



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Gestión Comercial

“Satisfacción del cliente en el crédito bancario.
Revisión de Literatura”

Trabajo de investigación para optar al grado de:

Bachiller en **Administración y Gestión Comercial**

Autores:

Bheily Julissa Arriaga Alva.

Claudett Elizabeth Briones Ochoa.

Luisin Geiler Marín Aguilar.

Asesor:

Mg. Martín Facundo Ruiz

Trujillo - Perú


2018

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El asesor Mg. Martín Facundo Ruiz, Docente de la Universidad Privada del Norte, Facultad de Negocios, Carrera profesional de Administración y Gestión Comercial, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación y desarrollo de la investigación del(os) estudiante(s):

- Bheily Julissa, Arriaga Alva
- Claudett Elizabeth, Briones Ochoa.
- Luisin Geiler, Marín Aguilar.

Por cuanto, **CONSIDERA** que el trabajo de investigación titulado: Satisfacción del cliente en el crédito bancario. Revisión de literatura 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.



Mg. Martín Facundo Ruiz

Asesor

ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El Sr(a) *Ing. Luigi Vatslav Cabos Villa*; ha procedido a realizar la evaluación del trabajo de investigación del (los) estudiante(s): *Bheily Julissa Arriaga Alva, Claudett Elizabeth Briones Ochoa, Luisin Geiler Marin Aguilar*; para aspirar al grado de bachiller con el trabajo de investigación: "Satisfacción del cliente en el crédito bancario. Revisión de literatura"

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

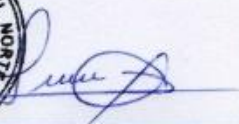
Aprobado

Calificativo: Excelente [18 -20]

Sobresaliente [15 - 17]

Buena [13 - 14]

Desaprobado



Ing. Luigi Vatslav Cabos Villa

Coordinador

DEDICATORIA

A Dios por darnos sabiduría e inteligencia para poder plasmar todos los conocimientos adquiridos en esta investigación y que nos servirá en nuestra vida profesional.

A nuestras familias, ya que gracias a su comprensión, paciencia y amor lograron ser la inspiración para cumplir nuestras metas.

A nuestra compañera y amiga Diana Suguey Arroyo Rodríguez, por ser parte de este sueño y lograr culminar juntos la carrera.

AGRADECIMIENTO

A Dios y a nuestros padres por su indispensable
apoyo moral.

A nuestros docentes por sus enseñanzas y por ser guías en el proceso
de aprendizaje de cada uno de nosotros.

A nuestros compañeros por ser parte de esta promoción.

Son muchas las personas que han formado parte de nuestra vida
profesional y a las que nos encantaría agradecer por su amistad, consejos, apoyo, ánimo y
compañía en los momentos más difíciles, algunos están aquí con nosotros y otras en nuestros
recuerdos y corazones.

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
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	7
RESUMEN.....	8
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	11
2.1. Selección de estudios.....	11
2.2. Codificación de datos	11
CAPÍTULO III. RESULTADOS	13
3.1. Artículos publicados en revistas	14
3.2. Método de las investigaciones	14
3.3. Población, muestra y muestreo de la investigación	15
3.4. Instrumento y técnicas.....	16
3.5. Resultados de la investigación	16
CAPÍTULO IV DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	21
4.1. Discusión	21
4.2. Conclusiones	21
REFERENCIAS	24
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Fuentes de investigación	17
---	----

RESUMEN

El presente trabajo de investigación evaluó la Satisfacción del Cliente en el Crédito bancario – Revisión de Literatura, con el Objetivo General de analizar la satisfacción de los clientes en la Administración Empresarial, Administración Educacional, Administración de Hotelería y Turismo, y la Administración Hospitalaria, entre los años 2010 y 2017; utilizando como fuente de información la revisión documental de artículos y revistas que se encuentran en las páginas virtuales de Ebsco, Redalyc o Scielo, entre otros. Para el logro esperado se realizó una investigación de tipo revisión sistemática literaria, y para los resultados obtenidos se trabajó con una población de estudio de veintitrés (23) investigaciones, y la muestra y el muestreo final para nuestro trabajo de investigación quedó establecido en veintitrés (23), estudios científicos, que equivalen al 100%. El Instrumento y la técnica utilizada en los trabajos de estudios son el cuestionario y la encuesta respectivamente, No presentándose ninguna limitación en la metodología aplicada, ni tampoco en la aplicación del instrumento ni de la técnica. Llegando a la siguiente conclusión: Los veintitrés (23), trabajos de investigación revisados sistemáticamente para nuestro estudio, desde los años 2010 hasta el año 2017, sobre la Satisfacción del cliente o usuario en la Administración Empresarial, Administración Educacional, Administración de Hotelería y Turismo, y la Administración Hospitalaria, concluyen que: La satisfacción del cliente o usuario en las diferentes rubros o áreas de la administración son Satisfactorios.

PALABRAS CLAVES: Satisfacción del cliente, crédito bancario y revisión sistemática.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

En el mundo globalizado en el que nos encontramos, continuamente se da nuevas perspectivas para la satisfacción de los clientes; quienes se vuelven cada vez más importantes para la mayoría de las organizaciones. Los usuarios tienen una cartera de opciones más selectiva ya que la oferta y la demanda en el crédito bancario se amplía para beneficio de los que tienen una cuenta a nivel nacional, por ende la opción que elija el cliente con quien mantener este vínculo la hace la calidad del servicio brindado.

Según Deming, E. (2009). Define a la calidad de servicio como la base de una economía sana ya que las mejoras a la calidad crean una reacción en cadena que al final genera crecimiento en el nivel del empleo. Para el control de calidad como “La aplicación de principios y técnicas estadísticas en todas las etapas de producción para lograr una manufactura económica con máxima utilidad del producto por parte del usuario”, enfocándose en descubrir mejoras en la calidad de los productos y servicios.

Por ende Kotler, P; y Keller, K. (2006). Definen la satisfacción del cliente como “Una sensación de placer o decepción que resulta de comparar la experiencia del producto o servicio (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.

Gallarza y Gil, (2005). La satisfacción de las necesidades de los clientes es la clave de los intercambios entre empresas y mercado, y desde los orígenes del marketing la satisfacción ha sido considerada como el factor determinante del éxito.

De este modo según Cobra, M. (2011). Los clientes son patrimonios valiosos para la organización pero muchas veces no las conocen bien. Por consiguiente, es necesario hacer permanentemente una investigación de mercados y que dichas expectativas del cliente debe estar bien administrada, para establecer con él una buena relación. Es esencial, que: un cliente satisfecho compra de nuevo, mientras que un cliente insatisfecho habla mal del servicio a todos los que le rodean.

Esto se encuentra sustentado actualmente en que las empresas necesitan y requieren apostar por clientes satisfechos puesto que ellos son la parte principal de la organización. Para tener éxito es necesario, como se ha dicho anteriormente, lograr la satisfacción del

cliente ligada a la calidad del servicio que se ofrece incluido los beneficios y otros que se desarrollan para todos los usuarios.

Este trabajo de revisión sistemática literaria sobre satisfacción se encuentra justificado por que se desea analizar la satisfacción de los clientes o usuarios con los créditos bancarios entre los años 2010 y 2017; siendo a su vez importante porque con los resultados obtenidos se puede conocer la realidad estudiada desarrollar los procesos de mejora continua en las entidades bancarias.

Por lo expuesto se realiza la siguiente pregunta ¿cuál es la satisfacción de los clientes externos con los créditos bancarios entre los años 2010 y 2017?, esta situación se plantea a raíz de la revisión documental de artículos y revistas que encontramos en las páginas virtuales tales como: Ebsco, Redalyc o Scielo, entre otros; así mismo el objetivo que se pretende es analizar artículos científicos y elaborar una revisión sistemática de la literatura sobre la satisfacción de los clientes o usuarios con los créditos bancarios entre los años 2010 y 2017.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Selección de estudios

La recopilación de la información se efectuó durante los meses de enero y febrero del año 2018, considerando como criterios de inclusión: (1) que los artículos de estudio sean empíricos o instrumentales sobre la satisfacción del cliente externo en diferentes empresas u organizaciones y de diferentes rubros a nivel internacional, y que además se encuentren en páginas virtuales como revistas o artículos, (2) que se encuentren publicados a partir del año 2010 en español.

Para clasificar los artículos analizados se utilizaron como instrumentos: una tabla de Excel y la guía de análisis de artículos científicos.

Con el propósito de iniciar el procedimiento de búsqueda de la unidad de análisis se utilizaron palabras clave agrupadas en tres categorías: Satisfacción del cliente; crédito bancario y revisión sistemática.

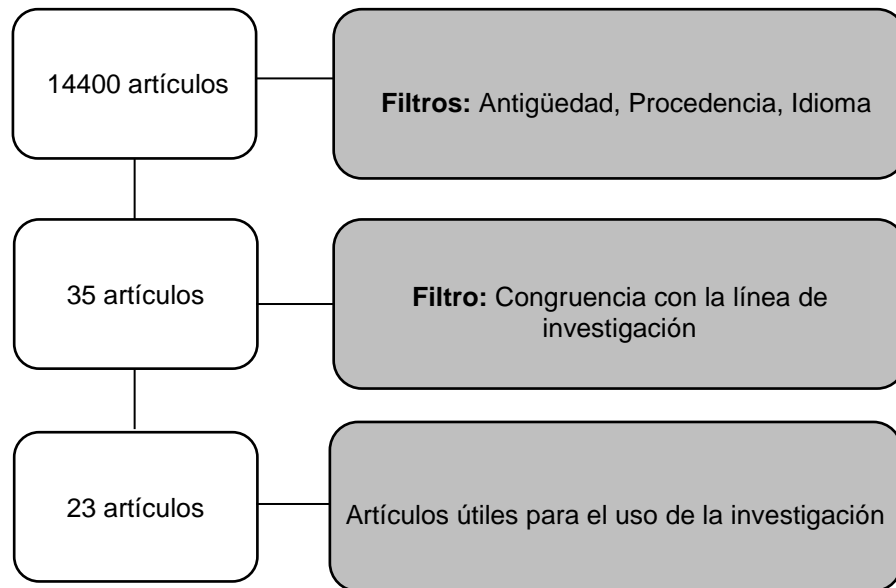
El proceso de búsqueda fue dividido en las siguientes fases:

- a. En la primera fase se identificó estudios de revistas y artículos en español los cuales se encuentran en las páginas virtuales como: Google Académico, Alicia Concytec, Redalyc.
- b. La segunda etapa consistió en la identificación de estudios en repositorios de universidades y libros.
- c. Finalmente se identificó los estudios anteriormente mencionados con fecha mínima 2010 hacia delante en el buscador de google convencional.

2.2. Codificación de datos

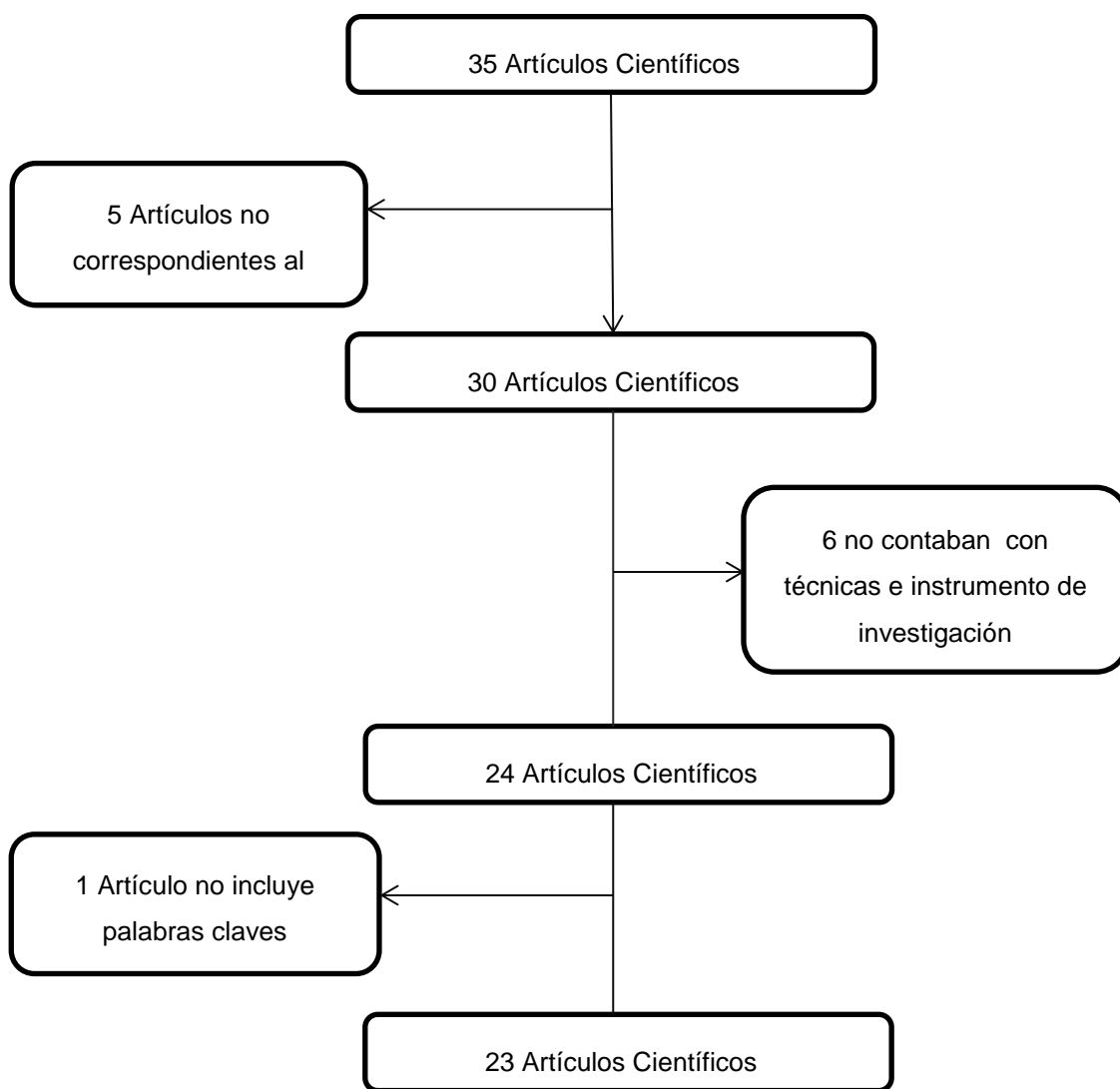
Durante la investigación se encontraron 14400 artículos científicos relacionados, el proceso de codificación de los artículos y revistas seleccionados fue elaborado por los autores principales quienes recopilaron la información respecto a las principales características de las publicaciones de artículos de las revistas (País de aplicación de la investigación, año de publicación, título de la investigación, autores, palabras claves). Así mismo se obtuvo información respecto al método, tipo y diseño de la investigación, además de las referencias bibliográficas y las conclusiones a que llegaron.

Finalmente se recopiló información sobre los instrumentos y técnicas utilizados (nombre de la técnica y nombre del instrumento utilizado).



CAPÍTULO III. RESULTADOS

Se estudiaron 35 artículos, cinco (5), de los cuales fueron descartados antes del análisis principal por ser estudios realizados antes del año 2010, seis (6), no contaban con instrumento ni técnica de investigación es decir eran investigaciones netamente documentales, y una (1), investigación no incluyó las palabras claves de investigación porque era solamente un ensayo teórico. Por esta situación la unidad de análisis sistemática de revisión literaria de artículos y revistas quedó conformada por 23 estudios científicos. (Figura 1)



3.1. Artículos publicados en revistas

Las investigaciones de artículos publicados en las revistas se encuentran distribuidas de la siguiente manera: Quince (15) pertenecen al área de administración empresarial (65.21%), uno (1) pertenece al área de administración educacional (4.35%), cinco (5) pertenecen al área de administración de hotelería y turismo (21.74%), y dos (2) pertenecen al área hospitalaria (8.70%). Todos estos artículos se encuentran publicados en la página virtual de Redalyc; así mismo cabe mencionar que esta revista es internacional en idioma castellano, siendo en total veintitrés (23) que equivalen al (100%).

El periodo de publicación de los artículos en las revistas se inicia a partir del año 2010, observándose mayor cantidad a partir de los años 2010 con nueve (9) publicaciones (39.13%), el 2011 se realizaron cuatro (4) publicaciones (17.39%), así mismo en el 2012, 2013 y 2014 se realizaron dos (2) publicaciones en cada año siendo igual a seis (6) haciendo un porcentaje de (26.10%), en el 2015 tres (3) publicaciones (13.04%) y en el 2016 una (1) publicación (4.34%).

Todas estas investigaciones cuentan con encuesta e instrumentos, así también diremos que las mismas pertenecen a instituciones universitarias de su país correspondiente tales como Cuba, Venezuela, Colombia, México, España, Argentina y República Dominicana.

3.2. Método de las investigaciones

Todas las investigaciones cuentan con diferente tipo y diseño de investigación veintitrés (23) que equivale al (100%), las cuales se encuentran sustentadas teóricamente en los diferentes libros de metodología de la investigación científica a nivel internacional.

Por ende el instrumento utilizado es el cuestionario y la técnica es la encuesta respectivamente, los cuales se encuentran validados generalmente por sus respectivos autores o creados por el investigador y validado por magísteres en la especialidad.

Podemos identificar la metodología empleada en cada uno de los artículos científicos investigados y según su diseño metodológico, podemos encontrar: 12 descriptivas, 03 de análisis y síntesis, 01 cuantitativa, 03 experimental, 01 no experimental, 02 empírico y 01 optimización efectiva.

A su vez podemos recalcar que el tipo de muestreo utilizado es el no probabilístico y el tipo de instrumento más usado es el cuestionario cuya técnica es la encuesta de Servqual.

3.3. Población, muestra y muestreo de la investigación

La población de estudio que son parte de las investigaciones revisadas sistemáticamente, las cuales suman en cantidad de veintitrés (23) trabajos realizados y que fueron aplicados en su país y en su idioma correspondiente, que es generalmente el castellano.

Es decir para este estudio efectuado tomamos como revisión de estudio el 100% de los trabajos de estudio.

Según Alteco (2016) se utilizará la escala Servqual de Satisfacción del Cliente en base a las siguientes dimensiones en donde nos menciona:

- **Efecto Tangible:** La apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación. Son los aspectos físicos que el cliente percibe en la organización. Cuestiones tales como limpieza y modernidad son evaluadas en tres elementos distintos.
- **Confianza:** La habilidad de desarrollar el servicio prometido precisamente como se pactó y con exactitud.
- **Respuesta:** Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.
- **Garantía:** o Seguridad: Conocimiento del servicio prestado, cortesía de los empleados y su habilidad para transmitir confianza al cliente.
- **Empatía:** Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes.

Existen múltiples y diversas escalas para evaluar y cuantificar este nivel de satisfacción, una de ellas es la creada por Parasuraman junto a Zeithaml y Berry (1987) que son los propulsores e impulsores de la escala SERVQUAL, ellos se basaron sobre la teoría de la disconformidad, a causa de esto proponen su modelos en el cual se destaca que los servicios presentan una mayor problemática para su estudio pues poseen tres categorías que los diferencian ampliamente de los productos: Intangibilidad, heterogeneidad e inseparabilidad, por lo tanto se deben

evaluar los factores claves para medir y comparar el desempeño de la calidad del servicio con las necesidades de calidad del cliente.

Este modelo que mide cinco dimensiones: el efecto tangible, la confianza, la respuesta, la garantía y la empatía, que deben cumplirse para satisfacer a los clientes.

El modelo SERVQUAL se creó en un inicio para tratar de medir la desviación que hay entre las expectativas del cliente al hacer uso de un determinado servicio, normalmente del sector terciario y lo que percibe quien recibe el servicio. Esta escala trata de explicar los factores claves que condicionan las expectativas del cliente formadas además de por sus necesidades personales, por posibles experiencias del pasado, por lo que le ha llegado a través de comunicaciones externa (publicidad) y por lo que le han contado, el famoso boca-a-boca.

3.4. Instrumento y técnicas

El instrumento y su respectiva técnica, fueron utilizados en todas los trabajos de investigación de los artículos publicados en las revistas. Definiéndola según Hernández, R. (2013), que los mismos, sirven para recoger los datos de la investigación. Así mismo, es un instrumento de medición adecuado, que registra los datos observables, de forma que presenten verdaderamente a las variables que el investigador o los investigadores tienen por objeto.

Por lo anteriormente dicho el instrumento utilizado es el cuestionario sobre satisfacción del cliente validado generalmente por Kotler, P; y Keller, K. (2006).

En cuanto a la confiabilidad del instrumento se encuentra validado por el autor antes mencionado con una escala de calificación tipo Likert (Excelente, bueno, normal, regular y malo).

3.5. Resultados de la investigación

Todas las publicaciones presentan resultados de satisfactorio o insatisfactorio destacando que el instrumento utilizado es efectivo, eficaz y eficiente para medir la satisfacción de los clientes en las diferentes áreas de la administración en general. Los mismos que en total suman veintitrés (23), y que equivalen al (100%). (Tabla 1)

Del total de la muestra y del muestreo que son veintitrés (23), y que equivalen al 100%, dan como resultado que el instrumento utilizado es eficaz para la medición

de la satisfacción de los clientes en los diferentes rubros o áreas de la administración en general.

Todas estas investigaciones tienen como variable Independiente o principal la satisfacción del cliente y su eficiencia en las diferentes áreas de la administración.

Tabla 1. Fuentes de investigación

Fuente	País	Diseño Metodológico	Tipo de Muestreo	Instrumento	Tipo de Publicación	Título de las investigaciones
(Hernández, S. (2010))	Cuba	Optimización Efectiva	No Probabilístico	Cuestionario	Artículo	<i>Satisfacción del cliente interno base primordial para el desarrollo empresarial.</i>
(Dalargano, S. (2010))	Argentina	Descriptiva	No Probabilístico	Cuestionario	Artículo	<i>Satisfacción del cliente en el supermercadismo en área de frontera.</i>
(Nápoles, L; Tamayo, P; y Moreno, M. (2016))	Cuba	Análisis y síntesis, histórico - lógico, inductivo, deductivo, sistemático estructural	No Probabilístico	Cuestionario	Artículo	<i>Medición y Mejora de la satisfacción del cliente interno en instituciones universitaria.</i>
(De León, I; Arteta, Y; Noda, M. (2010))	Cuba	Explorativa, Descriptiva	No Probabilístico	Cuestionario	Revista	<i>La satisfacción del cliente externo en pequeñas y medianas empresas hoteleras.</i>
(Romero, E; y Romero, J. (2010))	Venezuela	Descriptiva, No Experimental	No Probabilístico	Cuestionario	Revista	<i>Satisfacción de clientes externos de las empresas asignadas en el municipio Maracaibo.</i>

(Pérez, R; Martínez, R; y otros. (2010)	Cuba	Análisis y Síntesis	No Probabilístico	Cuestionario	Revista	<i>La satisfacción del cliente influencia en la lealtad. Análisis del destino país Cuba.</i>
(Sánchez, R; Arce, B; Ramírez, J; y otros. (2011)	México	Descriptivo y Correlacional	No Probabilístico	Cuestionario	Artículo	<i>La capacitación como predictor de satisfacción del cliente en organizaciones turísticas.</i>
(Gil, I; Ruiz, M; y Calderón, H. (2010)	Colombia	Cuantitativo	No Probabilístico	Cuestionario	Artículo	<i>La influencia de los TIC en la satisfacción del Cliente en el comercio minorista.</i>
(Moliner, B; Gallarza, M.; Irene, G; y otros. (2015)	España	Descriptivo y Correlacional	No Probabilístico	Cuestionario	Artículo	<i>Causas y consecuencias sociales de la satisfacción de los clientes con hoteles</i>
(Medina, J; De Pablos, C; Jiménez, M; y otros. (2013)	Colombia	Descriptivo	No Probabilístico	Cuestionario	Revista	<i>Análisis de la satisfacción del cliente mediante el uso de cuestionarios con preguntas abiertas.</i>
(Morillo, J; y Marcano, Y. (2010)	Venezuela	Experimental y Descriptiva	No Probabilístico	Cuestionario	Revista	<i>Satisfacción del cliente, expectativas, rendimiento percibido, fidelidad de servicio.</i>
(Gastrillon, M; y Díaz, L.(2010)	Colombia	Experimental	No Probabilístico	Cuestionario	Revista	<i>Construcción de un índice de satisfacción de cliente mediante ecuaciones estructurales.</i>

(Gálvez, E; y Ortiz, N. (2015)	Colombia	No Experimental y Descriptiva	No Probabilístico	Cuestionario	Revista	<i>Medición de la satisfacción de clientes en clínica y hospitales de Bucaramanga y área Metropolitana.</i>
(Ourique, A; Do lago, L; Carlos, A; y otros. (2011)	Argentina	No Experimental	No Probabilístico	Cuestionario	Revista	<i>La Satisfacción del cliente de servicios de abogacía empresarial. Medición del desempeño de Marketing.</i>
(Guadarrama, E; y Rosado, E. (2015)	República Dominicana	Descriptiva	No Probabilístico	Cuestionario	Revista	<i>Marketing relacional: valor, satisfacción, lealtad y retención del cliente. Análisis y reflexión teórica.</i>
(Hernández, R; Mediano, A; y Hernández, G. (2014)	Cuba	Experimental	No Probabilístico	Cuestionario	Revista	<i>Satisfacción del cliente en empresas de la tecnología del sector Hidráulico Cubano.</i>
(Moliner, B; y Ruiz, E. (2015)	España	Descriptiva	No Probabilístico	Cuestionario	Revista	<i>¿Es posible aumentar la satisfacción del cliente después de una queja?: la paradoja de recuperación del servicio en el comercio Minorista.</i>
(Mejias, A; y Manrique, S. (2011)	Venezuela	Explorativa, Analítico y Análisis	No Probabilístico	Cuestionario	Revista	<i>Dimensiones de la satisfacción de clientes, bancarios universitarios: Una aproximación mediante el análisis de factores.</i>
(Celestino, A; y Biencinto, C. (2012)	España	Empírico	No Probabilístico	Cuestionario	Revista	<i>La satisfacción del cliente externo en organizaciones de fitness. Estudio empírico en centro de la comunidad de Madrid.</i>

(Almagues, J; Pérez, J; y Pérez, R. (2014)	Cuba	Experimental	No Probabilístico	Cuestionario	Revista	<i>Procedimiento para mejorar la satisfacción del cliente basado en la lógica difusa. Aplicación en el Hotel Miraflores.</i>
(Vela, D. (2010)	Colombia	Descriptiva, No Experimental	No Probabilístico	Cuestionario	Revista	<i>La satisfacción del cliente bancario en Canadá: Diferencias entre canadienses e inmigrantes de la América Latina-Revisión y tradición</i>
Maldonado, G. (2012)	España	Empírico	No Probabilístico	Cuestionario	Revista	<i>La relación entre la habilidad directiva y la satisfacción de los clientes en la industria del mueble de España</i>
(Delgado, D; y Romero, L. (2013)	México	Descriptivo, No Experimental	No Probabilístico	Cuestionario	Revista	<i>Satisfacción de las necesidades del cliente en el sector vivienda en el caso de Toluca.</i>

CAPÍTULO IV DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

En las tesis realizadas por los diferentes autores, (2010 hasta 2017), sobre la Satisfacción del cliente en la Administración Empresarial, Administración Educativa, Administración de Hotelería y Turismo, y la Administración Hospitalaria, de sus países correspondientes, las veintitrés (23) investigaciones concluyen que: la satisfacción del cliente en las diferentes rubros o áreas de la administración son satisfactorios, destacando que la Metodología de la investigación, el instrumento y la técnica respectiva utilizada son efectivas, eficaces y eficientes para medir la satisfacción del usuario. No teniendo ninguna limitación en el método y la aplicación de los instrumentos, por ende todos los artículos de estudio incluyen y aplican los criterios de inclusión y exclusión en su estudio, sugiriéndose respetuosamente que para los estudios posteriores se siga aplicando la misma metodología en sus diferentes enfoques, tipos y diseños, así como el mismo instrumento con su cuestionario y que la técnica sea la encuesta, ya sea de autores validados o por validar por master o magísteres en Administración, en los respectivos estudios de Satisfacción del Cliente o usuario; por esta situación diremos pues que encontramos relación y semejanzas en los veintitrés (23), trabajos de investigación de los diferentes autores que hemos revisado sistemáticamente para nuestro trabajo de investigación.

4.2. Conclusiones

Existe evidencia concreta para aceptar que en los veintitrés (23), trabajos de investigación revisados sistemáticamente para nuestro estudio, desde los años 2010 hasta el año 2017, sobre la Satisfacción del cliente o usuario en la Administración Empresarial, Administración Educativa, Administración de Hotelería y Turismo, y la Administración Hospitalaria, concluyen que: La satisfacción del cliente o usuario en las diferentes rubros o áreas de la administración son Satisfactorios.

Los estudios de investigación revisados sistemáticamente corresponden a partir del año 2010 hasta el año 2017, sobre la Satisfacción del cliente en la Administración Empresarial, Administración Educativa, Administración de Hotelería y Turismo, y la Administración Hospitalaria.

La cantidad de artículos estudiados son treintaicinco (35); cinco (5), de los cuales fueron descartados antes del análisis principal por ser estudios realizados antes del

año 2010; seis (6), no contaban con instrumento (cuestionario) ni técnica de investigación (encuesta) es decir eran investigaciones netamente documentales, y una (1), investigación no incluía las palabras claves de la investigación porque era solamente un ensayo teórico. Por esta situación la unidad de análisis sistemática de revisión literaria de los artículos y revistas quedó conformada por veintitrés (23), estudios científicos.

La muestra y el muestreo final para nuestro trabajo de investigación quedo establecido en veintitrés (23), estudios científicos, que equivalen al 100%.

Los trabajos de investigación revisados sistemáticamente y que se encuentran dentro de los parámetros establecidos para nuestra investigación son artículos publicados en revistas de investigación que se encuentran distribuidas de la siguiente manera: Quince (15), pertenecen al área de administración empresarial (65.21%); uno (1), pertenece al área de administración educacional (4.35%); cinco (5), pertenecen al área de administración de hotelería y turismo (21.74%); y dos (2), pertenecen al área hospitalaria (8.70%); encontrándose estos artículos publicados en la página virtual de Redalyc, la misma que es una revista internacional y en idioma castellano.

Todas las investigaciones revisadas sistemáticamente para nuestro trabajo de estudio tienen como variable Independiente o principal la Satisfacción del cliente o usuario en las diferentes áreas o rubros de la administración.

La Metodología de la investigación en sus diferentes tipos, enfoques y diseños, utilizados en los trabajos de estudios sobre la Satisfacción del cliente o usuario en la Administración Empresarial, Administración Educacional, Administración de Hotelería y Turismo, y la Administración Hospitalaria, son efectivas, eficaces y eficientes para medir la satisfacción del cliente o usuario.

El Instrumento (cuestionario) y la técnica (encuesta) respectiva utilizada en los trabajos de estudios sobre la Satisfacción del cliente o usuario en la Administración Empresarial, Administración Educacional, Administración de Hotelería y Turismo, y la Administración Hospitalaria, son efectivas, eficaces y eficientes para ser aplicados y por ende medir la satisfacción del cliente o usuario.

En los trabajos de estudios revisados sistemáticamente, sobre la Satisfacción del cliente o usuario en la Administración Empresarial, Administración Educacional, Administración de Hotelería y Turismo, y la Administración Hospitalaria, según sus autores o investigadores No han presentado ninguna limitación en la metodología

aplicada, ni tampoco en la aplicación del instrumento (cuestionario) y sus respectiva técnica (encuesta), aplicando por ende todos los criterios de inclusión y exclusión que vieron por pertinente o conveniente para su estudio respectivo.

REFERENCIAS

- Almaguer-Pratts, J., & Pérez-Almaguer, Y., & Pérez-Campdesuñer, R. (2014). Procedimiento para mejorar la satisfacción del cliente basado en la lógica difusa. Aplicación en el hotel Miraflores. *Ciencias Holguín*, XX (3), 1-13.
- Castrillón Barbosa, m., & Díaz Monroy, I. (2010). Construcción de un índice de satisfacción del cliente mediante ecuaciones estructurales. Caso de estudio: clientes (personas naturales) de un banco nacional. *Revista Apuntes del CENES*, XXIX (49), 31-46.
- Celestino, A., & Biencinto, C. (2012). La satisfacción del cliente externo en organizaciones de fitness. Estudio empírico en centros de la comunidad de Madrid. *Motricidad. European journal of human movement*, 29 , 115-132.
- Dalongaro, R. (2010). La satisfacción del cliente con el supermercadismo en áreas de frontera. *Ciencias Administrativas*, (4), 35-49.
- De León, I., & Arteta-Peña, Y., & Noda-Hernández, M. (2017). La satisfacción del cliente interno en pequeñas y medianas empresas hoteleras. *Ciencias Holguín*, 23 (3), 1-13.
- Delgado-Hernández, D., & Romero-Ancira, L. (2013). Satisfacción de las necesidades del cliente en el sector vivienda: el caso del Valle de Toluca. *Ingeniería. Investigación y Tecnología*, XIV (4), 499-509.
- Fayos-Gardó, T., & Moliner-Velázquez, B., & Ruiz-Molina, M. (2015). ¿Es posible aumentar la satisfacción del cliente después de una queja?: La Paradoja de Recuperación del Servicio en el comercio minorista. *Universia Business Review*, (46), 54-69.
- Galvis, E., & Ortiz, N. (2011). Medición de la satisfacción de clientes en clínicas y hospitales de Bucaramanga y área metropolitana. *Scientia Et Technica*, XVI (49), 92-97.
- Gil, I; Ruiz, M; & Calderón, H. (2010) La influencia de los TIC en la satisfacción del Cliente en el comercio minorista.
- http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cuadernos_admon/article/viewFile/5843/4826
- http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cuadernos_admon/article/viewFile/5843/4826
- Guadarrama Tavira, E., & Rosales Estrada, E. (2015). Marketing relacional: valor, satisfacción, lealtad y retención del cliente. *Análisis y reflexión teórica. Ciencia y sociedad*, 40 (2), 307-340.
- Hernández-Oro, Reina Maylin, Medina-León, Alberto Arnaldo, & Hernández-Pérez, Gilberto. (2014). Satisfacción del cliente en empresas de base tecnológica del sector hidráulico cubano. *Ingeniería Industrial*, 35(1), 25-33. Recuperado en 19 de febrero de 2018, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362014000100004&lng=es&tlng=es
- Maldonado Guzmán, Gonzalo. (2012). La relación entre la habilidad directiva y la satisfacción de los clientes en la industria del mueble de España: Un estudio empírico. *Contaduría y administración*, 57(3), 41-65. Recuperado en 19 de febrero de 2018, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422012000300003&lng=es&tlng=es.
- Medina-Merodio, J., & de Pablos-Heredero, C., & Jiménez-Rodríguez, M., & de Marcos-Ortega, L., & Barchino-Plata, R., & Rodríguez-García, D., & Gómez-Aguado, D. (2014). Análisis de la

- satisfacción de cliente mediante el uso de cuestionarios con preguntas abiertas. *Dyna*, 81 (188), 92-99.
- Mejías-acosta, a., & Manrique-Chirkova, s. (2011). Dimensiones de la satisfacción de clientes bancarios universitarios: una aproximación mediante el análisis de factores. *Ingeniería industrial*, xxxii (1), 43-47.
- Moliner, B; & Ruiz, E. (2015) Causas y Consecuencias Sociales de la satisfacción de los clientes con hoteles. Recuperado en 19 de Febrero de 2018 de <http://revistas.um.es/turismo/article/view/231021>
- Morillo, J; & Marcano, Y. (2010) Satisfacción del cliente, expectativas, rendimiento percibido, fidelidad de servicio
- Nápoles-Nápoles, L., & Tamayo-García, P., & Moreno-Pino, M. (2016). Medición y mejora de la satisfacción del cliente interno en instituciones universitarias. *Ciencias Holguín*, 22 (2), 1-16.
- Ourique, A; Do lago, L; Carlos, A; & otros. (2011) La Satisfacción del cliente de servicios de abogacía empresarial. Medición del desempeño de Marketing. Recuperado en 19 de Febrero de 2018 de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4213665>.
- Pérez-Campdesuñer, R., & Martínez-Vivar, R., & Noda-Hernández, M., & de Miguel-Guzmán, M. (2010). La satisfacción del cliente, influencia en la lealtad. *Análisis del destino Holguín. Ciencias Holguín*, XXI (3), 1-17.
- Romero, G., & Romero, J. (2010) Satisfacción de clientes externos de las empresas aseguradoras en el municipio Maracaibo. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XII (3), 563-580.
- Salvador Hernández, Y. (2010). La satisfacción del cliente interno base primordial para el desarrollo empresarial. *Ciencias Holguín*, XIV (3), 1-7.
- Sánchez, R; Arce, B; Ramírez, J; & otros. (2011) Causas y consecuencias sociales de la satisfacción de los clientes con hoteles.
- Vela, D. (2010) La satisfacción del cliente bancario en Canadá: Diferencias entre canadienses e inmigrantes de la América Latina-Revisión y tradición. Recuperado en 18 de Febrero del 2018 de <http://revistas.uosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/1329>

ANEXOS

Atención al cliente. Una revisión sistemática de la literatura científica de los últimos 10 años							
Nombres y apellidos del evaluador: Mg. Martín Facundo Ruíz							
Sede: Trujillo		Carrera: Administración y Gestión Comercial			Facultad: Negocios		
Condiciones obligatorias							
Coherencia		Los resultados, discusión y conclusiones responde a la pregunta y objetivo de la			Sí	No	
Consistencia		Cada una de las secciones del trabajo de investigación están debidamente			Sí	No	
Informe de plagio		Tiene 0% de similitud después de eliminar falsos positivos			Sí	No	
Criterios de evaluación							
Sección		Ítem	Reportado en la página #	Puntaje			
				Bien desarrollado	Parcialmente	No lo presenta	Puntaje obtenido
Título	Título	Identifica el reporte como una revisión sistemática.		0.5	0.25	0	0.5
Resumen	Resumen	Proporciona en 200 palabras: antecedentes; objetivos; fuentes de datos; criterios de elegibilidad, objeto de estudio; métodos de evaluación y síntesis del estudio; resultados; limitaciones; conclusiones.		1	0.5	0	1
Introducción	Justificación	Describe la justificación de la revisión en el contexto de lo que ya se conoce.		1	0.5	0	1
Introducción	Objetivos	Proporciona una declaración explícita de las preguntas que se están tratando con referencia al objeto de estudio.		2	1	0	1
Metodología	Criterios de elegibilidad	Especifica las características de los estudios considerados (por ejemplo, los estudios que miden la empleabilidad de los universitarios) y las características del informe (por ejemplo, los años considerados, el idioma y el estado de publicación).		0.5	0.25	0	0.5
Metodología	Recursos de información	Describe las bibliotecas virtuales consultadas para el estudio, por ejemplo: Ebsco, Redalyc, Google Académico, etc.		0.5	0.25	0	0.5
Metodología	Búsqueda	Presenta la estrategia de búsqueda utilizada, por ejemplo palabras claves, limitadores utilizados (por ejemplo, periodo, tipos de documentos, idioma, etc.) de tal forma que pueda replicarse el estudio.		0.5	0.25	0	0.5

Metodología	Selección de estudios	Indica los criterios por los que descartó o incluyó estudios (por ejemplo, del total del resultado de la búsqueda se descartaron 5 porque no tenían instrumentos de medición de empleabilidad).	1	0.5	0	1
Metodología	Proceso de recopilación de datos	Describe el método de extracción de datos de los estudios (por ejemplo, en tablas que describen los estudios con campos como: año de publicación, revista, país, institución, tipo de estudio, etc.) y cualquier proceso para obtener y confirmar los datos de los estudios.	0.5	0.25	0	0.5
Resultados	Selección del estudio	Proporciona el número de estudios examinados, evaluados por elegibilidad e incluidos en la revisión, con razones para las exclusiones en cada etapa, idealmente con un diagrama de flujo.	2	1	0	2
Resultados	Características de los estudios	Para cada estudio, presenta las características para las que se extrajeron los datos (por ejemplo, año de publicación, revista, país, institución, tipo de estudio, etc.).	2	1	0	1
Resultados	Análisis global de los estudios	Presenta las características de los estudios de manera globalizada (por ejemplo, porcentaje de estudios por año de publicación, por tipos, por temas abordados, etc.).	2	1	0	1
Discusión	Resumen de los resultados	Resume los principales hallazgos, incluyendo la fuerza de la evidencia para cada resultado principal; considera su relevancia para el objeto de estudio.	3	1.5	0	1.5
Discusión	Limitaciones	Discute las limitaciones en el estudio y el nivel de resultado (p. Ej., Riesgo de sesgo) ya nivel de revisión (por ejemplo, recuperación incompleta de la investigación identificada, sesgo de notificación).	1	0.5	0	1
Discusión	Conclusiones	Proporcionar una interpretación general de los resultados, responde la pregunta de la investigación, y las implicaciones para la investigación futura.	2	1	0	2
Puntaje total						15



Adaptado de: Moher D, Liberati A, Tetzlaff J, Altman DG, The PRISMA Group (2009). Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses: The PRISMA Statement. PLoS Med 6(7): e1000097. doi:10.1371/journal.pmed1000097