



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION AL
CLIENTE DEL BANCO DE LA NACION ABANCAY,
2018**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAESTRA EN GESTIÓN PÚBLICA**

AUTORA

Jhovana Elizabeth Prada Roldan

ASESOR

José Luis Valencia Vila

SECCIÓN:

Humanidades

LÍNEA DE INVESTIGACION:

Gestión Pública

PERÚ – 2018

Dedicatoria

A nuestro creador que me cuida y guía por un buen sendero y otorgarme la firmeza necesaria para continuar adelante.

A mis dos hijos adorados Melina Angela Casaverde Prada y Jorge Alejandro Moran Prada que ellos son parte y el impulso de mi vida

A mis adorados padres que son el ejemplo de seguir y el apoyo constante que me brindan

Agradecimiento

El Actual trabajo de investigación previamente agradezco a nuestro creador por darme su bendición y gracias por su infinita bondad, porque hiciste realidad este sueño ansiado.

Como privilegio en mi vida agradezco a nuestro creador por su incalculable generosidad, y por haberme apoyado en todo aspecto cuando yo requería apoyo moral, y darme inteligencia, energía, sabiduría, salud y haberme otorgado finalizar este nuevo proyecto y escalar una de mis metas trazadas y tengo la seguridad y la felicidad que continuamente estará conmigo.

A mis adorados Padres, Gilmer y Paulina por ser buenos ejemplos y han estado a mi lado y por ser mi soporte, en mis momentos de dificultad y darme el tiempo y empeño para ser persona de bien y darme valores y consejos cuando yo requiero y guiarme por un camino correcto diariamente.

A mis hijos: Melina y Alejandro por ser el motor de mi vivir Por ser la razón y me dan fuerza cada día para poder seguir superándome y seguir adelante en todo y traspasando todo los obstáculo que se presentan. Gracias Angela y Alejandro por existir.

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado, se presenta ante ustedes la Tesis titulada: **“calidad de servicio y satisfacción al cliente Abancay 2018 en la Universidad Privada Cesar Vallejo en la filial de Trujillo”**, con el deseo de evaluar la relación entre la Calidad de Servicio y la de satisfacción al cliente, en acatamiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Grado Académico de Magister en Gestión Pública.

El Producto que se han obtenido el tiempo de desarrollo de investigación representan, a parte de un modesto esfuerzo, evidencias donde se han verificado que la calidad de servicio y satisfacción al usuario cuenta un grado de correlación positiva con tendencia a ser considerable con el grado de estudios de indagación.

Aspirando cumplir con los requerimientos de aprobación.

INDICE DE CONTENIDO

I.	INTRODUCCION.....	14
1.1	Realidad Problemática.....	16
1.2	Trabajos Previos.....	19
1.2.1.1	A nivel Internacional.....	19
1.2.1.2	A nivel Nacional	20
1.2.1.3	A Nivel local.....	21
1.3	Teorías Relacionados al tema.....	21
1.3.1	BASES TEORICAS.....	23
1.3.1.1	Calidad	23
1.3.1.2	Calidad de servicio	23
1.3.1.3	El núcleo de la Gestión es el cliente.....	26
1.3.1.4	La Mezcla de Marketing.....	27
1.3.1.5	Servicio de calidad al usuario como estrategia de retención al usuario.	
1.3.1.6	29 Dimensiones de la calidad de Servicio	29
1.3.1.6.1	Elementos Tangibles.....	29
1.3.1.6.2	Fiabilidad.....	30
1.3.1.6.3	Capacidad de respuesta:	31
1.3.1.6.4	Seguridad.....	32
1.3.1.7	Satisfacción del cliente	33
1.3.1.7.1	Evaluación de la satisfacción del cliente	33
1.3.1.7.2	Beneficios de una buena atención al cliente:	35
1.3.1.8	Relación entre satisfacción del cliente y calidad de servicio.....	35
1.3.1.9	Banco de la Nación	36
1.3.1.10	Confianza en el servicio.....	37
1.3.2	Marco Conceptual	38
1.3.2.1	Calidad	38
1.3.2.2	Calidad de servicio	38
1.3.2.3	Satisfacción del cliente	38
1.3.2.4	Cliente	39
1.3.2.5	Institución Bancaria	39
1.3.2.6	Funcionario Bancario	39
1.3.2.7	Satisfacción	40
1.3.2.8	Usuario	41

1.3.3	Formulación del problema.....	41
1.3.4	Problema General	41
1.3.5	Problema Específico	41
1.4	Justificación del Estudio	42
1.5	Hipótesis	43
1.5.1	Hipótesis General	43
1.5.2	Hipótesis Específico	43
1.6	Objetivos	43
1.6.1	Objetivo general.....	43
1.6.2	Objetivos específicos	43
II.	METODO	44
2.1	Diseño de investigación.....	44
2.1.1	Tipo de investigación	44
2.2	Instrumentalización de las variables.....	45
2.3	Población y Muestra.....	46
2.3.1	Población	46
2.3.2	Muestra	46
2.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	46
2.4.1	Técnica.....	46
2.4.2	Instrumentos.....	47
2.4.3	Análisis de Fiabilidad del instrumento	47
2.5	Métodos de Análisis de Datos	48
2.5.1	Pautas de inserción y descarte	48
2.5.1.1	Pautas de inserción.....	48
2.5.1.2	Pautas de descarte	48
2.5.1	Procedimientos	48
2.5.1.1	Contrastación de Hipótesis	49
2.6	Aspectos éticos.....	49
III.	RESULTADOS.....	51
3.1	Descripción de las variables	51
3.1.1	Variable 1: Calidad de servicio	51
3.1.1.1	Dimensión : 1. Elementos Tangibles	52
3.1.1.2	Dimensión 2: Fiabilidad	53
3.1.1.3	Dimensión 3: Capacidad de respuesta	54
3.1.1.4	Dimensión 4: Seguridad	55

3.2.2	Variable 2: Satisfacción del cliente	56
3.2.2.1	Dimensión 1: Confianza en el servicio	57
3.2.2.2	Dimensión 2: Servicio brindado.....	58
3.3	Correlación de las variables.....	59
3.1.1.1	Hipótesis General	60
3.1.1.2	Relación entre Calidad de servicio y satisfacción al cliente	60
3.1.1.2.1	Hipótesis de investigación e Hipótesis nula.....	60
3.1.1.2.2	Resultado de la prueba de Hipótesis	60
3.1.2	Hipótesis Específicas.....	61
3.1.2.1	Relación entre elementos tangibles y satisfacción de los usuarios.....	61
3.1.2.1.1	Hipótesis de investigación e Hipótesis nula.....	61
3.1.2.1.2	Resultados de la prueba de hipótesis.....	61
3.1.2.2	Relación entre fiabilidad y satisfacción de los clientes	62
3.1.2.2.1	Hipótesis de investigación e Hipótesis nula.....	62
3.1.2.2.2	Resultados de la prueba de hipótesis.....	62
3.1.2.3	Relación entre capacidad de respuesta y satisfacción de los clientes .	63
3.1.2.3.1	Hipótesis de investigación e Hipótesis nula.....	63
3.1.2.3.2	Resultados de la Prueba de Hipótesis.....	64
3.1.2.4	Relación entre seguridad y satisfacción de los clientes	65
3.1.2.4.1	Hipótesis de investigación e Hipótesis nula.....	65
3.1.2.4.2	Resultados de la prueba de Hipótesis	65
IV.	DISCUSIÓN.....	67
V.	CONCLUSIONES.....	73
VI.	RECOMENDACIONES.....	74
	REFERENCIAS BIBLIOGRAFIAS	75

SERIE DE TABLAS

Tabla 1. Instrumentalización de las variables.....	45
Tabla 2 Esquema del desarrollo	47
Tabla 3 Muestra de Fiabilidad.....	48
Tabla 4 Variable 1: calidad de Servicio	51
Tabla 5. Dimensión 1: Elementos Tangibles	52
Tabla 6. Dimensión 2: Fiabilidad	53
Tabla 7. Dimensión 3: Capacidad de respuesta.....	54
Tabla 8. Dimensión 4: Seguridad	55
Tabla 9. Variable 2: Satisfacción del cliente	56
Tabla 10. Dimensión 1: Confianza en el servicio.....	57
Tabla 11. Dimensión 2: Servicio brindado	58
Tabla 12 Intensidad de la Correlación de Spearman	59
Tabla 13. Coeficientes de Correlación: Calidad de Servicio y Satisfacción de los clientes	60
Tabla 14. Coeficientes de Correlación: Elementos tangibles y satisfacción de los clientes	62
Tabla 15. Coeficientes de Correlación: Fiabilidad y satisfacción de los clientes.....	63
Tabla 16. Coeficientes de Correlación: Capacidad de respuesta y satisfacción al cliente	64
Tabla 17. Coeficientes de Correlación: Seguridad y satisfacción de los clientes.....	65

SERIE DE FIGURAS

Figura 1.Variable Calidad de Servicio	51
Figura 2. Dimensión 1: Elementos Tangibles	52
Figura 3.Dimensión 2: Fiabilidad.....	53
Figura 4.Dimensión 3: Capacidad de respuesta.....	54
Figura 5. Dimensión 4: Seguridad.....	55
Figura 6. Variable 2: Satisfacción del cliente.....	56
Figura 7. Dimensión 1: Confianza en el servicio	57
Figura 8.Dimensión 2: Servicio brindado.....	58

RESUMEN

En el presente existen uniformidad en que la cualidades que apoya primordialmente a precisar la posición del Banco de la Nación ya sea a tiempo corto o a largo es una apreciación de los usuarios respetivamente al servicio y el producto que ofrecen para que el cliente tenga una opinión positiva con un grado mayor todas las obligaciones y expectativas. Es lo que indica la condición de servicio.

La condición de servicio es indispensable en nuestra actualidad para así poder desafiar en todos los bancos estatales a nivel mundial y los frutos se obtiene a tiempo breve y a la larga.

Actualmente la investigación tiene el propósito de comprender los factores de calidad que inciden en la satisfacción al cliente que utilizan la prestación de la entidad que es el Banco de la Nación de Abancay por ello se hizo un cuestionario a los usuarios que se apersonan para realizar transacciones financieras, al Banco para ello se hizo una encuesta de 306 clientes del Banco de las conclusiones provenientes podemos anunciar que la condición de servicio incide de manera muy favorable en el agrado al cliente del Banco de la Nación.

La metodología como es diseño que corresponde a esta investigación es el diseño correlacional Simple y es de tipo Básica, no experimental con enfoque cuantitativo.

Después de realizar en análisis de correlación, se obtuvo el valor del estadístico de contraste (p) igual a 0.000 es menor que 0.05. (Nivel de Significancia) Por lo tanto se obtiene, la hipótesis de dependencia, y se concluye que la relación encontrada es estadísticamente significativa.

Además se obtuvo un coeficiente de correlación (Rho de Spearman) de 0.862. Esto significa que la correlación es positiva considerable

Esta investigación es de gran relevancia para el Banco de la Nación , debido a que analiza la incidencia en la satisfacción al cliente . Actualmente los funcionarios están llamados a asumir el compromiso de cumplir con responsabilidad las demandas de los clientes como agentes comprometidos con la transformación de conductas.

Palabras claves: servicio, satisfaccion.

ABSTRACT

At present, There is uniformity in that the qualities that the bank of the nation primarily supports to determine the position of the bank of the nation, nation, whether in the short or long, is a appreciations of the users respectively to the service and the product they offer so that the client has an opinion. Positive with a greater degree all the obligations and expectations. It is what the service condition indicates.

The condition of service is indispensable in our present time so as to be able to challenge all state banks worldwide and the fruits are obtained in short time and in the long run.

Currently the research has the purpose of understand the quality factors that affect customer satisfaction using the provision of the entity is the Banco de la Nación de Abancay. And therefore a questionnaire was made to the users who come to make transactions for this purpose. a survey of 306 clients of the bank was conducted from of the conclusions drawn, we can announce that the condition it of service has a very favorable to the customer's liking at Banco de la Nación's .

The methodology as it is doing that corresponds to this investigation is the simple correlational design and it is of basic type, not experimental with quantitative approach.

After performing the correlation analysis, the value of the contrast statistic (p) equal to 0.000 is less than 0.05.(Level of significance)therefore, the dependency hypothesis is obtained, and it is concluded that the relationship founds statistically significant.

In addition a correlation coefficient (Spearman's Rho) of 0.862 was obtained. This means that the correlation is considerable positive.

This investigation is of great relevance for the Banco de la Nación, because it analyzes the impact on customer satisfaction. Currently, officials are called to assume the commitment to responsibly meet the demands of clients as agents committed to the transformation of behavior.

Keywords: service, satisfaction.