

**UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
Escuela Profesional de Administración



**Características sociodemográficas y su relación con la calidad  
de servicio financiero según el modelo SERVPERF en una  
entidad financiera**

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración y  
Negocios Internacionales

**Autor:**

Norma Liz Marín García  
Ludy Guerra Tapullima

**Asesor:**

Mtro. David Troya Palomino

Tarapoto, octubre de 2023

## DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo David Troya Palomino, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“Características sociodemográficas y su relación con la calidad de servicio financiero según el modelo SERVPERF en una entidad financiera”** las autoras Norma Liz Marín García y Ludy Guerra Tapullima tiene un índice de similitud de 7% verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Tarapoto, a los 02 días del mes de octubre del año 2023.



---

David Troya Palomino

### ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En san Martín, Tarapoto, Morales, a los 02 día(s) del mes de octubre del año 2023 siendo las 16:30 horas se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión campus Tarapoto, bajo la dirección del (de la) Presidente(a): Dr. Mario Manuel Siles Nates el (la) secretario(a): José Joel Cruz Tarrillo; los demás miembros, Mtro. Robin Alexander Díaz Saavedra, Mtra. Camen Doreli Guerrero Chocán y el asesor(a): Mtro. David Troya Palomino, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulado:

"Características sociodemográficas y su relación con la calidad de servicio financiero según el modelo SERVPERF en una entidad financiera"

de los (las) bachiller (es): a) Norma Liz Marín García, b) Ludy Guerra Tapullima c) .....  
Conducente a la obtención del título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

El presidente inició el acto académico de sustentación invitando al (a la) / a (los) (las) candidato (a)/s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancias escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Bachiller (a): Norma Liz Marín García

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	16	B	BUENO	MUY BUENO

Bachiller (b): Ludy Guerra Tapullima

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	16	B	BUENO	MUY BUENO

Bachiller (c):

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

Finalmente, el Presidente del jurado invito al (a la) / (los) (las) candidato (a)/s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

.....  
Presidente/a

.....  
Secretario/a

.....  
Asesor

.....  
Miembro

.....  
Miembro

.....  
Bachiller(a)

.....  
Bachiller(b)

.....  
Bachiller(c)

Esta sustentación fue realizada de manera virtual u online sincrónica, conforme al Reglamento General de Grados y Títulos.

## Resumen

El objetivo principal de la investigación fue identificar las características sociodemográficas de los clientes financieros relacionadas a su percepción respecto a la calidad de servicio según el modelo SERVPERF de la entidad dedicada al rubro financiero denominada Compartamos Financiera en su agencia Tarapoto ubicada en la parte nororiental del Perú, en relación a los aspectos metodológicos este estudio se desarrolló bajo una metodología para una investigación de tipo básica, de enfoque cuantitativo, con un nivel descriptiva y de diseño no experimental; la técnica para el recojo de los datos fue la aplicación de una encuesta en la que se hizo uso del instrumento de medición la calidad de servicio financiero SERVPERF en su validación al español, se determinó que este instrumento es fiable según Alfa de Cronbach cuyo coeficiente fue de 0.926 que indica alta fiabilidad; luego de considerar los criterios de inclusión y exclusión se consideró un muestreo no probabilístico contando con la participación de 330 clientes, se concluye que estos clientes nivel de percepción de la calidad de servicio financiero se encuentra en un nivel medio con un 57.6%, destacando la necesidad de implementar técnicas que mejoren estos resultados con el fin de mejorar la percepción de los clientes.

*Palabras clave:* Calidad de servicio, servicio al cliente, gestión del servicio al cliente, marketing relacional, plaza.

## **Abstract**

The main objective of the research was to identify the sociodemographic characteristics of financial clients related to their perception regarding the quality of service according to the SERVPERF model of the entity dedicated to the financial sector called Compartamos Financiera in its Tarapoto agency located in the northeastern part of Peru. , in relation to methodological aspects, this study was developed under a methodology for a basic type of research, with a quantitative approach, with a descriptive level and a non-experimental design; The technique for data collection was the application of a survey in which the SERVPERF financial service quality measurement instrument was used in its validation into Spanish, it was determined that this instrument is reliable according to Cronbach's Alpha whose coefficient was of 0.926 indicating high reliability; After considering the inclusion and exclusion criteria, a non-probabilistic sampling was considered with the participation of 330 clients, it is concluded that these clients' level of perception of the quality of financial service is at a medium level with 57.6%, highlighting the need to implement techniques that improve these results in order to improve customer perception.

*Keywords:* Service quality, customer service, customer service management, relationship marketing, place.