



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**“TRANSPARENCIA EN LA INFORMACIÓN FINANCIERA Y  
LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE  
EN LA AGENCIA CAPÓN DEL BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ” LIMA-2013**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA:  
MAGALY ARACELY POLO PAYTAN**

**ASESORA:  
Mg. TERESA GONZÁLES MONCADA**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:  
GERENCIA EMPRESARIAL**

**LIMA – PERÚ**

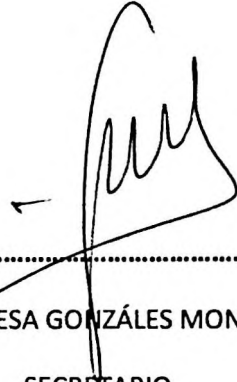
**2014**

**JURADO**

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke, positioned above a dotted line.

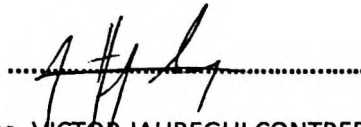
Dr. BERNARDO COJAL LOLI

PRESIDENTE

A handwritten signature in black ink, featuring a large, sweeping loop at the top and several smaller loops below, positioned above a dotted line.

Mg. TERESA GONZÁLES MONCADA

SECRETARIO

A handwritten signature in black ink, with a prominent vertical stroke and several loops, positioned above a dotted line.

Eco. VÍCTOR JAUREGUI CONTRERAS

VOCAL

*“La clave para retener a los clientes es la satisfacción. Un cliente muy satisfecho se mantiene leal más tiempo, compra más, habla favorablemente acerca de la empresa y sus productos, presta menos atención a la competencia y es menos sensible al precio”.*

*Philip Kotler.*

**Dedicatoria:**

**Este trabajo de investigación está dedicado a Dios, a mi familia por el apoyo incondicional que me brindan cada día, a mi esposo por ser un gran compañero y apoyarme en cumplir mis objetivos profesionales, dedicarles este trabajo que con mucho esfuerzo he podido concluir para lograr obtener el tan ansiado título profesional.**

**Agradecimientos:**

**Mis agradecimientos sinceros son para mis profesores que estuvieron día a día apoyándome y asesorándome para lograr concluir mi trabajo de investigación, a mis padres por darme todo el apoyo incondicional.**

## **Declaración de Autenticidad**

**Yo Polo Paytan, Magaly Aracely con DNI N°..., a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales Escuela de Administración declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.**

**Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.**

**En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.**

**Lima, 29 de Abril del 2014**

**Polo Paytan, Magaly Aracely**

## **Presentación**

**Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada " TRANSPARENCIA EN LA INFORMACIÓN FINANCIERA Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA AGENCIA CAPÓN DEL BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ, LIMA-2013", con el objetivo de Identificar la relación entre la transparencia en la información y satisfacción de los clientes de la agencia Capón del Banco de Crédito del Perú- Lima, 2013. En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas.**

**Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.**

**Polo Paytan, Magaly Aracely**

## Índice

<b>JURADO</b>	<b>ii</b>
Dedicatoria	iv
Agradecimientos	v
Declaración de Autenticidad	vi
Presentación	vii
Índice	viii
Índice de tablas	x
<b>RESUMEN</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>xiii</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>13</b>
1.1 Problemas	34
1.1.1 Problema general	34
1.1.2 Problemas específicos	34
1.2 Objetivos	34
1.2.1 Objetivo general	34
1.2.2 Objetivos específicos	34
<b>II. MARCO METODOLÓGICO</b>	<b>35</b>
2.1 Hipótesis	35
2.2 Variables	35
2.2.1 Definición conceptual de la variable	35
2.3 Operacionalización de las variables	36
2.4 Metodología	37
2.5 Tipos de estudio	37
2.6 Diseño	38
2.7 Población, muestra y muestreo	38
2.8 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	39
	viii



2.9 Métodos de análisis de datos	40
2.10 Aspectos éticos	40
2.11 Confiabilidad y validez del instrumento	40
III. RESULTADOS	41
3.1 Análisis de la fiabilidad	41
3.1.1 Análisis de la fiabilidad para la variable independiente	41
3.1.2 Análisis de la fiabilidad para la variable dependiente	41
3.2 Análisis descriptivo	42
3.2.1 Análisis descriptivo de la variable transparencia en la información	42
3.2.2 Análisis descriptivo de la variable satisfacción del cliente	50
3.3 Análisis correlacional- contrastación de hipótesis	56
3.3.1 Contrastación de la hipótesis general	56
3.3.2 Contrastación de la hipótesis específica 1	59
3.3.3 Contrastación de la hipótesis específica 2	62
3.2.4 Contrastación de la hipótesis específica 3	65
IV. DISCUSIÓN	69
V. CONCLUSIONES	72
VI. RECOMENDACIONES	74
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	75
VIII. ANEXOS	78
Anexo 01: Cuestionario	78
Anexo 02: Matriz de consistencia	82
Anexo 03: Informe de opinión de expertos del instrumento de investigación	83
Anexo 04: Promedio de validaciones de juicio de expertos	95

## INDICE DE TABLAS

1. Tabla Nro 1 Cada vez que hace una consulta telefónica le atienden y orientan efectivamente sin restricciones.	42
2. Tabla Nro 2 Las cartas y notificaciones respecto a una deuda o información relevante a su cuenta le llegan con tiempo y dentro de los plazos previstos para que se acerque a cualquier oficina de la empresa.	43
3. Tabla Nro 3 Cada vez que presenta una queja la empresa le responde dentro del tiempo ofrecido con soluciones aceptables.	44
4. Tabla Nro 4 Las solicitudes presentadas a la empresa son recibidas inmediatamente y se le da un plazo moderado para responder sus inquietudes.	45
5. Tabla Nro 5 El tiempo de espera a una queja, duda o consulta a la empresa se extiende más de lo establecido por la empresa.	46
6. Tabla Nro 6 Al solicitar al detalle información de tarifas y tasas esta se me brinda con claridad.	47
7. Tabla Nro 7 La empresa brinda información clara y precisa sobre los productos pasivos (ctas ahorros, ctas ctes, cuenta plaza, etc) y activos.	48
8. Tabla Nro 8 Se me informa con tiempo y transparencia cualquier cambio en mi cuenta o producto que he solicitado.	49
9. Tabla Nro 9 La espera para la atención en ventanilla y plataforma en la agencia Capón del Banco de Crédito del Perú es demasiado prolongada.	50
10.Tabla Nro 10 En la agencia Capón del Banco de Crédito del Perú los ambientes de atención no se abastecen para atender a toda la demanda del público.	51
11.Tabla Nro 11 Percibo que la mayoría del personal que labora en la agencia Capón del Banco de Crédito del Perú no se encuentra preparada para atender y orientar al público en ventanilla y plataforma.	52
12.Tabla Nro 12 Toda duda, problema o consulta que presento en la plataforma de la agencia Capón del Banco de Crédito del Perú lo solucionan adecuadamente.	53
13.Tabla Nro 13 Ante algún reclamo o queja el personal de la agencia Capón del Banco de Crédito del Perú muestra empatía con su problema.	54
14.Tabla Nro 14 La información recibida al momento de solicitar un producto financiero es explicada de manera clara, sencilla y procesada de manera efectiva.	55

## RESUMEN

### TRANSPARENCIA EN LA INFORMACIÓN FINANCIERA Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

EN LA AGENCIA CAPÓN DEL BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ, LIMA-2013 título de la investigación presenta como objetivo Identificar la relación entre la transparencia en la información y satisfacción de los Clientes de la agencia Capón del Banco de Crédito. El tipo de investigación corresponde al descriptivo-correlacional donde Hernández (2008) refiere que la investigación descriptiva es la forma más elemental de investigación a la que puede recurrir un investigador, el diseño de la investigación es no experimental, la población de estudio estuvo conformada por 250 clientes de la Agencia Capón del Banco de Crédito del Perú. La muestra final se obtuvo a través del cálculo estadístico alcanzando 151 clientes. La obtención de datos se realizó a través de una encuesta con su variante de recolección el cuestionario el cual consto de 24 preguntas por cada una de nuestras variables, donde la variable independiente: Transparencia en la información consta de 3 dimensiones, transparencia activa, transparencia pasiva y elementos satisfactorios, la variable dependiente: Satisfacción consta de 2 dimensiones: Elementos satisfactorios y elementos de desempeño. El proceso estadístico de los datos se realizó con el soporte del programa SPSS V. 21 el cual sirvió para realizar el análisis descriptivo y correlacional de las variables de estudio. Finalmente se realizó la discusión de los datos obtenidos cotejándolos con los antecedentes incluidos en la investigación, ello sirvió para construir las conclusiones y recomendaciones correspondientes.

Palabras claves: Transparencia en la información financiera, satisfacción de los clientes, transparencia activa, transparencia pasiva

## ABSTRACT

The research presented addresses the issue of implementation of transparency in financial reporting and customer satisfaction in Capon branch of Banco de Credito del Peru , Lima - 2013. Como overall objective was proposed to identify the relationship between transparency information and client satisfaction of Capon branch of Banco de Credito del Peru , Lima, 2013. The research corresponds to the descriptive - correlational non- experimental design where Hernandez (2008) reports that descriptive research is the most elementary form of research which can turn a researcher, the research design is not experimental, the study population consisted of 250 clients Capon Agency Banco de Credito del Peru. The final sample was obtained through statistical calculation reaching 151 customers. Data collection was conducted through a survey with its variant collection questionnaire which I consist of 24 questions for each variable, where the independent variable: Information transparency has 3 dimensions enable transparency, passive transparency and satisfactory elements and the dependent variable: Satisfaction has 2 dimensions: Elements and satisfactory performance elements. Statistical data processing was performed using SPSS V. 21 support program which was used to perform descriptive and correlational analysis of the study variables. Finally the discussion of comparing them with the background data included in the research was conducted; it was used to build the conclusions and recommendations.

**Keywords:** Transparency in financial reporting, customer satisfaction, transparency active, passive transparency