

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADEMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PLAN DE TESIS**

**“INFLUENCIA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ EN LA CIUDAD DE AYACUCHO EN EL AÑO 2017.”**

**PRESENTADO POR:**

# MENDEZ LLALLAHUI, ANDREA INES.

**DOCENTE: MG. MOLINA GUILLEN JAN KEI SAMIR**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**Ayacucho, Julio del 2017**

INDICE

[MENDEZ LLALLAHUI, ANDREA INES. 1](#_Toc488421087)

[Capítulo I: Problema 3](#_Toc488421088)

1.1[Planteamiento del Problema 3](#_Toc488421089)

[1.2 Formulacion del problema 5](#_Toc488421090)

1.3 [Objetivo: General y Específicos 5](#_Toc488421091)

1.4[Justificación 6](#_Toc488421092)

[Capítulo II: Marco Teórico 7](#_Toc488421093)

[2.1 Antecedentes 7](#_Toc488421094)

2.2 [Bases Teóricas 11](#_Toc488421095)

[2.3 Hipótesis 13](#_Toc488421096)

[2.4 Definición de Términos 14](#_Toc488421097)

[2.5 Identificación de Variables 16](#_Toc488421098)

[2.6 Definición Operativa de Variables e Indicadores: 17](#_Toc488421099)

[Capítulo III: Metodología de la Investigación 20](#_Toc488421100)

[3.1 Ámbito de estudio 20](#_Toc488421101)

[3.2 Tipo de Investigación 20](#_Toc488421102)

[3.3 Nivel de Investigación 20](#_Toc488421103)

[3.4 Método de Investigación 21](#_Toc488421104)

[3.5 Diseño de Investigación 21](#_Toc488421105)

[3.6 Población, Muestra, Muestreo 22](#_Toc488421106)

[3.7 Técnicas e instrumentos de Recolección de Datos 23](#_Toc488421107)

[3.8 Procedimiento de Recolección de Datos 24](#_Toc488421108)

[3.9 Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos 24](#_Toc488421109)

[Capítulo IV: Aspecto Administrativo 26](#_Toc488421110)

[4.1. Potencial Humano 26](#_Toc488421111)

[4.2. Recursos Materiales 26](#_Toc488421112)

[4.3. Cronograma de Actividades 27](#_Toc488421113)

[4.4. Presupuesto 28](#_Toc488421114)

[4.5. Financiamiento 28](#_Toc488421115)

[BIBLIOGRAFIA 29](#_Toc488421116)

[ANEXOS Y MATRIZ DE CONSISTENCIA 30](#_Toc488421118), 31,32

# Capítulo I: Problema

## 1.1 Planteamiento del Problema

**“Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en el banco de crédito del Perú en la ciudad de Ayacucho en el año 2017.”**

La calidad de servicio existen varias definiciones como lo definen varios autores. Conceptualiza como “las características de un producto o servicio qué lo proporcionan la capacidad de satisfacer las necesidades de los clientes”. Deming, E. (1989) propone la calidad en término de la capacidad que se tiene para garantizar la satisfacción del cliente.

La calidad es el eje central de la investigación, este concepto involucra la imagen que la empresa proyecta tanto en el interior y exterior y mejora continua un producto o servicio. La importancia que en termino ha alcanzado en las empresa de servicio en los últimos años, ha sido tal como estas organizaciones se han visto en la necesidad de implementar estrategias de calidad a fin de proporcionar no solo un servicio óptimo sino satisfacer las necesidades de los clientes, convirtiéndose en una ventaja competitiva, recursos valiosos para conseguir clientes y sobre todo para fidelizarlos.

La investigación que se va realizar se llevara a cabo en la región de Huamanga en el Banco de Crédito del Perú está ubicado en la plaza mayor. Que Ha venido realizando sus operaciones en la región huamanga en el año 1998 conforme a sus objetivos y metas propuestas de brindar un buen servicio de crédito con el fin de lograr una satisfacción adecuada con sus clientes para obtener recompensas.

Los problemas observados en la entidad financiera se encontró los problemas el comportamiento de los trabajadores nuevos tienden a generar nuevas habilidades para mantener su puesto de trabajo ya que uno de los puntos débiles de poco conocimiento del sistema, y de los cajeros automáticos, falta de entendimiento por las personas de poco conocimiento de los cajeros y tarjetas, y las preferencial a los clientes de alta sociedad.

En el BCP la satisfacción del cliente tiene un porcentaje mínimo pero se debe superar las expectativas que tiene, para llegar a un nivel de satisfacción óptimo, son los trabajadores que interactúan directamente con el cliente, los problemas que se ha podido observar y presentar en el área de ventanilla, y en las otras áreas y las preferencias a los clientes de alta sociedad y condiciones, y el Fallo de los sistemas. Para llegar al objetivo de este estudio sobre la calidad de servicio se realizará mediante encuestas, entrevista, entre otros para poder detectar el nivel de satisfacción y las condiciones laborales que presentan los colaboradores de la BCP de Ayacucho y conocer el comportamiento de manera individual. Algunos objetivos de los estudios de calidad de servicio, identificar aquellos factores organizacionales de mayor incidencia positiva o negativa en la actualidad, proponer sugerencias para mejorar los niveles de motivación del personal y disponer de información relevante para la elaboración de planes estratégicos.

## 1.2. Formulación del Problema

**1.2.1. PROBLEMA GENERAL**

¿Cuál es la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del BANCO CREDITO DEL PERU en la ciudad de Ayacucho en el año 2017?

## 1.2.2. PROBLEMAS ESPECIFICOS

* ¿Cómo influye calidad de servicio de los trabajadores en el Banco Crédito del Perú en la ciudad de Ayacucho en el año 2017?
* ¿Cuál es el nivel de satisfacción del cliente en el Banco Crédito del Perú en la ciudad de Ayacucho en el año 2017?
* ¿De qué manera se relaciona la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en la ciudad de Ayacucho 2017?

## 1.3. Objetivo: General y Específicos

* + 1. **Objetivo general**

Determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en el banco crédito del Perú en la ciudad de Ayacucho en el año 2017

**1.3.2 objetivos específicos**

* Evaluar el nivel de relación de la calidad de servicio en los trabajadores en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Ayacucho en el año 2017
* Medir nivel de satisfacción del cliente en el Banco Crédito del Perú en la ciudad de Ayacucho en el año 2017.
* Evaluar el nivel de relación da calidad de servicio y satisfacción del cliente en el Banco Crédito del Perú en la ciudad de Ayacucho en el año 2017.

## 1.4. Justificación

La investigación realizada surge con la incomodidad de muchos clientes ya que en las entidades financieras se encuentra la falta de entendimiento hacia los clientes que tiene poca información de los servicios ofrecidos.

En la actualidad de acuerdo con el tiempo los clientes ven las expectativas de las organizaciones de como ofrecen sus servicios y las estrategias que toman en cuenta para que puedan satisfacer sus necesidades.

El desarrollo de este proyecto es muy importante para poder relacionar la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en el cual es importante implementar estrategias, Para el beneficio del cliente y la organización. Con el objetivo de llegar a conocer mejor a los clientes de cuáles son las dificultades que presentan cada uno de los clientes que acuden a la financiera que realizan distintas transacciones.

La calidad de servicio es importante investigar, el propósito de medir y evaluar la relación entre la calidad de servicio en la satisfacción del cliente, para determinar su influencia dando a conocer nuevas ideas de mejoramiento y buscar nuevas soluciones a los problemas que presente en el proceso de trabajo, reducción de tiempo y recursos logrando una adecuada satisfacción del cliente.

Donde ayudará a mejorar la gestión administrativa en relación con la calidad de servicio y satisfacción del cliente en el Banco de Crédito del Perú, estableciendo un estudio directo entre colaboradores y clientes.

La investigación realizada en la mayor parte de estudio sobre calidad de servicio se ha orientado las mismas variables.

Mediante el presente proyecto de investigación se pretende identificar la calidad de servicio en el Banco de Crédito del Perú y como éste repercute en la satisfacción de sus clientes, asumiendo que el personal presente una adecuada comunicación y calidad de servicio y cumpliendo con las expectativas del cliente ya que el ambiente también influye, disponer de la información relevante para la elaboración de planes estratégicos y dar soluciones.

# 

# Capítulo II: Marco Teórico

## 2.1 Antecedentes

**José Santiago Merino (1999)** realizo una tesis titulada “la calidad de servicio bancario”. El objetivo de investigación analizar en profundidad los aspectos que componen la calidad de servicio de las entidades financieras y la relación existente entre la calidad de servicio, satisfacción y fidelidad de la clientela. La hipótesis principal que planteo el autor se clasificaron en cuatro:

* Respecto a la validez d los diferentes constructos de calidad de servicio.

HI: La Calidad de Servicio Percibida es más adecuada para predecir la fidelidad

Futura que otras formas de medir el constructor, como la Calidad Percibida

Expectativas o la Calidad Percibida- Expectativas por Importancia.

H2: La Calidad de Servicio Bancario es un constructo multidimensional, cuyo

Número de dimensiones sobrepasa las actualmente contempladas en el estudio De la calidad en el sector servicios

* Respecto a la forma de medir la calidad de servicio bancario

H3: La medición basada exclusivamente en el rendimiento (Calidad de Servicio Percibida) es más adecuada que la basada en el rendimiento menos las expectativas (Calidad de Servicio Percibida-Expectativas).

H4: La Calidad de Servicio Percibida es un constructo multidimensional, de un

Gran número de factores, por lo que su utilización resulta harto dificultosa y

Poco operativa, aconsejando la búsqueda de fórmulas más sencillas.

* Respecto a la relación entre de servicio percibido – satisfacción y lealtad.

H5: La Satisfacción del cliente es un constructo diferente a la Calidad de Servicio Percibida.

H6: La Satisfacción del cliente es un antecedente de la Calidad de Servicio

Percibida.

H7: La Calidad de Servicio ya no es el factor principal para ganar la lealtad del cliente.

El universo de estudio lo integran los usuarios de servicios bancarios mayores de 18 años residentes en la Comunidad de Madrid. La muestra de 1198 individuos fue estratificada. Conclusión que se llegó se deduce que el nivel de cultura financiera de los madrileños ha evolucionado, conllevando un incremento de los niveles de exigencia respecto de las entidades en aspectos como los relacionados con la calidad de servicio y condiciones económicas de las transacciones el mercado financiero de las economías particulares está saturado, con una tasa de bancarización en los mayores de 16 años superior al 90 %.

**Luis Humberto Roldán Arbieto (2010)** realizo una tesis titulada “calidad de servicio y lealtad de compra del consumidor en supermercados limeños. “El objetivo del investigador que si existe una relación entre la calidad de servicio y la lealtad de consumidor en los supermercados limeños. Y la hipótesis que se llegó a plantear La hipótesis subyacentes están relacionadas con medir el grado de relación entre estas dos variables y el grado de relación de cada una las dimensiones de la calidad de servicio (fiabilidad, evidencias físicas, interacción personal y políticas) con la lealtad, medidas a través de dos variables: intención de comportamiento y el comportamiento efectivo.

El autor tomo en cuenta el tamaño de la muestra utilizando el muestreo aleatorio simple, para el cálculo, se utiliza datos obtenidos del estudio pilot.

La muestra final estuvo conformada por 415 personas (cifra por encima del mínimo requerido, 372 excluyendo la tasa de no respuesta), que realizaron compras en los supermercados considerados en el estudio, al menos una vez el último mes, es decir, las cuatro semanas anteriores. Las personas entrevistadas tenían edades entre 16 y 78 años.

La principal conclusión que se llegó la dimensión fiabilidad es determinada, principalmente, por las variables que miden si existe una indicación clara de los precios, si hay una comunicación adecuada y oportuna de sus promociones, y si entregan tickets claros y bien especificados.

**Salvador Miquel peris (2008)** realizo una tesis titulada” relación entre calidad satisfacción el ámbito hospitalario en función del modelo d gestión”. El objetivo principal determinar las variables relacionadas con la calidad con el que determina las variables relacionadas con la satisfacción de los usuarios con un hospital. La hipótesis que planteó el investigador por dos observaciones tras una investigación exploratoria y cualitativa la medición de posible coincidencia entre las dimensiones tuvo que esperar a una fase de investigación cuantitativa.

El autor que tomo en cuenta para su investigación el instrumento que le permitió cuantificar la calidad de servicio: SERQUAL.

La conclusión que llego la satisfacción global en los tres hospitales. Influye forma constante “satisfacción con el personal médico y de enfermería “dado que la satisfacción con las instalaciones es el elemento que más contribuya a la formación de la satisfacción global podemos concluir en necesidad de abordar una forma estructural del nuestros centros o diseños funcionales de nuestra institución asistencial que satisfagan y se adoptan las necesidad de los pacientes eficaz, eficiente. De calidad y adaptada a las necesidades de nuestra sociedad actual.

**Gelsi m. Álvarez c. (2012)** realizo una tesis titulada **“**satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados “el objetivo principal de la investigación .determinar el grado de satisfacción de los clientes, con respecto a la calidad del servicio ofrecido, en una red de supermercados del gobierno. El investigador aplico el instrumento CALSUPER EN PDVAL a nivel nacional para conocer la percepción del cliente en relación a la calidad de servicio en cada uno de los estados.

**Investigación explorativa:** mediante entrevista de grupo se efectuó un estudio preliminar de carácter cualitativo para familiarizarse en estudio, donde realizaron la redacción del cuestionario dirigido a analizar la calidad de servicio de empresas.

**Investigación descriptiva:** mediante encuestas realizadas a una muestra representativa del cliente, donde cuantificaron los comportamientos y obtuvieron la opinión de los consumidores.

El investigador desarrollo “estructura multidimensional dad dela calidad de servicio en cadenas de supermercados: desarrollo y validación de la escala calsuper.”

La hipótesis que llego transaccional o transversal porque la recolección de los datos se efectuó en un momento determinado. A la conclusión que llego el investigador, se evaluó la calidad del servicio ofrecido en una red de supermercados del gobierno, PDVAL, la cual dispone actualmente de 142 distritos capital.

**María victoria tequeña Ponce (2007)** realizo una tesis titulada” Calidad de servicio desde la perspectiva de clientes, usuarios y auto- perfección de empresas de captación de talento”. Con el objetivo principal determinar la calidad de servicio desde la perspectiva de los clientes, usuarios del proceso y la auto-percepción de las empresas de capacitación de talento. La hipótesis planteada.

* La hipótesis alterna las medidas poseen una diferencia significativa entre ellas
* La hipótesis nula plantea que las medidas década muestra son iguales es decir que no existen diferencias.

El autor hiso un diseño de investigación no experimental transaccional un instrumento realizado es llamado SERQUAL diseñado por los expertos en investigaciones de mercado este instrumento es una escala tipo Likert. Los instrumentos utilizados para la tabulación y codificación en software SPSS para el análisis la estadística descriptiva y la estadística inferencial. A la conclusión que llego En la calidad de servicio prestada por las empresas cazadoras de talento. Los gerentes generales creen que están prestando un buen servicio con un 60% en muy de acuerdo, es decir, según los gerentes generales, las organizaciones ven que están percibiendo. Al igual en la dimensión garantía con un 80% en muy de acuerdo mientras que las organizaciones solo están de acuerdo con un 76,7% con los conocimientos y cortesía de los empleados y su capacidad de difundir confianza entre ellos.

## 2.2 Bases Teóricas

En las bases teóricas se desarrollará los conceptos de las principales variables definidas en la presente investigación, considerando la revisión literaria de diferentes autores. Así tenemos los conceptos de calidad de servicio, satisfacción del cliente y la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente.

**2.2.1 Calidad de servicio**

**Concepto:**

La calidad de servicio se conceptualiza como la medición de un servicio en función de las expectativas de los consumidores sobre el servicio que se van a recibir y sus percepciones de los consumidores efectivamente prestado por la empresa.

* Según Bushel y Gale (1987)la calidad es lo que dice el consumidor y la calidad de un producto o servicio particular es lo que el consumidor percibe que es.

La calidad de servicio significa satisfacción del cliente, repetición de compra y recomendación posterior. Un consumidor satisfecho del cliente implica un incremento de la rentabilidad.

* Según Parasuraman, zeithmly Berry (1988) considera la calidad de servicio que consiste en la discrepancia entre los deseos de los usuarios acerca del servicio y la percepción del servicio recibido.
* Según Gronroos, (1988)define y se explica la calidad del servicio percibe a través de las experiencias con las actividades que el paradigma no confirmatorio seda entre el resultado de la prestación del servicio y las expectativas iniciales del mismo servicio marketing tradicional.
* Según W.edwars Deming (1989) planteo el control de la calidad no significaba alcanzar la perfección, más bien conseguir una eficiente producción con la calidad que espera en el mercado.
* Según Juran y gryna (1998)expone a la calidad como la adecuación para el uso satisfaciendo las necesidades del cliente.

Con el fin de cumplir con los estándares, esto consiste en observar el desempeño real, compararlo con un estándar, y después tomar medidas para observar si el desempeño es significativamente diferente del estándar.

* Según Steenkamp (1990) establece que la calidad de servicio percibe es un juicio evaluativo que se determina a través de una interacción entre el sujeto que evalúa y el objeto que es evaluado, siendo por tanto comparativo, personal y situacional.
* Según Ishikawa (1986)define la calidad como desarrollar, diseño, manufacturar un producto de calidad que sea el más económico, el útil y siempre satisfactorio para el consumidor.
* Según Bitner (1990**)** define la calidad de servicio percibida como una consecuencia de la experimentación satisfacción e insatisfacción.
  + 1. **Satisfacción del cliente**
* Según Kotler (2010) define la satisfacción del cliente como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”. Dicho de otra forma, “una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previos. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado”
* según Peterson y Wilson (1992)

La satisfacción del cliente es un campo de estudio amplio e incluye distintas disciplinas y enfoques. Este concepto ha sido enfocado desde perspectivas muy distintas y por autores pertenecientes a campos científicos diversos.

* Según Cronin y Taylor (1994) plantean que las valoraciones acerca de la calidad percibida requieren únicamente de la evaluación de las percepciones de los atributos constituyentes del servicio, excluyendo del análisis las expectativas. Numerosos estudiosos han demostrado que aplicar sólo las percepciones incrementa la confianza en el instrumento y, además disminuye la confusión y el sesgo derivado de tener que valorar dos veces una misma lista de atributos.

## 2.3 Hipótesis

**2.3.1 Hipótesis principal**

La Calidad de servicio influye significativamente en la satisfacción del cliente en el Banco de Crédito del Perú.

* + 1. **Hipótesis derivadas**

H1: Existe una relación directa en la calidad de servicio en el área administrativa de operaciones y la satisfacción del cliente del Banco de crédito del Perú

H2: existe relación directa en la calidad de servicio en el área de ventanilla y satisfacción de cliente en el Banco Crédito del Perú.

H3: los colaboradores prestan alta atención en la calidad de servicio que genera la satisfacción del cliente en el Banco de Crédito del Perú.

La hipótesis realizada es de la investigación de Correlacional causal

|  |  |
| --- | --- |
| **Calidad de servicio** | **Satisfacción del cliente** |
| Confiabilidad | Puntualidad y rapidez |
| Capacidad de respuesta | Amabilidad y comodidad |
| Accesibilidad: | Comunicación directa. |
| Seguridad | Inspirar confianza |
| Empatía | Comprensión del cliente |

## 2.4 Definición de Términos

**CALIDAD DE SERVICIO:**

Es la medición de un servicio en función de las expectativas de los consumidores sobre el servicio que se van a recibir y sus percepciones de los consumidores efectivamente prestado por la empresa.

**SATISFACCION DEL CLIENTE:**

Es una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previos. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado

**CONTROL INTERNO:**

a) “El control interno comprende el plan de organización y el conjunto de métodos y procedimientos que aseguren que los activos están debidamente protegidos, que los registros contables son fidedignos y que la actividad de la entidad se desarrolla eficazmente según las directrices marcadas por la administración”

b) Contra mayor y compleja sea una empresa, mayor será la importancia de un adecuado sistema de control interno, entonces una empresa unipersonal no necesita de un sistema de control complejo.

Pero cuando tenemos empresas que tienen más de un dueño, muchos empleados, y muchas tareas delegadas. Por lo tanto los dueños pierden control y es necesario un mecanismo de control interno. Este sistema deberá ser sofisticado y complejo según se requiera en función de la complejidad de la organización.

**RENTABILIDAD:**

a) La capacidad de una empresa para obtener utilidades o su rentabilidad, es la efectividad real de la misma, la cual depende de la eficiencia y eficacia de sus operaciones, así como de los medios o recursos que dispone. El análisis de rentabilidad concentra principalmente en la relación entre los recursos de las operaciones, según se representan en el estado de resultados y los recursos disponibles para la empresa como se presentan en el Balance General

b) Rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados

**EFECTIVIDAD:**

a) Son los resultados finales obtenidos mediante la eficiencia y eficacia, de todos los productos manufacturados vendidos o servicios prestados para obtener rendimientos financieros y económicos que generen valor agregado para sus accionistas o dueños; como a las interrelacionados del ente económico.

b) Efectividad se define como la 'Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera' y también como 'Realidad, validez'. En la primera acepción es, por tanto, equivalente a eficacia.

**PRODUCTIVIDAD:**

a) Son factores primordiales para identificar productividad, los indicadores financieros de rentabilidad, los cuales deben ser combinados con los de eficiencia y eficacia administrativas, operativas y financieras.

b) La productividad se mide por al “análisis Dupont”, tanto para activos como para patrimonio, en los cuales los factores ponderables son: la eficacia, la eficiencia y el multiplicador de patrimonio, con los cuales se maneja los recursos de la empresa.

**SISTEMA DE ORGANIZACIÓN:**

El avance incesante de la complejidad en la Administración y todos los evidentes defectos que ella acusa, ha puesto en guardia a los integrantes de las empresas los cuales han buscado los medios necesarios para sistematizar, controlar y dar mayor eficiencia a su administración.

## 2.5 Identificación de Variables

**Variable x** = calidad de servicio

**Variable y** = Satisfacción del Cliente

|  |  |
| --- | --- |
| **Calidad de servicio** | **Satisfacción del cliente** |
| El Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2001) define calidad como la “propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor”; y el servicio, como la “acción y efecto de servir; prestación humana que satisface alguna necesidad social y que no consiste en la producción de bienes materiales”. A partir de la década del 60, se realizaron los primeros desarrollos sobre calidad objetiva relacionada con calidad del producto y, como consecuencia del desarrollo del sector servicios en la economía mundial, en la década del 80, se desarrolló la calidad subjetiva que consideró aspectos tanto culturales y sociales como personales y psicológicos del individuo (Merino, 1999). | Satisfacción del Cliente Por satisfacción se entiende la evaluación que realiza el cliente respecto a un servicio y que depende de cómo el servicio respondió a sus necesidades y expectativas. Si esto no se cumple se produce la insatisfacción.  **Kotler (2010)** define la satisfacción del cliente como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado”.  **PETERSON Y WILSON (1992)**  La satisfacción del cliente es un campo de estudio amplio e incluye distintas disciplinas y enfoques. Este concepto ha sido enfocado desde perspectivas muy distintas y por autores pertenecientes a campos científicos diversos. |

## 2.6 Definición Operativa de Variables e Indicadores:

* VARIABLE INDEPENDIENTE: (X)

Calidad de servicio

* VARIABLE DEPENDIENTE: (Y)

Satisfacción del cliente

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| HIPOTESIS | VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES |
| La Calidad de servicio influye significativamente con la satisfacción del cliente | **Calidad de servicio:** “propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor”; y el servicio, como la “acción y efecto de servir; prestación humana que satisface alguna necesidad social y que no consiste en la producción de bienes materiales”. A partir de la década del 60, se realizaron los primeros desarrollos sobre calidad objetiva relacionada con calidad del producto y, como consecuencia del desarrollo del sector servicios en la economía mundial, en la década del 80, se desarrolló la calidad subjetiva que consideró aspectos tanto culturales y sociales como personales y psicológicos del individuo (Merino, 1999).  **Satisfacción del cliente:** evaluación que realiza el cliente respecto a un servicio y que depende de cómo el servicio respondió a sus necesidades y expectativas. Si esto no se cumple se produce la insatisfacción. | **Confiabilidad:**  **Capacidad de respuesta:**  **Accesibilidad:**  **Puntualidad rapidez:**  **Amabilidad y comodidad:**  **Comunicación directa:** | * respeto al cliente * ofreciendo producto o servicio de calidad. * voluntad de brindar un buen servicio. * operaciones rápidas respondiendo a las demandas   .   * facilidad de contacto y acercamiento. * lograr una atención adecuada al cliente   .   * establecimiento de horas adecuadas de atención. * satisfacción de necesidades. * respuesta adecuada a las expectativas. * Estado anímico del trabajador. * facilidad de operaciones * fácil entendimiento con el cliente. |

# Capítulo III: Metodología de la Investigación

## 3.1 Ámbito de estudio

El ámbito de estudio de la investigación será únicamente a los clientes y trabajadores de la población de Ayacucho del Banco de Crédito del Perú, así conociendo y evaluando a los mismos alcanzando los objetivos de estudio.

## 3.2 Tipo de Investigación

La investiga realizada será de tipos no experimental de tipo descriptivo correlaciónales causales.

El tipo de mi investigación realizada es correlacional causal donde la variable (X) es la calidad de servicio y la satisfacción de cliente es la variable (Y). La variable “Y” va depender mucho de la variable “X”

## 3.3 Nivel de Investigación

Descriptiva: La forma en cómo se obtienen las encuestas y entrevistas a los clientes y trabajadores del Banco del Crédito de la ciudad de Ayacucho.

## 3.4 Método de Investigación

El método de investigación que se va utilizar es el método inductivo y deductivo porque la investigación consiste en generalizar el tema.

El presente trabajo utilizara las siguientes técnicas de investigación cualitativa como cuantitativa:

El diseño cuantitativo es más confiable y cuestionable para realizar mi investigación.

* Del tipo transaccional o transversal donde recogeré una sola vez y analizare los datos de la información disponible del tema.
* Se realizara entrevistas los usuarios y clientes que pertenecen a la entidad. Que cual tienen el conocimiento de calidad de servicio.

## 3.5 Diseño de Investigación

Para el diseño de la investigación, emplearemos el de una investigación por objetivos conforme al esquema siguiente:

Oe1---------------------cp1

OG Oe2---------------------cp2 CF

Oe3---------------------cp3

DONDE:

OG= objetivo general

CF= conclusión final

HG= hipótesis general

Oe= objetivo especifico

Cp= conclusión parcial

## 3.6 Población, Muestra, Muestreo

La unidad de análisis en la investigación de la entidad financiera Banco Crédito del Perú .se obtienen las siguientes caracterizaciones como son:

* Personas naturales y jurídicas
* La obtención de tarjeta de crédito
* Pertenecen a las pymes
* Transacciones

El tipo de muestra no probabilística por que la investigación realizada depende mucho de las características que se muestra de la población.

Tome en cuenta la muestra no probabilística es conveniente para la investigación que estoy realizando son las menos confiables, pero las más frecuentes y convenientes.

* **Calculo de la población**

La población del banco de crédito del Perú .en la ciudad de huamanga tiene 80 trabajadores en los cuales 14 trabadores en la atención en ventanilla.

Población de huamanga: **221,390**

Participación de mercado de la **BCP: 30%**

Muestra:

n = Tamaño de muestra

Z = Estimación estándar o normal

E = Error

p = Aceptación o positivo

q = Desaprobación o negativo

N = Población total

221,390\*0.30%

Población: 66,417

* **Calculo de la muestra**

El cálculo de mi muestra es de muestra es de 884 donde se encuentra diferentes clientes.

## 3.7 Técnicas e instrumentos de Recolección de Datos

Técnicas:

* Observación
* Entrevista

Instrumentos:

* Guía de entrevista
* Guía de observación

## 3.8 Procedimiento de Recolección de Datos

Para la recolección de información de la presente investigación se utilizara la técnica de la encuesta. El instrumento que se utilizara en la investigación consiste en unos cuestionarios que contiene preguntas mixtas (abiertas y cerradas)

La aplicación del instrumento en el presente trabajo de investigación es el siguiente:

* Se determinara la muestra de estudio
* Se aplicara el instrumento de recolección de datos
* Los datos serán convertidos en cuadros estadísticos
* Se hará el análisis y discusión de resultados
* Se elaborará el informe

## 3.9 Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

ENCUESTA:

Esta herramienta es la más utilizada en la investigación. De esta manera, las encuestas pueden realizarse para que el sujeto encuestado plasme por si mismo las respuestas en el papel.

Diseño de contrastación:

El diseño de contrastación es transeccional (correlacional – causal)

rR

DÓNDE:

M= Muestra de estudio

X= Calidad de Servicio

Y= Satisfacción del cliente

r= Relación

En el proceso se utilizara el método descriptivo - analítico, es decir se analiza las variables para luego llegar a conclusiones generales.

Para el análisis de datos se utilizara cuadros y graficos, para el procedimiento de la información se usará el programa Microsoft Office Excel 2010, y finalmente para la presentación de la información se usará el programa Microsoft PowerPoint 2010

# Capítulo IV: Aspecto Administrativo

## 4.1. Potencial Humano

El potencial humano en mi investigación será mi propia investigación de la mano con mi asesor de tesis, para así lograr un adecuado análisis y optimas conclusiones que sean de ayuda a la investigación en el departamento de Ayacucho.

## 4.2. Recursos Materiales

* Escritorio
* Sillas
* Hojas bond
* Tinta para impresora
* Laptop
* Lapiceros
* Cuadernillos
* Lápices
* Impresora
* Otros

## 4.3.. Cronograma de Actividades

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| MES | JUNIO | | | | JULIO | | | | AGOSTO | | | | SETIEMBRE | | | | OCTUBRE | | | | NOVIEMBRE | | | |  |
| ACTIVIDAD SEMANA | 1º | 2º | 3º | 4º | 1º | 2º | 3º | 4º | 1º | 2º | 3º | 4º | 1º | 2º | 3º | 4º | 1º | 2º | 3º | 4º | 1º | 2º | 3º | 4º |
| REVISIÓN DE REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| FORMULACIÓN DEL PROBLEMA |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| EVALUACIÓN PRELIMINAR |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| DETERMINACIÓN DE LOS OBJETIVOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| DETERMINACIÓN DE LAS HIPÓTESIS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| RECOLECCIÓN DE DATOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ANÁLISIS E INTERPRETACION DE LOS DATOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| .-EVALUACIÓN DE ARGUMENTOS |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| .- REDACCIÓN DE CONCLUSIONES |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| REDACCIÓN CAPITULARIO |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| REVISIÓN DE INFORME |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| COMUNICACIÓN |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

## 4.4. Presupuesto



## 4.5. Financiamiento

Financiamiento propio:

|  |  |
| --- | --- |
| DESCRIPCIÓN | TOTAL (SOLES) |
| Papel bond | S/45.00 |
| Tinta | S/60.00 |
| Empastado | S/90.00 |
| Gastos de tipeo | S/500.00 |
| Movilidad local | S/120.00 |
| Otros gastos | S/70.00 |
| Asesor | S/1000.00 |
| TOTAL | S/1885.00 |

# BIBLIOGRAFIA

Milkovich y Boudreau, (1994) pag : 27

### [Artículos académicos para Gómez Gómez et al (1999, 229)](http://scholar.google.com.pe/scholar?q=G%C3%B3mez+G%C3%B3mez+et+al+(1999,+229)&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart&sa=X&ved=0ahUKEwiR8abTusbJAhUDbR4KHSA1BsUQgQMIGDAA)

* Oswaldo Clemente Pelaes León (2010) UNMSM
* Bach. Uceda Pintado, Indira Lizeth (2013) cybertesis.unmsm.edu.pe
* Dulce María Sosa y cols (2012) tesis.pucp.edu.pe
* [Zeithaml, Parasuraman y Berry](http://books.google.es/books?id=apHbsjHxroEC&printsec=frontcover&dq=Zeithaml,+Parasuraman+y+Berry&hl=es&sa=X&ei=XIGBT5eXE6ef0QWc1ciYBw&ved=0CDQQ6AEwAA#v=onepage&q=Zeithaml%2C%20Parasuraman%20y%20Berry&f=false) El Modelo SERVQUAL
* tesis.pucp.edu.pe
* Chiavenato (2000) séptima edición cap. 56\_27
* CybertesisUNMSM
* cybertesis.unmsm.edu.pe
* <http://www.redalyc.org/>
* <http://www.eumed.net/>
* <https://books.google.com.pe/>
* <http://www.redalyc.org/pdf/944/94401905.pdf>
* <http://biblioteca.ucm.es/tesis/19972000/S/2/S2034501.pdf>
* <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20503411>
* <http://www.redalyc.org/pdf/109/10900303.pdf>
* <http://www.sedisa.net/documentos/num4_libros.pdf>
* <https://books.google.com.pe/books?hl>

# ANEXOS Y MATRIZ DE CONSISTENCIA





|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| PROBLEMA | OBJETIVO | MARCO TEORICO | HIPOTESIS | VARIABLES | METODOLOGIA |
| ¿Cuál es la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del BANCO CREDITO DEL PERU en la ciudad de Ayacucho en el año 2017?  **PROBLEMAS ESPECIFICOS**   * ¿Cómo influye calidad de servicio de los trabajadores en el Banco Crédito del Perú en la ciudad de Ayacucho en el año 2017? * ¿Cuál es el nivel de satisfacción del cliente en el Banco Crédito del Perú en la ciudad de Ayacucho en el año 2017? * ¿De qué manera se relaciona la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en la ciudad de Ayacucho 2017? | **Objetivo general**  Determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en el banco crédito del Perú en la ciudad de Ayacucho en el año 2017  **objetivos específicos**   * Evaluar el nivel de relación de la calidad de servicio en los trabajadores en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Ayacucho en el año 2017. * Medir nivel de satisfacción del cliente en el Banco Crédito del Perú en la ciudad de Ayacucho en el año 2017. * Evaluar el nivel de relación da calidad de servicio y satisfacción del cliente en el Banco Crédito del Perú en la ciudad de Ayacucho en el año 2017 | En el presente trabajo de investigación se fundamenta en las siguientes bases teóricas:   * conseguir una eficiente producción con la calidad que espera en el mercado. * la calidad como “la adecuación para el uso satisfaciendo de las necesidades del cliente. * la calidad de servicio consiste en la discrepancia entre los deseos de los usuarios acerca del servicio y la percepción del servicio recibido. | **Hipótesis principal**  La Calidad de servicio influye significativamente en la satisfacción del cliente en el Banco de Crédito del Perú.  **Hipótesis derivadas**  H1: Existe una relación directa en la calidad de servicio en el área administrativa de operaciones y la satisfacción del cliente del Banco de crédito del Perú  H2: existe relación directa en la calidad de servicio en el área de ventanilla y satisfacción de cliente en el Banco Crédito del Perú.  H3: los colaboradores prestan alta atención en la calidad de servicio que genera la satisfacción del cliente en el Banco de Crédito del Perú. | **INDEPENDIENTE**:  Calidad de servicio  **INDICADORES**   * Tangibilidad * Capacidad de respuesta * Fiabilidad * Seguridad: * Empatía   **DEPENDIENTE:**  Satisfacción del cliente  **INDICADORES**.   * Fidelización * Amabilidad * comodidad * comunicación abierta | * **Tipo de investigación:**   No experimental, transaccional o transversal de tipo descriptivo correlaciónales causales.  **Método de Investigación**  Inductivo, Deductivo.  **Diseño de investigación**  Descriptivos, diseño transeccional (Correlaciónales causales)  **Población:**  **Teórica**. Clientes del BANCO DE CREDITO DEL PERU.  **Diseño Muestran:**  No probabilístico |