



FACULTAD DE NEGOCIOS

TESIS

**CALIDAD DEL SERVICIO DE LOS SEGUROS DE TARJETAS DE
CRÉDITO Y DÉBITO Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL
CLIENTE EN LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS DE IQUITOS 2026**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PUBLICO**

AUTORES

BACH. JORGE ALDAIR MEJIA GARCIA

BACH. DAVINSON CAHUACHI RUÍZ

ASESOR

CPC JORGE GONZALES BARDALES

ORCID 0009-0008-5393-2369

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PROSPECTIVA DE MERCADOS Y
TERRITORIOS**

REGION LORETO, IQUITOS, PERÚ

2026

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a mi madre, padre y hermanos, por su apoyo constante a lo largo de este proceso. Asimismo, reconozco el esfuerzo y la constancia que han sido necesarios para alcanzar este objetivo. Finalmente, agradezco a Dios por la salud y fortaleza que me permitieron culminar este trabajo.

JORGE

DEDICATORIA

Dedico la presente tesis a Dios, por ser mi guía y fortaleza, y por brindarme la sabiduría y perseverancia necesarias para culminar esta importante etapa de mi formación profesional. Asimismo, dedico este trabajo a mis padres, por su amor incondicional, sacrificio y apoyo constante, que han sido fundamentales en mi crecimiento personal y académico.

DAVINSON

AGRADECIMIENTO

Expresamos nuestro agradecimiento a las entidades financieras que colaboraron de manera voluntaria y responsable, brindando información relevante que contribuyó significativamente al desarrollo de la presente investigación.

Asimismo, agradecemos de manera especial a los clientes que apoyaron en la aplicación y respuesta de las encuestas, por su tiempo, disposición y valiosa colaboración, elementos fundamentales para la obtención de los datos necesarios y el cumplimiento de los objetivos de la investigación

.

JORGE & DAVINSON

.

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD .



"Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia"

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ – UCP

El presidente del Comité de Ética e Integridad Científica

Hace constar que:

La Tesis titulada:

**"CALIDAD DEL SERVICIO DE LOS SEGUROS DE TARJETAS DE
CRÉDITO Y DÉBITO Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL
CLIENTE EN LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS DE IQUITOS 2026"**

De los alumnos: **JORGE ALDAIR MEJIA GARCIA Y DAVINSON CAHUACHI
RUÍZ**, de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el
Software Antiplagio, con un porcentaje de 13% de similitud. Se expide la
presente, a solicitud de la parte interesada para los fines que estime
conveniente.

San Juan, 26 de febrero del 2026.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jorge L. Tapullima Flores', is written over a horizontal line.

Presidente del Comité de Ética e
Integridad Científica
Mgr. Arq. Jorge L. Tapullima Flores

HOJA DE APROBACIÓN

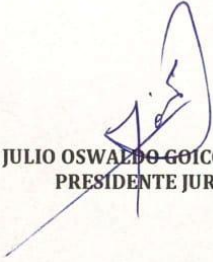
FACULTAD DE
NEGOCIOS



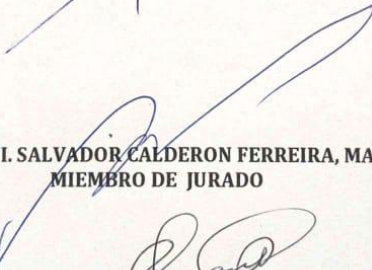
HOJA DE APROBACIÓN PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

BACHILLERES MEJIA GARCIA JORGE ALDAIR
CAHUACHI RUIZ DAVINSON

La Tesis sustentada el día 21 de mayo de 2026, a las 09:00 horas.



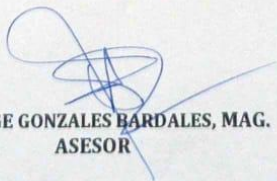
LIC. EST. JULIO OSWALDO GOICOCHEA ESPINO, DR.
PRESIDENTE JURADO



LIC. RR.II. SALVADOR CALDERON FERREIRA, MAG.
MIEMBRO DE JURADO



CPC. LUIS ALBERTO BARRIGA ROA
MIEMBRO DE JURADO



CPC. JORGE GONZALES BARDALES, MAG.
ASESOR

ACTA DE SUSTENTACIÓN

FACULTAD DE
NEGOCIOS



ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 828-2025-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 21 de noviembre del 2025 se designó jurado.

Con Resolución Decanal N° 224-2026-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 11 de mayo del 2026, se autorizó la sustentación.

Siendo las 09:00 horas del día 21 de mayo se constituyó de modo virtual el Jurado para escuchar la presentación y defensa de la Tesis CALIDAD DEL SERVICIO DE LOS SEGUROS DE TARJETAS DE CRÉDITO Y DÉBITO Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS DE IQUITOS 2026.

Presentado por:

MEJIA GARCIA JORGE ALDAIR

Para optar el título profesional de Contador Público

CAHUACHI RUIZ DAVINSON

Para optar el título profesional de Contador Público

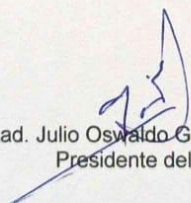
Asesor: CPC. Jorge Gonzales Bardales, Mag.

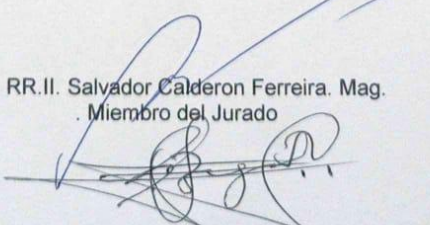
Luego de escuchar la sustentación y defensa ante las preguntas, el Jurado pasó a la deliberación en forma reservada, llegando a la siguiente conclusión:

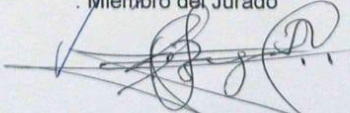
La sustentación es: Aprobado por unanimidad

A las 10.30 horas culminó el acto público.

En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acta y comunican en acto público.


Lic. Estad. Julio Oswaldo Goicochea Espino, Dr.
Presidente del Jurado


Lic. RR.II. Salvador Calderon Ferreira, Mag.
Miembro del Jurado


CPC. Luis Alberto Barriga Roa
Miembro del Jurado

INDICE DE CONTENIDO

	Pág.
PORTADA	
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD	iv
HOJA DE APROBACIÓN	vi
ACTA DE SUSTENTACIÓN	vii
INDICE DE CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCION	xiii
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	1
1.1. Antecedentes del estudio	1
1.2. Bases teóricas	3
1.2.1. Calidad del servicio de los seguros de tarjetas	3
1.2.2. Satisfacción del cliente de seguros de tarjetas de crédito.	4
1.3. Definición de términos básicos	5
CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
2.1. Descripción del problema.....	7
2.2. Formulación del problema	8
2.2.1. Problema general.....	8
2.2.2. Problemas específicos.....	8
2.3. Objetivos	9
2.3.1. Objetivo general	9
2.3.2. Objetivos específicos	9
2.4. Hipótesis.....	10
2.5. Variables	10
2.5.1. Identificación de variables.....	10
2.5.2. Operacionalización de variables (ver anexo)	11
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	12

3.1. Tipo y diseño de investigación	12
.1.1. Tipo de estudio	12
3.1.2. Diseño de investigación	12
3.2. Población y muestra.	12
3.2.1. Población.....	12
3.2.2. Muestra.....	12
3.2.3. Criterios de inclusión	13
3.2.4. Criterios de exclusión.....	13
3.3. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos ...	13
3.3.1. Técnicas	13
3.3.2. Instrumento	13
3.3.3. Proceso de recolección de datos	14
3.4. Procesamiento y análisis de datos.....	14
3.5. Ética en la investigación	14
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	15
4.1. Análisis descriptivo por objetivos	15
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20
5.1. Discusión.....	20
5.2. Conclusiones	22
5.3. Recomendación.....	23
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	24
ANEXO 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA	27
ANEXO 2: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	29
ANEXO 3: CONSENTIMIENTO INFORMADO	31

ÍNDICE DE TABLAS

		Páginas
Tabla 1	Opinión de los clientes respecto a las dimensiones de la calidad del servicio de los seguros asociados a tarjetas de crédito y débito en las instituciones financieras de Iquitos.	15
Tabla 2	Opinión de los clientes respecto a la satisfacción por el servicio de los seguros asociados a tarjetas de crédito y débito en las instituciones financieras de Iquitos.	16
Tabla 3	Relación entre las dimensiones de la calidad del servicio con la satisfacción general del cliente con Tau_b de Kendall en los seguros asociados a tarjetas de crédito y débito en las instituciones financieras de Iquitos.	18
Tabla 4	Influencia de la calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito en la satisfacción del cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Iquitos.	19

RESUMEN

El estudio analizó la influencia de la calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito en la satisfacción del cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Iquitos 2026. Utilizó un diseño correlacional, con muestra de 266 clientes. Los hallazgos muestran la opinión de los clientes sobre las dimensiones calidad de servicio con la fiabilidad están de acuerdo el 5%, y totalmente de acuerdo solo el 29,3%. Con la capacidad de respuesta están de acuerdo el 56,0% y totalmente de acuerdo el 32,3%. Con la seguridad están de acuerdo el 59,8% y totalmente de acuerdo del 26,3%. Con la empatía están de acuerdo el 47,0% y totalmente de acuerdo el 14,7%, y con los elementos tangibles el 54,1% están de acuerdo y solo el 30,1% están totalmente de acuerdo. Lo mismo opinaron respecto a la satisfacción general del servicio por los seguros de tarjetas de crédito y débito, el 6,8% están insatisfechos, el 10,9% son indiferentes, el 54,9% y totalmente satisfecho solo el 27,4%. Se concluye que la calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito influye en la satisfacción del cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Iquitos ($p=0.033$).

Palabras claves: calidad de los seguros, satisfacción del cliente

ABSTRACT

The study analyzed the influence of the quality of service of credit and debit card insurance on customer satisfaction in financial institutions in the city of Iquitos 2026. It used a correlational design, with our 266 customers. The findings show that customers' opinion on the dimensions of service quality with reliability is agreed by 5%, and only 29.3% strongly agree. 56.0% agree with the response capacity and 32.3% totally agree. 59.8% agree with security and 26.3% totally agree. 47.0% agree with empathy and 14.7% strongly agree, and with tangible elements 54.1% agree and only 30.1% strongly agree. The same opinion was expressed regarding the general satisfaction of the service for credit and debit card insurance, 6.8% are dissatisfied, 10.9% are indifferent, 54.9% and only 27.4% are totally satisfied. It is concluded that the quality of credit and debit card insurance services influences customer satisfaction in financial institutions in the city of Iquitos ($p=0.033$).

Keywords: insurance quality, customer satisfaction

INTRODUCCION

Las instituciones financieras ofrecen seguros asociados a las tarjetas de crédito y débito, son servicios complementarios; no obstante, la limitada información brindada a los clientes afecta la percepción de la calidad del servicio y el nivel de satisfacción. El desconocimiento de las coberturas, condiciones y beneficios de estos seguros genera reclamos, desconfianza y una valoración negativa del servicio recibido.

La falta de una buena comunicación, limita la capacidad de las entidades financieras, para atender oportunamente a las necesidades respecto a los seguros de a los clientes, influyendo en su satisfacción.

Lo expresado, permite realizar una investigación para conocer la influencia de la calidad de servicio que ofrecen los seguros en la satisfacción de los clientes

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes del estudio

En el 2025, el estudio de tipo cualitativo, de nivel descriptivo y diseño no experimental, se fijó como instrumento el manual de entrevistas a los usuario y trabajadores, asimismo a expertos en el tema de derecho bancario y seguros. Obteniendo como resultados, que los seguros en las tarjetas de crédito son eficaces y permite la protección de los derechos de los clientes, debiendo regirse a las cláusulas estipuladas en los contratos. Se concluye que Las entidades financieras y los consumidores cuentan con el respaldo de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi) y el Código de Protección y Defensa del Consumidor. Estas instituciones y normativas garantizan la protección de los derechos de los usuarios frente a posibles vulneraciones o riesgos, permitiendo a los consumidores elegir libremente un servicio de seguro que se ajuste a sus necesidades. (Vásquez Ordoñez & Yauce Montaña, 2025).

En el 2023, el estudio de tipo cualitativo de nivel descriptivo y diseño sociológico-jurídico, tuvo como objetivo determinar cómo las medidas de seguridad establecidas en las resoluciones finales de Indecopi inciden en las operaciones no reconocidas efectuadas con tarjetas de crédito y débito, con muestra cuatro resoluciones finales emitidas por la Sala Especializada en Protección al consumidor, la Comisión de Protección al Consumidor de Lima y la Comisión de la oficina regional de La Libertad, en la que se utilizó la técnica de análisis documental. Concluye que las medidas de seguridad establecidas en las resoluciones finales de Indecopi sobre operaciones no reconocidas con tarjetas de crédito y débito carecen

de uniformidad, debido a los distintos criterios aplicados por los órganos resolutivos al evaluar la actuación de las entidades financieras. Esta falta de consistencia vulnera el principio de predictibilidad, al no brindar certeza sobre la forma en que la autoridad administrativa resolverá casos similares. (Caballero & Zevallos, 2023)

En el 2020, en el presente estudio se identificaron factores que influyen en el incumplimiento de pago en el sistema financiero (bancos) por uso inadecuado de las tarjetas de crédito de los consumidores de la provincia de Lima, el estudio de tipo cualitativo y diseño no experimental-transversal-correlacional, porque se recolectaron datos y se analizó e interpretó la relación entre ellos en un determinado momento, siendo la población de 1'518,897 entre hombres y mujeres mayores de 18 años, con una muestra de 385 personas. Se concluyó que existe correlación de las variables asociadas al incumplimiento de pago de las tarjetas y la deficiente asesoría crediticia. La necesidad de los bancos de fortalecer la capacitación de sus asesores y a las instituciones reguladoras promover educación financiera. (Jaramillo Aguilar & Quincho Navarro, 2020)

En el 2021, en el estudio "Cultura financiera y uso de tarjetas de crédito de los clientes de Banco Falabella en la ciudad de Ica, 2019", de tipo de sección transversal de correlación cuantitativa aplicada, no experimental, con el objetivo de conocer la cultura financiera y el uso de tarjetas de crédito de los clientes del Banco Falabella en la ciudad de Ica. población estimada de 74,145 residentes, con una muestra aleatoria es de 383 clientes, Concluyendo que el 63,97% de los clientes manifestó que la cultura financiera influye en el uso responsable de las tarjetas de crédito. Este resultado evidencia que el nivel de conocimientos y hábitos financieros de los usuarios condiciona su capacidad para administrar

adecuadamente el crédito, evitar el sobreendeudamiento y cumplir oportunamente con sus obligaciones. Por lo tanto, fortalecer la educación financiera se presenta como un factor clave para promover un manejo más eficiente y sostenible de este medio de financiamiento (Cabezas Hernández, 2021).

1.2. Bases teóricas

1.2.1. Calidad del servicio de los seguros de tarjetas

Según la SBS. La calidad del servicio en los seguros asociados a tarjetas de crédito y débito se refiere al grado en que estas pólizas y su atención al cliente satisfacen las expectativas y necesidades de los usuarios. Este tipo de seguros buscan proteger al tarjetahabiente frente a eventos como uso indebido, robo, hurto, fraude digital, pérdida del plástico o gastos médicos derivados, entre otros beneficios que ofrecen diferentes entidades financieras y aseguradoras. **(Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. 2023)**

Gestión de seguros.

En el contexto bancario, esta gestión se complejiza al integrarse con productos financieros como tarjetas de crédito y débito. Los bancos actúan como intermediarios de seguros, ofreciendo productos de protección contra fraude, robo, muerte accidental, entre otros. Este modelo es parte de la estrategia conocida como banca seguros, que permite ampliar la cartera de productos sin requerir infraestructura adicional

La gestión de seguros en tarjetas de crédito y débito se entiende como el conjunto de procesos normativos, administrativos, técnicos y operativos que realizan las entidades financieras y aseguradoras

para diseñar, implementar, supervisar y garantizar la cobertura de seguros asociados a los medios de pago electrónicos. Estos seguros como los de protección contra fraude, desgravamen, accidentes, asistencia en viajes o protección de compras tienen por finalidad resguardar los intereses económicos y personales del tarjetahabiente frente a riesgos derivados de su uso

Dicha gestión se encuentra regulada en el Perú principalmente por la Ley N° 26702 – Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la SBS, la cual establece las competencias de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) en la supervisión de las entidades emisoras de tarjetas y de las compañías de seguros.

Tarjetas de crédito y débito

Los seguros asociados a tarjetas no solo agregan valor al producto, sino que también representan una estrategia para la fidelización de clientes. Entre los seguros más comunes vinculados a tarjetas están:

- Seguro contra fraude o uso indebido
- Seguro de protección de compras
- Seguro de desgravamen o vida
- Seguro de accidentes en viajes

1.2.2. Satisfacción del cliente de seguros de tarjetas de crédito.

Se define como el nivel de agrado o conformidad que experimenta el cliente luego de comparar sus expectativas previas con el desempeño real del servicio de seguro asociado a su tarjeta, considerando aspectos como la cobertura, la atención recibida, la resolución de siniestros y la confianza generada por la entidad financiera y la aseguradora. (Kotler, P., & Keller, K. L. (2016).

1.3. Definición de términos básicos

a. Calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito.

Se define como la evaluación que realiza el cliente sobre el grado en que los servicios de protección asociados a su tarjeta (fraude, pérdida, robo, seguros de vida, compras protegidas, entre otros) cumplen o superan sus expectativas en términos de eficiencia, confiabilidad, seguridad y atención recibida durante la prestación del servicio. **(Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. 1988)**

b. Fiabilidad

Es la capacidad de la entidad financiera y de la aseguradora para cumplir de manera precisa y consistente con lo prometido en las coberturas del seguro de la tarjeta de crédito, incluyendo el pago oportuno de indemnizaciones y la correcta ejecución de los beneficios contratados. (Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L., 1988).

c. Capacidad de respuesta

Se refiere a la disposición y rapidez del personal para atender solicitudes, reclamos o siniestros relacionados con los seguros de tarjetas de crédito, brindando soluciones oportunas y reduciendo los tiempos de espera del cliente. (Zeithaml, V., Bitner, M., & Gremler, D., 2018).

d. Seguridad

Hace referencia al conocimiento, profesionalismo y credibilidad del personal que gestiona los seguros de tarjetas de crédito, así como a la protección de la información personal y financiera del cliente, generando confianza durante todo el proceso del servicio. (Kotler, P., & Keller, K., 2016).

e. Empatía

Consiste en la atención personalizada y el interés genuino que demuestra la entidad financiera hacia las necesidades del cliente, comprendiendo su situación particular al momento de un siniestro y ofreciendo un trato humano, respetuoso y comprensivo. (Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L., 1988).

f. Elementos tangibles

Son aspectos físicos y visibles del servicio de seguros de tarjetas de crédito, tales como documentos contractuales, plataformas digitales, oficinas, materiales informativos y la presentación del personal, los cuales influyen en la percepción de profesionalismo y calidad del servicio. (Lovelock, C., & Wirtz, J., 2016).

g. Satisfacción general

La satisfacción general por seguros de tarjetas de crédito, es el cumplimiento de las expectativas del usuario respecto a la protección ofrecida contra fraudes, robos o uso indebido. La calidad en la atención, rapidez de respuesta ante siniestros y la tranquilidad ofrecida asegurado. (Oliver, R. L. 1997).

CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Descripción del problema.

Las entidades bancarias del sistema financiero peruano, ofrecen productos y servicios asociados a las tarjetas de crédito y débito, entre los cuales destacan seguros contra fraudes, seguros de vida y seguros vinculados a compras. En la práctica se evidencia que, en muchas instituciones financieras en el ámbito regional de la ciudad de Iquitos, la gestión de estos seguros presenta deficiencias significativas en términos de eficiencia, transparencia y orientación al cliente. Es una situación recurrente como información insuficiente, cargos que no comprenden los usuarios y atención inadecuada ante reclamos,

Generalmente los clientes desconocen el alcance o condiciones de los seguros asociados a sus tarjetas, esto genera baja percepción de valor, reclamos recurrentes, desconfianza e incluso la cancelación de productos financieros.

Esta problemática se agrava por la ausencia de una plataforma o sistema eficiente de comunicación respecto a los seguros, lo que impide una administración adecuada de los beneficios, explicación personalizada y competitiva con las normativas vigentes en materia de protección al consumidor financiero.

Bajo este contexto es importante conocer la apreciación de los clientes con los seguros de su tarjeta con el objetivo de optimizar la experiencia del cliente, mejorar la eficiencia operativa y fortalecer el posicionamiento de la entidad bancaria en el mercado.

2.2. Formulación del problema

2.2.1. Problema general

¿Como influye la calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito en la satisfacción del cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Iquitos 2026?

2.2.2. Problemas específicos

1. ¿Cuál es la opinión de los clientes sobre la calidad del servicio de los seguros asociados a tarjetas de crédito y débito en las instituciones financieras de la ciudad de Iquitos, durante el año 2026?
2. ¿Cuál es la opinión de los clientes sobre la satisfacción con los seguros de tarjetas de crédito y débito, que ofrecen las instituciones financieras de la ciudad de Iquitos, durante el año 2026?
3. ¿Cuál es la relación de las dimensiones de la calidad del servicio con la satisfacción del cliente con los seguros de tarjetas de crédito y débito, año 2026 2026?

2.3. Objetivos

2.3.1. Objetivo general

Determinar la influencia de la calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito en la satisfacción del cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Iquitos 2026

2.3.2. Objetivos específicos

1. Conocer la opinión de los clientes respecto a las dimensiones de la calidad del servicio de los seguros asociados a tarjetas de crédito y débito
2. Conocer la opinión de los clientes respecto a la satisfacción por el servicio de los seguros asociados a tarjetas de crédito y débito en las instituciones financieras de Iquitos, 2026
3. Conocer la vinculación de las dimensiones de la calidad del servicio con la satisfacción del cliente seguros asociados a tarjetas de crédito y débito en las instituciones financieras de Iquitos, 2026

2.4. Hipótesis

Hipótesis de investigación o alternativa

La calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito influye en la satisfacción del cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Iquitos 2026.

Hipótesis nula:

La calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito no influye en la satisfacción del cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Iquitos 2026

2.5. Variables

2.5.1. Identificación de variables

Variable independiente:

Calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito

Variable dependiente:

Satisfacción del cliente

2.5.2. Operacionalización de variables (ver anexo)

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Ítems	Escala
Calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito	La calidad del servicio es un atributo clave que influye directamente en la percepción de valor, satisfacción, fidelidad y confianza del cliente, especialmente en productos intangibles como los seguros relacionados con medios de pago. Beníte, C. (2021). Calidad del servicio en las compañías de seguros. Los Anales de la Universidad de Oradea. Ciencias Económicas	Fiabilidad	Cumplimiento del servicio	1, 2, 3, 4	Likert (1–5)
			Claridad de la información		
			Exactitud de la cobertura		
		Capacidad de respuesta	Rapidez en la atención	5, 6, 7, 8	Likert (1–5)
			Solución de reclamos		
			Disposición del personal		
		Seguridad	Conocimiento del personal	9, 10, 11, 12	Likert (1–5)
			Confianza del cliente		
			Protección de datos		
		Empatía	Atención personalizada	13, 14, 15, 16	Likert (1–5)
			Comprensión del cliente		
			Amabilidad		
		Elementos tangibles	Material informativo	17, 18, 19, 20	Likert (1–5)
			Canales digitales		
			Documentación clara		
Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Ítems	Escala
Satisfacción del cliente	No solo es el beneficio funcional del seguro, sino la calidad del servicio durante la afiliación hasta la atención posterior a un evento asegurado. Beníte, C. (2021).	Satisfacción general	Cumplimiento de expectativas	21, 22, 23, 24, 25	Likert (1–5)
			Relación costo–beneficio		
			Intención de recompra		
			Recomendación		

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de estudio

El estudio es explicativo: busca relaciones (a veces causales) y respuestas a por qué y cómo del evento en estudio, y pretende generar modelos y teorías explicativas en lugar de solo describir. (Hurtado, 2012: p. 116).

3.1.2. Diseño de investigación

El diseño es Descriptivo, Correlacional, No experimental y Prospectivo. Descriptivo porque describe las acciones de las variables; correlacional porque analiza la relación entre modalidades de una o más variables; no experimental porque las variables independientes no se manipulan ni controlan; prospectivo porque la recopilación de datos y el análisis de sus efectos futuros serán realizados por el investigador (Hernández, 2014, p. 152)

3.2. Población y muestra.

3.2.1. Población.

La población esta conformada por los clientes usuarios de tarjetas de crédito y/o débito que han contratado seguro en la entidad bancaria seleccionada en la ciudad de Iquitos en el año 2026

3.2.2. Muestra.

El contrato de seguro por tarjetas es una actividad poco común por los cliente o usuarios de tarjetas de crédito, por eso en la investigación se considera una población infinita, para determinar el tamaño de muestra adecuado se utilizó la siguiente formula:

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 * p * q}{d^2}$$

Los datos son:

Alfa (Máximo error tipo I)	$\alpha =$	0,050
Nivel de Confianza	$1 - \alpha/2 =$	0,975
Z de $(1 - \alpha/2)$	$Z (1 - \alpha/2) =$	1,960
Prevalencia de la aceptación del seguro	$p =$	0,500
Complemento de p	$q =$	0,500
Precisión	$d =$	0,060
Tamaño de la muestra	$n =$	266,77

La muestra estuvo constituida por 266 clientes usuarios de tarjetas de crédito y débito que han contratado seguro

Muestreo: Se utilizó el muestreo aleatorio simple

3.2.3. Criterios de inclusión

Usuarios de tarjetas débito y crédito que han contratado un seguro

Aceptación del consentimiento informado

3.2.4. Criterios de exclusión

Usuarios de tarjetas débito y crédito que no han contratado un seguro

3.3. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

3.3.1. Técnicas

Es la encuesta mediante la entrevista estructurada

3.3.2. Instrumento

Técnica: Encuesta.

- Instrumento: Cuestionario estructurado con preguntas cerradas en escala de Likert. (ver anexo1)

3.3.3. Proceso de recolección de datos

- Se identificó a los usuarios que tienen tarjetas de crédito
- Se explicó el objetivo del estudio al usuario
- Aceptó el consentimiento informado;
- Se recogieron los datos mediante el cuestionario,
- Se elaboró una base de datos

3.4. Procesamiento y análisis de datos

El procesamiento de los datos se realizó en SPSS-V-26.

El análisis se realizó con la prueba no paramétrica T_b de Kendall, y Chi cuadrado para medir la influencia de las variables, los datos se presentan en tablas estadísticas con porcentajes

3.5. Ética en la investigación

Es fundamental proteger la privacidad de los datos; estos se emplearon para resolver el problema de investigación. Se respetó los derechos de autor citando y referenciando adecuadamente la bibliografía.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo por objetivos

Roe1. Conocer la opinión de los clientes respecto a las dimensiones de la calidad del servicio de los seguros asociados a tarjetas de crédito y débito

Tabla N° 1

Opinión de los clientes respecto a las dimensiones de la calidad del servicio de los seguros asociados a tarjetas de crédito y débito en las instituciones financieras de Iquitos, 2026

Calidad /Dimensión	Valor	Clientes	Porcentaje
Fiabilidad	En desacuerdo	15	5,6
	Neutral o indiferente	28	10,5
	De acuerdo	145	54,5
	Totalmente de acuerdo	78	29,3
	Total	266	100
Capacidad de respuesta	En desacuerdo	11	4,1
	Indiferente	20	7,5
	De acuerdo	149	56,0
	Totalmente de acuerdo	86	32,3
	Total	266	100
Seguridad	En desacuerdo	11	4,1
	Indiferente	26	9,8
	De acuerdo	159	59,8
	Totalmente de acuerdo	70	26,3
	Total	266	100
Empatía	En desacuerdo	5	1,9
	Neutral	97	35,5
	De acuerdo	125	47,0
	Totalmente de acuerdo	39	14,7
	Total	266	100
Elementos tangibles	En desacuerdo	12	4,5
	Neutral	30	11,3
	De acuerdo	144	54,1
	Totalmente de acuerdo	80	30,1
	Total	266	100

Fuente: Encuesta realizada por los investigadores.

Los clientes opinan respecto a las dimensiones calidad de servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito que con la fiabilidad están de

acuerdo el ,5%, y totalmente de acuerdo solo el 29,3%. Respecto a la capacidad de respuesta están de acuerdo el 56,0% y totalmente de acuerdo el 32,3%. Respecto a la seguridad están de acuerdo el 59,8% y totalmente de acuerdo del 26,3%. Con la empatía el están de acuerdo el 47,0% y totalmente de acuerdo el 14, 7% y con los elementos tangibles el 54,1% están de acuerdo y solo el 30,1% están totalmente de acuerdo

ROE2. Conocer la opinión de los clientes respecto a la satisfacción por el servicio de los seguros asociados a tarjetas de crédito y débito en las instituciones financieras de Iquitos, 2026

Tabla 2. Opinión de los clientes respecto a la satisfacción por el servicio de los seguros asociados a tarjetas de crédito y débito en las instituciones financieras de Iquitos, 2026

Satisfacción/dimensiones	Valor	Cliente	Porcentaje
Satisfacción general	Insatisfecho	18	6,8
	Neutral	29	10,9
	Satisfecho	146	54,9
	Totalmente satisfecho	73	27,4
	Total	266	100

Fuente: encuesta realizada por los investigadores.

La opinión de los clientes respecto a la satisfacción general por el servicio de los seguros asociados a tarjetas de crédito y débito, l 6,8% están insatisfechos, el 10,9% son indiferentes, el 54,9% y totalmente satisfecho solo el 27,4%.

4.2 Análisis inferencial

ROE3: Conocer la relación de las dimensiones de la calidad del servicio con la satisfacción del cliente seguros asociados a tarjetas de crédito y débito en las instituciones financieras de Iquitos, 2026

Verificación de hipótesis

Hipótesis alternativa:

Las dimensiones de la calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito están relacionadas con la satisfacción del cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Iquitos 2026

Hipótesis nula:

Las dimensiones de la calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito no están relacionadas con la satisfacción del cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Iquitos 2026

Análisis al: 0.05 y 0.01.

Estadística utilizada: Tau_ b de Kendall

Decisión: si p valor es menor o igual al 5%, se rechaza la hipótesis nula

Tabla 3. Relación entre las dimensiones de la calidad del servicio con la satisfacción general del cliente con Tau_b de Kendall en los seguros asociados a tarjetas de crédito y débito en las instituciones financieras de Iquitos, 2026

CALIDAD DE SERVICIO		SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
Dimensiones	Tau_b de kendall	Satisfacción general
Fiabilidad	Coeficiente de correlación	,951**
	Sig. (bilateral)	0,000
	Clientes	266
Capacidad de respuesta	Coeficiente de correlación	-,151**
	Sig. (bilateral)	0,007
	Clientes	266
Seguridad	Coeficiente de correlación	-,154**
	Sig. (bilateral)	0,005
	Clientes	266
Empatía	Coeficiente de correlación	-0,071
	Sig. (bilateral)	0,197
	N	266
Elementos tangibles	Coeficiente de correlación	-,224**
	Sig. (bilateral)	0,000
	Clientes	266

**.

La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral) y

La relación de las dimensiones de las variables en estudio se muestra la fiabilidad, capacidad de respuesta seguridad y elementos tangibles están relacionado con la satisfacción general del cliente ($p < 0,005$), la empatía no está relacionada con la satisfacción general del cliente ($p > 0,005$)

ROG: Determinar la influencia de la calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito en la satisfacción del cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Iquitos 2026

Hipótesis alternativa:

La calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito influye en la satisfacción del cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Iquitos 2026.

Hipótesis Nula:

La calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito no influye en la satisfacción del cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Iquitos 2026

Tabla 4

Influencia de la calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito en la satisfacción del cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Iquitos 2026

Calidad de servicio	Satisfacción del cliente										Chi cuad..	Sig.
	Insatisfecho		Neutral		Satisfecho		Totalmente satisfecho		Total	%		
	Cliente	%	Cliente	%	Cliente	%	Cliente	%				
Indiferente	6	2,3	7	2,6	14	5,3	15	5,6	42	15,8	13,7	0.033
De acuerdo	12	4,5	22	8,3	131	49,2	56	21,1	221	83,1		
Totalmente de acuerdo	0	0,0	0	0,0	1	0,4	2	0,8	3	1,1		
Total	18	6,8	29	10,9	146	54,9	73	27,4	266	100		

Decisión: sig. bilateral=0,033<0,05, se rechaza la hipótesis nula

Conclusión: **La** calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito influye en la satisfacción del cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Iquitos 2026.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Discussion.

En el estudio el objetivo es determinar la influencia de la calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito en la satisfacción del cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Iquitos. Se determinó que la calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito influye en la satisfacción del cliente en las instituciones financieras

El estudio muestra los clientes están de acuerdo con la fiabilidad, el 50,5%, y el 29,3% totalmente de acuerdo. Respecto a la capacidad de respuesta, el 56,0% manifestó estar de acuerdo y el 32,3% totalmente de acuerdo. Con la seguridad, el 59,8% está de acuerdo y el 26,3% totalmente de acuerdo. En la dimensión empatía, el 47,0% está de acuerdo y el 14,7% totalmente de acuerdo, mientras que, en los elementos tangibles, el 54,1% manifestó estar de acuerdo y el 30,1% totalmente de acuerdo.

Respecto a la satisfacción general por el servicio de los seguros asociados a tarjetas de crédito y débito, el 6,8% están insatisfechos, el 10,9% son indiferentes, el 54,9% y totalmente satisfecho solo el 27,4%.

El estudio evidencio que la calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito influye en la satisfacción del cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Iquitos ($p=0,033$).

Los resultados coinciden con estudios previos. Vásquez & Yauce, (2025), en su estudio concluyen que Las entidades financieras y los consumidores cuentan con el respaldo de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), el Indecopi y el Código de Protección y Defensa del Consumidor. Estas instituciones y normativas garantizan la protección de los derechos de los usuarios frente a posibles vulneraciones o riesgos, permitiendo a los

consumidores elegir libremente un servicio de seguro que se ajuste a sus necesidades. Lo mismo Caballero & Zevallos, (2023), en su investigación concluyen que las medidas de seguridad establecidas en las resoluciones finales de Indecopi sobre operaciones no reconocidas con tarjetas de crédito y débito carecen de uniformidad, debido a los distintos criterios aplicados por los órganos resolutivos al evaluar la actuación de las entidades financieras.

También Jaramillo & Quincho, (2020), en su investigación. Concluyen que es necesario que los usuarios tengan un mayor control de sus gastos, a los bancos fortalecer la capacitación de sus asesores y a las entidades reguladoras promover programas de educación financiera. Finalmente, Cabezas, (2021). determino que la cultura financiera influye directamente en el uso responsable de las tarjetas de crédito

El estudio aporta en forma significativa al área de seguros de tarjetas de crédito y el uso adecuado de las tarjetas de crédito es una herramienta adecuada de la calidad en el servicio al cliente o usuarios.

5.2. Conclusiones

Conclusiones específicas

Ce1: Respecto a la calidad del servicio de los seguros asociados a tarjetas de crédito y débito en las instituciones financieras, los resultados evidencian una percepción mayoritariamente favorable por parte de los clientes. En la dimensión fiabilidad, el 50,5% está de acuerdo y el 29,3% totalmente de acuerdo. En cuanto a la capacidad de respuesta, el 56,0% manifestó estar de acuerdo y el 32,3% totalmente de acuerdo. Respecto a la seguridad, el 59,8% está de acuerdo y el 26,3% totalmente de acuerdo. En la dimensión empatía, el 47,0% está de acuerdo y el 14,7% totalmente de acuerdo, mientras que, en los elementos tangibles, el 54,1% manifestó estar de acuerdo y el 30,1% totalmente de acuerdo.

Ce2: La percepción de los clientes respecto a la satisfacción general por el servicio de los seguros asociados a tarjetas de crédito y débito, el 6,8% están insatisfechos, el 10,9% son indiferentes, el 54,9% y totalmente satisfecho solo el 27,4%.

Ce3. Los resultados evidencian que las dimensiones fiabilidad, capacidad de respuesta seguridad y elementos tangibles se relacionan con la satisfacción general del cliente ($p < 0,005$), mientras que la empatía no presenta una relación significativa ($p > 0,005$)

Conclusión general

CG. Los hallazgos de la investigación muestran que la calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito influye en la satisfacción del cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Iquitos 2026

5.3. Recomendación

1. Los clientes opinan que están de acuerdo con la las dimensiones de la calidad de servicio de *los seguros asociados a tarjetas de crédito y débito en las instituciones financieras el 54,3%, en consecuencia, existe una brecha del 45,7% por cumplir, en tal sentido se recomienda a los funcionarios de las aseguradoras formular planes de mejora en atención al cliente*
2. La satisfacción general por el servicio de los seguros asociados a tarjetas de crédito y débito, 54,9 % están satisfechos, lo ideal es tener satisfechos al 100%, por loque se recomienda a los administradores implementar planes de mejora para minimizar esta brecha
3. Se recomienda fortalecer la capacitación del personal para mejorar la empatía y elevar la satisfacción del cliente

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Caballero, S. M. B., & Zevallos, M. K. E. (s. f.). Las medidas de seguridad establecidas en las resoluciones finales de Indecopi vinculadas a operaciones no reconocidas realizadas con tarjeta de crédito y débito y la afectación al principio de predictibilidad, periodo 2021-2022.
- Cabezas Hernández, Y. Y. (2021). Cultura financiera y uso de las tarjetas de crédito de los clientes del Banco Falabella, en la ciudad de Ica, 2019. <https://hdl.handle.net/20.500.13028/3508>
- Jaramillo Aguilar, J. A., & Quincho Navarro, L. E. (2020). Factores que influyen en el incumplimiento de pago en el sistema financiero por uso inadecuado de las tarjetas de crédito de los consumidores de la provincia de Lima [Pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)]. <https://doi.org/10.19083/tesis/654642>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.
- Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros. (s. f.).
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). Services marketing: People, technology, strategy (8th ed.). Pearson Education
- Oliver, R. L. (1997). Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer. McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (2023). Guía informativa sobre seguros asociados a productos financieros. SBS del Perú.

Vasquez Ordoñez, N. N., & Yauce Montaña, L. de los A. (2025). “Eficacia del seguro de tarjetas de crédito en la protección de derechos de cliente en entidades financieras—Chiclayo 2023”.

Zeithaml, V., Bitner, M. & Gremler, D. D. (2018). Marketing de servicios: Integración del enfoque al cliente en toda la empresa (7ª ed.). Educación McGraw-Hill.

ANEXOS

1. Matriz de consistencia
2. Instrumento
3. Consentimiento informado

ANEXO 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA

CALIDAD DEL SERVICIO DE LOS SEGUROS DE TARJETAS DE CRÉDITO Y DÉBITO Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS DE IQUITOS 2026

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología	Indicador
General: ¿Como influye la calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito en la satisfacción del cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Iquitos 2026 Específicos 1. ¿Cuál es el nivel de calidad del servicio de los seguros asociados a tarjetas de crédito y débito en las instituciones financieras de Iquitos 2026? 2. ¿Cuál es el nivel de satisfacción del cliente	General: Determinar la influencia de la calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito en la satisfacción del cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Iquitos 2026 Específicos 1. Identificar el nivel de calidad del servicio de los seguros asociados a tarjetas de crédito y débito en las instituciones financieras de Iquitos. 2. Identificar el nivel de satisfacción del cliente respecto a los seguros de tarjetas de crédito y débito ofrecidos por las	General: La calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito influye en la satisfacción del cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Iquitos 2026 Específicos Hipótesis nula: La calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito no influye en la satisfacción del cliente en las instituciones	Calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito	Fiabilidad Capacidad de respuesta Seguridad Empatía	Cumplimiento del servicio Claridad de la información Exactitud de la cobertura Rapidez en la atención Solución de reclamos Disposición del personal Conocimiento del personal Confianza del cliente Protección de datos Atención personalizada Comprensión del cliente Amabilidad	Diseño Correlacional Población: Clientes usuarios de tarjetas de crédito y/o débito que han contratado seguro en la entidad bancaria seleccionada en la ciudad de Iquitos en el año 2026	Likert (1–5) (1) Totalmente en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Neutral, (4) De acuerdo, (5) Totalmente de acuerdo

respecto a los seguros de tarjetas de crédito y débito ofrecidos por las instituciones financieras de Iquitos 2026? 3. ¿Cuál es la relación de las dimensiones de la calidad del servicio con la satisfacción del cliente en los seguros de tarjetas de crédito y débito 2026	instituciones financieras de Iquitos. 3. Determinar la relación de las dimensiones de la calidad del servicio con la satisfacción del cliente en los seguros de tarjetas de crédito y débito 2026	financieras de la ciudad de Iquitos 2026 Hipótesis alternativa: La calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito influye en la satisfacción del cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Iquitos 2026		Elementos tangibles	Material informativo	Muestra	
					Canales digitales		
					Documentación clara		
			Satisfacción del cliente	Satisfacción general	Cumplimiento de expectativas	La muestra estará constituida por 266 clientes usuarios de tarjetas de crédito y débito que han contratado seguro	
					Relación costo/beneficio		
Intensión de recompra							
Recomendación							

ANEXO 2: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS



CALIDAD DE SERVICIO – SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Encuesta (Modelo SERVQUAL) a los Clientes

Buenos días/tardes:

Estimados usuarios, estamos realizando un estudio para Determinar la influencia de la calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito en la satisfacción del cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Iquitos, 2025, para lo cual pedimos su apreciación respondiendo las siguientes preguntas, las mismas que serán confidenciales y anónimas.

Instrucciones

Por favor se le pide leer cuidadosamente cada pregunta y marcar con X o aspa, según su opinión desfavorable o favorable con la siguiente valoración: (5) Totalmente de acuerdo (4) De acuerdo (3) Indiferente, (2) En desacuerdo, (1) Totalmente en desacuerdo.

Variable: calidad de servicio

(1) Totalmente en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Neutral, (4) De acuerdo, (5) Totalmente de acuerdo

Dimensión 1: Fiabilidad

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

1	La institución financiera cumple con lo prometido en el seguro de la tarjeta.					
2	El seguro cubre adecuadamente los riesgos establecidos en el contrato.					
3	Los beneficios del seguro se brindan de manera oportuna y correcta.					
4	La información proporcionada sobre el seguro es clara y confiable.					

Dimensión 2: Capacidad de respuesta

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

5	El personal atiende rápidamente mis consultas sobre el seguro.					
6	La institución resuelve con prontitud los reclamos relacionados al seguro.					
7	El proceso de activación o uso del seguro es ágil.					
8	El personal muestra disposición para ayudar ante problemas con el seguro.					

Dimensión 3: Seguridad

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

9	El personal demuestra conocimiento sobre los seguros de tarjetas.					
10	Me siento seguro al utilizar el seguro ofrecido por la institución.					
11	La institución protege adecuadamente mi información personal y financiera.					
12	El contrato del seguro transmite confianza y transparencia.					

Dimensión 4: Empatía

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

13	El personal brinda una atención personalizada respecto al seguro.					
14	El personal comprende mis necesidades como cliente.					
15	El horario de atención es conveniente para consultas sobre el seguro.					
16	Recibo un trato amable y respetuoso por parte del personal.					

Dimensión 5: Elementos tangibles

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

17	El material informativo del seguro es claro y bien presentado.					
18	Los canales digitales para información del seguro son adecuados.					
19	Las instalaciones físicas generan confianza para la contratación del seguro.					
20	Los documentos del seguro son fáciles de entender.					

Variable satisfacción del cliente

(1) Totalmente insatisfecho, (2) Insatisfecho, (3) Neutral, (4) Satisfecho, (5) Totalmente satisfecho

Dimensión: Satisfacción general

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

21	Estoy satisfecho con el seguro asociado a mi tarjeta.					
22	El seguro cumple mis expectativas como cliente.					
23	Considero adecuado el costo del seguro en relación con sus beneficios.					
24	Volvería a contratar el seguro de esta institución financiera.					
25	Recomendaría este seguro a otras personas.					

Muchas Gracias

ANEXO N° 3: CONSENTIMIENTO INFORMADO

UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ FACULTAD DE NEGOCIOS

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes

La presente investigación es elaborada por: JORGE Y DAVINSON, Bachilleres de la Universidad Científica del Perú. El objetivo del estudio es: Determinar la influencia de la calidad del servicio de los seguros de tarjetas de crédito y débito en la satisfacción del cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Iquitos 2026.

Hago constar que mi participación en este estudio es estrictamente voluntario, así mismo la información que se recoja será confidencial y no se usará para ninguna otra finalidad que no sean los de esta investigación. También tengo conocimiento que tengo que responder los cuestionarios de una encuesta, lo cual me tomara un tiempo de aproximadamente 3 minutos. Y además podre retirarme de la investigación cuando lo desee.

Firma Participante

Firma Investigador(a)

Firma Investigador(a)

Lugar y fecha: