



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“INFLUENCIA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN
LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN UNA
ENTIDAD BANCARIA”

Trabajo de investigación para optar el grado de:

Bachiller en Administración

Autor:

Omar Paredes Arango

Asesor:

Ramiro Rondón Tamayo

Lima - Perú

2018

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El asesor RAMIRO RONDON TAMAYO, docente de la Universidad Privada del Norte, Facultad de Negocios, Carrera profesional de Administración, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación y desarrollo de la investigación del (los) estudiante(s):

- Omar Paredes Arango

Por cuanto, **CONSIDERA** que el trabajo de investigación titulado: "INFLUENCIA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN UNA ENTIDAD BANCARIA" para aspirar al grado de bachiller por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas, por lo cual, **AUTORIZA** al(los) interesado(s) para su presentación.

RAMIRO RONDÓN TAMAYO

Asesor

ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El Sr(a) RAMIRO RONDÓN TAMAYO, ha procedido a realizar la evaluación del trabajo de investigación del (los) estudiante(s): *Omar Paredes Arango*, para aspirar al grado de bachiller con el trabajo de investigación: "INFLUENCIA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN UNA ENTIDAD BANCARIA"

Luego de la revisión del trabajo en forma y contenido expresa:

Aprobado

Calificativo: Excelente [20 - 18]

Sobresaliente [17 - 15]

Bueno [14 - 13]

Desaprobado

RAMIRO RONDÓN TAMAYO

Evaluador

DEDICATORIA

Quiero expresar mi agradecimiento principalmente a Dios quien guía mi camino, a mis padres los cuales son mi fortaleza y a mi esposa quien me motiva a ser mejor siempre.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a mi madre por el apoyo incondicional, Por su puesto al Prof. Ramiro Rondón quien con cada observación realizado a mi estudio ha contribuido a mejorar constantemente.

Tabla de contenido

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	2
ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	13
CAPÍTULO III: RESULTADOS	17
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	22
REFERENCIAS	20
ANEXOS	

¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Base de datos de publicaciones encontradas..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 2. Base de datos de artículos seleccionados..... 17

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Tipos de fuente por tipos de estudios.	16
<i>Figura 2.</i> Tipo de Fuente respecto al tipo de Instrumento que usan.	19
<i>Figura 3.</i> Total artículos encontrados, de acuerdo a su antigüedad.	19

RESUMEN

En este estudio se revisan los diferentes enfoques para el análisis de la calidad de servicio y satisfacción del cliente con respecto a su similitud o interrelación. A partir de una revisión documental sobre las definiciones y vinculación existe entre ambos términos se analiza la importancia para las entidades bancarias diferenciarse en cuanto a su calidad y la satisfacción de sus clientes. Se analizaron 12 documentos publicados entre los años 2006-2018, los aspectos analizados fueron el tipo de metodología, año de publicación, idioma, tipo de instrumento, relación con las variables del estudio. La información obtenida se obtuvo de la revisión de artículos de la base de datos de Redalyc, Dialnet, Scielo. En los resultados se observa aspectos fundamentales para mejorar la calidad en instituciones financieras, además de instrumentos. Se discuten los aspectos más relevantes que distintos autores mencionan acerca de las componentes de la calidad de servicio, así como la relación positiva o negativa de ambas variables, así mismo algunas de las limitaciones más en el transcurso de la revisión fueron encontrados en otro idioma y las distintas metodologías que aplicaban.

PALABRAS CLAVES: Percepciones, satisfacción del cliente, SERVQUAL.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

La calidad de servicio en la actualidad es un factor primordial en el éxito de una organización, más aun en un mercado competitivo en el cual los consumidores o clientes tienen expectativas más elevadas; la necesidad de las empresas en brindar un servicio satisfactorio a sus clientes es cada vez mayor, es por ello que muchas empresas buscan herramientas que influyan en la mejora continua de sus procesos.

La calidad de servicio es un aspecto imprescindible la cual debe de ser medido y controlado para evitar problemas que repercutan en el aspecto financiero y la imagen de la empresa, es por ello que existen diversos elementos o componentes los cuales permiten evaluar el nivel de la calidad que existe en una organización. Al respecto, Duque (2005) considera que existes distintas herramientas que permiten la medición del nivel de la calidad a través de la evaluación de las percepciones y expectativas siendo las cinco dimensiones más importantes las cuales conforman el modelo SERVQUAL Y SERVPREF el análisis de la fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta, empatía e intangibilidad de la empresa.

Un servicio bancario puede ser percibido desde los aspectos físicos hasta la conducta de los miembros de una organización. De acuerdo con Cobra (2002) (citado por Morillo y Morillo, 2009) los servicios bancarios es una combinación de aspectos tangibles (pagos, retiros, depósitos, servicios de transferencias, la atención amable en caja) e intangibles (la seguridad y responsabilidad de los funcionarios). Dado a lo anterior las instituciones financieras buscan la competitividad a través de una atención personalizada, tecnología moderna e instalaciones cómodas para el cliente.

Los términos de calidad y satisfacción del cliente son claves para la perdurabilidad de las instituciones financieras y en general. Para Dávila, et al. (2007) la orientación al cliente es un elemento crítico, la resolución de reclamos, las prestaciones de acuerdo a sus necesidades y la intención de este para superar las expectativas del cliente.

Los principales problemas que afronta una Institución bancaria son; un mercado saturado, clientes estrictos, largas colas que generan malestar en los usuarios y la falta de empatía hacia los clientes. Frente a ello existen casos de bancos que implementan sistemas para medir la satisfacción de sus clientes como por ejemplo Interbank, quien es el Primer banco en el Perú en utilizar el Pind Pad para evaluar en tiempo real el servicio que brinda con el fin de mejorar la relación con os clientes (Wavetec), así mismo, cambió radicalmente el formato de sus áreas de servicio convirtiéndolo en un escenario colaborativo y amigable. Bajo la perspectiva, Indecopi (2017) indica que los principales reclamos que muestran los clientes son ante entidades financieras, siendo los factores de los reclamos los cobros indebidos, malestar ante el cobro de altos intereses, etc.

Diversos estudios referidos a la calidad de servicio en instituciones financieras han determinado en base al Modelo SERVQUAL analizar las percepciones de los clientes y el grado de cumplimiento en base a sus expectativas. En su estudio Peñaloza (2015) determina la relación que existe entre la calidad y la satisfacción en el Banco de la Nación determinando que una cultura de trabajo en equipo es básica para mejorar la productividad. Garrido (2011) identifica la relación de estas variables en el Banco Ripley

determinando que las actitudes y comportamiento del personal son aspectos principales que inciden en el grado de satisfacción.

Según Iglesias (2011) el sector bancario pierde un 12% de sus clientes al año por desconocer los motivos de su insatisfacción. Ante ello Tschohl (2008) indica que se deben aplicar estrategias que minimicen las molestias a los clientes como: rapidez en sus transacciones, preocupación y cortesía en su atención, además de los beneficios tangibles que se le pueda otorgar. En su investigación Pizarro (2010) identifica estrategias como: la participación y compromiso de los asesores de servicios, la ejecución de tareas y la comunicación como aspectos que impactan en el nivel de satisfacción de los clientes.

La pregunta de la investigación establecida en la revisión sistemática fue ¿Qué se entiende por Calidad de servicio y satisfacción del cliente? ¿Cuáles son los componentes que permiten medir la calidad de servicio? ¿Cuál es la relación de la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios de una entidad bancaria? Así el objetivo es determinar las distintas definiciones de Calidad de servicio y satisfacción del cliente, determinar los componentes que miden la calidad de servicio, y analizar la relación de la calidad de servicio y satisfacción del cliente. A través de una revisión bibliográfica.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

Tipo de estudio

El presente estudio aplica la revisión sistemática de la literatura es definido como “un estudio integrativo, observacional, retrospectivo, secundario, en el cual se combinan estudios que examinan la misma pregunta” (Beltrán, 2005, p.62).

Identificación

La revisión bibliográfica sobre la calidad de servicio y satisfacción del cliente fueron encontradas en la base de datos de Redalyc, Scielo, Dialnet y repositorios digitales. Como estrategia de búsqueda se utilizó palabras clave: *Calidad de servicio, satisfacción de clientes, instituciones bancarias.*

Selección

Criterios de inclusión y exclusión

Se seleccionaron los artículos de acuerdo a los criterios de inclusión:

Artículos publicados en la base de datos de Redalyc, Scielo, Dialnet, Google academic entre los años 2005-2018, investigaciones con enfoque (cuantitativo y cualitativo), cuyo tema principal debe ser la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.

Como protocolo para la recolección de información de los artículos se tomó en cuenta a: el autor, año de publicación, tipo de metodología, fuente, país y tipo de variable. El recojo de la información se plasmó en una tabla de base de datos la cual muestra el análisis de cada artículo encontrado (Tabla N°1)

Proceso de revisión

Todos los artículos encontrados fueron analizados en comparación a los objetivos de la presente investigación que es determinar los componentes que miden la calidad de servicio, y analizar la relación de la calidad de servicio y satisfacción del cliente, el 60% de la investigación son de tipo cualitativo y el 40% de tipo cuantitativo.

Los criterios de exclusión, considera a investigaciones que sean publicadas en el idioma inglés, artículos publicados antes del 2005, investigaciones que no describan a alguna de las variables.

Tabla 1. Base de datos de publicaciones encontradas.

BASE DE DATOS DE ARTÍCULOS ENCONTRADOS									
N°	Autor(es)	Título	Enfoque	Metodología (alcance, diseño)	Estudio de trabajo (empírico o teórico)	Revista	País	Año	¿Qué variables se analizaron?
1	Clemencia, G. Araujo. A.	Calidad de los Servicios prestados por el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria.	Cualitativo	Descriptivo	Teórico	Redalyc	Venezuela	2010	Calidad de servicio
2	Dávila, J.	Calidad del servicio percibida por clientes de entidades bancarias de Castilla y León y su repercusión en la satisfacción y la lealtad a la misma	Cualitativo	Descriptivo	Teórico		Colombia	2008	Calidad de servicio
3	Dávila, J.	Análisis de la calidad del servicio que prestan las entidades bancarias y su repercusión en la satisfacción del cliente.	Cualitativo	Descriptivo	Teórico	Dialnet		2007	Calidad de servicio
4	Duque, E.	Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición.	Cuantitativo	Correlacional	empírico	Scielo	Colombia	2005	Calidad de servicio
5	García, L.	Calidad de servicio y satisfacción de los clientes del Banco Ripley S.A.	Cuantitativo	No experimental	empírico	Tesis	Perú	2011	Calidad de servicio
6	González, R.	Evaluación de la Calidad del servicio Percibida en entidades Bancarias a través de escala SERQUAL.	Cualitativo	Descriptivo	Teórico	Scielo		2015	Modelo SERQUAL

"INFLUENCIA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN
LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN UNA ENTIDAD BANCARIA"

7	Iglesias, A.	El sector bancario pierde un 12% de sus clientes al año por desconocer los motivos de su insatisfacción.	Cualitativo	Descriptivo	Teórico	Networld	Perú	2011	Calidad de servicio
8	Lazara, L. y Moula, P.	Evaluación de la calidad de servicio brindando por una Pyme.	Cualitativo	Descriptivo	Teórico	Redalyc	Argentina	2014	Calidad de servicio
9	Mora, C.	La calidad de servicio y la satisfacción del consumidor.	Cualitativo	Descriptivo	Teórico	Redalyc	Brasil	2011	Calidad de servicio y satisfacción del cliente
10	Morillo, M.	A calidad en el servicio y la satisfacción del usuario en instituciones financieras del municipio.	Cuantitativo	No experimental	empírico	Redalyc	Venezuela	2009	Calidad de servicio
11	Morillo, M. y Morillo, M	Análisis de la calidad del servicio que prestan las entidades bancarias y su repercusión en la satisfacción del cliente...	Cualitativo	Descriptivo	Teórico	Contaduría y Administración		2009	Calidad de servicio
12	Peñaloza, G.	Calidad de servicio y satisfacción de los clientes en el Banco de la Nación Puno	Cuantitativo	No experimental	empírico	Tesis	Perú	2015	Calidad de servicio
13	RPC.	Interbank implementa sistemas para medir satisfacción de clientes.	Cualitativo	Descriptivo	Teórico	RPC	PERÚ	2012	Satisfacción de clientes
14	Rubio, G.	La calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué: un análisis desde la escala multidimensional (SERVQUAL).	Cuantitativo	No experimental	empírico	SciELO	Colombia	2014	Calidad de servicio
15	Tschohl, J.	Servicio al cliente.	Cualitativo	Descriptivo	Teórico			2008	Satisfacción de clientes
16	Villaba, C.	La calidad del servicio: un recorrido histórico conceptual, sus modelos más representativos y su aplicación en las universidades.	Cualitativo	Descriptivo	Teórico	Dialnet	Colombia	2013	Calidad de servicio
17	Miquel, S. y Moliner, M.	La calidad del servicio: un recorrido histórico conceptual, sus modelos más representativos y su aplicación en las universidades.	Cuantitativo	No experimental - transeccionales	empírico	Tesis		2008	
18	Droguett, F.	Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que Afectan la Evaluación de los Clientes.	Cuantitativo	No experimental - transeccionales	empírico	Tesis		2012	
19	Correa, S. y Gonzales, M	Calidad y satisfacción en el servicio de Urgencias Hospitalarias: análisis de un Hospital de la Zona centro de Portugal.	Cuantitativo	No experimental - transeccionales	empírico	Redalyc		2010	

20	Cepeda, G. et al.	La satisfacción de clientes y su relación con la percepción de calidad en Centro de Fitness: utilización de la escala CALIDFIT	Cuantitativo	No experimental - transeccionales	empírico	Redalyc	2012
----	-------------------	--	--------------	-----------------------------------	----------	---------	------

Fuente: Elaboración propia

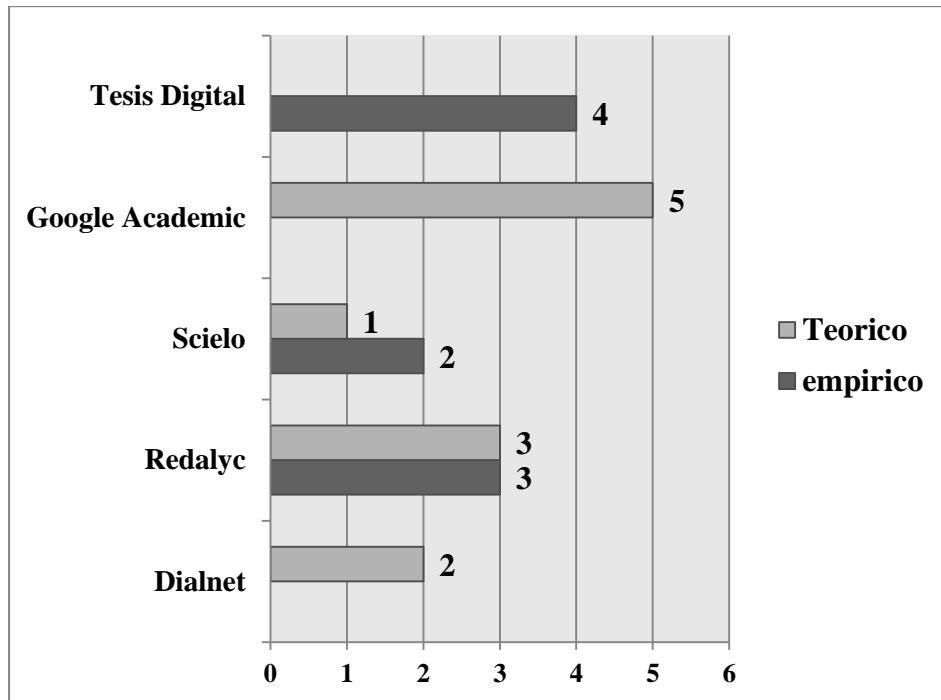


Figura 1. Tipos de fuente por tipos de estudios.

La Figura 1. Refleja las cantidades de artículos según la base de datos ya sean de tipo de estudio teórico o empírico, se encontraron 9 artículos empíricos y otros 11 teóricos.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

Considerando las características y criterios que deben de tener las investigaciones aplicadas a la presente revisión de artículos obtenidos de la base de datos de Redalyc, Dialnet, Scielo y Google academic. Se encontraron un total de 20 investigaciones publicadas entre los años 2005-2018. Los aspectos analizados para determinar los artículos a analizar, fueron el tipo de metodología y aplicación de instrumento para la evaluación de la calidad de servicio.

Los artículos analizados en la revisión sistemática fueron un total de 12 publicaciones las cuales corresponden al enfoque cuantitativo y cualitativo, siendo su estructura de la siguiente manera: 5 artículos Redalyc; 2 artículos Scielo y 1 artículo Dialnet; 4 tesis. Estas fuentes fueron publicadas entre los años 2006-2018.

Los artículos seleccionados tienen como criterios de selección la afinidad con el problema de la investigación, es decir, analiza la relación de las variable calidad y satisfacción; utilización de instrumento de medida para conocer los componentes las cuales miden la calidad de servicio.

Tabla 2. Base de datos de artículos seleccionados.

BASE DE DATOS DE ARTÍCULOS SELECCIONADOS									
Autor(es)	Revista	Año	Metodología		Muestra		Instrumento	Análisis inferencial	Resultados
			Tipo de diseño	Enfoque	Tipo de muestreo	Tamaño de la muestra			
Clemencia, G. Araujo. A.	Redalyc	2010	No experimental-transaccionales	Cuantitativo	Probabilístico aleatorio simple	270 contribuyentes	Cuestionario SERVPREF	-	La percepción fue positiva respecto a la confianza y suministros de información, así mismo las dimensiones del instrumento son consideradas destacadas, debido a la calidad de atención que tienen los usuarios.

"INFLUENCIA DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN
LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN UNA ENTIDAD BANCARIA"

Dávila, J.	Dialnet	2008	No experimental-transeccionales	Cuantitativo	Probabilístico aleatorio simple	400 usuarios	Cuestionario SERVQUAL	Chi-cuadrado	Demuestra la relación que existe entre los aspectos operativos de la calidad de servicio y la satisfacción lograda. Siendo el factor menos interesante la tecnología y el mas ellos aspectos humanos siendo el parámetro superior de 0.75.
García, L.	Tesis	2011	Experimental	Cuantitativo	Probabilístico aleatorio simple	210 clientes	Cuestionario	Regresión Lineal	La satisfacción percibida tiene como base a la despedida y saludo de los trabajadores del banco, así mismo la presentación de estos genera un buen impacto positivo en la percepción de la calidad.
González, R.	SciELO	2015	No experimental-transeccionales	Cuantitativo	-	84 entidades bancarias	Cuestionario SERVQUAL	Prueba W de Mann-Whitney	Más del 80% de los encuestados menciona que no existe una rapidez en los servicios, así mismo el orden tiene un 44.9% de clientes insatisfechos con este factor. Es decir, la insatisfacción proviene de las cinco dimensiones del cuestionario Servqual
Morillo, M.	Redalyc	2009	No experimental-transeccionales	Cuantitativo	-	40 agencias	Cuestionario SERVQUAL	Tau-b de Kendall, Tau-c de Kendall	La calidad de servicio se relación significativamente con la calidad de servicio, siendo esta el 95%. Los niveles de calidad deben de mejorar siempre y cuando se tomo en consideración la escala Servqual.
Rubio, G.	SciELO	2014	No experimental-transeccionales	Cuantitativo	-	25 clientes	Cuestionario	Chi-cuadrado	Según la correlación de Pearson la calidad de servicio influye en lo percibido por los clientes, las dimensiones que más afectan es el grado de responsabilidad y confiabilidad.
Droguett, F.	Tesis	2012	No experimental-transeccionales	Cuantitativo	Probabilístico estratificado	1460 clientes	Cuestionario	-	El proceso de servicio al cliente, la relación con el trato o relación con el cliente son factores determinantes en la calidad de servicio que generan el retorno de los usuarios al lugar de abastecimiento.
Miquel, S. y Moliner, M.	Tesis	2008	No experimental-transeccionales	Cuantitativo	-	399 cliente	entrevista Personales	ANOVA	Los índices de confianza tiene la probabilidad de 0.59 indicando que carece de esa dimensión para incrementar la satisfacción de los clientes.
Dávila, J. y Florez, M	Tesis	2012	No experimental-transeccionales	Cuantitativo	-	400 clientes	Entrevistas personales	-	De acuerdo a los resultados la calidad del aspecto físico tiene gran repercusión en los clientes, la percepción de la calidad facilitan la relación con los clientes.
Correa, S. y Gonzales, M.	Redalyc	2010	No experimental-transeccionales	Cuantitativo	-	500 muestras	Cuestionario	-	La calidad percibida en un 44.3% genera insatisfacción del personal debido a la falta de fidelidad y confianza que brindan.
Cepeda, G. et al.	Redalyc	2012	No experimental-transeccionales	Cuantitativo	-	7000 usuarios	Cuestionario	Análisis factorial Exploratorio	La escala CALIDFIT predijo la satisfacción mediante seis dimensiones las cuales permitieron una mayor calidad y mayor satisfacción y fidelización.
González, A y Brea, F.	Redalyc	2006	No experimental-transeccionales	Cuantitativo	Probabilístico estratificado	270 cliente	Cuestionarios	-	Los resultados demuestran la relación bidireccional de ambas variables en cuanto a calidad y satisfacción siendo la significancia correlacional de 0.74 la cual demuestra que sí.

Fuente: Elaboración propia

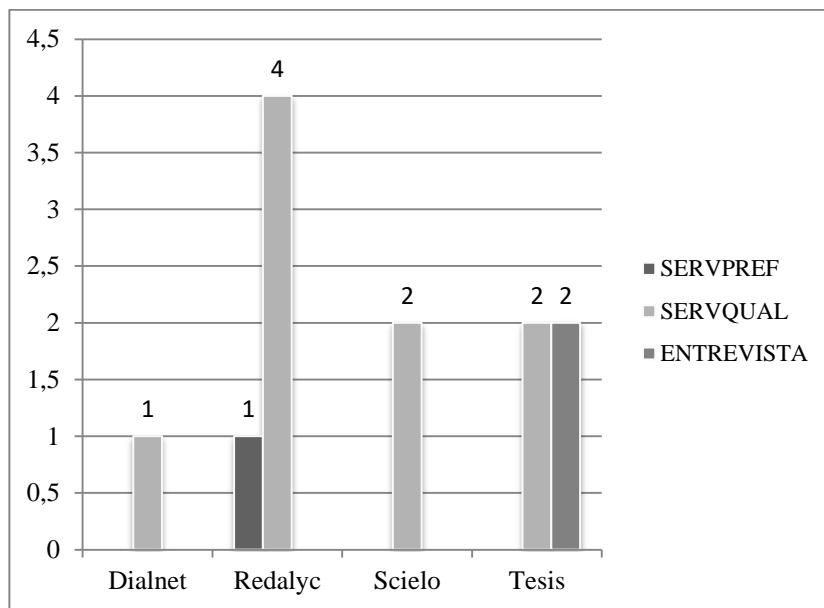


Figura 2. Tipo de Fuente respecto al tipo de Instrumento que usan.

La figura 2. Muestra los resultados de los artículos seleccionados y cuántos de ellos si aplican instrumentos, como se aprecia la base de datos Redalyc tiene 4 artículos que han aplicado el modelo SERVQUAL.

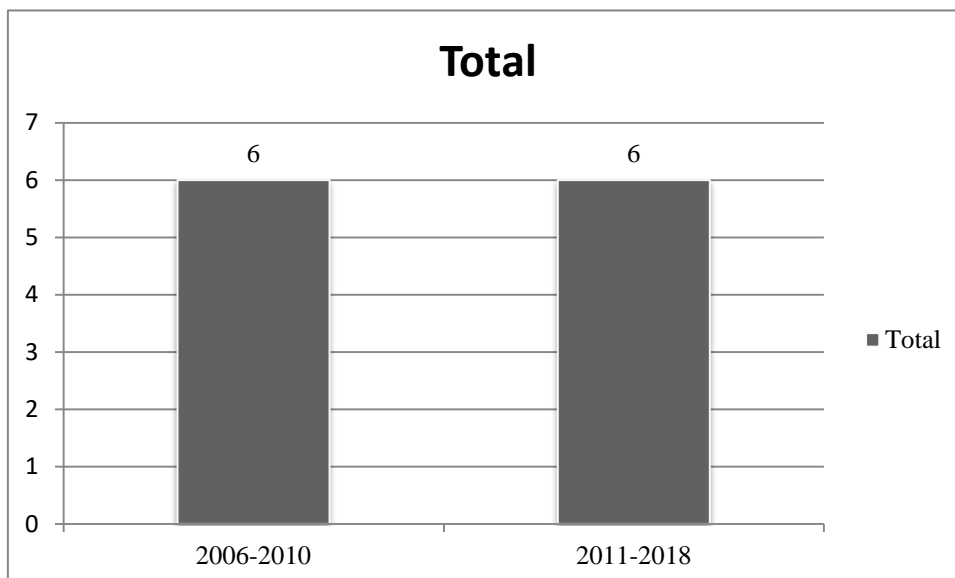


Figura 3. Total artículos encontrados, de acuerdo a su antigüedad.

Relación de calidad de servicio y Satisfacción del cliente

Se encontraron doce artículos que corresponde a la relación de estas variables, Todas las investigación son de metodología Cuantitativa. En el estudio de Clemenza (2010) determino mediante el instrumento del SERVPREF los rasgos que influyen en la satisfacción de los usuarios, siendo las más representativas la prontitud en la prestación del servicio (93.94%). Así mismo el autor menciona que si no existe un enfoque basado en el cliente la satisfacción será la mínima.

En su investigación Dávila, et al. (2007) evaluó los aspectos de la calidad de servicio las cuales incluye tecnologías, aspectos operativos y aspectos humanos, determinando en cuanto a calidad y satisfacción que a medida se perciba la calidad antecede la satisfacción como experiencia empírica del cliente.

García (2011) en su análisis del Banco Ripley analizó aspectos de la calidad de servicio que ofrece, el saludo, la presentación son parte importante para la satisfacción, siendo un 1.13; 0.81 y 0.14 puntos de índice de satisfacción del servicio de la entidad financiera. El artículo de Gonzales (2015) identifica los proceso estratégicos que realiza las instituciones bancarias para mejorar su calidad, estas estrategias son el cumplimiento de la misión y valores de la empresa, análisis de los principales productos y servicios ofrecidos, en los resultados se observó un problema que representa la mayor insatisfacción del servicio el exceso en el tiempo de espera la cual representa el 31.58% de reclamos en el día.

En el artículo de Morillo (2009) tuvo el propósito de evaluar la vinculación entre las variables de calidad de servicio y la satisfacción del cliente. El autor tomo como

muestra 40 agencias las cuales representan 374 clientes, siendo las dimensiones poco satisfactorias por el cliente el grado de confiabilidad, la responsabilidad y la empita por parte de los asesores del banco, las puntuaciones indicaron un déficit en la calidad de servicio.

Dávila, J. y Florez, M. (2008) implanto un programa AMOS en la cual se determinó que factores como el desempeño o rendimiento en las operaciones financieras, el factor físico de la institución y la conducta de los trabajadores influyen de forma positiva o negativa en la satisfacción de los clientes. El autor aplico un modelo de ecuaciones estructurales validando los tres aspectos que influyen en la calidad de servicio. El estudio de Rubio (2014) mediante un análisis multidimensional SERVQUAL determinó correlaciones significativas entre nivel de satisfacción, atención del personal, interés de la situación, claridad de información, agilidad en la atención y una efectiva respuesta influyen directamente en la perspectiva del cliente. Correia, et al. (2010) determina el modelo de medida mediante factores como la imagen, la calidad, satisfacción, confianza y lealtad, siendo la más representativa con un 69.4% la fidelidad, siendo la calidad percibida 44.3% y la satisfacción 24.8%. El autor determina que la mejora de la calidad se da mediante la eficacia y la eficiencia en la prestación de servicio.

En su estudio. Gonzales y Brea (2006) realizaron una relación causal entre la calidad y la satisfacción percibida, determinando la relación positiva entre las variables, a través del instrumento SERVQUAL, evaluó la importancia de 22 dimensiones de la calidad, en la cual obtuvo un índice de KMO de 0.902 lo cual significa que son aspectos que deben ser maximizados para el desempeño en la prestación de servicios.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

De acuerdo a los estudios analizados en base a la calidad de servicio y satisfacción del cliente o usuarios de las instituciones financieras comprende de distintos componentes los cuales influirán en su satisfacción, es así que los bancos evalúan constantemente sus índices de calidad a través de instrumentos (WAVETEC, SERVQUAL, SERVPREF) que permiten identificar el nivel de calidad y las percepciones de los mismos.

Es necesario tener en cuenta los objetivos del estudio las cuales fueron, analizar la relación de la calidad de servicio y satisfacción del cliente y determinar los componentes que miden la calidad de servicio.

Al analizar los hallazgos teóricos referidos a la calidad de servicio y satisfacción del cliente el presente estudio se contrasta con otros estudios realizados por los autores Clemenza (2010), García (2011), Gonzales (2015), Dávila y Florez (2008), Correia, et al. (2010), Gonzales y Brea (2006). Se toma como ejemplo a Dávila, Florez y Valdunciel (2007) quienes refieren que la calidad de servicio y la satisfacción tienen distintos enfoques que miden el grado causal de ambos términos, teniendo lugar a aspectos operativos, aspectos físicos, tecnologías, y aspecto humano los cuales influyen en la calidad de servicio y satisfacción relacionándose entre sí.

Sin embargo, de manera opuesta, Morillo (2009) mencionan que existen casos en la cual la asociación existente entre los constructos del nivel de la calidad y la satisfacción no son sinónimas, tampoco equivalentes, sino que están relacionados; esto se demuestra cuando las expectativas superaron a las percepciones y provoca que la satisfacción sea desfavorable.

Así también los resultados demostraron dos tipos de modelos para medir la calidad de servicio, para ello se debe considerar las dimensiones que estos poseen, ya que existen diferencias entre cada instrumento del modelo SERVQUAL la cual se comprende las percepciones y expectativas y el modelo SERVPREF solo evalúa las percepciones.

Se han identificado distintos elementos considerados para una buena calidad las cuales son sugeridas por distintos autores. Cadena, Real, Vásquez y Arturo (2009), Rubio (2014), Correia, et al. (2010), Gonzales y Brea (2006) Identificaron cinco dimensiones para medir la calidad las cuales son los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Cabe resaltar que la calidad percibida de los servicios de entidades bancarias comprende en captar las expectativas de los usuarios o clientes siendo la etapa en la cual se debe de impactar la atención del mismo, por otro lado la aplicación de las cinco dimensiones del modelo SERVQUAL evalúa la importancia de los factores con respecto a la entidad y finalmente se debe de evaluar la percepción después del servicio ofrecido por la entidad bancaria.

Teniendo en cuenta las limitaciones del estudio, no se encontraron gran cantidad de artículos científicos enfocados en el contexto bancario, además algunos artículos fueron encontrados en inglés, por lo cual se tuvo que traducir para su entendimiento; otro sesgo encontrado es las herramientas encontradas tienen distintos aspectos las cuales evalúan la calidad de servicio.

Conclusiones

Sobre los hallazgos en relación a los componentes que permiten medir la calidad de servicio, se identificó que de acuerdo a los componentes establecidos por distintos cuestionarios que miden la complacencia del servicio esperado por el cliente, se identificó que existen diversos enfoques los cuales son usados con forme al contexto. Es así que el estudio toma como validez de acuerdo a los resultados cinco dimensiones (responsabilidad, confiabilidad, seguridad, empatía y tangibilidad) del modelo Servqual para evaluar la calidad de los servicios.

Los resultados de la revisión sugieren que existe un grado de correlación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, concluyendo que estos términos son intercambiables de manera indistinta, es así que la calidad corresponde al valor y a la satisfacción de expectativas de los usuarios de una entidad bancaria, siendo actualmente las exigencias de los usuarios basadas en sus aspectos emocionales y actitudes los que priman en su percepción.

Finalmente, se recomienda que la calidad de servicio en entidades bancarias deben ser tomadas muy en cuenta para la mejora en la gestión de la calidad en los servicios que ofrecen, ya que existen distintos factores como deficiencia en la capacidad de respuesta ante reclamos, cobros indebidos, deficiente información que forman parte de la insatisfacción de los usuarios.

REFERENCIAS

- Dávila, J. (2008). *Calidad del servicio percibida por clientes de entidades bancarias de Castilla y León y su repercusión en la satisfacción y la lealtad a la misma*. Revista Monográfico. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Jose_MiguelDavila/publication/41205786_Calidad_del_servicio_percibida_por_clientes_de_entidades_bancarias_de_Castilla_y_Leon_y_su_repercusion_en_la_satisfaccion_y_lealtad_a_la_misma/links/004635256ce82e5da0000000/Calidad-del-servicio-percibida-por-clientes-de-entidades-bancarias-de-Castilla-y-Leon-y-su-repercusion-en-la-satisfaccion-y-lealtad-a-la-misma.pdf
- Dávila, J. (2012). *Análisis de la calidad del servicio que prestan las entidades bancarias y su repercusión en la satisfacción del cliente*. Revista Dialnet. Recuperado de <HTTP://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3017921>
- Duque, E. (2005). *Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición*. Revista Innovar Scielo. Colombia. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v15n25/v15n25a04.pdf>
- Droguett, F. (2012). *Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que Afectan la Evaluación de los Clientes*. (Tesis de Licenciatura). Universidad de Chile. Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108111/Droguett%20Jorquera,%20F..pdf?sequence=3>
- Cadena, J., Real, I. Vasquez, J. (2009). *Medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por Restaurantes en Sonora*. Revista Ingeniería Industrial. Recuperado de <http://servicio.bc.uc.edu.ve/ingenieria/revista/Inge-Industrial/volv-n17/art03.pdf>
- Correia, S. y Gonzales, M. (2010) *Calidad y satisfacción en el servicio de Urgencias Hospitalarias: análisis de un Hospital de la Zona centro de Portugal*. Revista Redalyc. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/2741/274120099002.pdf>
- Cepeda, G. et al. (2012). *La satisfacción de clientes y su relación con la percepción de calidad en Centro de Fitness: utilización de la escala CALIDFIT*. Revista Redalyc. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/2351/235126897011/>
- García, L. (2011). *Calidad de servicio y satisfacción de los clientes del Banco Ripley S.A.* (Tesis Bachiller). Universidad Nacional de Trujillo. Recuperado de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3890/garcia_g.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- González, R. (2015). *Evaluación de la Calidad del servicio Percibida en entidades Bancarias a través de escala SERQUAL*. Revista Scielo. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cein/v25n1/v25n1a08.pdf>

- González, A y Brea, F. (2006). Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor. Su evaluación en el ámbito del turismo termal. Revista Redalyc. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/2741/274120878011/>
- Iglesias, A. (2011). *El sector bancario pierde un 12% de sus clientes al año por desconocer los motivos de su insatisfacción*. Network World. Recuperado de <http://www.networkworld.es/archive/el-sector-bancario-pierde-un-12-de-sus-clientes-al-ano-por-desconocer-los-motivos-de-su-insatisfaccion>
- Indecopi (2017). *45 de cada 100 reclamos son contra entidades financieras*. Diario Gestion. Recuperado de <https://gestion.pe/tu-dinero/indecopi-45-100-reclamos-son-entidades-financieras-134556>
- Lazara, L. y Moula, P. (2014). *Evaluación de la calidad de servicio brindando por una Pyme*. Revista científica Cuadernos Cimbage Redalyc. Argentina. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=471747525008>
- Lemencá, G. Araujo, A. (2010). *Calidad de los Servicios prestados por el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria*. Revista Venezolana de Gerencia. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29012358007>
- Mora, C. (2011). *La calidad de servicio y la satisfacción del consumidor*. Revista Brasileira de Marketing Redalyc. Brasil. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=471747525008>
- Morillo, M. (2009). *La calidad en el servicio y la satisfacción del usuario en instituciones financieras del municipio*. Revista economía Redalyc. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/1956/195614958009.pdf>
- Peñaloza, G. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción de los clientes en el Banco de la Nación Puno*. (Tesis Licenciatura). Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez. Recuperado de <http://repositorio.uancv.edu.pe/handle/UANCV/182>
- RPP. (2012). *Interbank implementa sistemas para medir satisfacción de clientes*. Recuperado de <http://rpp.pe/economia/negocios/interbank-implementa-sistema-para-medir-satisfaccion-de-clientes-noticia-536422>
- Rubio, G. (2014). *La calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué: un análisis desde la escala multidimensional (SERVQUAL)*. Revista Scielo. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v30n52/v30n52a06.pdf>
- Tschohl, J. (2008). *Servicio al cliente*. (5ta edición). Recuperado de <http://www.pqs.pe/sites/default/files/2016/10/aprende-mas/libro-servicio-al-cliente-el-arma-secreta.pdf>
- Villaba, C. (2013). *La calidad del servicio: un recorrido histórico conceptual, sus modelos más representativos y su aplicación en las universidades*. Dialnet. Recuperado de <HTTP://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4776917.pdf>