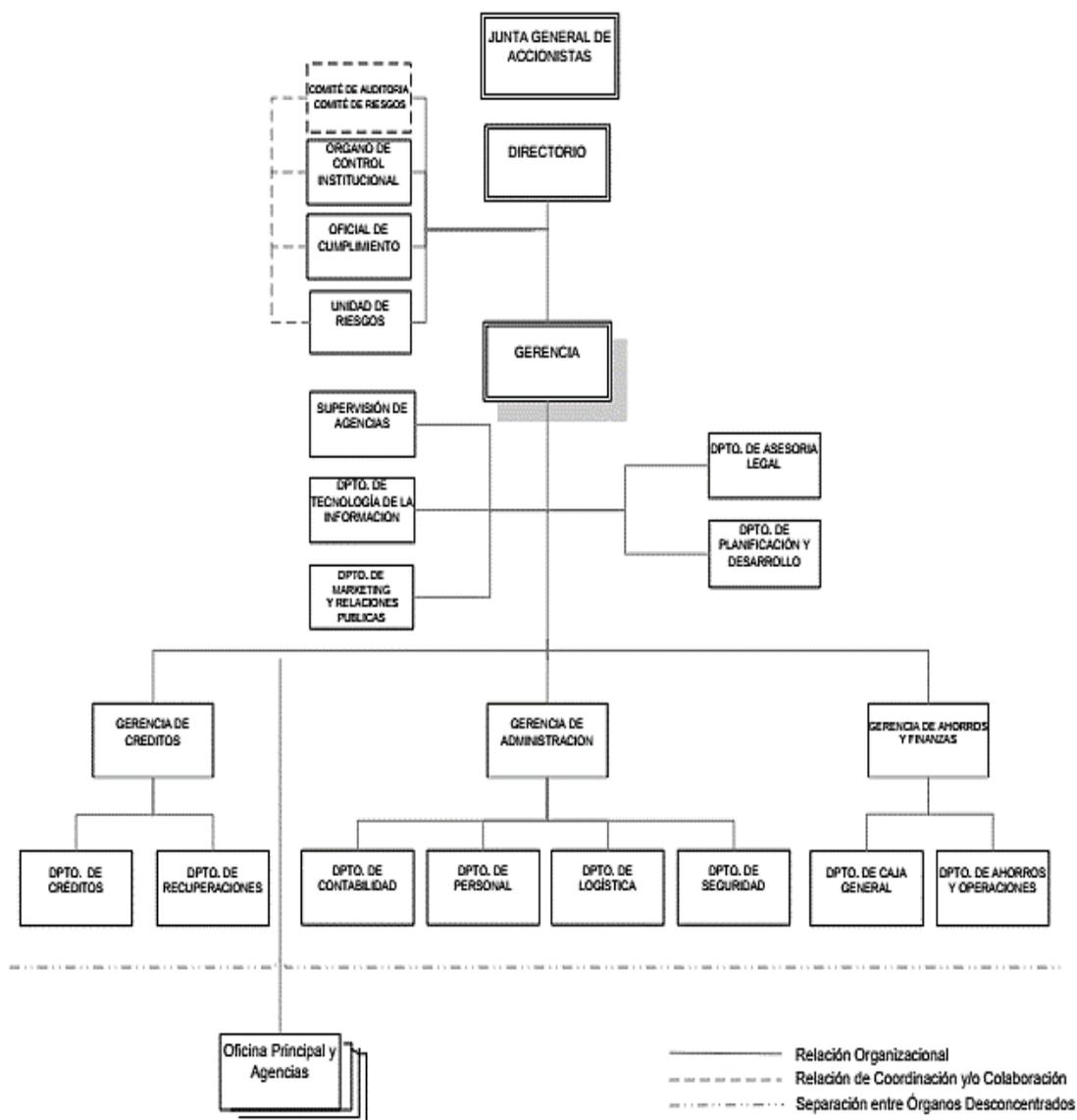
Perú, su Estatuto Social, Ley General de Sociedades y aplicando los principios de gestión:

- Autonomía administrativa, económica y financiera.
- Tecnología crediticia orientada a la micro y pequeña empresa.
- Plena cobertura de costos.
- Orientación regional.
- Combatir la usura.
- Estrategia de desarrollo definida.
- Identificación del personal con la cultura organizacional.
- Fidelización del cliente a través de la calidad en el servicio.

3.8.5 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.

FIGURA 01

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CRÉDITO CUSCO S.A.



Fuente: <http://www.cmac-cusco.com.pe>

CAPITULO IV.

EXPOSICION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS.

Los siguientes cuadros están formulados de acuerdo al orden de los objetivos específicos:

4.1 ANALISIS DEL OBJETIVO ESPECIFICO 01.

Principales factores que determinan la calidad de servicios financieros de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A., Agencia Urubamba, en los periodos 2013 – 2014.

4.1.1 SITUACION DE LAS CARTERAS DE CREDITO Y OBLIGACIONES CON EL PÚBLICO EN LOS PERIODOS 2013 Y 2014.

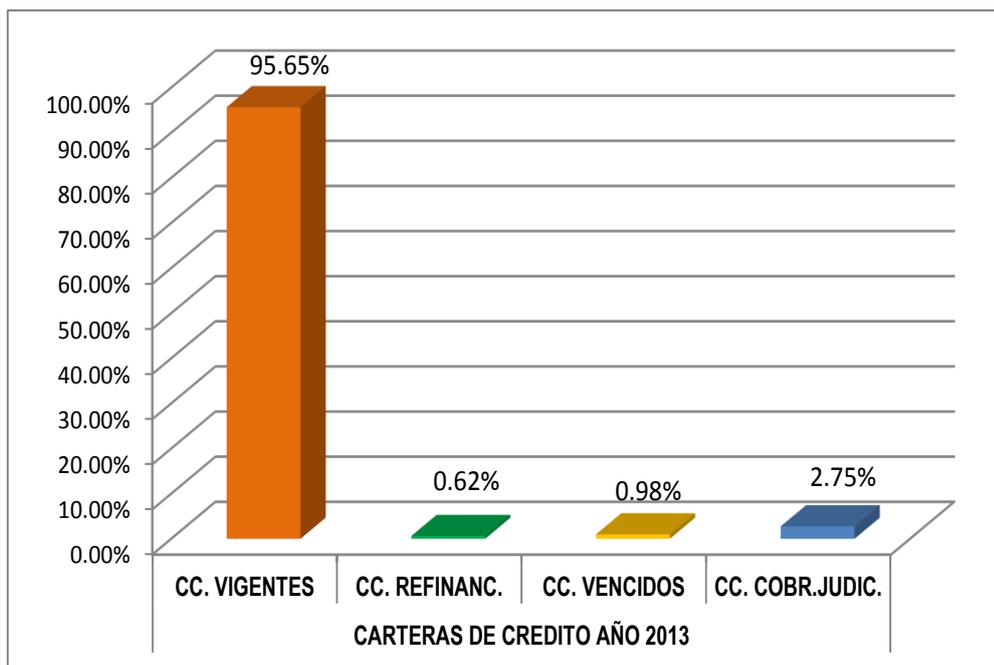
A continuación presentamos los cuadros de resultados de acuerdo al objetivo específico planteado.

CUADRO 02
CARTERA DE CREDITOS DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA
URUBAMBA AL PERIODO 2013

CARTERA DE CREDITOS	TOTAL	%
Cartera de Créditos Vigentes	26,997,174	95.65
Cartera de Créditos Refinanciados	174,550	0.62
Cartera de Créditos Vencidos	276,559	0.98
Cartera de Créditos Judiciales	777,354	2.75
TOTAL	28,225,636	100

Fuente: CMAC. Cusco, Agencia Urubamba

FIGURA 02
CARTERA DE CREDITOS PERIODO 2013



Fuente: Cuadro 02

Una de las labores de toda entidad financiera es la de establecer con mayor facilidad a través de su contabilidad la importancia de la cartera de créditos, ello para establecer con mayor facilidad los destinos de los recursos y

sus estados, por vencer, vencidos o aquellos que no devengan ningún interés. Fundamentalmente las entidades financieras son evaluadas por el estado de su cartera de créditos, y de esta depende la solidez de la misma.

Según el Cuadro 02 Figura 02, se muestra la cartera de créditos de la CMAC. Cusco, Agencia Urubamba al periodo 2013 y está conformado por S/. 28'225,636.00 de los cuales el 95.65% corresponde a la cartera de créditos vigentes, el 0.62% se refiere a la cartera de créditos refinanciados, el 0.98% representa a la cartera de créditos vencidos y el 2.75% es la cartera de créditos judiciales.

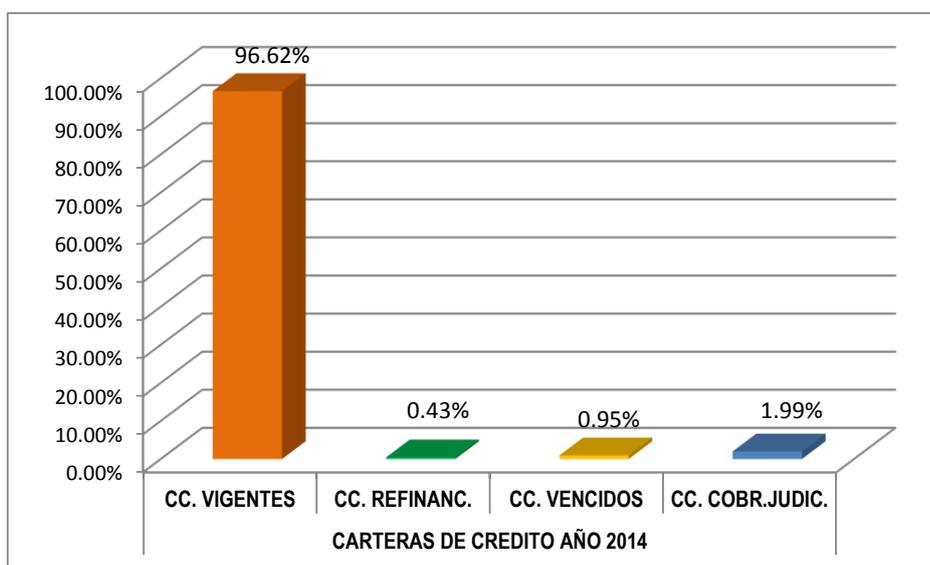
CUADRO 03
CARTERA DE CREDITOS DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA
URUBAMBA AL PERIODO 2014

CARTERA DE CREDITOS	TOTAL S/	%
Cartera de Créditos Vigentes	32,759,843	96.62
Cartera de Créditos Refinanciados	146,948	0.43
Cartera de Créditos Vencidos	323,786	0.95
Cartera de Créditos Judiciales	673,842	1.99
TOTAL	33,904,419.34	100

Fuente: CMAC. Cusco, Agencia Urubamba

FIGURA 03

CARTERA DE CREDITOS PERIODO 2014



Fuente: Cuadro 03

Según el Cuadro y Figura 03, se muestra la cartera de créditos de la CMAC. Cusco, Agencia Urubamba al periodo 2014 y está conformado por S/. 33'904,419.34 de los cuales el 96.62% corresponde a la cartera de créditos vigentes, el 0.43% se refiere a la cartera de créditos refinanciados, el 0.95% representa a la cartera de créditos vencidos y el 1.99% es la cartera de créditos judiciales, mostrando una tendencia a la mejora respecto al periodo anterior, lo que es beneficioso a la empresa.

CUADRO 04.

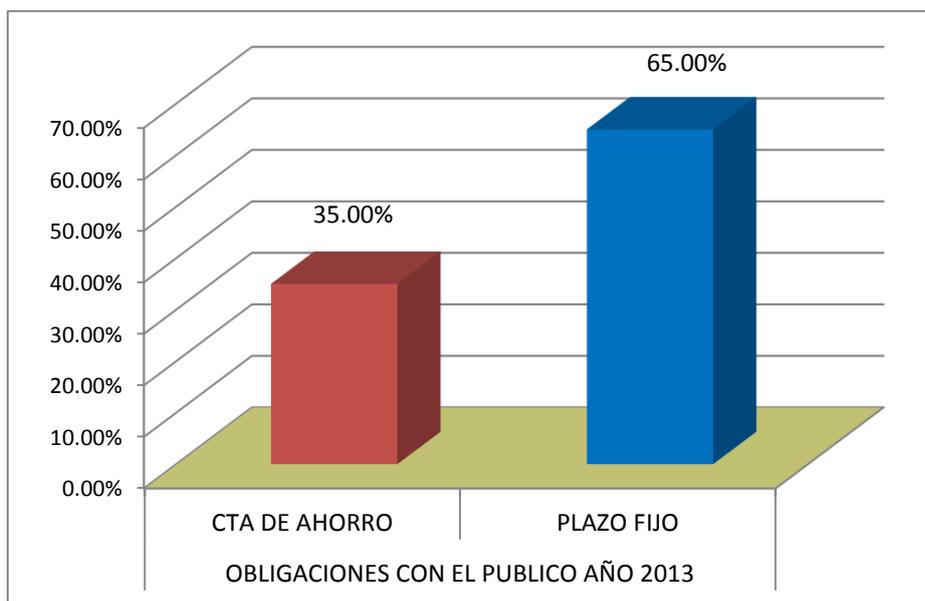
OBLIGACIONES CON EL PÚBLICO DE LA CMAC. CUSCO, AGENCIA URUBAMBA AL PERIODO 2013.

OBLIGACIONES CON EL PUBLICO	MONTO S/.	%
Obligaciones por Cuentas de Ahorro	8,308,860	35
Obligaciones por Cuentas a Plazo	15,729,874	65
TOTAL	24,038,734	100

Fuente: CMAC. Cusco, Agencia Urubamba

FIGURA 04.

OBLIGACIONES CON EL PÚBLICO PERIODO 2013.



Fuente: Cuadro 04

Según el Cuadro y Figura 04, se muestra las Obligaciones con el Público de la CMAC. Cusco, Agencia Urubamba y su oficina especial de Machupicchu en el año 2013, fundamentalmente está referida a las operaciones pasivas de la empresa financiera, del cual mostramos que las Obligaciones por cuentas de ahorro alcanzaron S/. 8'308,860.00 y que representa el 35% y las Obligaciones por cuentas a plazo sumaron S/. 15'729,874.00 y que representa el 65%, haciendo un total de obligaciones con el público de S/. 24'038,734.00.

CUADRO 05.

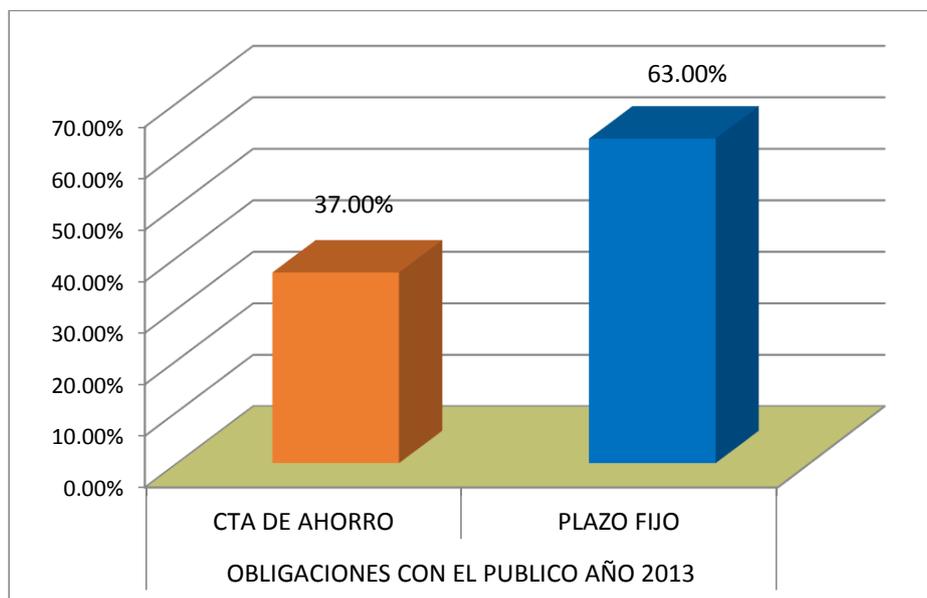
OBLIGACIONES CON EL PÚBLICO DE LA CMAC. CUSCO, AGENCIA URUBAMBA AL PERIODO 2014.

OBLIGACIONES CON EL PUBLICO	MONTO S/.	%
Obligaciones por Cuentas de Ahorro	10,099,046	37
Obligaciones por Cuentas a Plazo	17,117,100	63
TOTAL	27,216,146	100

Fuente: CMAC. Cusco, Agencia Urubamba

FIGURA 05

OBLIGACIONES CON EL PÚBLICO PERIODO 2014



Fuente: Cuadro 05

Según el Cuadro y Figura 05, se muestra las Obligaciones con el Público de la CMAC. Cusco, Agencia Urubamba en el año 2014, conformados por las Obligaciones por cuentas de ahorro alcanzaron S/. 10'099,046.00 y que representa el 37% y las Obligaciones por cuentas a plazo sumaron S/. 17'117,100.00 y que representa el 63%, haciendo un total de obligaciones con el público de S/. 27'216,146.00.

5.1.2 EVALUACION DE LOS FACTORES QUE DETERMINAN LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS

Debido a las características de la investigación y considerando que los datos obtenidos son netamente cualitativos y por la alta rotación del personal, en la encuesta realizada se consideró las cuestiones al periodo 2014.

CUADRO 06

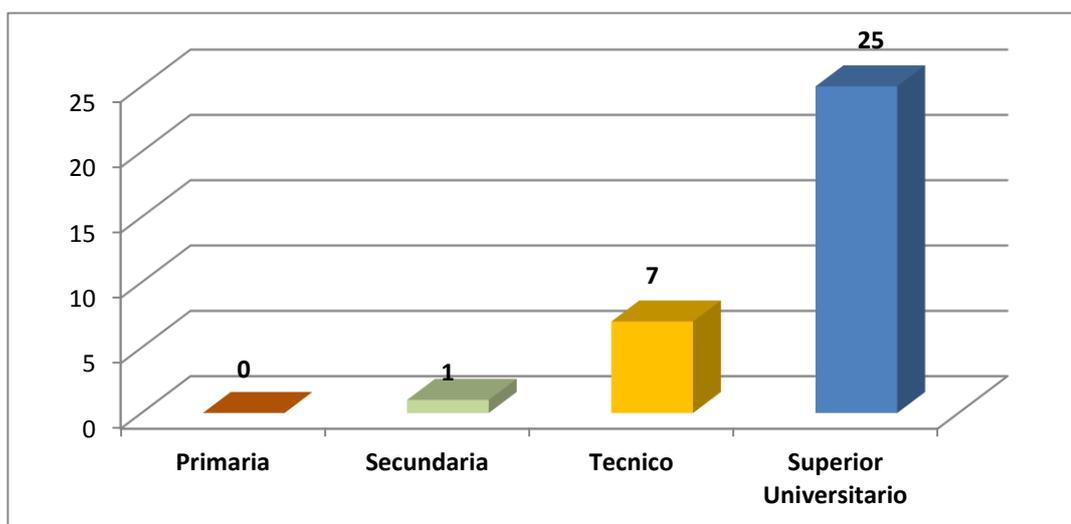
NIVEL DE INSTRUCCIÓN EDUCATIVA DEL PERSONAL DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA AL AÑO 2014

Nivel de instrucción del Personal	N° Encuestados	%
Primaria	0	0
Secundaria	1	3
Técnico	7	21
Superior Universitario	25	76
Total	33	100

Fuente: Encuesta realizada

FIGURA 06.

GRADO DE INSTRUCCIÓN DEL PERSONAL.



Fuente: Cuadro 06.

El nivel de instrucción de una persona es el grado más elevado de estudios realizados o en curso, sin tener en cuenta si se han terminado o están provisional o definitivamente incompletos. Para nuestra investigación hemos definido los siguientes niveles:

- **Primarios.** Personas que tienen alguna dificultad de escribir y leer, pero que no han logrado avanzar al nivel secundario, por lo tanto es el nivel más bajo de estudios realizados.
- **Secundarios.** Personas con estudios intermedios básicos o elementales sin que hayan accedido a los niveles superiores técnicos o universitarios y similares.
- **Técnicos.** Personas que tienen una formación superior especializada técnica y que desarrollan labores de acuerdo a su capacidad formativa, cuyos estudios lo han desarrollado en Institutos Superiores Tecnológicos o similares.
- **Superior Universitario.** Personas con formación Profesional Superior Universitaria, así como con estudios de Maestrías y Doctorados.

Según el Cuadro y Figura 06, observamos que, el nivel de instrucción (estudios) del personal de la CMAC. Cusco, Agencia Urubamba al periodo 2014 es aceptable, debido a que 25 trabajadores indicaron que tienen formación profesional Superior Universitario que representa el 76% y 07 trabajadores indicaron que solo tienen formación técnica y que representa el 21%, lo que se convierte en una ventaja competitiva para la prestación de servicios financieros con calidad a los clientes y fundamental para fijar el renombre de la entidad micro financiera.

Al respecto debemos indicar que el nivel de instrucción de una persona es el grado más elevado de estudios realizados o en curso, sin tener en cuenta si se han terminado o están provisional o definitivamente incompletos. Para nuestra investigación hemos definido los siguientes niveles:

- **Primarios.** Personas que tienen alguna dificultad de escribir y leer, pero que no han logrado avanzar al nivel secundario, por lo tanto es el nivel más bajo de estudios realizados.
- **Secundarios.** Personas con estudios intermedios básicos o elementales sin que hayan accedido a los niveles superiores técnicos o universitarios y similares.
- **Técnicos.** Personas que tienen una formación superior especializada técnica y que desarrollan labores de acuerdo a su capacidad formativa, cuyos estudios lo han desarrollado en Institutos Superiores Tecnológicos o similares.
- **Superior.** Personas con formación Profesional Superior Universitaria, así como con estudios de Maestrías y Doctorados.

CUADRO 07.

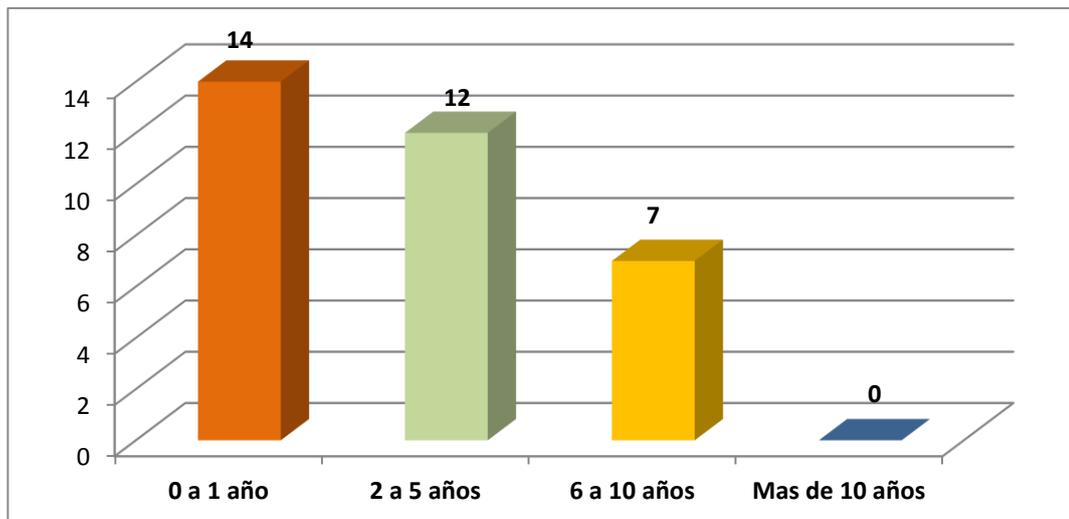
TIEMPO DE LABORES DEL PERSONAL DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA AL AÑO 2014.

Nivel de Experiencia en la CMAC- Cusco	Encuestados	%
0 a 1 año	14	42
2 a 5 años	12	36
6 a 10 años	7	21
Más de 10 años	0	0
Total	33	100

Fuente: Encuesta realizada

FIGURA 07.

EXPERIENCIA LABORAL EN LA CMAC. CUSCO.



Fuente: Cuadro 07.

El concepto de experiencia laboral hace referencia al conjunto de conocimientos y aptitudes que un individuo o grupo de personas ha adquirido a partir de realizar alguna actividad profesional en un transcurso de tiempo determinado. La experiencia es considerada entonces como un elemento muy importante en lo que se refiere a la preparación profesional y en un mejor desempeño laboral en general. Comúnmente, la experiencia laboral se mide a partir de los años que una persona ha dedicado a alguna actividad específica, aunque también abarca los tipos y diversidad de trabajo que ella haya realizado.

De esta manera, una amplia y larga experiencia laboral es fundamental al momento de optar por un trabajo. Por lo tanto, las personas suelen elaborar documentos o secciones en su currículum vitae donde explican esta temática preferentemente describiendo el tipo de trabajo que han realizado, la duración del mismo así como alguna referencia personal (como supervisores o jefes) que avalen la información.

Según el Cuadro y Figura 07, observamos que 14 trabajadores que representa el 42% viene laborando menos a 1 año, lo que implica una desventaja para una atención con calidad a los clientes, 12 trabajadores que representa el 36% indicaron que vienen laborando entre 2 a 5 años y Solo 7 trabajadores el 21% indicó que labora en la CMAC. Cusco entre 6 a 10 años, lo que implica la falta de experiencia laboral del personal.

CUADRO 08

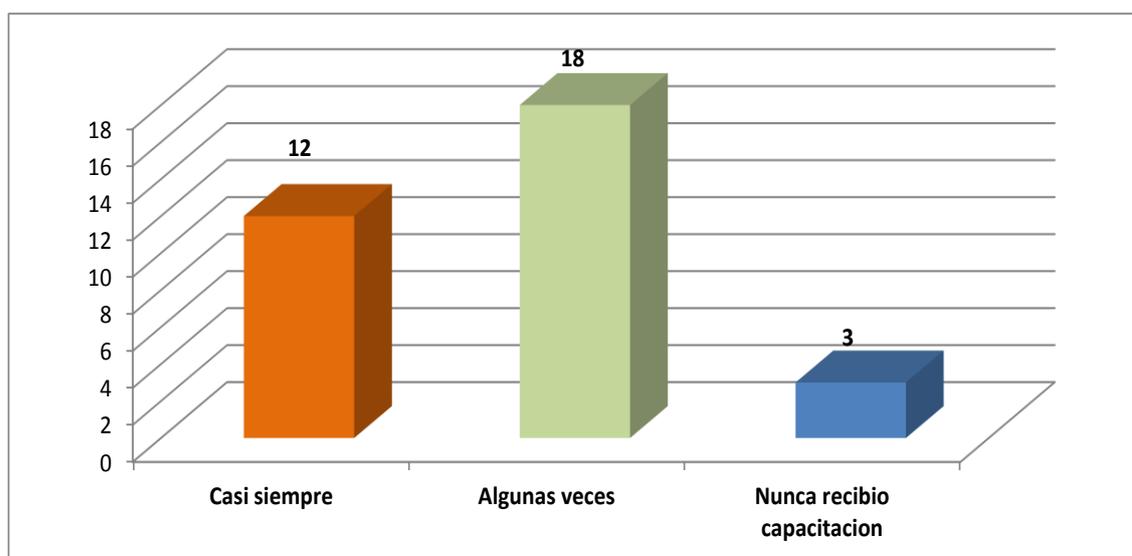
CAPACITACIÓN RECIBIDA EN ATENCIÓN AL CLIENTE PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO LABORAL DEL PERSONAL DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA AL AÑO 2014.

Capacitación recibida	Encuestados	%
Casi siempre	12	36
Algunas veces	18	55
Nunca recibió capacitación	3	9
Total	33	100

Fuente: Encuesta realizada

FIGURA 08

CAPACITACIÓN RECIBIDA POR EL PERSONAL.



Fuente: Cuadro 08

La capacitación es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal con respecto a las labores que desarrolla.

Concretamente, la capacitación:

- Busca perfeccionar al personal en su puesto de trabajo,
- En función de las necesidades de la empresa,
- En un proceso estructurado con metas bien definidas.

La necesidad de capacitación surge cuando hay diferencia entre lo que una persona debería saber para desempeñar una tarea, y lo que sabe realmente; Estas diferencias suelen ser descubiertas al hacer evaluaciones de desempeño, o descripciones de perfil de puesto.

Según el Cuadro y Figura 08, observamos que 18 trabajadores que representa el 55% esporádicamente recibió capacitación alguna por parte de la CMAC. Cusco para mejorar su desempeño laboral, lo que implica una desatención por parte de la empresa en capacitar a su personal buscando una atención con calidad a los clientes; Sólo 12 trabajadores que representa el 36% si reciben capacitaciones permanentes y el 9% de los trabajadores nunca recibió una capacitación, lo que implica que existen algunas deficiencias en la capacitación del personal el cual deberán ser superadas en el corto plazo, lo que beneficiará la atención con calidad en los servicios financieros prestados a los clientes de la CMAC. Cusco, agencia Urubamba.

CUADRO 9.

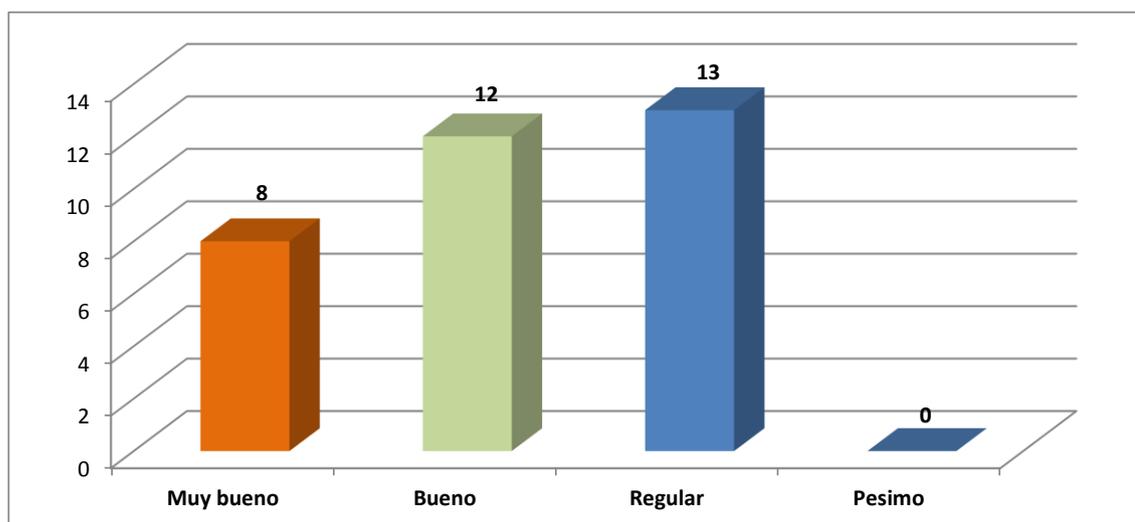
NIVEL DE CAPACITACIÓN EN EL PUESTO LABORAL DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA AL AÑO 2014.

Nivel de Capacitación en el Puesto Laboral	Encuestados	%
Muy bueno	8	24
Bueno	12	36
Regular	13	39
Pésimo	0	0
Total	33	100

Fuente: Encuesta realizada.

FIGURA 9.

CAPACITACIÓN EN EL PUESTO LABORAL.



Fuente: Cuadro 09

Según el Cuadro y Figura 09, observamos que 13 trabajadores que representa el 39% indicó que tienen un nivel de capacitación o aprendizaje regular en el puesto laboral que le asignaron, lo que deberá ser atendido por la entidad y que les permita un desempeño acorde en el trabajo que realizan; Así mismo, 12 trabajadores el 36% indicó que su nivel de capacitación para el puesto laboral es aceptable o bueno y que se desempeña con normalidad en labores cotidianas dentro de la empresa; y sólo 8 trabajadores que representa el 24%

aseguraron tener una muy buena capacitación y por ende suficiente experiencia laboral para desempeñarse adecuadamente en el puesto laboral.

CUADRO 10.

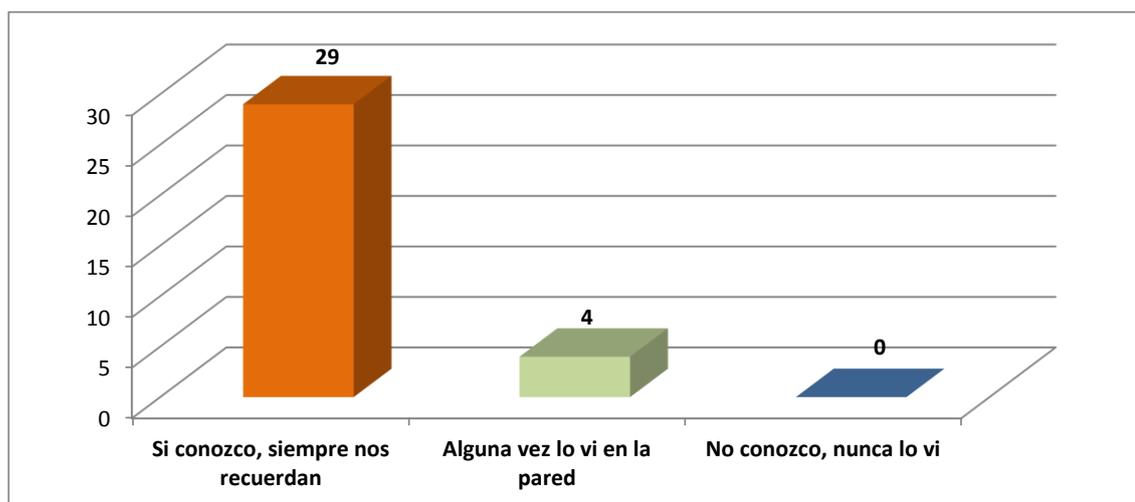
CONOCIMIENTO DE LA MISIÓN Y VISIÓN DE PARTE DEL PERSONAL DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA AL AÑO 2014.

Conocimiento de la Misión y Visión organizacional	Encuestados	%
Si conozco, siempre nos recuerdan	29	88
Alguna vez lo vi en la pared	4	12
No conozco, nunca lo vi	0	0
Total	33	100

Fuente: Encuesta realizada.

FIGURA 10.

CONOCIMIENTO DE LA MISIÓN Y VISIÓN ORGANIZACIONAL.



Fuente: Cuadro 10.

La Visión de una organización, es un conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas que proveen el marco de referencia de lo que una empresa es y quiere ser en el futuro. La Visión señala el rumbo, da dirección, es la cadena o el lazo que une a las empresas con el futuro.

Características:

- La visión no se expresa en términos numéricos.

- La define la alta dirección.
- Debe ser amplia e inspiradora.
- Conocida por todos.

La Misión de una organización, es la formulación de los propósitos de una organización que los distingue de otros negocios en cuanto al cubrimiento de sus operaciones, sus productos, su mercado y el talento humano que soporta el logro de estos propósitos. Debe reflejarse en la Misión, los Objetivos y las Estrategias de la organización y se hace tangible cuando se materializa en proyectos y metas específicas, cuyos resultados deben ser medibles mediante un sistema de monitoreo y medición.

Según el Cuadro y Figura 10, se observa que 29 trabajadores de la CMAC. Cusco que representa el 88% indicaron que si conocen la Misión y Visión de la entidad, lo que es favorable y genera ventajas competitivas organizacionales; y, sólo 04 trabajadores que representa el 12% indicaron que solo lo vieron pero que no lo practican, debido a que no conocen su contenido.

CUADRO 11.

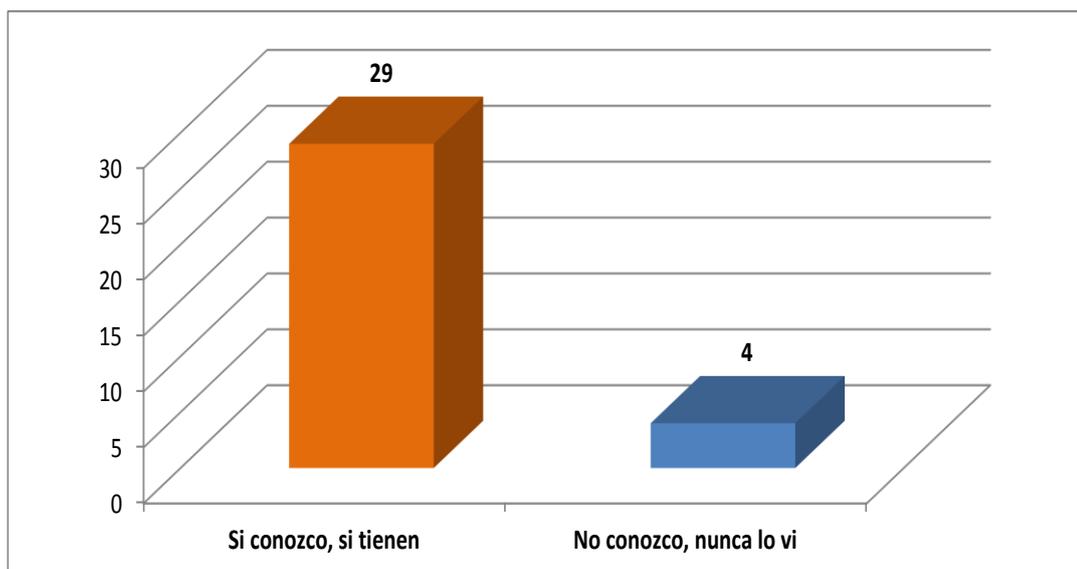
CONOCIMIENTO DE LOS INSTRUMENTOS DE GESTIÓN (MOF – ROF) POR PARTE DEL PERSONAL DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA AL AÑO 2014.

Conocimiento de los instrumentos de gestión	Encuestados	%
Si conozco, si tienen	29	88
No conozco, nunca lo vi	4	12
Total	33	100

Fuente: Encuesta realizada

FIGURA 11.

CONOCIMIENTO DE LOS INSTRUMENTOS DE GESTIÓN.



Fuente: Cuadro 11.

Los instrumentos de gestión vienen a ser los principales soportes y restricciones técnicos de la empresa y que su conocimiento lo condicionan para operar en relación a su campo funcional y operativo.

El Manual de Organización y Funciones (MOF) es un documento normativo que describe las funciones específicas de los cargos o puestos de trabajo. Esta descripción se basa en la estructura orgánica y funciones generales establecidas en el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) y en los requerimientos de cargos considerados en el Cuadro de Asignación de Personal.

Según el Cuadro y Figura 11, se observa que 29 trabajadores que representa el 88% indicaron que si conocen los instrumentos de gestión (MOF, ROF) de la empresa, lo que es muy favorable para la entidad; Y, solo 04 trabajadores que representa el 12% indicaron desconocer estos instrumentos de gestión de la entidad financiera.

CUADRO 12.

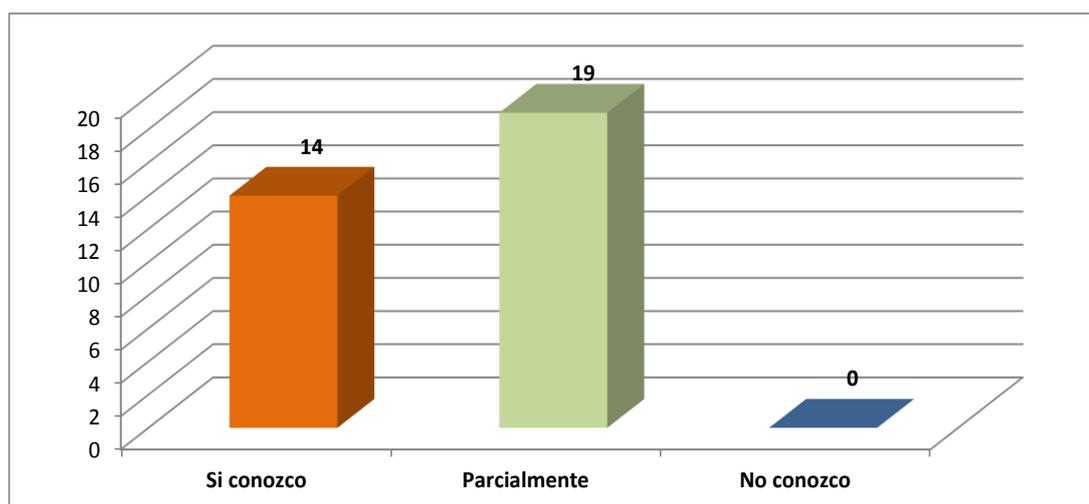
CONOCIMIENTO DE LAS ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS POR PARTE DEL PERSONAL DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA AL AÑO 2014.

Conocimiento de Estrategias y Políticas	Encuestados	%
Si conozco	14	42
Parcialmente	19	58
No conozco	0	0
Total	33	100

Fuente: Encuesta realizada

FIGURA 12

CONOCIMIENTO DE ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS ORGANIZACIONALES.



Fuente: Cuadro 12

Según el Cuadro y Figura 12, se observa que 19 trabajadores, que representa el 58% indicaron que parcialmente conocen las estrategias y propósitos de la entidad financiera, Así mismo 14 trabajadores el 42% indicaron que si conocen las estrategias y políticas establecidas por la entidad financiera para mejorar la calidad de los servicios financieros a los clientes; Ante ello debemos considerar que los objetivos estratégicos son por definición objetivos

de corto y largo plazo que contribuyen al logro de la Visión de la entidad financiera y muy importantes para alcanzar sus propósitos.

CUADRO 13.

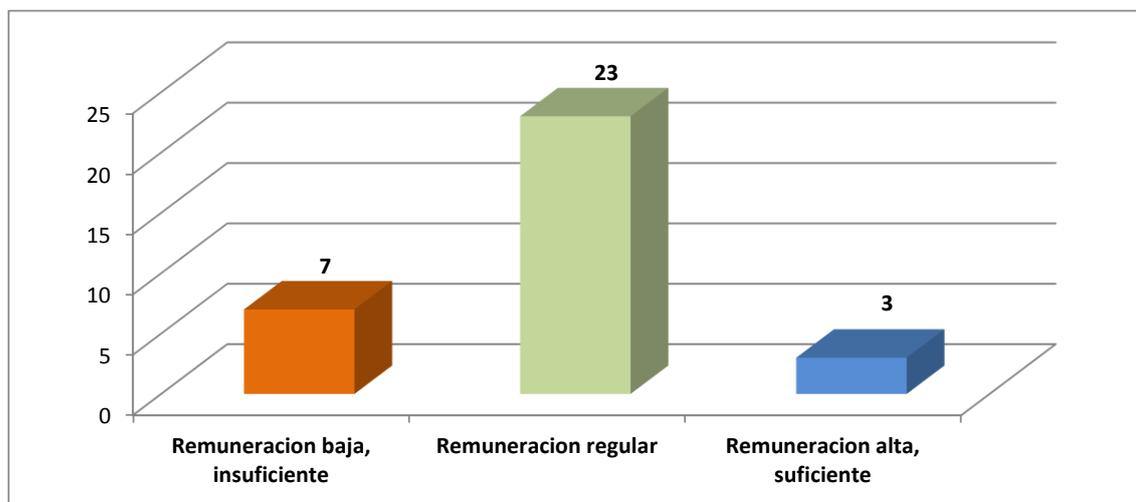
NIVEL DE SATISFACCION CON LA REMUNERACIÓN QUE PERCIBEN DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA AL AÑO 2014.

Remuneración recibida	Encuestados	%
Remuneración baja, insuficiente	7	21
Remuneración regular	23	70
Remuneración alta, suficiente	3	9
Total	33	100

Fuente: Encuesta realizada

FIGURA 13

SATISFACCION CON LA REMUNERACION PERCIBIDA.



Fuente: Cuadro 13

La remuneración es la contraprestación que recibe el trabajador por haber puesto a disposición del empleador su fuerza de trabajo, el cual debe ser suficiente y que le permita cubrir sus necesidades familiares del trabajador.

Según el Cuadro y Figura 13, se observa que, 23 trabajadores que representa el 70% de la muestra indicaron que la remuneración que perciben es regular y no satisface sus necesidades vitales, sin embargo 07 trabajadores que

representa el 21% indicaron que su remuneración es alta y suficiente de acuerdo a las responsabilidades en la empresa Micro Financiera, y sólo 03 trabajadores indicaron que su remuneración percibida es muy bajo e insuficiente de acuerdo a las labores que desempeñan en la entidad financiera y que no les permite cubrir sus necesidades personales ni familiares y esperando que mejore.

CUADRO 14.

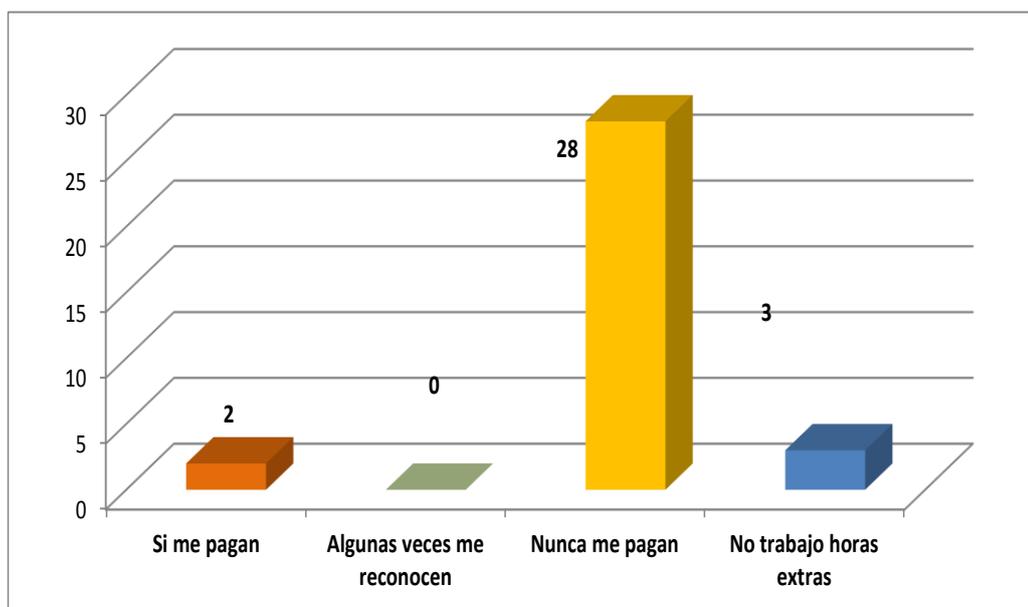
PAGO DE HORAS EXTRAS AL PERSONAL DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA AL AÑO 2014.

Trabajo en Horas Extras	Encuestados	%
Si me pagan	2	6
Algunas veces me reconocen	0	0
Nunca me pagan	28	85
No trabajo horas extras	3	9
Total	33	100

Fuente: Encuesta realizada

FIGURA 14

HORAS EXTRAS PAGADAS AL PERSONAL.



Fuente: Cuadro 14

Según el Cuadro y Figura 14, se observa que 28 trabajadores que representa el 85% indicaron que si laboran en horarios extraordinarios, pero sin embargo no reciben retribución alguna por esa labor, 03 trabajadores que representa el 9% indicaron que no trabajan horas extras, y sólo 02 trabajadores consideran que si reciben retribución por labores en horarios extraordinarios; resultados que implican que existe un incumplimiento de las leyes laborales para con el personal de la entidad; Puesto que, la imposición del trabajo en sobretiempo es considerada una infracción administrativa de tercer grado, de conformidad con el Decreto Legislativo N° 910, Ley General de Inspección del Trabajo y Defensa del Trabajador, y sus normas reglamentarias. Igualmente, el empleador infractor deberá pagar al trabajador una indemnización equivalente al 100% del valor de la hora extra, cuando éste demuestre que le fue impuesta.

Ante ello también, el art. 9° de la Ley 27671 LEY DE JORNADA DE TRABAJO, HORARIO Y TRABAJO EN SOBRETIEMPO Menciona que: El trabajo en sobretiempo (horas extras) es voluntario, tanto en su otorgamiento como en su prestación. Nadie puede ser obligado a trabajar horas extras, salvo en los casos justificados en que la labor Resulte indispensable a consecuencia de un hecho fortuito o fuerza mayor que ponga en peligro inminente a las personas o los bienes del centro de trabajo o la continuidad de la actividad productiva.

No obstante, en caso de acreditarse una prestación de servicios en calidad de sobretiempo aun cuando no hubiera disposición expresa del empleador, se entenderá que ésta ha sido otorgada tácitamente, por lo que procede el pago de la remuneración correspondiente por el sobretiempo trabajado.

CUADRO 15.

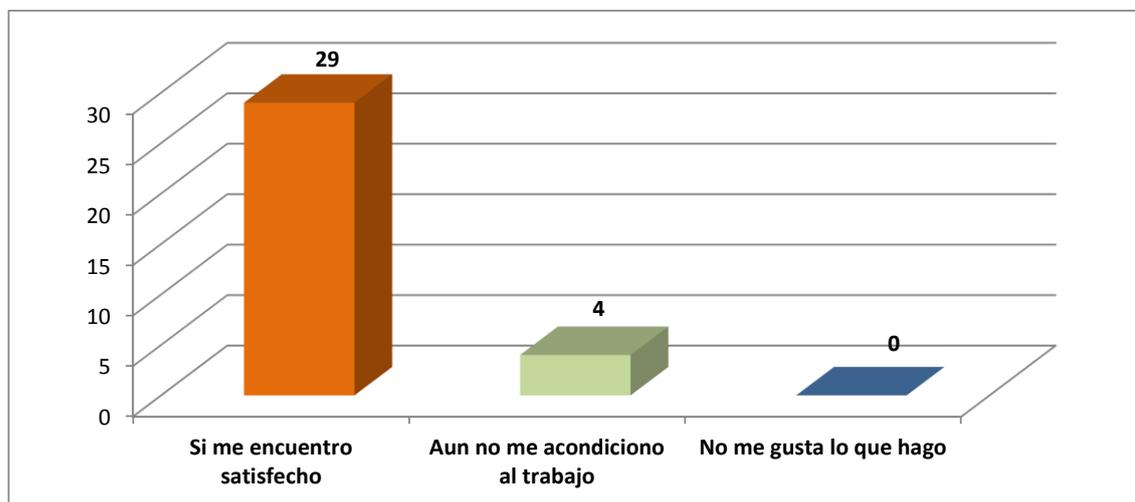
SATISFACCIÓN CON LA LABOR QUE DESEMPEÑA EL PERSONAL DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA AL AÑO 2014.

Satisfacción Laboral del Personal	Encuestados	%
Si me encuentro satisfecho	29	88
Aun no me acondiciono al trabajo	4	12
No me gusta lo que hago	0	0
Total	33	100

Fuente: Encuesta realizada.

FIGURA 15.

SATISFACCIÓN CON EL TRABAJO REALIZADO.



Fuente: Cuadro 15.

La satisfacción laboral, es el grado de conformidad de la persona respecto al entorno de trabajo, el cual incluye la consideración de la remuneración, el tipo de trabajo, las relaciones humanas, la seguridad, etc. La satisfacción laboral incide en la actitud del trabajador frente a sus obligaciones. Puede decirse que la satisfacción surge a partir de la correspondencia entre el trabajo real y las expectativas del trabajador.

Según el Cuadro y Figura 15, se observa que 29 trabajadores que representa el 88% mencionaron que se encuentran satisfechos con la labor que

desarrollan en la Empresa al margen de la remuneración recibida; y 04 trabajadores que representa el 12% consideraron que aún no se acondicionan al trabajo realizado, esto debido a que es personal recientemente contratado por la entidad financiera.

CUADRO 16.

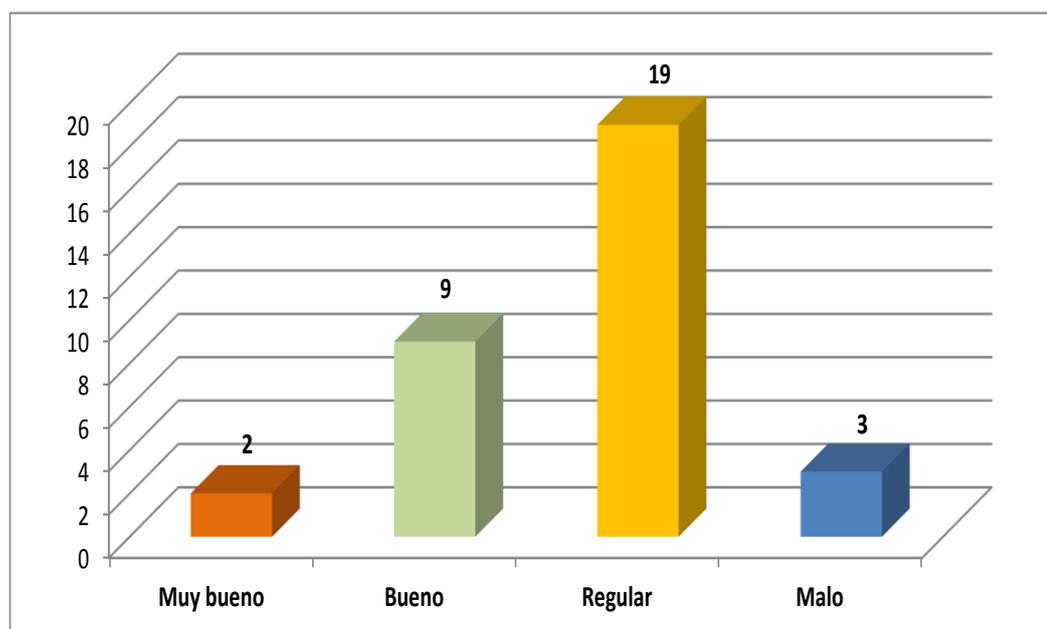
**PERCEPCION DEL TRATO AL PERSONAL DE LA CMAC. CUSCO
AGENCIA URUBAMBA AL AÑO 2014.**

Percepción del Trato al Personal	Encuestados	%
Muy bueno	2	6
Bueno	9	27
Regular	19	58
Malo	3	9
Total	33	100

Fuente: Encuesta realizada

FIGURA 16.

TRATO AL PERSONAL.



Fuente: Cuadro 16.

Una atención con calidad, es el servicio que proporciona una empresa para relacionarse con sus clientes. Y fundamentalmente consideramos que el trato a los trabajadores tiene que ser una política de mejoramiento continuo para desarrollar mejor prestación de servicios financieros a los clientes, lo que se convierte en una gran ventaja competitiva.

Según el Cuadro y Figura 16, se observa que, 19 trabajadores que representa el 58% consideran que reciben un trato regular por parte de los directivos de la entidad financiera, esperando que pueda mejorar, así mismo, 11 trabajadores que representa el 33% indicaron que si reciben un trato cordial y lo calificaron como “bueno y muy bueno” por parte de la entidad financiera, y solo 03 trabajadores que representa el 9% consideran que el trato no es bueno, lo que implica que la entidad financiera deberá superar estas deficiencias para con el personal.

CUADRO 17.

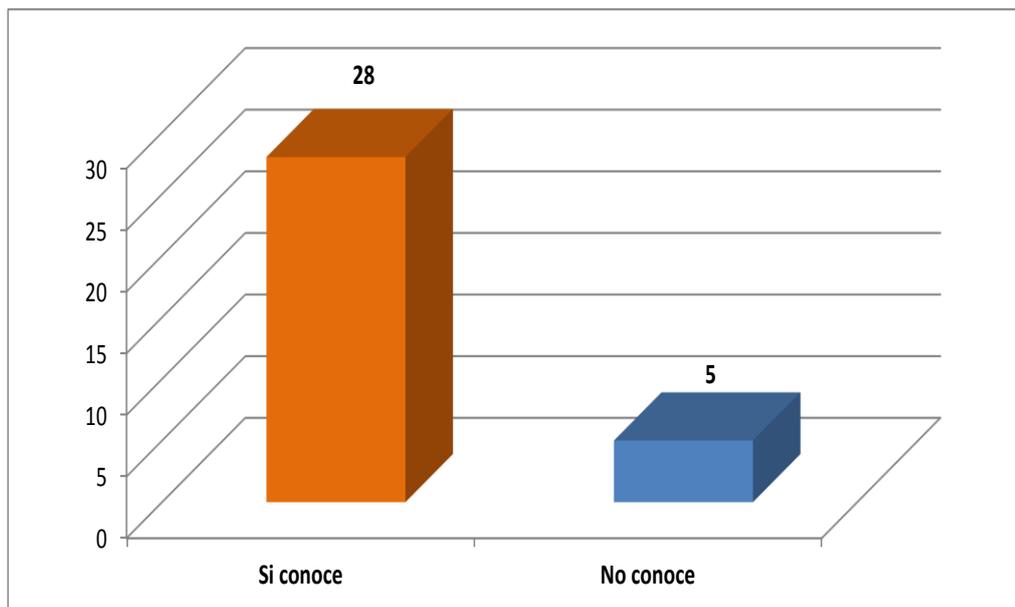
CONOCIMIENTO DE LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS POR PARTE DEL PERSONAL DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA AL AÑO 2014.

Conocimiento de Estándares de Calidad del servicio	Encuestados	%
Si conoce	28	85
No conoce	5	15
Total	33	100

Fuente: Encuesta realizada

FIGURA 17.

CONOCIMIENTO DE LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD.



Fuente: Cuadro 17.

Un estándar de calidad se define como el grado de cumplimiento exigible a un criterio de calidad, dicho en otros términos, define el rango en el que resulta aceptable el nivel de calidad que se alcanza en un determinado proceso.

Según el Cuadro y Figura 17, se observa que 28 trabajadores que representa el 85% indicaron que si conocen los estándares de la calidad de los servicios financieros para con los clientes, lo que es muy favorable para la entidad financiera, y ello genera ventajas competitivas sostenibles a la organización, y 05 trabajadores que representa el 15% indicaron que aún desconocen los estándares de calidad en la atención a los clientes, esto debido a que recién ingresaron a laborar a la entidad financiera y se encuentran en un proceso de adaptación.

CUADRO 18.

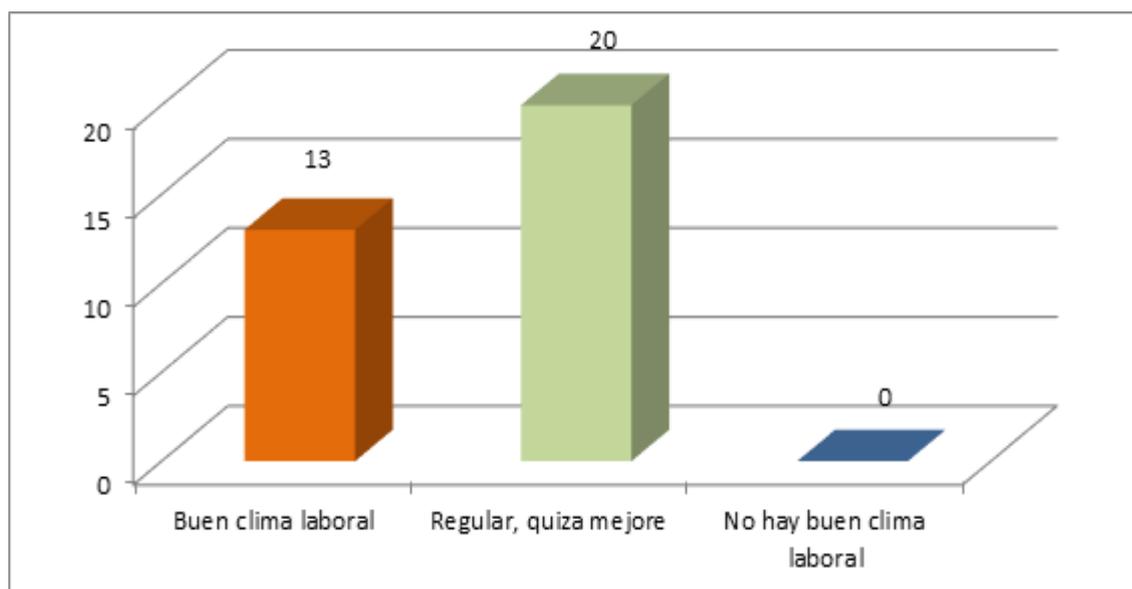
CLIMA LABORAL PERCIBIDO POR EL PERSONAL DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA AL AÑO 2014.

Clima Laboral Percibido	Encuestados	%
Buen clima laboral	13	39
Regular, quizá mejore	20	61
No hay buen clima laboral	0	0
Total	33	100

Fuente: Encuesta realizada.

FIGURA 18

CLIMA LABORAL PERCIBIDA POR EL PERSONAL



Fuente: Cuadro 18

El clima laboral es el medio ambiente humano y físico en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. Influye en la satisfacción y por lo tanto en la productividad.

Según el Cuadro y Figura 18, se observa que 20 trabajadores que representa el 61% consideran que en la entidad financiera se percibe un clima laboral

regular, debido a que existen algunos factores que imposibilitan su mejoramiento, el cual deberá ser atendido por los directivos de la organización; Así mismo 13 trabajadores que representa el 39% indicaron que el clima laboral es muy bueno y muy favorable para la entidad financiera.

4.2 ANALISIS DEL OBJETIVO ESPECÍFICO 02.

Determinación del nivel de rentabilidad de las prestaciones de servicios financieros de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, en los periodos 2013 – 2014.

Seguidamente presentamos los cuadros de resultados de acuerdo al objetivo específico planteado como fruto de la investigación, los que nos permitirán demostrar el nivel de la rentabilidad de la empresa bajo estudio.

CUADRO 19.

**CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CREDITO CUSCO S.A.
ESTADOS DE RESULTADOS AGENCIA URUBAMBA.
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013.**

(En Nuevos Soles)

CONCEPTOS	AG. URUBAMBA
INGRESOS POR INTERESES	5,750,152
Disponibles	49,877
Inversiones Disponibles para la venta	0
Inversiones a Vencimiento	0
Cartera de Créditos Directos	5,700,275
GASTOS POR INTERESES	740,370
Obligaciones con el Publico	740,370
Depósitos de Empresas del Sistema Fin.y Org. Fin. Internacional	0
Adeudos y Obligaciones Financieras	0
MARGEN FINANCIERO BRUTO	5,009,782
Provisiones para Créditos Directos	3,711
MARGEN FINANCIERO NETO	5,006,071
INGRESOS POR SERVICIOS FINANCIEROS	150,269
Ingresos por Créditos Indirectos	1,312
Ingresos Diversos	148,958
GASTOS POR SERVICIOS FINANCIEROS	152,617
Gastos por Créditos Indirectos	0
Primas al Fondo Seguro de Depósito	94,366
Gastos Diversos	58,251
MARGEN FINANCIERO NETO DE INGRESOS Y GASTOS POR SERVICIOS FINANCIEROS	5,003,723
RESULTADOS POR OPERACIONES FINANCIERAS (ROF)	7,836
Ganancias(Pérdida) en Participaciones	0
Utilidad - Perdida en Diferencia de Cambio	7,836
MARGEN OPERACIONAL	5,011,560
GASTOS DE ADMINISTRACION	1,573,280
Gastos de Personal y Directorio	1,188,620
Gastos por Servicios Recibidos de Terceros	379,536
Impuestos y Contribuciones	5,123
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	106,232
MARGEN OPERACIONAL NETO	3,332,047
VALUACION DE ACTIVOS Y PROVISIONES	41
Provisiones para Créditos Indirectos	41
RESULTADO DE OPERACION	3,332,006
OTROS INGRESOS Y GASTOS	-1,054
Otros Ingresos y Gastos	-1,054
RESULTADOS DEL EJERCICIO ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA	3,330,952

Fuente: Estados Financieros CMAC. Cusco, Agencia Urubamba.

CUADRO 20.

**CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CREDITO CUSCO S.A.
ESTADOS DE RESULTADOS AGENCIA URUBAMBA.
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014.**

(En Nuevos Soles)

CONCEPTOS	AG. URUBAMBA
INGRESOS POR INTERESES	6,909,544
Disponibles	38,754
Inversiones Disponibles para la venta	0
Inversiones a Vencimiento	0
Cartera de Créditos Directos	6,870,790
GASTOS POR INTERESES	822,835
Obligaciones con el Publico	822,835
MARGEN FINANCIERO BRUTO	6,086,709
Provisiones para Créditos Directos	156,345
MARGEN FINANCIERO NETO	5,930,364
INGRESOS POR SERVICIOS FINANCIEROS	167,771
Ingresos por Créditos Indirectos	243
Ingresos Diversos	167,529
GASTOS POR SERVICIOS FINANCIEROS	176,058
Primas al Fondo Seguro de Depósito	111,033
Gastos Diversos	65,025
MARGEN FINANCIERO NETO DE INGRESOS Y GASTOS POR SERVICIOS FINANCIEROS	5,922,077
RESULTADOS POR OPERACIONES FINANCIERAS (ROF)	10,582
Ganancias(Pérdida) en Participaciones	0
Utilidad - Perdida en Diferencia de Cambio	10,582
MARGEN OPERACIONAL	5,932,659
GASTOS DE ADMINISTRACION	1,836,234
Gastos de Personal y Directorio	1,445,496
Gastos por Servicios Recibidos de Terceros	385,759
Impuestos y Contribuciones	4,980
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	155,631
MARGEN OPERACIONAL NETO	3,940,793
VALUACION DE ACTIVOS Y PROVISIONES	-41
Provisiones para Créditos Indirectos	-41
Provisiones para Incobrabilidad de Cuentas por Cobrar	0
RESULTADO DE OPERACION	3,940,835
OTROS INGRESOS Y GASTOS	1,250
Otros Ingresos y Gastos	1,250
RESULTADOS DEL EJERCICIO ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA	3,942,085

Fuente: Estados Financieros CMAC. Cusco, Agencia Urubamba.

Según el objetivo propuesto nos permitiremos evaluar el nivel de rentabilidad sobre los servicios financieros y margen financiero neto, de la Agencia Urubamba, considerando a su vez la Oficina Especial de Machupicchu, ubicado en la localidad de Aguas calientes - Cusco; Y, para su análisis hemos establecido la siguiente escala de valores.

CUADRO 21.

BAREMO DE EVALUACIÓN DE LA RENTABILIDAD.

ESCALA PORCENTUAL (%)	EVALUACIÓN
De 01 a 10	Baja
De 11 a 25	Regular
De 26 a 40	Bueno
De 41 a mas	Muy Bueno

Fuente: Estados Financieros CMAC Cusco, Agencia Urubamba.

Para la determinación de la rentabilidad de la CMAC. Cusco, Agencia Urubamba hemos aplicado los siguientes indicadores financieros:

A). RENTABILIDAD SOBRE SERVICIOS FINANCIEROS.

$$\text{Utilidad Sobre Ventas: } \frac{\text{Utilidad Antes de Impuestos} \times 100}{\text{Ingresos Financieros}}$$

CUADRO 22.

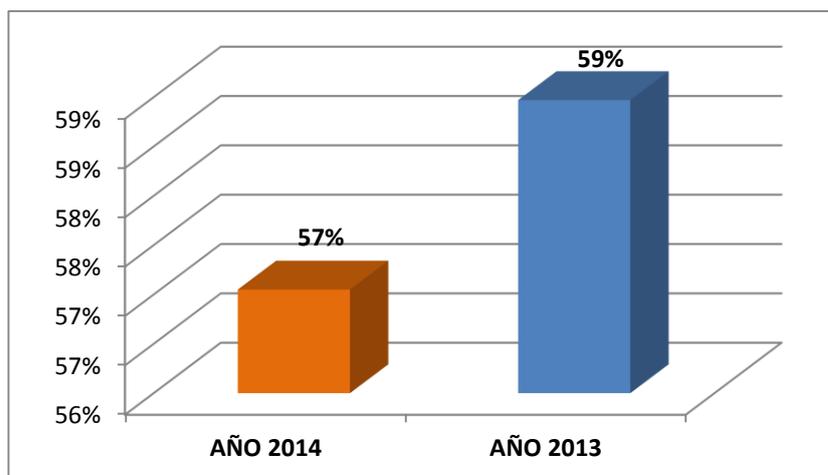
NIVEL DE RENTABILIDAD SOBRE SERVICIOS FINANCIEROS DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA PERIODOS 2013 Y 2014.

Año 2013	Año 2014
$\frac{3'390,952 \times 100}{5'750,152}$	$\frac{3'942,085 \times 100}{6'909,544}$
58.97%	57.05%

Fuente: Estados Financieros CMAC Cusco, Agencia Urubamba.

FIGURA 19.

GRAFICO DE RENTABILIDAD SOBRE SERVICIOS FINANCIEROS.



Fuente: Cuadro 22

Este ratio indica la utilidad obtenida por la CMAC. Cusco, específicamente la Agencia Urubamba y Oficina Especial de Machupicchu - Cusco.

Según el Cuadro 22 y Figura 19, se observa que en el periodo 2013 el ratio del rendimiento sobre los servicios financieros prestados fue del 59%, y en el periodo 2014 fue del 57%, lo que demuestra un nivel muy bueno del rendimiento esperado por la entidad financiera respecto a los ingresos obtenidos, como consecuencia de los intereses generados a los clientes de capitales colocados, mostrándose una ligera disminución de 2% respecto al periodo anterior, sin embargo dichos resultados son favorables para la entidad financiera.

B) RENTABILIDAD SOBRE EL MARGEN FINANCIERO NETO

$$\text{RMFN.} = \frac{\text{Utilidad Antes de impuestos}}{\text{Margen Financiero Neto}} = \%$$

CUADRO 23.

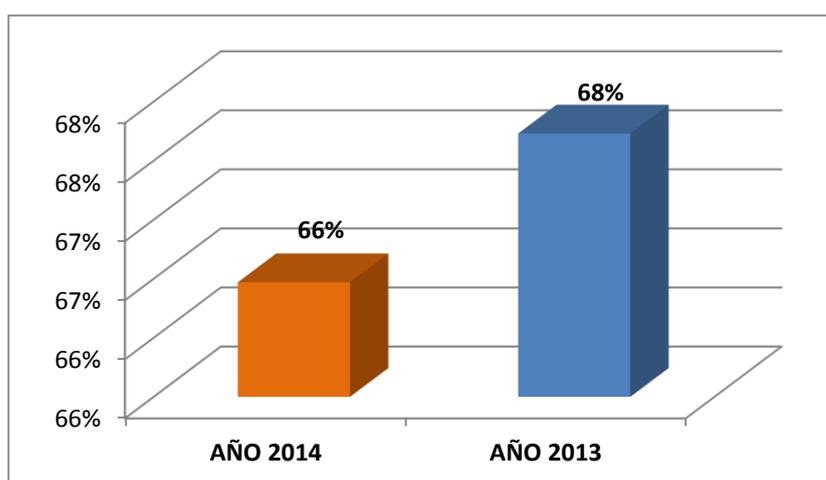
**RENTABILIDAD SOBRE EL MARGEN FINANCIERO NETO DE LA CMAC.
CUSCO, AGENCIA URUBAMBA, PERIODOS 2013 Y 2014.**

Año 2013	Año 2014
$\frac{3'390,952}{5'006,071} = 67.73\%$	$\frac{3'942,085}{5'930,364} = 66.47\%$

Fuente: Estados Financieros CMAC Cusco, Agencia Urubamba.

FIGURA 20.

MARGEN FINANCIERO NETO.



Fuente: Cuadro 23.

En el cuadro 23 y Figura 20, Según este indicador referente a la rentabilidad sobre el margen financiero neto es decir descontando las obligaciones con el público, se muestra que en el año 2013 se tuvo un rendimiento del 68% y en el año 2014 fue del 66%, resultados que muestran un rendimiento muy bueno, los que se mantuvieron constantes en ambos periodos y en beneficio de la entidad financiera.

4.3 ANALISIS DEL OBJETIVO ESPECIFICO 03.

Propuesta de alternativas que contribuyan a mejorar la calidad de los servicios financieros de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, en los periodos 2013 – 2014.

Luego de haber alcanzado cada uno de nuestros objetivos planteados en nuestro trabajo de investigación; A continuación se propone alternativas que permitan mejorar la calidad de los servicios financieros de la CMAC. Cusco S.A. Agencia Urubamba:

A). ALTERNATIVAS DE CALIDAD DE SERVICIOS PRESTADOS.

- La Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, debe garantizar a sus clientes un servicio financiero con calidad a través de la eficiencia, puntualidad, buen trato, confiabilidad y oportunidad y con mejora continua en las operaciones activas y pasivas efectuadas a los clientes, y como consecuencia de ello se permita mejorar la rentabilidad de la entidad, y por ende las remuneraciones del personal y el bienestar de los directivos de la empresa financiera.
- La Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, debe establecer un marco de intervención organizacional con la finalidad de crear un clima laboral adecuado y positivo para todo el personal, con condiciones de trabajo óptimos y aceptables en donde el personal de la entidad puedan sentirse identificados y comprometidos con la organización y de esa forma promover una participación activa con iniciativa y contribución con conocimientos y experiencias para el beneficio de la empresa financiera.

- La Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, debe planificar los procesos de prestación de los servicios financieros a sus clientes, en base a los estándares de calidad determinados sobre la base de la eficiencia y que permitan una adecuada prestación de servicios con calidad y que sean las ventajas competitivas en el largo plazo.
- Asegurar que los servicios financieros prestados a través de las operaciones activas y pasivas, sean de acuerdo a las exigencias del cliente, y cumplir con los servicios financieros ofrecidos con calidad, buscando la satisfacción de las expectativas de los clientes.
- Adoptar la nueva filosofía del mejoramiento continuo en los servicios financieros prestados, disminuyendo los errores en los servicios, defectos, mala calidad en la prestación de servicios financieros, y buscar la permanente capacitación a los trabajadores, que les permita mejorar su desempeño laboral de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba.
- A los directivos de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, fomentar una cultura organizativa abierta y receptiva, en la cual las opiniones, las observaciones y las sugerencias del personal sean tomadas en cuenta para las mejoras de los procesos de atención al cliente en servicios financieros y de las actividades que se realizan dentro de ella; También adoptar nuevos estilos de dirección con carácter participativo que permita crear las condiciones necesarias para preservar la flexibilidad del personal y apoye el auto aprendizaje y la socialización dentro de la

entidad, para lograr una adecuada calidad del servicio financiero prestado a los clientes.

B). OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.

- Mejorar e incrementar la cantidad del personal capacitado de la entidad, asignando mayor presupuesto para su entrenamiento en la prestación de los servicios financieros, todo ello con la finalidad de prestar mejores servicios a los clientes.
- Crear conciencia en el personal de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, sobre la importancia de la calidad del servicio financiero como factor de mejora de los niveles de rentabilidad, en base a políticas de gestión, y estrategias a implantar dentro de la entidad.
- Buscar mejorar los índices de rentabilidad a través de la prestación de servicios financieros con calidad y buscando la satisfacción de las expectativas de los clientes de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba.

4.4 CONTRATACION DE HIPOTESIS.

4.4.1 CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 01:

Existen factores insatisfactorios que determinan la deficiente calidad de servicios financieros de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, en los periodos 2013 – 2014.

Según los cuadros del 01 al 18, se muestra que el nivel de estudios del personal de la CMAC. Cusco, Agencia Urubamba es aceptable, debido a que 25

trabajadores indicaron que tienen formación profesional Superior Universitario que representa el 76% y un 21% indicaron que solo tienen formación técnica; el 42% de los trabajadores viene laborando menos de 1 año, el 36% indicaron que vienen laborando entre 2 a 5 años y Solo el 21% indicó que labora entre 6 a 10 años, lo que implica la falta de experiencia laboral del personal; el 55% indicó que esporádicamente recibió capacitación de parte de la CMAC. Cusco para mejorar su desempeño laboral y sólo el 36% indicaron que si recibieron capacitaciones permanentes; El 39% de los encuestados indicaron que tienen un nivel de capacitación regular en el puesto laboral que le asignaron, lo que deberá ser atendido por la entidad y el 36% indicó que su nivel de capacitación para el puesto laboral es aceptable o bueno; El 70% de los encuestados indicaron que la remuneración que perciben es muy regular y no satisface sus necesidades vitales; El 85% indicaron que si laboran en horarios extraordinarios, pero sin embargo no reciben retribución alguna por esa labor y sólo el 9% indicaron que no trabajan horas extras. Por lo tanto, son factores insatisfactorios que inciden en una deficiente calidad de los servicios financieros que prestan al cliente; Este resultado nos permite aceptar nuestra hipótesis planteada.

4.4.2 CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 02.

El nivel de rentabilidad de las prestaciones de servicios financieros es regular e incide en el desarrollo de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, en los periodos 2013 – 2014.

Según los cuadros del 19 al 23 se muestra que, la rentabilidad obtenida en el periodo 2013 del ratio sobre rendimiento sobre los servicios financieros netos fue del 59%, y en el periodo 2014 fue del 57%, lo que demuestra un nivel

muy bueno del rendimiento esperado por la entidad financiera respecto a los ingresos obtenidos; referente a la rentabilidad sobre el margen financiero neto es decir descontando las obligaciones con el público, se muestra que en el año 2013 se tuvo un rendimiento del 68% y en el año 2014 fue del 66%, resultados que muestran un rendimiento muy bueno, los que se mantuvieron constantes en ambos periodos y en beneficio de la entidad financiera; Por lo tanto, estos resultados nos permiten aceptar nuestra hipótesis planteada.

CONCLUSIONES.

Luego de haber expuesto y analizado nuestros resultados y alcanzado los objetivos y contrastados con nuestras hipótesis planteadas, las siguientes son las conclusiones a las cuales hemos arribado como fruto de nuestra investigación:

PRIMERA: La Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Urubamba debe prestar atención a los factores insatisfactorios que pueden incidir en la deficiente calidad de servicio, tales como: El 42% del personal viene laborando menos de 1 año y el 36% laboran entre 2 a 5 años, lo que implica la falta de experiencia laboral del personal; Así mismo, el 55% del personal indicó que esporádicamente recibieron capacitaciones de parte de la empresa financiera para mejorar su desempeño laboral; El 39% indicaron que tienen un nivel de capacitación regular en el puesto laboral que le asignaron, lo que deberá ser atendido por la entidad y el 36% indicó que su nivel de capacitación para el puesto laboral es aceptable o bueno.

SEGUNDA: Así mismo, El 70% del personal indicaron que la remuneración que perciben es muy regular y no satisface sus necesidades vitales; El 85% indicaron que si laboran en horarios extraordinarios, pero sin embargo no reciben retribución alguna por esa labor y sólo el 9% indicaron que no trabajan horas extras; referente al trato recibido en la empresa, el 58% consideran que reciben un trato regular por parte de los directivos de la entidad financiera, esperando que pueda mejorar, así mismo, el 9% consideran que el trato no es bueno, lo que implica que la entidad financiera deberá superar estas deficiencias con el personal para el beneficio de la empresa.

TERCERA: En la evaluación de la rentabilidad hemos determinado que, referente al rendimiento obtenido en el periodo 2013 sobre los servicios financieros netos esta fue del 59%, y en el periodo 2014 fue del 57%, lo que demuestra un nivel muy bueno del rendimiento esperado por la entidad financiera respecto a los ingresos obtenidos; referente a la rentabilidad sobre el margen financiero neto es decir descontando las obligaciones con el público, se muestra que en el año 2013 se tuvo un rendimiento del 68% y en el año 2014 fue del 66%, resultados que muestran un rendimiento muy bueno y siendo aceptables para la entidad financiera.

RECOMENDACIONES.

Las siguientes son las recomendaciones planteadas al término del presente trabajo de investigación:

PRIMERA: A la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Urubamba; Con la finalidad de lograr una calidad del servicio optima en las prestaciones de servicios financieros a los clientes, se recomienda a los directivos poner mayor énfasis en la capacitación del personal y asignar mayor presupuesto para este fin, que conlleve a un adecuado desempeño en sus labores, y que permitan generar mayores ventajas competitivas sostenibles para la entidad financiera y mejora de los resultados económicos y rentabilidad.

SEGUNDA: La Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Urubamba, debe establecer un marco de intervención organizacional con la finalidad de crear un clima laboral adecuado y positivo para todo el personal, con condiciones de trabajo óptimos y aceptables en donde el personal de la entidad puedan sentirse identificados y comprometidos con la organización y de esa forma promover una participación activa con iniciativa y contribución con conocimientos y experiencias para el beneficio de la entidad financiera.

TERCERA: A los directivos de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Urubamba, fomentar una cultura organizativa abierta y receptiva, en la cual las opiniones, las observaciones y las sugerencias del personal sean tomadas en cuenta para las mejoras de los procesos de atención al cliente en servicios financieros y de las actividades que se realizan dentro de ella; También adoptar nuevos estilos de dirección con carácter participativo que permita crear

las condiciones necesarias para preservar la flexibilidad del personal y apoye el auto aprendizaje y la socialización dentro de la entidad, para lograr una adecuada calidad del servicio financiero prestado a los clientes.

BIBLIOGRAFIA

- AGUILAR, H. (2011), Implicancias de la calidad de Servicio en la Rentabilidad de Electro Puno S.A.A. periodos 2008 y 2009. Tesis presentada a la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas para optar el título de Contador Público.
- ANDRADE S. (2002). Diccionario de Economía y Contabilidad. Lima: Segunda edición. Editorial Andrade.
- ANDA, C. (1997). Administración y Calidad. México: Editorial Limusa S.A.
- BORGES, A. (2010). Evaluación de la Gestión del Otorgamiento de créditos en la Financiera EDYFICAR Agencia Puno periodos 2009 – 2010. Tesis para optar el título de Contador Público. Universidad Nacional del Altiplano, Puno.
- CABALLERO, A. (2004). Guías Metodológicas para los planes de Tesis. Lima: Editorial UGRAPH S.A.C.
- CAPIA, R. (2014). La calidad de servicio y su incidencia en la rentabilidad del CIS. Frigorífico de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno, periodos 2011-2012. Tesis para optar el título de Contador Público. Universidad Nacional del Altiplano, Puno.
- CALSINA, S. (2009). Análisis de la Calidad de servicio eléctrico y su incidencia en el Estado de Ganancias y Pérdidas de Electro puno S.A.A. Sector sub estación Vallecito Distrito Puno 2007. Tesis para optar el título de Contador Público. Universidad Nacional del Altiplano.
- DEL ÁGUILA, J. (1986). Técnicas de Investigación. Lima: Editorial San Marcos.
- ESCOBEDO, J. (2006). Metodología de la investigación. Puno: Primera Edición; Universidad Nacional del Altiplano.
- FLORES, J. (2015). Estados Financieros. Lima: Centro de especialización en Contabilidad y Finanzas.

- FLORES, M. (2001). Calidad en la Prestación de Servicios de Transporte turístico terrestre de la Ciudad de Puno - 2000. Tesis para optar el título de Contador Público. Universidad Nacional del Altiplano.
- GIRALDO, D. (1998). Contabilidad de Costos y Calidad Total. Lima: Tomo I, Primera Edición.
- HERNÁNDEZ, R. (2014). "Metodología de la Investigación" McGRAW - HILL / Interamericana Editores S.A. México.
- KELO, T. (2003). Atención al cliente. Lima: Primera edición; Editora Bussiness E.I.R.L.
- ROQUE, C. (2013). Influencia de la calidad de servicio en la rentabilidad de la empresa Perú Inversiones Turísticas S.C.R.L. de la ciudad de Puno, periodos 2011 - 2012. Tesis para optar el título de Contador Público. Universidad Nacional del Altiplano, Puno.
- TAMAYO, MARIO. (1998). El Proceso de la Investigación Científica. Mexico: Editorial Limusa.
- TORRES, C. (1997). Metodología de la Investigación. Lima: Editorial san Marcos 5ta edición.
- ZEVALLOS ERLY (2013) Contabilidad General. Lima: Editorial Entrelineas.

WEBGRAFIA

BCRP.GOB.PE

BN.COM.PE/NOSOTROS

SBS.GOB.PE/REPOSITORIOAPS

MONOGRAFÍAS.COM

ANEXOS

ANEXO 1

INSTRUMENTO: ENCUESTA ESTRUCTURADA**FICHA TÉCNICA DEL INSTRUMENTO A UTILIZAR**

- **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:** IMPLICANCIAS DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS EN LA RENTABILIDAD DE LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CREDITO CUSCO S.A. AGENCIA URUBAMBA, PERIODOS 2013 - 2014.
- **ENTIDAD ACADÉMICA:** Universidad Nacional del Altiplano – Puno.
- **NIVEL ACADÉMICO:** Pregrado
- **ESCUELA PROFESIONAL:** Ciencias Contables.
- **LUGAR DE APLICACIÓN:** Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba y Oficina especial de Machupicchu.
- **TIPO DE PREGUNTAS:** Cerradas
- **NÚMERO DE PREGUNTAS:** 14

INSTRUCCIONES: Lea cuidadosamente cada una de las interrogantes marque con una (X) la que considere correcta; Favor responda todo el cuestionario.

CUESTIONARIO A UTILIZAR:**1. INDIQUE SU GRADO DE INSTRUCCIÓN:**

Primaria (), Secundaria (), Técnico (), Superior ()

2. CUANTOS AÑOS LABORA USTED EN LA CMAC. CUSCO, AGENCIA URUBAMBA U OFICINA MACHUPICCHU?

0 a 1 año (), 2 a 5 años (), 6 a 10 años (), Mas de 10 años ()

3. HA RECIBIDO USTED CAPACITACION EN EL TEMA DE ATENCION AL CLIENTE, PARA MEJORAR SU DESEMPEÑO LABORAL?

Casi siempre (), Algunas veces (), Nunca ()

4. CÓMO CONSIDERA USTED SU NIVEL DE CAPACITACIÓN REFERENTE A LAS PRESTACIONES DE SERVICIOS FINANCIEROS PARA EL DESARROLLO DE SUS LABORES EN LA CMAC. CUSCO, AGENCIA URUBAMBA U OFICINA MACHUPICCHU?:

Buen nivel es suficiente (), Nivel regular o insuficiente (), No recibió capacitaciones ()

5. CONOCE USTED LA MISION Y VISION DE LA CMAC. CUSCO?

Si conozco, siempre nos recuerdan (), Alguna vez lo vi pegado en la pared (), No conozco, nunca lo vi ()

6. CONOCE USTED LOS INSTRUMENTOS DE GESTION DE LA CMAC. CUSCO?

Si conozco, si tienen (), No conozco, nunca lo vi ()

7. CONOCE USTED LAS ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS DE LA CMAC. CUSCO PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO FINANCIERO A LOS CLIENTES?

Si conozco (), Parcialmente (), No conozco ()

8. COMO CONSIDERA USTED EL PRESUPUESTO ASIGNADO PARA CAPACITACIONES DE LOS TRABAJADORES DE LA CMAC. CUSCO?

Es suficiente (), Es escaso (), No asisto a capacitaciones ()

9. COMO CONSIDERA USTED LA REMUNERACION QUE PERCIBE DE LA CMAC. CUSCO?

Es baja, insuficiente (), Es muy regular (), Es alta ()

10. RECIBE USTED EL PAGO POR LAS HORAS EXTRAS LABORADAS EN DE LA CMAC. CUSCO?

Si me pagan (), Alguna vez me reconocen (), Nunca me pagan (), No trabajo Horas extras ()

11. SE SIENTE USTED SATISFECHO CON LAS LABORES QUE REALIZA O DESEMPEÑA DE LA CMAC. CUSCO?

Si me encuentro satisfecho (), No me acondiciono al trabajo (), No me gusta lo que hago ()

12. 17. CÓMO CONSIDERA USTED EL TRATO AL PERSONAL EN LA EMPRESA?

Muy malo (), Malo (), Regular (), Bueno (), Muy bueno ()

13. CONOCE USTED LOS ESTANDARES DE CALIDAD DEL SERVICIO FINANCIERO PARA UNA BUENA ATENCION AL CLIENTE DE LA CMAC. CUSCO?

Si conozco (), No conozco ()

14. CÓMO CONSIDERA USTED EL CLIMA LABORAL DENTRO DE LA CMAC. CUSCO?

Buen clima laboral (), Regular, Quizá mejore (), No hay buen clima laboral ()

Firma del entrevistado :



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES

**“IMPLICANCIA DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS EN
LA RENTABILIDAD DE LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CREDITO
CUSCO S.A. AGENCIA URUBAMBA, PERIODOS 2013 – 2014”**

**"IMPLICATION OF THE QUALITY OF FINANCIAL SERVICES IN THE
PROFITABILITY OF THE MUNICIPAL BOX OF SAVINGS AND CREDIT
CUSCO S.A. AGENCIA URUBAMBA, PERIODS 2013 - 2014"**

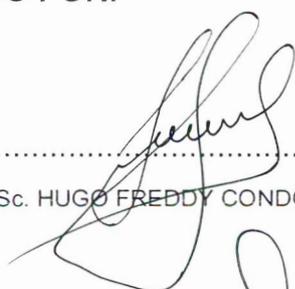
ARTICULO CIENTIFICO

PRESENTADO POR:

EDWIN MONTESINOS CALISAYA

APROBADO POR:

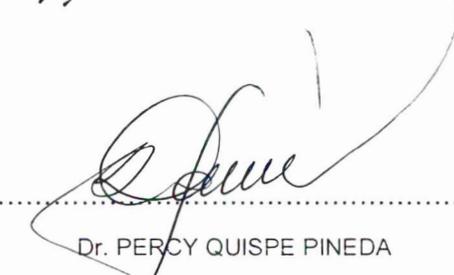
Director de Tesis:


.....
MSc. HUGO FREDDY CONDORI MANZANO

Asesor de Tesis:


.....
CPC. LUCAS PONCE QUISPE

Coordinador de Investigación:


.....
Dr. PERCY QUISPE PINEDA

**“IMPLICANCIA DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS EN LA
RENTABILIDAD DE LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CREDITO CUSCO S.A.
AGENCIA URUBAMBA, PERIODOS 2013 – 2014”**

**" IMPLICATION OF THE QUALITY OF FINANCIAL SERVICES IN THE
PROFITABILITY OF THE MUNICIPAL BOX OF SAVINGS AND CREDIT CUSCO
S.A. AGENCIA URUBAMBA, PERIODS 2013 - 2014"**

EDWIN MONTESINOS CALISAYA

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES.

**“IMPLICANCIA DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS EN LA
RENTABILIDAD DE LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CREDITO CUSCO S.A.
AGENCIA URUBAMBA, PERIODOS 2013 – 2014”**

**" IMPLICATION OF THE QUALITY OF FINANCIAL SERVICES IN THE
PROFITABILITY OF THE MUNICIPAL BOX OF SAVINGS AND CREDIT CUSCO
S.A. AGENCIA URUBAMBA, PERIODS 2013 - 2014"**

AUTOR: EDWIN MONTESINOS CALISAYA

CORREO: emoali_117@hotmail.com

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES.

RESUMEN.

El trabajo; Se ejecutó en la ciudad de Urubamba Cusco, considerando como la población de estudio a la Empresa financiera en mención; Es preciso indicar que es una empresa pública con personería jurídica de derecho privado, que fue creada bajo el ámbito del Decreto Ley N° 23039 del 14 de mayo de 1980; El objetivo principal de la investigación fue: Determinar la incidencia de la calidad de los servicios financieros en la Rentabilidad de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, en los periodos 2013 – 2014; El problema de La presente Investigación fue: ¿En qué medida la calidad de los servicios financieros inciden en la Rentabilidad de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, en los periodos 2013 – 2014?. La Hipótesis de la Investigación fue: La calidad de los servicios financieros inciden significativamente a la Rentabilidad de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, en los periodos 2013 – 2014; Llegando a la conclusión de: La Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Urubamba debe prestar atención a los factores insatisfactorios que pueden incidir en la deficiente calidad de servicio, tales como: la falta de experiencia laboral del personal, la falta de una adecuada capacitación para mejorar el desempeño de los trabajadores, remuneraciones bajas de los trabajadores, falta de retribución por las horas extras laboradas y mejora en el trato al personal de la empresa, entre otros; Por otro lado se Observó que la cartera de créditos de la CMAC. Cusco, Agencia Urubamba al periodo 2014 está conformado por S/. 33'904,419.34 de los cuales el 96.62% corresponde a la cartera de créditos vigentes, el 0.43% se refiere a la cartera de créditos refinanciados, el 0.95% representa a la cartera de créditos vencidos y el 1.99% es la cartera de créditos judiciales, mostrando una

tendencia a la mejora respecto al periodo anterior. Esto debido a que el Indicador de Rendimiento en el Periodo 2013 sobre los servicios financieros prestados fue del 59%, y en el periodo 2014 fue del 57%, lo que demuestra un nivel muy bueno del rendimiento esperado por la entidad financiera respecto a los ingresos obtenidos, como consecuencia de los intereses generados a los clientes de capitales colocados, mostrándose una ligera disminución de 2% respecto al periodo anterior.

Por otro lado el índice de Rentabilidad sobre el margen financiero neto es decir descontando las obligaciones con el público, se muestra que en el año 2013 se tuvo un rendimiento del 68% y en el año 2014 fue del 66%, resultados que muestran un rendimiento muy bueno, los que se mantuvieron constantes en ambos periodos y en beneficio de la entidad financiera.

Palabras Clave: calidad, caja municipal, finanzas, servicios financieros, rentabilidad.

ABSTRACT.

He research work entitled: "Implication of the Quality of Financial Services in the Profitability of the Municipal Savings and Credit Custody Cusco S.A. Urubamba Agency, 2013 and 2014 "; It was executed in the city of Urubamba Cusco, considering as the study population the Financial Company in mention; It should be noted that it is a public company with legal personality of private law, which was created under the scope of Decree Law No. 23039 of May 14, 1980; The main objective of the research was: To determine the incidence of the quality of financial services in the profitability of the Cusco Municipal Savings and Credit, Urubamba Agency, in the periods 2013 - 2014; The Research Hypothesis was: The quality of financial services have a significant impact on the profitability of the Cusco Municipal Savings and Credit Fund, Urubamba Agency, in the periods 2013 - 2014; The applied methodology for its development was framed to the descriptive and deductive methods, which allowed us to establish our conclusions of the investigation: The Municipal Savings and Credit Box Cusco S.A. Urubamba Agency must pay attention to the unsatisfactory factors that can affect the poor quality of service, such as: lack of work experience of staff, lack of adequate training to improve the performance of workers, low remuneration of workers, lack of remuneration for overtime worked and improvement in the treatment of company personnel, among others; On the other hand it was noted that the loan portfolio of the CMAC. Cusco, Urubamba Agency for the period 2014 is made up of S /. 33'904,419.34 of which 96.62% corresponds to the current loan portfolio, 0.43% refers to the refinanced loan portfolio, 0.95% represents the portfolio of overdue loans and 1.99% is the loan portfolio, showing a trend towards

improvement over the previous period. This is due to the fact that the Performance Indicator in the Financial Services Period in 2013 was 59% and in the period 2014 was 57%, which shows a very good level of the expected performance by the financial institution in relation to the income obtained, as a result of the interest generated to the clients of capital placed, showing a slight decrease of 2% with respect to the previous period.

On the other hand, the Profitability index on the net financial margin is to deduct the obligations with the public, it is shown that in 2013 had a yield of 68% and in 2014 was 66%, results that show a performance very good, those that remained constant in both periods and for the benefit of the financial institution.

Keywords: quality, municipal cash, finances, financial services, profitability.

INTRODUCCION

En el marco de las Normas establecidas por la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas de la UNA – Puno; tenemos a bien presentar el trabajo que nos hace conocer los principales factores de la calidad del servicio en las prestaciones de los servicios financieros para determinar su incidencia en la rentabilidad de la Caja Municipal en mención; este tema constituye uno de los grandes problemas que muchas veces los directivos de las entidades financieras desconocen el comportamiento de sus trabajadores en los servicios que se presta al cliente y que no permite su desarrollo; Y, que con una adecuada gestión mejoraría la calidad del servicio, que es un afán que siempre ha preocupado a las organizaciones y que los gerentes en su esencia siempre han buscado para satisfacer las necesidades del público a quienes se dirigen.

La calidad en el servicio, implica un cambio de actitudes y mentalidad, por lo que requiere ejercer valores perdurables y establecer un compromiso con la empresa y la sociedad; Esto implica que se requiere de las personas que laboran en la organización más capacidad, capacitación y dedicación personal; Actualmente las personas son las que entregan valor a los servicios, poniéndole toda su inteligencia para que satisfagan las necesidades de los usuarios. Esto quiere decir que en una empresa las personas son los entes innovadores y que son los únicos capaces de generar ventajas competitivas en las organizaciones, que hagan posible que las empresas sean sostenibles en el tiempo en beneficio de sus clientes y los mismos integrantes.

Una vez desarrollado el Marco Teórico se llegó a la siguiente Problema de Investigación

General: ¿En qué medida la calidad de los servicios financieros inciden en la Rentabilidad de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, en los periodos 2013 – 2014?. Como Objetivo General a lo siguiente: Determinar la incidencia de la calidad de los servicios financieros en la Rentabilidad de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, en los periodos 2013 – 2014. Y finalmente la Hipótesis General de la Investigación es el Siguiendo: La calidad de los servicios financieros inciden significativamente a la Rentabilidad de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba, en los periodos 2013 – 2014.

METODOS Y MATERIALES

A). MÉTODO ANALÍTICO

Este método nos permitió descomponer el todo en sus partes, con la finalidad de estudiar y conocer sus principales características, su naturaleza y sus propiedades; También, mediante este método se buscó los componentes lógicos (Ratios de rentabilidad), con el objeto de examinarlos, analizarlos, y con ello determinar su incidencia y las relaciones que existe entre ellos mismos, sobre la base de sus resultados económicos.

B). MÉTODO DESCRIPTIVO.

El método descriptivo es el método donde se aplica, discute, analiza los datos, como la descripción de los resultados sobre la base de la aplicación de los ratios de rentabilidad y conocer los detalles y características de lo que se investiga. En el presente caso, se ha procedido a una recopilación de información de la empresa.

C). MÉTODO DEDUCTIVO.

Es un método científico que considera que la conclusión se halla implícita dentro de las premisas, a través del cual seguimos varios pasos: observación del fenómeno o hecho a estudiar, creación de hipótesis para analizar y explicar dichos hechos, deducción de consecuencias o proposiciones más elementales que la propia hipótesis, y verificación o comprobación de la verdad de los enunciados deducidos comparándolos con la experiencia, En el presente trabajo de investigación se utilizó en la recolección de datos para llegar a conclusiones de carácter particular.

MATERIALES.

Los materiales que se utilizaron fueron: Encuestas estructuradas dirigida al personal de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A., Agencia Urubamba y oficina especial Machupicchu, también se utilizó Estados Financieros de la Empresa.

POBLACIÓN.

La Población considerada en el trabajo de investigación es la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. (En adelante CMAC. Cusco), Agencia Urubamba y oficina especial de Machupicchu.

MUESTRA.

La Muestra considerada en la investigación, es el área contable financiera y también los trabajadores de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A., Agencia Urubamba y oficina especial de Machupicchu, Los que se detallan a continuación:

TECNICAS.

La recopilación de la información efectuada que permitió de sustento en el trabajo de investigación para el logro de objetivos fijados y comprobar o rechazar las hipótesis planteadas para ello se utilizó las siguientes técnicas:

Encuesta estructurada.- Se hizo uso de acuerdo a las necesidades de la investigación e indicadores y estuvo dirigido al personal de la CMAC. Cusco, agencia Urubamba y oficina especial Machupicchu.

Observación.- Se interactuó con la realidad a través de los sentidos para corroborar la información extraída.

Documental.- Se obtuvo de fuentes como la información financiera de la CMAC. Cusco, libros, revistas e internet, Tales como los Estados Financieros, Encuesta Estructurada al Personal CMAC. Cusco agencia Urubamba y oficina especial Machupicchu.

RESULTADOS.

Con los datos recopilados durante el trabajo de investigación, a continuación mostramos los resultados obtenidos como fruto del trabajo de campo, con la finalidad de dar respuesta a cada una de nuestras interrogantes planteadas y de esta forma alcanzar

nuestros objetivos propuestos, para luego confirmar o rechazar nuestras hipótesis establecidas.

CUADRO 01. CARTERA DE CREDITOS DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA AL PERIODO 2013

CARTERA DE CREDITOS	TOTAL	%
Cartera de Créditos Vigentes	26,997,174	95.65
Cartera de Créditos Refinanciados	174,550	0.62
Cartera de Créditos Vencidos	276,559	0.98
Cartera de Créditos Judiciales	777,354	2.75
TOTAL	28,225,636	100

Fuente: CMAC. Cusco, Agencia Urubamba

Según el Cuadro 01, se muestra la cartera de créditos de la CMAC. Cusco, Agencia Urubamba al periodo 2013 y está conformado por S/. 28'225,636.00 de los cuales el 95.65% corresponde a la cartera de créditos vigentes, el 0.62% se refiere a la cartera de créditos refinanciados, el 0.98% representa a la cartera de créditos vencidos y el 2.75% es la cartera de créditos judiciales.

CUADRO 02. CARTERA DE CREDITOS DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA AL PERIODO 2014

CARTERA DE CREDITOS	TOTAL S/	%
Cartera de Créditos Vigentes	32,759,843	96.62
Cartera de Créditos Refinanciados	146,948	0.43
Cartera de Créditos Vencidos	323,786	0.95
Cartera de Créditos Judiciales	673,842	1.99
TOTAL	33,904,419.34	100

Fuente: CMAC. Cusco, Agencia Urubamba

Según el Cuadro 02, se muestra la cartera de créditos de la CMAC. Cusco, Agencia Urubamba al periodo 2014 y está conformado por S/. 33'904,419.34 de los cuales el 96.62% corresponde a la cartera de créditos vigentes, el 0.43% se refiere a la cartera

de créditos refinanciados, el 0.95% representa a la cartera de créditos vencidos y el 1.99% es la cartera de créditos judiciales, mostrando una tendencia a la mejora respecto al periodo anterior, lo que es beneficioso a la empresa.

CUADRO 03. OBLIGACIONES CON EL PÚBLICO DE LA CMAC. CUSCO, AGENCIA URUBAMBA AL PERIODO 2013

OBLIGACIONES CON EL PÚBLICO	MONTO S/.	%
Obligaciones por Cuentas de Ahorro	8,308,860	35
Obligaciones por Cuentas a Plazo	15,729,874	65
TOTAL	24,038,734	100

Fuente: CMAC. Cusco, Agencia Urubamba

Según el Cuadro 03, se muestra las Obligaciones con el Público de la CMAC. Cusco, Agencia Urubamba y su oficina especial de Machupicchu en el año 2013, fundamentalmente está referida a las operaciones pasivas de la empresa financiera, del cual mostramos que las Obligaciones por cuentas de ahorro alcanzaron S/. 8'308,860.00 y que representa el 35% y las Obligaciones por cuentas a plazo sumaron S/. 15'729,874.00 y que representa el 65%, haciendo un total de obligaciones con el público de S/. 24'038,734.00.

CUADRO 04. OBLIGACIONES CON EL PÚBLICO DE LA CMAC. CUSCO, AGENCIA URUBAMBA AL PERIODO 2014.

OBLIGACIONES CON EL PÚBLICO	MONTO S/.	%
Obligaciones por Cuentas de Ahorro	10,099,046	37
Obligaciones por Cuentas a Plazo	17,117,100	63
TOTAL	27,216,146	100

Fuente: CMAC. Cusco, Agencia Urubamba

Según el Cuadro 04, se muestra las Obligaciones con el Público de la CMAC. Cusco, Agencia Urubamba en el año 2014, conformados por las Obligaciones por cuentas de ahorro alcanzaron S/. 10'099,046.00 y que representa el 37% y las Obligaciones por

cuentas a plazo sumaron S/. 17'117,100.00 y que representa el 63%, haciendo un total de obligaciones con el público de S/. 27'216,146.00.

CUADRO 05. NIVEL DE INSTRUCCIÓN EDUCATIVA DEL PERSONAL DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA AL AÑO 2014.

Nivel de instrucción del Personal	N° Encuestados	%
Primaria	0	0
Secundaria	1	3
Técnico	7	21
Superior Universitario	25	76
Total	33	100

Fuente: Encuesta realizada.

Según el Cuadro 05, observamos que, el nivel de instrucción (estudios) del personal de la CMAC. Cusco, Agencia Urubamba al periodo 2014 es aceptable, debido a que 25 trabajadores indicaron que tienen formación profesional Superior Universitario que representa el 76% y 07 trabajadores indicaron que solo tienen formación técnica y que representa el 21%, lo que se convierte en una ventaja competitiva para la prestación de servicios financieros con calidad a los clientes y fundamental para fijar el renombre de la entidad bancaria.

CUADRO 06. TIEMPO DE LABORES DEL PERSONAL DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA AL AÑO 2014.

Nivel de Experiencia en la CMAC-Cusco	Encuestados	%
0 a 1 año	14	42
2 a 5 años	12	36
6 a 10 años	7	21
Más de 10 años	0	0
Total	33	100

Fuente: Encuesta realizada.

La experiencia es considerada como un elemento muy importante en lo que se refiere a la preparación profesional y en un mejor desempeño laboral en general. Según el Cuadro 06, observamos que 14 trabajadores que representa el 42% viene laborando menos a 1 año, lo que implica una desventaja para una atención con calidad a los

clientes, 12 trabajadores que representa el 36% indicaron que vienen laborando entre 2 a 5 años y Solo 7 trabajadores el 21% indicó que labora en la CMAC. Cusco entre 6 a 10 años, lo que implica la falta de experiencia laboral del personal.

CUADRO 07. CAPACITACIÓN RECIBIDA EN ATENCIÓN AL CLIENTE PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO LABORAL DEL PERSONAL DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA AL AÑO 2014.

Capacitación recibida	Encuestados	%
Casi siempre	12	36
Algunas veces	18	55
Nunca recibió capacitación	3	9
Total	33	100

Fuente: Encuesta realizada.

Según el Cuadro 07, observamos que 18 trabajadores que representa el 55% esporádicamente recibió capacitación alguna por parte de la CMAC. Cusco para mejorar su desempeño laboral, lo que implica una desatención por parte de la empresa en capacitar a su personal buscando una atención con calidad a los clientes; Sólo 12 trabajadores que representa el 36% si reciben capacitaciones permanentes y el 9% de los trabajadores nunca recibió una capacitación, lo que implica que existen algunas deficiencias en la capacitación del personal el cual deberán ser superadas en el corto plazo, lo que beneficiará la atención con calidad en los servicios financieros prestados a los clientes de la CMAC. Cusco, agencia Urubamba.

CUADRO 08. NIVEL DE CAPACITACIÓN EN EL PUESTO LABORAL DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA AL AÑO 2014.

Nivel de Capacitación en el Puesto Laboral	Encuestados	%
Muy bueno	8	24
Bueno	12	36
Regular	13	39
Pésimo	0	0
Total	33	100

Fuente: Encuesta realizada.

Según el Cuadro 08 observamos que 13 trabajadores que representa el 39% indicó que tienen un nivel de capacitación o aprendizaje regular en el puesto laboral que le

asignaron, lo que deberá ser atendido por la entidad y que les permita un desempeño acorde en el trabajo que realizan; Así mismo, 12 trabajadores el 36% indicó que su nivel de capacitación para el puesto laboral es aceptable o bueno y que se desempeña con normalidad en labores cotidianas dentro de la empresa; y sólo 8 trabajadores que representa el 24% aseguraron tener una muy buena capacitación y por ende suficiente experiencia laboral para desempeñarse adecuadamente en el puesto laboral.

CUADRO 09. CONOCIMIENTO DE LA MISIÓN Y VISIÓN DE PARTE DEL PERSONAL DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA AL AÑO 2014.

Conocimiento de la Misión y Visión organizacional	Encuestados	%
Si conozco, siempre nos recuerdan	29	88
Alguna vez lo vi en la pared	4	12
No conozco, nunca lo vi	0	0
Total	33	100

Fuente: Encuesta realizada.

Según el Cuadro 09, se observa que 29 trabajadores de la CMAC. Cusco que representa el 88% indicaron que si conocen la Misión y Visión de la entidad, lo que es favorable y genera ventajas competitivas organizacionales; y, sólo 04 trabajadores que representa el 12% indicaron que solo lo vieron pero que no lo practican, debido a que no conocen su contenido.

CUADRO 10. CONOCIMIENTO DE LOS INSTRUMENTOS DE GESTIÓN (MOF – ROF) POR PARTE DEL PERSONAL DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA AL AÑO 2014

Conocimiento de los instrumentos de gestión	Encuestados	%
Si conozco, si tienen	29	88
No conozco, nunca lo vi	4	12
Total	33	100

Fuente: Encuesta realizada.

Según el Cuadro 10, se observa que 29 trabajadores que representa el 88% indicaron que si conocen los instrumentos de gestión (MOF, ROF) de la empresa, lo que es muy favorable para la entidad; Y, solo 04 trabajadores que representa el 12% indicaron desconocer estos instrumentos de gestión de la entidad financiera. El Manual de Organización y Funciones (MOF) es un documento normativo que describe las funciones específicas de los cargos o puestos de trabajo. Esta descripción se basa en la estructura orgánica y funciones generales establecidas en el Reglamento de Organización y Funciones (ROF).

CUADRO 11. CONOCIMIENTO DE LAS ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS POR PARTE DEL PERSONAL DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA AL AÑO 2014.

Conocimiento de Estrategias y Políticas	Encuestados	%
Si conozco	14	42
Parcialmente	19	58
No conozco	0	0
Total	33	100

Fuente: Encuesta realizada.

Según el Cuadro 11, se observa que 19 trabajadores, que representa el 58% indicaron que parcialmente conocen las estrategias y propósitos de la entidad financiera, Así mismo 14 trabajadores el 42% indicaron que si conocen las estrategias y políticas establecidas por la entidad financiera para mejorar la calidad de los servicios financieros a los clientes; Ante ello debemos considerar que los objetivos estratégicos son por definición objetivos de corto y largo plazo que contribuyen al logro de la Visión de la entidad financiera y muy importantes para alcanzar sus propósitos.

CUADRO 12. NIVEL DE SATISFACCION CON LA REMUNERACIÓN QUE PERCIBEN DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA AL AÑO 2014.

Remuneración recibida	Encuestados	%
Remuneración baja, insuficiente	7	21
Remuneración regular	23	70
Remuneración alta, suficiente	3	9
Total	33	100

Fuente: Encuesta realizada

Según el Cuadro 12, se observa que, 23 trabajadores que representa el 70% de la muestra indicaron que la remuneración que perciben es regular y no satisface sus necesidades vitales, sin embargo 07 trabajadores que representa el 21% indicaron que su remuneración es alta y suficiente de acuerdo a las responsabilidades en la entidad bancaria, y sólo 03 trabajadores indicaron que su remuneración percibida es muy bajo e insuficiente de acuerdo a las labores que desempeñan en la entidad financiera y que no les permite cubrir sus necesidades personales ni familiares y esperando que mejore.

CUADRO 13. PAGO DE HORAS EXTRAS AL PERSONAL DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA AL AÑO 2014.

Trabajo en Horas Extras	Encuestados	%
Si me pagan	2	6
Algunas veces me reconocen	0	0
Nunca me pagan	28	85
No trabajo horas extras	3	9
Total	33	100

Fuente: Encuesta realizada.

Según el Cuadro 13, se observa que 28 trabajadores que representa el 85% indicaron que si laboran en horarios extraordinarios, pero sin embargo no reciben retribución alguna por esa labor, 03 trabajadores que representa el 9% indicaron que no trabajan horas extras, y sólo 02 trabajadores consideran que si reciben retribución por labores en horarios extraordinarios; resultados que implican que existe un incumplimiento de las leyes laborales para con el personal de la entidad; Puesto que, la imposición del trabajo en sobretiempo es considerada una infracción administrativa de tercer grado, de conformidad con el Decreto Legislativo N° 910, Ley General de Inspección del Trabajo y Defensa del Trabajador, y sus normas reglamentarias.

CUADRO 14. SATISFACCIÓN CON LA LABOR QUE DESEMPEÑA EL PERSONAL DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA AL AÑO 2014.

Satisfacción Laboral del Personal	Encuestados	%
Si me encuentro satisfecho	29	88
Aun no me acondiciono al trabajo	4	12
No me gusta lo que hago	0	0
Total	33	100

Fuente: Encuesta realizada.

Según el Cuadro 14, se observa que 29 trabajadores que representa el 88% mencionaron que se encuentran satisfechos con la labor que desarrollan en la entidad bancaria al margen de la remuneración recibida; y 04 trabajadores que representa el 12% consideraron que aún no se acondicionan al trabajo realizado, esto debido a que es personal recientemente contratado por la entidad financiera.

CUADRO 15. PERCEPCION DEL TRATO AL PERSONAL DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA AL AÑO 2014.

Percepción del Trato al Personal	Encuestados	%
Muy bueno	2	6
Bueno	9	27
Regular	19	58
Malo	3	9
Total	33	100

Fuente: Encuesta realizada.

Según el Cuadro 15, se observa que, 19 trabajadores que representa el 58% consideran que reciben un trato regular por parte de los directivos de la entidad financiera, esperando que pueda mejorar, así mismo, 11 trabajadores que representa el 33% indicaron que si reciben un trato cordial y lo calificaron como “bueno y muy bueno” por parte de la entidad financiera, y solo 03 trabajadores que representa el 9% consideran que el trato no es bueno, lo que implica que la entidad financiera deberá superar estas deficiencias para con el personal.

CUADRO 16. CONOCIMIENTO DE LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS POR PARTE DEL PERSONAL DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA AL AÑO 2014.

Conocimiento de Estándares de Calidad del servicio	Encuestados	%
Si conoce	28	85
No conoce	5	15
Total	33	100

Fuente: Encuesta realizada

Según el Cuadro 16, se observa que 28 trabajadores que representa el 85% indicaron que si conocen los estándares de la calidad de los servicios financieros para con los

clientes, lo que es muy favorable para la entidad financiera, y ello genera ventajas competitivas sostenibles a la organización, y 05 trabajadores que representa el 15% indicaron que aún desconocen los estándares de calidad en la atención a los clientes, esto debido a que recién ingresaron a laborar a la entidad financiera y se encuentran en un proceso de adaptamiento.

CUADRO 17. CLIMA LABORAL PERCIBIDO POR EL PERSONAL DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA AL AÑO 2014.

Clima Laboral Percibido	Encuestados	%
Buen clima laboral	13	39
Regular, quizá mejore	20	61
No hay buen clima laboral	0	0
Total	33	100

Fuente: Encuesta realizada

El clima laboral es el medio ambiente humano y físico en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. Influye en la satisfacción y por lo tanto en la productividad.

Según el Cuadro 18, se observa que 20 trabajadores que representa el 61% consideran que en la entidad financiera se percibe un clima laboral regular, debido a que existen algunos factores que imposibilitan su mejoramiento, el cual deberá ser atendido por los directivos de la organización; Así mismo 13 trabajadores que representa el 39% indicaron que el clima laboral es muy bueno y muy favorable para la entidad financiera.

CUADRO 18. NIVEL DE RENTABILIDAD SOBRE SERVICIOS FINANCIEROS DE LA CMAC. CUSCO AGENCIA URUBAMBA PERIODOS 2013 Y 2014.

Año 2013	Año 2014
$\frac{3'390,952 \times 100}{5'750,152}$	$\frac{3'942,085 \times 100}{6'909,544}$
58.97%	57.05%

Fuente: Estados Financieros CMAC Cusco, Agencia Urubamba.

Según el Cuadro 18, se observa que en el periodo 2013 el ratio del rendimiento sobre los servicios financieros prestados fue del 59%, y en el periodo 2014 fue del 57%, lo que demuestra un nivel muy bueno del rendimiento esperado por la entidad financiera respecto a los ingresos obtenidos, como consecuencia de los intereses generados a los clientes de capitales colocados, mostrándose una ligera disminución de 2% respecto al periodo anterior, sin embargo dichos resultados son favorables para la entidad financiera.

CUADRO 19. RENTABILIDAD SOBRE EL MARGEN FINANCIERO NETO DE LA CMAC. CUSCO, AGENCIA URUBAMBA, PERIODOS 2013 Y 2014.

Año 2013	Año 2014
<u>3 390,952</u> 67.73%	<u>3 942,085</u> 66.47%
5'006,071	5'006,071

Fuente: Estados Financieros CMAC Cusco, Agencia Urubamba.

En el cuadro 19, Según este indicador referente a la rentabilidad sobre el margen financiero neto es decir descontando las obligaciones con el público, se muestra que en el año 2013 se tuvo un rendimiento del 68% y en el año 2014 fue del 66%, resultados que muestran un rendimiento muy bueno, los que se mantuvieron constantes en ambos periodos y en beneficio de la entidad financiera.

DISCUSION.

De acuerdo al desarrollo de este trabajo, los resultados obtenidos han arribado a los siguientes temas de discusión:

Capia, R. (2014). La calidad de servicio y su incidencia en la rentabilidad del CIS. Frigorífico de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno, periodos 2011-2012. Concluye:

En el CIS Frigorífico, existen diversos factores internos y externos que influyen directamente en como brindar un adecuado servicio de calidad. Se debe de contar con el personal que cumpla adecuadamente sus funciones y que este suficientemente capacitado, e identificado con la empresa; motivado y comprometido con la labor que realizan. Contar con el adecuado número de trabajadores en las áreas de mayor

demanda. La remuneración recibida no es adecuada para el esfuerzo invertido en sus labores, al observar esto se evidencia un clima desfavorable para desarrollar una excelente calidad de servicios. El nivel de satisfacción del cliente en la empresa es negativa con relación a la valoración de sus expectativas y el rendimiento percibido, mostrando insatisfacción en cuanto al tiempo de espera en recibir el servicio ofrecido. El rendimiento obtenido en los periodos 2011 y 2012, muestran bajos niveles de rentabilidad obtenida en la empresa. El cual se debe superar en los periodos siguientes, realizando una eficiente administración de la empresa en todos sus aspectos, procurando la máxima eficiencia en los procesos de producción de los servicios. Finalmente observamos el nivel de frecuencia a regresar nuevamente y recibir los servicios de la empresa, el 12% de clientes manifestaron que no regresarían nuevamente a recibir los servicios de la empresa, lo que demuestra un nivel de calidad de servicio que incide negativamente en los bajos índices de rentabilidad de la empresa.

De acuerdo a nuestra investigación debemos indicar que efectivamente existen factores que determinan la calidad de servicios financieros tales el nivel de instrucción (estudios) del personal de la CMAC. Cusco, Agencia Urubamba al periodo 2014 es aceptable, debido a que 25 trabajadores indicaron que tienen formación profesional Superior Universitario que representa el 76% y 07 trabajadores indicaron que solo tienen formación técnica y que representa el 21%, lo que se convierte en una ventaja competitiva para la prestación de servicios financieros con calidad a los clientes y fundamental para fijar el renombre de la entidad micro financiera. Así mismo, La experiencia es considerada entonces como un elemento muy importante en lo que se refiere a la preparación profesional y en un mejor desempeño laboral en general. Comúnmente, la experiencia laboral se mide a partir de los años que una persona ha dedicado a alguna actividad específica, aunque también abarca los tipos y diversidad de trabajo que ella haya realizado; Por lo tanto, observamos que 14 trabajadores que representa el 42% viene laborando menos a 1 año, lo que implica una desventaja para una atención con calidad a los clientes, 12 trabajadores que representa el 36% indicaron que vienen laborando entre 2 a 5 años y Solo 7 trabajadores el 21% indicó que labora en la CMAC. Cusco entre 6 a 10 años, lo que implica la falta de experiencia laboral del personal.

Roque, C. (2013). Influencia de la calidad de servicio en la rentabilidad de la empresa Perú Inversiones Turísticas S.C.R.L. de la ciudad de Puno, periodos 2011 – 2012. Concluye:

Existen factores que determina la deficiente calidad del servicio turístico que presta la empresa, traducido a un nivel muy bajo de personal capacitado según las labores que desarrollan en la organización, por lo que se muestra que sólo un trabajador que representa el 6% de la muestra indicó que recibió alguna capacitación para mejorar su desempeño laboral y el 77% nunca recibió capacitación alguna financiada por la empresa, lo que es un factor negativo para la organización; De la misma forma 16 trabajadores que representa el 89% manifestaron no conocer la Misión y Visión organizacional, ni los instrumentos de gestión organizacional.

Al respecto podemos indicar que otro factor fundamental viene a ser la capacitación del personal que viene a ser toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal con respecto a las labores que desarrolla; Por lo que, en esta empresa micro financiera 18 trabajadores que representa el 55% esporádicamente recibió capacitación alguna por parte de la CMAC. Cusco para mejorar su desempeño laboral, lo que implica una desatención por parte de la empresa en capacitar a su personal buscando una atención con calidad a los clientes; Sólo 12 trabajadores que representa el 36% si reciben capacitaciones permanentes y el 9% de los trabajadores nunca recibió una capacitación, lo que implica que existen algunas deficiencias en la capacitación del personal el cual deberán ser superadas en el corto plazo, lo que beneficiará la atención con calidad en los servicios financieros prestados a los clientes de la CMAC. Cusco, agencia Urubamba.

Aguilar, H. (2011), Implicancias de la calidad de Servicio en la Rentabilidad de Electro Puno S.A.A. periodos 2008 y 2009. Concluye:

El 45% de los trabajadores de la Empresa Electro Puno S.A.A. manifestaron que tienen un nivel regular de capacitación y consideran que es insuficiente para el desempeño de sus labores en la empresa y el 45% mencionaron que no recibieron capacitación alguna en estos periodos; De la misma forma se muestra que el 23% de los trabajadores conocen parcialmente los instrumentos de gestión de la empresa y el 50% no lo conocen; El 23% de los trabajadores conocen parcialmente las estrategias y política de la empresa para el mejoramiento de la calidad del servicio y el 45% lo desconocen; Finalmente debemos indicar que el 23% considera que el presupuesto asignado es escaso e insuficiente y no permite adquirir nuevos conocimientos y el 23% considera que la empresa no cubre con los gastos necesarios para una adecuada capacitación y el 45% manifiestan que no asisten a capacitaciones por el exiguo presupuesto de la

empresa. Por lo tanto, son los principales factores que inciden en un bajo nivel de la calidad del servicio prestado a los usuarios.

Al respecto existen otros factores tales como el conocimiento de la Visión y la misión organizacional que fundamentalmente es un conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas que proveen el marco de referencia de lo que una empresa es y quiere ser en el futuro. La Visión señala el rumbo, da dirección, es la cadena o el lazo que une a las empresas con el futuro; vale destacar que en esta empresa 29 trabajadores de la CMAC. Cusco que representa el 88% indicaron que si conocen la Misión y Visión de la entidad, lo que es favorable y genera ventajas competitivas organizacionales; y, sólo 04 trabajadores que representa el 12% indicaron que solo lo vieron pero que no lo practican, debido a que no conocen su contenido; Así mismo, también debemos destacar que 29 trabajadores que representa el 88% indicaron que si conocen los instrumentos de gestión (MOF, ROF) de la empresa, lo que es muy favorable para la entidad; Y, solo 04 trabajadores que representa el 12% indicaron desconocer estos instrumentos de gestión de la entidad financiera.

CONCLUSIONES.

Luego de haber expuesto y analizado nuestros resultados y alcanzado los objetivos y contrastados con nuestras hipótesis planteadas, las siguientes son las conclusiones a las cuales hemos arribado como fruto de nuestra investigación.

La Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco S.A. Agencia Urubamba debe prestar atención a los factores insatisfactorios que pueden incidir en la deficiente calidad de servicio, tales como: El 42% del personal viene laborando menos de 1 año y el 36% laboran entre 2 a 5 años, lo que implica la falta de experiencia laboral del personal; Así mismo, el 55% del personal indicó que esporádicamente recibieron capacitaciones de parte de la empresa financiera para mejorar su desempeño laboral; El 39% indicaron que tienen un nivel de capacitación regular en el puesto laboral que le asignaron, lo que deberá ser atendido por la entidad y el 36% indicó que su nivel de capacitación para el puesto laboral es aceptable o bueno.

Así mismo, El 70% del personal indicaron que la remuneración que perciben es muy regular y no satisface sus necesidades vitales; El 85% indicaron que si laboran en horarios extraordinarios, pero sin embargo no reciben retribución alguna por esa labor y sólo el 9% indicaron que no trabajan horas extras; referente al trato recibido en la empresa, el 58% consideran que reciben un trato regular por parte de los directivos de

la entidad financiera, esperando que pueda mejorar, así mismo, el 9% consideran que el trato no es bueno, lo que implica que la entidad financiera deberá superar estas deficiencias con el personal para el beneficio de la empresa.

En la evaluación de la rentabilidad hemos determinado que, referente al rendimiento obtenido en el periodo 2013 sobre los servicios financieros netos esta fue del 59%, y en el periodo 2014 fue del 57%, lo que demuestra un nivel muy bueno del rendimiento esperado por la entidad financiera respecto a los ingresos obtenidos; referente a la rentabilidad sobre el margen financiero neto es decir descontando las obligaciones con el público, se muestra que en el año 2013 se tuvo un rendimiento del 68% y en el año 2014 fue del 66%, resultados que muestran un rendimiento muy bueno y siendo aceptables para la entidad financiera.

BIBLIOGRAFÍA.

AGUILAR, H. (2011), Implicancias de la calidad de Servicio en la Rentabilidad de Electro Puno S.A.A. periodos 2008 y 2009. Tesis presentada a la Facultad de Ciencias Contables y Administrativas para optar el título de Contador Público.

ANDRADE S. (2002). Diccionario de Economía y Contabilidad. Lima: Segunda edición. Editorial Andrade.

ANDA, C. (1997). Administración y Calidad. México: Editorial Limusa S.A.

BORGES, A. (2010). Evaluación de la Gestión del Otorgamiento de créditos en la Financiera EDYFICAR Agencia Puno periodos 2009 – 2010. Tesis para optar el título de Contador Público. Universidad Nacional del Altiplano Puno.

CABALLERO, A. (2004). Guías Metodológicas para los planes de Tesis. Lima: Editorial UGRAPH S.A.C.

CAPIA, R. (2014). La calidad de servicio y su incidencia en la rentabilidad del CIS. Frigorífico de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno, periodos 2011-2012. Tesis para optar el título de Contador Público. Universidad Nacional del Altiplano, Puno.

CALSINA, S. (2009). Análisis de la Calidad de servicio eléctrico y su incidencia en el Estado de Ganancias y Pérdidas de Electro puno S.A.A. Sector sub

estación Vallecito Distrito Puno 2007. Tesis para optar el título de Contador Público. Universidad Nacional del Altiplano.

DEL ÁGUILA, J. (1986). Técnicas de Investigación. Lima: Editorial San Marcos.

ESCOBEDO, J. (2006). Metodología de la investigación. Puno: Primera Edición; Universidad Nacional del Altiplano.

FLORES, J. (2008). Estados Financieros. Lima: Centro de especialización en Contabilidad y Finanzas.

FLORES, M. (2001). Calidad en la Prestación de Servicios de Transporte turístico terrestre de la Ciudad de Puno - 2000. Tesis para optar el título de Contador Público. Universidad Nacional del Altiplano.

GIRALDO, D. (1998). Contabilidad de Costos y Calidad Total. Lima: Tomo I, Primera Edición.

HERNÁNDEZ, R. (2014). "Metodología de la Investigación" McGRAW - HILL / Interamericana Editores S.A. México.

KELO, T. (2003). Atención al cliente. Lima: Primera edición; Editora Bussiness E.I.R.L.

ROQUE, C. (2013). Influencia de la calidad de servicio en la rentabilidad de la empresa Perú Inversiones Turísticas S.C.R.L. de la ciudad de Puno, periodos 2011 - 2012. Tesis para optar el título de Contador Público. Universidad Nacional del Altiplano, Puno.

TAMAYO, MARIO. (1998). El Proceso de la Investigación Científica. Mexico: Editorial Limusa.

TORRES, C. (1997). Metodología de la Investigación. Lima: Editorial san Marcos 5ta edición.

WEBGRAFIA

BCRP.GOB.PE

BN.COM.PE/NOSOTROS

SBS.GOB.PE/REPOSITORIOAPS

MONOGRAFÍAS.COM

ANEXOS

ANEXO 2

INSTRUMENTO: ENCUESTA ESTRUCTURADA

FICHA TÉCNICA DEL INSTRUMENTO A UTILIZAR

- **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:** IMPLICANCIAS DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS EN LA RENTABILIDAD DE LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CREDITO CUSCO S.A. AGENCIA URUBAMBA, PERIODOS 2013 - 2014.
- **ENTIDAD ACADÉMICA:** Universidad Nacional del Altiplano – Puno.
- **NIVEL ACADÉMICO:** Pregrado
- **ESCUELA PROFESIONAL:** Ciencias Contables.
- **LUGAR DE APLICACIÓN:** Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cusco, Agencia Urubamba y Oficina especial de Machupicchu.
- **TIPO DE PREGUNTAS:** Cerradas
- **NÚMERO DE PREGUNTAS:** 14

INSTRUCCIONES: Lea cuidadosamente cada una de las interrogantes marque con una (X) la que considere correcta; Favor responda todo el cuestionario.

CUESTIONARIO A UTILIZAR:

1. INDIQUE SU GRADO DE INSTRUCCIÓN:

Primaria (), Secundaria (), Técnico (), Superior ()

2. CUANTOS AÑOS LABORA USTED EN LA CMAC. CUSCO, AGENCIA URUBAMBA U OFICINA MACHUPICCHU?

0 a 1 año (), 2 a 5 años (), 6 a 10 años (), Mas de 10 años ()

3. HA RECIBIDO USTED CAPACITACION EN EL TEMA DE ATENCION AL CLIENTE, PARA MEJORAR SU DESEMPEÑO LABORAL?

Casi siempre (), Algunas veces (), Nunca ()

4. CÓMO CONSIDERA USTED SU NIVEL DE CAPACITACIÓN REFERENTE A LAS PRESTACIONES DE SERVICIOS FINANCIEROS PARA EL DESARROLLO DE SUS LABORES EN LA CMAC. CUSCO, AGENCIA URUBAMBA U OFICINA MACHUPICCHU?:

Buen nivel es suficiente (), Nivel regular o insuficiente (), No recibió capacitaciones ()

5. CONOCE USTED LA MISION Y VISION DE LA CMAC. CUSCO?

Si conozco, siempre nos recuerdan (), Alguna vez lo vi pegado en la pared (), No conozco, nunca lo vi ()

6. CONOCE USTED LOS INSTRUMENTOS DE GESTION DE LA CMAC. CUSCO?

Si conozco, si tienen (), No conozco, nunca lo vi ()

7. CONOCE USTED LAS ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS DE LA CMAC. CUSCO PARA MEJORAR LA CALIDAD DEL SERVICIO FINANCIERO A LOS CLIENTES?

Si conozco (), Parcialmente (), No conozco ()

8. COMO CONSIDERA USTED EL PRESUPUESTO ASIGNADO PARA CAPACITACIONES DE LOS TRABAJADORES DE LA CMAC. CUSCO?

Es suficiente (), Es escaso (), No asisto a capacitaciones ()

9. COMO CONSIDERA USTED LA REMUNERACION QUE PERCIBE DE LA CMAC. CUSCO?

Es baja, insuficiente (), Es muy regular (), Es alta ()

10. RECIBE USTED EL PAGO POR LAS HORAS EXTRAS LABORADAS EN DE LA CMAC. CUSCO?

Si me pagan (), Alguna vez me reconocen (), Nunca me pagan (), No trabajo Horas extras ()

11. SE SIENTE USTED SATISFECHO CON LAS LABORES QUE REALIZA O DESEMPEÑA DE LA CMAC. CUSCO?

Si me encuentro satisfecho (), No me acondiciono al trabajo (), No me gusta lo que hago ()

12. 17. CÓMO CONSIDERA USTED EL TRATO AL PERSONAL EN LA EMPRESA?

Muy malo (), Malo (), Regular (), Bueno (), Muy bueno ()

13. CONOCE USTED LOS ESTANDARES DE CALIDAD DEL SERVICIO FINANCIERO PARA UNA BUENA ATENCION AL CLIENTE DE LA CMAC. CUSCO?

Si conozco (), No conozco ()

14. CÓMO CONSIDERA USTED EL CLIMA LABORAL DENTRO DE LA CMAC. CUSCO?

Buen clima laboral (), Regular, Quizá mejore (), No hay buen clima laboral ()

Firma del entrevistado :.....