

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS

**“ LA CALIDAD DE ATENCIÓN Y LA SATISFACCIÓN DE LOS
CLIENTES DE LA AGENCIA LIBERTAD DEL BANCO DE CREDITO
DEL PERÚ EN LA CIUDAD DE PIURA DURANTE EL AÑO 2010 ”**



**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORES

**ANGLES BENITES, NELLY FIORELLA
CIENFUEGOS MONCADA, MAYLLIN CLARIVEL**

ASESOR

LIC. RENÉE MIGUEL MEJÍA CANESSA

PIURA-PERÚ

2010

DEDICATORIA

Con gratitud eterna a:

A Dios que me ha dado la vida y la fortaleza para ser lo que soy.

A mis padres Antonio y Mirian, que me dieron la vida, y en las diversas etapas de mi formación personal, sus consejos, su apoyo y confianza para caminar por la vía correcta que me hizo transitar hacia la superación a través de la educación.

A la memoria de mi padre que Dios tenga en su gloria, gracias por seguir a mi lado espiritualmente, gracias por tu protección y guía desde el infinito en los momentos más difíciles de mi carrera profesional.

A mis hermanas Jessica y Cinthia, quienes siempre me apoyaron y me dieron las fuerzas necesarias para lograr alcanzar con éxito la meta que me había trazado.

A mis familiares especialmente a mis tíos, mis abuelitas y a mis primas que siempre estuvieron pendientes de lo que pasaba y que con sus consejos oportunos hicieron que lograra los objetivos trazados.

A mis amigos que siempre me brindaron su apoyo incondicional para salir adelante, en el objetivo propuesto.

En general a todas las personas que de una u otra manera me alentaron durante mis cinco años de estudios profesionales, a no desmayar en la meta propuesta.

ANGLES BENITES, NELLY FIORELLA

DEDICATORIA

Gracias a Dios y a la Virgen Santísima por la vida, la salud, la inteligencia y la sabiduría que me ha dado.

Gracias a mi madre Inés, modelo de virtud, por haberme inculcado los valores, la ética de trabajo y el deseo de superación, quien con su sacrificio hizo posible llegar hasta donde estoy y ser lo que soy ahora.

Gracias a mi tía Juana, que es como mi segunda madre quién también cuidó de mí, cuando mi mamá estaba trabajando.

Gracias a Elizabeth y Janet, como si fuesen mis hermanas, quienes estuvieron junto a mí apoyándome y dándome las fuerzas para seguir adelante.

Gracias a mis amigos por brindarme su apoyo incondicional y las ganas de seguir luchando por mis objetivos propuestos.

CIENFUEGOS MONCADA, MAYLLIN CLARIVEL

PRESENTACIÓN

Señores Miembros del Jurado Calificador

Cumpliendo con las disposiciones vigentes emanadas por el reglamento de grados y títulos de la Universidad Cesar Vallejo. Facultad de Administración y Contabilidad, Escuela Profesional de Administración y Contabilidad, someternos a vuestro criterio profesional la evaluación del presente trabajo de investigación titulado “ **La calidad de Atención y la satisfacción de los clientes de la agencia Libertad del Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Piura durante el año 2010** ”, elaborado con el propósito de obtener el título profesional de Licenciado en Administración.

El presente estudio tuvo como objetivo determinar qué relación existe entre la calidad de atención y la satisfacción de los clientes de la agencia Libertad del Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Piura durante el año 2010.

Con la convicción de que se le otorgará el valor justo y mostrando apertura a sus observaciones, le agradecemos por anticipado por las sugerencias y apreciaciones que se brinden a la investigación.


LIC. RENÉE M. MEJÍA CANESSA


LIC. LEMIN ABANTO CERNA


MG. NANCY VILCHEZ MADRID

AGRADECIMIENTOS

Nuestro agradecimiento a la agencia Libertad del Banco de Crédito del Perú, quienes colaboraron, brindando su tiempo, paciencia e interés en la realización del presente estudio, especialmente al Gerente de Oficina, Miguel Montero Piedra, así como a su supervisora Pakita Pamela Vásquez Montero; por su reconocido y valioso apoyo.

A nuestros asesores: Lic. Renée Miguel Mejía Canessa y Lic. Lemin Abanto Cerna, quienes fueron una guía durante nuestro proceso de investigación, permitiendo con sus conocimientos culminar de una manera óptima la investigación.

A la universidad Cesar Vallejo, por ofrecer docentes competentes con amplia preparación para la información y desempeño de nuestra carrera profesional.

ÍNDICE

Contracarátula
Dedicatorias
Presentación
Agradecimientos
Índice
Resumen
Abstract
Introducción

CAPÍTULO I MARCO METODOLÓGICO

	Página
1.1. El Problema.....	14
1.2. Antecedentes del Problema	
1.2.1. En el ámbito internacional.....	15
1.2.2. En el ámbito local.....	18
1.3. Formulación del Problema	
1.3.1. Pregunta General.....	22
1.3.2. Preguntas Específicas.....	23
1.4. Justificación.....	23
1.5. Limitaciones.....	24
1.6. Objetivos	
1.6.1. Objetivo General.....	24
1.6.2. Objetivos Específicos.....	24
1.7. Hipótesis	
1.7.1. Hipótesis de Investigación.....	24

1.7.2. Hipótesis Específicas.....	25
1.8. Variables-Indicadores.....	25
1.9. Diseño de la Ejecución	
1.9.1. Tipo de Diseño.....	26
1.10. Población-Muestra	
1.10.1. Población.....	26
1.10.2. Muestra.....	26
1.11. Técnicas e instrumentos de recojo de datos	
1.11.1. Técnica de recolección de datos.....	27
1.11.2. Instrumentos de recopilación de datos.....	27
1.11.3. Técnicas de procesamiento de datos.....	27

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL CIENTÍFICO

2.1. Marco Teórico	
2.1.1. Calidad de atención.....	29
2.1.1.1. Pautas de calidad para promotores de servicio.....	30
2.1.1.2. Niveles de calidad.....	30
2.1.1.3. Programa de calidad de atención.....	31
2.1.1.4. Principios en los que descansa la calidad de atención.....	31
2.1.1.5. Razones que frenan la implantación de la calidad de atención.....	32
2.1.1.6. Factores claves de las expectativas del cliente en cuanto a un trato de calidad de atención.....	32
2.1.1.7. Razones para una mala atención al cliente.....	33
2.1.1.8. Los pecados capitales de atención al cliente.....	33
2.1.1.9. Las 10 reglas para una excelente atención al cliente.....	33
2.1.1.10. Cliente.....	34
2.1.1.11. Características de la atención al cliente.....	34
2.1.1.12. Estrategias para la calidad del servicio de	

atención al cliente.....	35
2.1.1.13. Ventajas de un buena servicio al cliente.....	36
2.1.1.14. La comunicación efectiva.....	39
2.1.1.15. La reunión semanal.....	39
2.1.1.16. Revisión mensual de calidad.....	40
2.1.1.17. Parámetros de Gemba – Kaizen.....	40
2.1.1.18. La calidad en el servicio bancario.....	43
2.1.1.19. Calidad del servicio de atención y su relación con la satisfacción y la lealtad con el servicio bancario...	44
 2.1.2. La satisfacción del cliente	
2.1.2.1. Capacitación para la satisfacción al cliente.....	45
2.1.2.2. Niveles de la satisfacción de los clientes.....	47
2.1.2.3. Utilidad de los análisis sobre los niveles de satisfacción de los clientes.....	47
2.1.2.4. Elementos que conforman la satisfacción del cliente	
2.1.2.4.1. El rendimiento percibido.....	48
2.1.2.4.2. Las expectativas.....	48
2.1.2.4.3. Los niveles de satisfacción.....	49
2.1.2.5. Beneficios de lograr la satisfacción del cliente.....	49
 2.2. Marco Conceptual.....	50
CAPÍTULO III: Descripción de Resultados.....	52
CAPÍTULO IV: Contrastación de Hipótesis.....	77
CAPÍTULO V: Discusión de Resultados.....	79
CAPÍTULO VI	
Conclusiones.....	81
Recomendaciones.....	81
CAPÍTULO VII	
Bibliografía.....	83
Apéndices y Anexos.....	85

RESUMEN

La presente investigación demostró lo útil que sería aplicar una encuesta para así medir el grado de satisfacción de los clientes y la calidad de atención del Banco de Crédito agencia Libertad. Se determinó si que si existe una relación entre la Calidad de Atención y la Satisfacción de los Clientes en ésta Agencia.

El interés en la calidad del servicio ha crecido enormemente desde los años 80. Hoy en día los productos y/o servicios no sólo tienen que ser actos para el uso que se les ha asignado, sino que además tienen que igualar e incluso superar las expectativas que los clientes han depositado en ellos.

Un servicio bancario es la actividad que desarrollan las entidades financieras como empresa de servicios; es decir, todas aquellas acciones que se establecen para servir al cliente.

La mayoría de las investigaciones basadas en el estudio de la calidad del servicio de atención que prestan las entidades bancarias, se han fundamentado básicamente, en definir dimensiones de la calidad y construir un modelo para medirla, siempre con el objetivo de mejorar la calidad.

La satisfacción y calidad del servicio de atención son constructos diferentes que han obtenido diversas posiciones respecto a su ordenamiento causal. Teniendo en cuenta que la satisfacción del cliente es un objetivo muy importante para ser alcanzado en las entidades bancarias y, que una manera de conseguirla es hacerlo mediante la calidad del servicio de atención.

Dada la nueva orientación del mercado, todas las orientaciones reconocen la importancia del valor añadido del servicio y de las relaciones con los clientes con un objetivo básico: mantener la lealtad de los mismos. Hay que tener en cuenta que no siempre los efectos de la satisfacción de los clientes se manifiestan en comportamientos positivos. Pueden existir clientes que, aun estando satisfechos con encuentros sucesivos, no tienen ninguna lealtad a la entidad, y cambian fácilmente a la competencia, posiblemente por la ausencia de un sentimiento de pertenencia.

ABSTRACT

The present study showed up how useful could apply a survey, thereby, measuring the rank of clients' satisfaction and the quality in Libertad street office of the Credit Bank. But it proved which there is a good connection between the quality of Attention and the Clients' Satisfaction in this Office.

The interesting and the quality of this service has increased very much since year 80'S. Today, the products and services can't be only acts of using up which they have been appointed, but as well as they have to be the same measure and even improve the prospects that the clients' have trusted on them (deposited on them.)

A Banking service is the activity that develop the financial affairs as a company of services. So that's to say, all the sharings which is established to serve to the client.

The most of the investigations based on the study of the services quality attention which are financial affairs, and they have founded basically to bring out dimensions of the quality and to "build" a model for measuring it.

The satisfactions and the services attention of quality are different buildens that they have got many positions concerning to its causal ordering, keeping in mind that the client's satisfaction is an objective very important for being reached in the financial affairs, go that a good way of getting and to do it by means of the service of attention. Given that the new directions of the market , but all of the direccions recognize the important of the value given from the service and with the connections with the clients with a basic objective: To keep up the loyalty of themselves. Go, it keep in mind that never even the satisfaction effects of the clients show a conduct positives.