

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE CONTABILIDAD



TESIS

**CAUSAS QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE SATISFACCION DE
LOS CLIENTES DE LA CMAC PIURA – AGENCIA SECHURA EN EL
AREA DE CREDITOS DE PEQUEÑA EMPRESA**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

AUTOR (ES)

PALACIOS OTERO, IRIS CAROLINA

ASESOR (A)

Gómez Jacinto, Luis Gerardo

PIURA – PERÚ

2011

PRESENTACIÓN

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO

De acuerdo con el CAPÍTULO II del ARTÍCULO 15° del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo – Piura y el de la escuela profesional de Contabilidad, de optar el Título de Profesional de Contador Público.

Sometemos a vuestro alto criterio y consideración el presente trabajo de investigación titulado:

CAUSAS QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA CMAC PIURA – AGENCIA SECHURA EN EL ÁREA DE CRÉDITOS DE PEQUEÑA EMPRESA

Con la convicción de que se otorgará el valor justo, agradecemos anticipadamente las sugerencias y apreciaciones que brinden al presente trabajo de investigación.

MBA. GERARDO GÓMEZ JACINTO
PRESIDENTE

MG. ROMAN VILCHEZ INGA
SECRETARIO

CPC. JAVIER MARCHAN OTERO
VOCAL

DEDICATORIA

A Dios por darme sabiduría y fuerza para enfrentar las adversidades que se me presentaron en el transcurso del desarrollo de la Investigación.

A mi Padres; Iris y Carlos que con su ejemplo en el trabajo esfuerzo, sacrificio y humildad, ha sido la persona que me ha inculcado que todo ser humano exitoso en la vida ha de tener el apoyo incondicional y el empuje guerrero para poder salir adelante y llegar a ser una persona perseverante, dándome la oportunidad de cumplir mi meta profesional.

A mis hermanos, por demostrarme su apoyo incondicional, por soportarme, entenderme y porque siempre confiaron en mí.

AGRADECIMIENTO

 Al C.P.C. Luis Gerardo Gómez Jacinto MBA, asesor de la presente investigación, por su colaboración, dedicación y ayuda incondicional.

 A mi familia que gracias a su unión y solidaridad me han permitido entender que el esfuerzo es necesario y que siempre representa gratificación.

 También agradecer a los Trabajadores de la Cmac Piura – Agencia Sechura por brindarnos su tiempo y reconocido apoyo en el proceso de la investigación.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general determinar las causas que influyen en el nivel de satisfacción de los clientes de la CMAC PIURA en el área de créditos de pequeña empresa - Agencia-Sechura. Los micros finanzas cumplen un rol importante en el mercado crediticio peruano, siendo las cajas municipales líderes en este sector. Dada esta realidad hemos creído conveniente analizar Cuáles son las causas que influyen en el nivel de satisfacción de los clientes de la Caja Piura - Agencia Sechura en el área de créditos de pequeña empresa, actualmente. Para obtener resultados de nuestra investigación se ha realizado una encuesta a los clientes de la CMAC PIURA- Agencia Sechura, conformado por 24 Sectoristas y 179 clientes por Sectorista, el cual se ha extraído un total de 203 encuestas realizadas a los clientes de la CMAC PIURA – Agencia Sechura. No solo se encuestó a los clientes dentro de la Agencia Sechura, si no que se tuvo que encuestar a clientes en sus respectivos negocios, gracias a las informaciones dadas de los Sectoristas de Créditos de la CMAC PIURA Agencia- Sechura, siendo así lo más resaltante que el 99% de los clientes encuestados están satisfechos con los servicios de la CMAC PIURA Agencia- Sechura.

ABSTRACT

This research aims to determine the factors that generally affect the level of customer satisfaction of the CMAC Piura in the area of small business loans - Agency-Sechura. The micro finance play an important role in the credit market in Peru, municipal banks being the leaders in this sector. Given this reality we have seen fit to analyze what are the causes that influence the level of customer satisfaction of the Fund Piura - Sechura Agency in the area of small business loans now. For results of our research was conducted a survey of customers of the CMAC Piura Sechura Agency, consisting of 24 sectors and 179 clients per sector, which has drawn a total of 203 surveys of customers of the CMAC Piura - Sechura Agency. Not only customer survey Sechura within the Agency, but it had to survey customers in their respective businesses, thanks to information given in the Credit Sector of the Piura CMAC-Sechura Agency, making it the most interesting observation that 99% of customers surveyed are satisfied with the services of the Agency-Sechura CMAC Piura.

ÍNDICE

	Página
Dedicatoria -----	v
Agradecimiento -----	vi
Resumen -----	vii
Abstract -----	viii
Índice -----	ix
Índice de Cuadros -----	xii
Índice de Tablas -----	xii
Índice de Gráfico -----	xii
Introducción -----	xv

CAPITULO I: ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1	PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL	
	PROBLEMA -----	18
	1.1.1.REALIDAD PROBLEMÁTICA -----	18
	1.1.2.FORMULACIÓN DEL PROBLEMA -----	19
1.2	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN -----	
	-----	19
	OBEJTIVO GENERAL -----	19
	OBJETIVO ESPECÍFICOS -----	19

1.3	HIPOTESIS Y VARIABLES -----	
	-----20	
1.3.1.	PLANTEAMIENTO DE LA HIPOTESIS -----	20
1.3.2.	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y EMPÍRICA -----	20
1.3.3.	VARIABLES – INDICADORES -----	21
1.3.3.1.	IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS Y	
	VARIABLES -----	21
	UNIDAD DE ANALISIS -----	21
	VARIABLES -----	21
1.3.3.2.	DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES -----	22
	➤ Satisfacción -----	22
	➤ Rapidez para Gestión -----	22
	➤ Calidad en la Atención -----	22
	➤ Capacitación del Personal -----	23
	➤ Rendimiento Percibido -----	24
	➤ Expectativas de los Clientes -----	24
1.3.3.3.	DEFINICION OPERACIONAL DE LAS VARIABLES -----	24
	➤ Satisfacción -----	24
	➤ Rapidez para la Gestión de Créditos -----	25
	➤ Calidad en la Atención -----	25
	➤ Capacitación del Personal -----	25
	➤ Rendimiento Percibido -----	25
	➤ Expectativas de los Clientes -----	25
1.4	METODOLOGIA -----	
	-----25	
1.4.1.	TECNICAS, INSTRUMENTOS, FUENTES E INFORMANTES -----	25
1.4.2.	FORMA DE ANALISIS DE INFORMACIÓN -----	27
CAPITULO II: TEORIA SOBRE LA SATISFACCION DE LOS CLIENTES Y EL SISTEMA		
	MICROFINANCIERO -----	29

2.1 TEORIA SOBRE LA SATISFACCION DE LOS CLIENTES	-----29
2.1.1 Concepto de Satisfacción al Cliente	-----29
2.1.2 Importancia de la Satisfacción del Cliente	-----32
2.1.3 Factores que influyen en el Nivel de Satisfacción	-----35
2.1.4 Relación entre Satisfacción – Calidad	-----40
2.2 TEORIA DE LAS MICROFINANZAS	-----
-----44	
2.2.1 Origen y Evolución de las Micro finanzas	-----44
2.2.2 Definición de Micro finanzas	-----50
2.2.3 Importancia de las Microfinanzas en el Perú	-----55
2.2.4 Empresas Conformantes del Sistema Microfinanciero	-----62
CAPITULO III: DIAGNOSTICO O ANALISIS DEL PROBLEMA	-----75
3.1 PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA	-----76
3.1.1 Reseña Histórica	-----76
3.1.2 Actividad Económica	-----83
3.1.3 Estructura Organizacional	-----84
3.1.4 Diseño Corporativo	-----87
3.2 ANALISIS ECONOMICO FINANCIERO	-----89
3.3 ANALISIS DE LAS VARIABLES	-----97
3.3.1 Análisis de los Aspectos Generales de los Clientes	-----97
3.3.2. Análisis de la Satisfacción	-----100
3.3.3. Análisis de la Rapidez para la gestión de Créditos	-----103
3.3.4. Análisis de la Calidad en la Atención	-----105
3.3.5. Análisis de Capacitación del Personal	-----107
3.3.6. Análisis del Rendimiento Percibido	-----110

3.3.7. Análisis de las Expectativas -----	112
CAPITULO IV: CONTRASTACIÓN DE LA HIPOTESIS -----	114
4.1 PLANTEAMIENTO DE LA HIPOTESIS -----	115
4.2 ANALISIS DE LAS VARIABLES -----	116
4.3 RESULTADOS ACUMULADOS -----	139
CONCLUSIONES -----	143
RECOMENDACIONES -----	146
BIBLIOGRAFIA -----	148
ANEXOS -----	153

INDICE DE CUADROS	PÁG.
CUADRO N° 01: Técnicas, Instrumentos, Fuentes e Informantes	26
CUADRO N° 02: Origen y Evolución de las Microfinanzas	49
CUADRO N° 03: Organigrama Estructural de la Cmac S.A.C	86

INDICE DE TABLAS	PÁG.
TABLA N° 01: Tipo de Créditos	90

INDICE DE GRAFICOS	PÁG.
GRÁFICO N° 01: COLOCACIONES	89
GRÁFICO N° 02: DEPÓSITOS	92
GRÁFICO N° 03: PATRIMONIO	93
GRÁFICO N° 04: INGRESOS FINANCIEROS	94
GRÁFICO N° 05: BENEFICIOS OPERATIVOS	95
GRÁFICO N° 06: BENEFICIOS NETOS	96
GRÁFICO N° 07: EDAD DE LOS CLIENTES DE LA CMAC PIURA – AGENCIA SECHURA	97
GRÁFICO N° 08: SEXO DE LOS CLIENTES DE LA CMAC PIURA – AGENCIA SECHURA	98
GRÁFICO N° 09: ANTIGÜEDAD DEL NEGOCIO	98
GRÁFICO N° 10: NÚMERO DE TRABAJADORES DE LOS CLIENTES ENCUESTADOS	99
GRÁFICO N° 11: VENTAS MENSUALES	99

GRÁFICO N° 12: IMPRESIÓN DE CONFIANZA SENTÍ CUANDO VISITÓ CMAC PIURA	100
GRÁFICO N° 13: LE PARECEN ADECUADA LAS TASAS DE INTERÉS	101
GRÁFICO N° 14: SOLO TIENE PRESTAMOS CON CMAC PIURA – AGENCIA SECHURA	102
GRÁFICO N° 15: OTRAS INSTITUCIONES FINANCIERAS CON LAS CUALES TRABAJAN LOS CLIENTES DE LA CMAC PIURA – AGENCIA SECHURA	102
GRÁFICO N° 16: FACILIDAD Y AGILIDAD EN LOS TRÁMITES	103
GRÁFICO N° 17: RAPIDEZ Y ESmero EN LA ATENCIÓN	104
GRÁFICO N° 18: LA CORDIALIDAD, AMABILIDAD Y RESPETO LE SATISFACE	105
GRÁFICO N° 19: RAPIDEZ Y ESmero EN EL TRÁMITE DE SUS SOLICITUDES	106
GRÁFICO N° 20: LA INFORMACIÓN QUE BRINDA LA CMAC	106
GRÁFICO N° 21: INTERÉS POR RESOLVER SUS CONSULTAS Y NECESIDADES	107
GRÁFICO N° 22: COMO PERCIBE LA INFORMACIÓN DE LOS FUNCIONARIOS	108
GRÁFICO N° 23: SU ASESOR FUE CLARO EN LA INFORMACIÓN SOBRE MONTO; FECHA DE PAGO Y GASTOS	109
GRÁFICO N° 24: EL MONTO SOLICITADO FUE EL QUE CMAC LE DESEMBOLSO	110
GRÁFICO N° 25: MONTO SOLICITADO ES MENOR A LO QUE DESEMBOLSO	110
GRÁFICO N° 26: LA INFORMACIÓN DE LOS FUNCIONARIOS DE LA CMAC PIURA – AGENCIA SECHURA ES CLARA	111
GRÁFICO N° 27: LE SATISFACE EL CRÉDITO RECIBIDO POR LA ENTIDAD FINANCIERA	112

GRÁFICO N° 28: COMO LO ATIENDEN CUANDO REQUIERE DE LOS SERVICIOS	113
GRÁFICO N° 29: INTERES DEL ANALISTA CON EL CLIENTE	117
GRÁFICO N° 30: ESTA SATIFECHO CON LOS SERVICIOS DE LA CMAC PIURA	118
GRÁFICO N° 31: RAPIDEZ Y ESMERO DEL SECTORISTA EN RESPONDER SUS SOLICITUDES	120
GRÁFICO N° 32: ESTA SATISFECO CON LA RAPIDEZ DE SU CREDITO	121
GRÁFICO N° 33: ETICA RECTITUD	123
GRÁFICO N° 34: EL PERSONAL DE LA CMAC ES CORDIAL AMABLE	124
GRÁFICO N° 35: COMPARACION DE CALIDAD CON OTRAS INSTITUCIONES FINANCIERAS	126
GRÁFICO N° 36: ATENCION RECIBIDA POR LA CMAC PIURA	127
GRÁFICO N° 37: SATISFACCION DE LOS CLIENTES DE LA CMAC PIURA AGENCIA SECHURA, POR LA INFORMACION RECIBIDA DEL SECTORISTA	129
GRÁFICO N° 38: PERCIBE BUENA CAPACITACION Y ETICA DEL PERSONAL DE LA CMAC	130
GRÁFICO N° 39: LAS EXPECTATIVAS QUE GÉNERO ANTES DE SU CREDITO SON MAYORES	132
GRÁFICO N° 40: ESTA SATISFECHO CON LA CLARIDAD DE INFORMACION POR LOS FUNCIONAROS DE LA CMAC.	134
GRÁFICO N° 41: COMO CALIFICA LOS ACUERDOS TOMADOS CUANDO SOLICITO SU CREDITO	135
GRÁFICO N° 42: LAS EXPECTATIVAS QUE GENERO LA VISITA EL ANALISTA SE MANTUVO DESPUES DE SU CREDITO	137