



ESCUELA DE POSGRADO

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Satisfacción del cliente interno y la calidad de servicio en el
área de créditos del BCP de la oficina principal Lima, 2016

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS MBA**

AUTORA:

Br. Tumbay Terrones, Fiorella Miluska

ASESOR:

Mg. Flores Sotelo, Willian Sebastián

SECCIÓN

Ciencias empresariales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Gerencia de talento humano

PERÚ – 2017

Página del jurado

Dr. Noel Alcas Zapata
Presidente

Dr. Rodolfo Talledo Reyes
Secretario

Mgtr. Willian Sebastian Flores Sotelo
Vocal

Dedicatoria

A mis padres por haberme dado la oportunidad de existir y la fuerza de seguir adelante.

Agradecimiento

Agradezco de manera muy especial a los colaboradores del área de créditos del "Banco de Crédito del Perú": Juan Silva y Jessica León por brindarme sus orientaciones oportunas en la elaboración de esta tesis, al "Banco de Crédito del Perú" que me acoge desde hace siete años atrás y me brinda la oportunidad de organizar mis tiempos y actividades para alcanzar mis nobles ideales y por último, pero no menos importantes a mis maestros por su paciencia y profesionalismo para poder concluir esta investigación.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Fiorella Miluska Tumbay Terrones, estudiante del Programa de Maestría en Administración de negocios MBA de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI n.º 44012057, respectivamente, con la tesis titulada la satisfacción del cliente interno y la calidad de servicio en el área de créditos del BCP de la oficina principal Lima, 2016, declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de autoría propia.
- 2) Se ha respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la presencia de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumimos las consecuencias y sanciones que de nuestras acciones se deriven, sometiéndonos a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

26 de diciembre de 2016

Br. Fiorella Miluska Tumbay Terrones

Presentación

Señores miembros del jurado calificador:

De conformidad con el Reglamento de Grados y títulos de la Universidad César Vallejo, pongo a vuestra consideración la evaluación de la tesis Satisfacción del cliente interno y la calidad de servicio en el área de créditos del BCP de la oficina principal Lima, 2016, elaborada con el propósito de obtener el grado académico de magister en Administración de negocios MBA.

En el presente trabajo, se estudia la relación de la Satisfacción del cliente interno y la calidad de servicio en el área de créditos del BCP. El estudio comprende los siguientes capítulos: El Capítulo I: Introducción, Capítulo II: Marco metodológico, Capítulo III: Resultados, Capítulo IV: Discusión, Capítulo V: Conclusiones, Capítulo VI: Recomendaciones, Capítulo VII: Referencias bibliográficas y Capítulo VIII: Anexos.

Espero la valoración que corresponda a la presente investigación, así como me dispongo a atender las observaciones y sugerencias formuladas, las mismas que permitan su enriquecimiento, lo que redundara en beneficio del personal de la empresa.

La autora.

LISTA DE CONTENIDOS

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Lista de contenidos	vii
Lista de tablas	ix
Lista de figuras	xi
Resumen	xii
Abstract	xiii
INTRODUCCIÓN	14
1.1 Antecedentes	15
1.2 Fundamentación científica, técnica o humanística	21
1.3 Justificación	41
1.4 Problema	42
1.5 Hipótesis	44
1.6 Objetivos	45
MARCO METODOLÓGICO	
2.1 Variables de la Investigación	47
2.2 Operacionalización de las Variables	50
2.3 Método de la Investigación	53
2.4 Tipo de Investigación	54
2.5 Diseño de la Investigación	54
2.6 Población	55
2.6.1 Población de estudio	55
2.7 Instrumentos de recolección de datos	55
2.7.1 Recolección de datos	55
2.7.2 Instrumentos de recolección de datos	55
2.7.3 Confiabilidad de los instrumentos	61
2.8 Métodos de análisis de datos	63

2.9 Aspectos éticos	64
RESULTADOS	
3.1 Descripción de resultados	66
3.1.1 Descripción de la Variable 1: Satisfacción del cliente Interno	66
3.1.2 Descripción de resultados de la Variable 2: Calidad de Servicio	67
3.2 Prueba de hipótesis	68
3.2.1 Hipótesis general	68
3.2.2 Hipótesis específicas	69
DISCUSIÓN DE RESULTADOS	72
CONCLUSIONES	77
RECOMENDACIONES	80
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	82
ANEXOS	86

Lista de tablas

Tabla 1: Autores que conceptualizan a la satisfacción del cliente interno.	26
Tabla 2: Autores que conceptualizan la calidad de servicio.	36
Tabla 3: Cantidad de Ítems por dimensiones: Variable (01) La Satisfacción del Cliente Interno.	50
Tabla 4: Escala de medición: Variable (01) Satisfacción del Cliente Interno.	51
Tabla 5: Variables, dimensiones e indicadores: Variable (01) Satisfacción del Cliente Interno.	51
Tabla 6: Cantidad de Ítems por dimensiones - Variable (02) Calidad de servicio.	52
Tabla 7: Escala de medición: Variable (02) Calidad de servicio.	52
Tabla 8: Variables, dimensiones e indicadores: Variable (02) Calidad de servicio	53
Tabla 9: Población de Área de Créditos – Colaboradores del BCP.	55
Tabla 10: Escala de medición: Variable (01) La Satisfacción del Cliente Interno.	56
Tabla 11: Niveles de La Satisfacción del Cliente Interno	57
Tabla 12: Niveles de las dimensiones de la variable (X) La Satisfacción del Cliente Interno.	57
Tabla 13: Consolidado de Niveles de las dimensiones de la variable (01) La Satisfacción del Cliente Interno.	58
Tabla 14: Escala de medición y rangos: Variable (02) Calidad de Servicio.	59
Tabla 15: Niveles de Calidad de Servicio.	60
Tabla 16: Niveles de las dimensiones de la Variable (02) Calidad de Servicio.	60
Tabla 17: Consolidado de Niveles de las dimensiones de la Variable (02) Calidad de Servicio.	61
Tabla 18: Experto validador de los instrumentos.	61
Tabla 19: Criterios de Evaluación por Expertos.	62
Tabla 20: Alfa de Cronbach: Variable (01) La Satisfacción del Cliente Interno.	62
Tabla 21: Alfa de Cronbach: Variable (02) Calidad de Servicio.	63
Tabla 22: Descripción de los Niveles de la satisfacción del cliente.	66
Tabla 23: Descripción de los Niveles de la Calidad de Servicio.	67
Tabla 24: Coeficiente de correlación de Spearman entre la dimensión Organización y Calidad de servicio.	68
Tabla 25: Coeficiente de correlación de Spearman entre la dimensión Organización y Calidad de servicio.	69

Tabla 26: Coeficiente de correlación de Spearman entre la dimensión Organización y Calidad de servicio. 70

Tabla 27: Coeficiente de correlación de Spearman entre la dimensión Organización y Calidad de servicio. 71

Lista de figuras

Figura 1. Triángulo del servicio interno	28
Figura 2. Mapa de ciclo de servicio	38
Figura 3. Dimensiones de la Calidad	39
Figura 4. Niveles de la Satisfacción del Cliente Interno	66
Figura 5. Niveles de la Calidad de Servicio	67

Resumen

Se observa que en los últimos años el sector financiero se ha desarrollado de forma notable y competitiva en el país, al igual que el buen trato y servicio al ofrecer un producto. Por este motivo, el concepto de satisfacción del cliente interno y la calidad de servicio ha tomado mucha importancia para aquellas organizaciones modernas que compiten por tener resultados satisfactorios para los clientes externos e internos. Por ello, la presente investigación tiene como objetivo determinar la relación entre la satisfacción del cliente interno y la calidad de servicio en el área de créditos del BCP de la oficina principal lima, 2016.

Con respecto a la metodología, se realizó bajo el esquema del método hipotético deductivo y de tipo básica sustantiva, ya que tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos variables. La presente investigación posee un diseño correlacional. La muestra de estudio estuvo conformada por 44 colaboradores del área de créditos del BANCO DE CREDITO DEL PERÚ. El instrumento utilizado para recoger datos de la variable (1) Satisfacción del cliente interno fue un cuestionario y para recoger los datos de la variable (2) calidad de servicio también fue un cuestionario.

En base a los resultados obtenidos, se ha demostrado un $Rho = 0.374$ que determino que existe relación positiva y significativa entre la satisfacción del cliente interno y la calidad de servicio en el área de créditos del BCP, 2016.

Palabras claves: Satisfacción del cliente y calidad de servicio.

Abstract

Recent years, we can see that the financial sector has developed in a remarkable and competitive way in Perú, as well as the good treatment and service quality has become ever more important for modern business organizations that compete to achieve satisfactory results for external and internal customers.

The research objective of the study is to determinate the relationship between internal customer satisfaction and service quality in the credit area of the principal office lima of banco de crédito del Perú, 2016.

Respect to the methodology, this was done according to the deductive hypothetic method and is of correlational type. This is because the purpose is to know the relationship or degree of association that exist between two variables.

The present research has non-experimental design. The simple of the study was formed by 44 collaborators of the credit area of banco de crédito del Perú.

The instrument used to collect data from the Variable (1) Internal customer satisfaction – and data from the Variable (2) Service Quality, were used from questionnaires.

Based on the result obtained, it has been demonstrated a $Rho=0.374$ to determinate that there is a positive and significant relationship between the internal customer satisfaction and service quality in the credit area of the principal office lima of banco de crédito del Perú, 2016.

Key words: Internal customer satisfaction and Service quality.