



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

# FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL MISMO BANCO  
DE LA NACIÓN – AGENCIA CHOSICA – I  
SEMESTRE 2018”

Trabajo de investigación para optar al grado de:

**Bachiller en Administración**

**Autor:**

Evelyn Fanny Natividad Caipo Ayros

**Asesor:**

Mg. Erica González Ponce De León

Lima - Perú

2020

## **Tabla de contenido**

<b>DEDICATORIA</b>	<b>2</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>3</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b>	<b>5</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>6</b>
<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN</b>	<b>7</b>
<b>CAPÍTULO II: METODOLOGÍA</b>	<b>11</b>
<b>CAPÍTULO III: RESULTADOS</b>	<b>16</b>
<b>CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES</b>	<b>25</b>
<b>REFERENCIAS</b>	<b>28</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>34</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

**Tabla 1.** Literatura Encontrada según el Titulo de la Investigación y/o Publicación.

**Tabla 2.** Literatura encontrada según el Pais de Procedencia.

**Tabla 3.** Literatura encontrada según año de Publicación.

**Tabla 4.** Literatura encontrada según el Metodo de Investigación

## RESUMEN

El presente estudio de investigación nos ha permitido describir que las empresas del sistema bancario se enfrentan ante un mundo cada vez mas competitivo y donde los clientes son cada vez mas exigentes y por ende con mayor interes en conocer las ventajas y desventajas de elegir una entidad bancaria en particular. El objetivo del presente trabajo de investigacion es determinar en que medida la calidad de la atención de sus clientes influye en la satisfaccion de los mismos, esto a partir de una revisión sistemática de la literatura teniendo como base de Datos a Google Academico, Scielo, Dialnet, entre otros.

La informacion recolectada se enfoco en la última década, principalmente en países de habla hispana. Los resultados muestran que la calidad de atención de los clientes de la banca tanto pública como privada, influye decisivamente en la satisfacción de sus clientes. De ahí que se hace necesario que estas entidades se preocupen en entender y estudiar dichos conceptos y enfocarlos en sus propios clientes, teniendo como horizonte final la fidelización de sus clientes, que los lleven a permanecer y fortalecerse en este mercado cada vez mas competitivo.

**PALABRAS CLAVES:** Banco/Servicio al Cliente/Calidad/Satisfacción del cliente/Financieras.

## **NOTA DE ACCESO**

**No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.**

## REFERENCIAS

1. Arancibia Carbajal, S., Leguina, A., & Espinosa Zamorano, P. (2013). *Factores determinantes en la percepción de la imagen y calidad de Servicio y sus efectos en la satisfacción del Cliente: Un caso aplicado a la Banca Chilena. Revista Ciencias Sociales Vol XIX, 264,265.*
2. Arias O., F. G. (1999). *El proyecto de investigación. Guía para su elaboración* (Tercera ed.). (O. Ediciones, Ed.) Caracas, Venezuela: Episteme.
3. Armstrong, G., & Kotler, P. (2003). *Fundamentos del Marketing*. México: Prentice Hall México.
4. Banco de la Nación (2001,2017). *Memoria 2001.pp. 37,38. Memoria 2017. pp.41, 42. <http://www.bn.com.pe>.*
5. Barquero, J. D., Rodríguez de Llauder, C., Barquero, M., & Huertas, F. (2007). *Marketing de Clientes*. Madrid: McGraw-Hill.
6. Bastos Boubeta, A. I. (2007). *Fidelización del Cliente*. Madrid: Ideas propias Editorial S.L.
7. Benavente Elgueta, B. S.& Figueroa Gómez, T. C.(2012). “*Medición del grado de satisfacción de los clientes bancarios de Puerto Montt basada en la Escala Servqual*”. Puerto Montt-Chile. Universidad Austral de Chile.

8. Córdoba, J., Cachero, C., Calero, C., Genero, M., & Marhuenda, Y. (2007). *Modelo de Calidad para Portales Bancarios*. San José, Costa Rica.
9. De La Haza Barrantes, A., Aguedo Huiza, B., & Rosales Vicente, M. (2018). “Ni dejar hacer ni dejar pasar: el compromiso de las instituciones bancarias peruanas frente al lavado de activos a través de la implementación de una metodología por riesgo”. *Derecho PUCP*, (80), 281-331. Perú.
10. Escoto L., R. (2007). *Banca Comercial* (Segunda ed.). San José, Costa Rica: UNED.
11. Espino, F. (2013). *Hechos Estilizados del Sistema Bancario*. Lima: BCRP.
12. Fontalvo H., T. J., & Vergara S., J. C. (2010). *La Gestión de la Calidad en los Servicios*. España: Eumed-Universidad de Málaga.
13. González Álvarez.R. (2015). *Evaluación de la calidad del servicio percibida en entidades Bancarias a través de la escala Servqual*. *Ciencia e Ingeniería Neogranadina*, 25 (1), pp. 113 – 135. Cuba.
14. Guzmán Contreras, C., & Vega, K. C. (2006). *Factores De Satisfacción e Insatisfacción En La Banca Por Internet En Chile*. Santiago de Chile.
15. Hernández, A. (2005). *Descartes: Discurso del método*. Editorial: Club Universitario. San Vicente (Alicante). España.
16. Ibarra Morales, L. E., Casas Medina, E. V., & Partida Gámez, A. L. (2011). *Método Servqual Aplicado a las salas de Cine, Cinemark y Cinopolis*: Un

- análisis comparativo sobre la calidad en el Servicio, caso Hermosillo, Sonora. México. *Iberoamericana para la Investigación y Desarrollo Educativo*, pp.53, 55,75.
17. Ibarra Morales, L. E., Espinoza Galindo, B., & Casas Medina, V. (2014). *Aplicación del modelo Servqual para evaluar la Calidad en el Servicio en los hospitales Públicos de Hermosillo Sonora*. México. *Tecnociencia Chihuahua*, pp.100, 101,102.
18. IFB CERTUS (agosto 2016). “10 Pautas Claves Para Mejorar La Atención Al Cliente En Las Entidades Financieras”. <https://ifbcertus.edu.pe/blog/certus/10-pautas-claves-para-mejorar-la-atencion-al-cliente-en-las-entidades-financieras>.
19. Juran, J.M. & F.M. Gryna (1993). *Manual de Control de Calidad*. Cuarta Edición. España. McGraw-Hill/Interamericana.
20. Kaufman, R. (2004). *Planificación Mega: Herramientas prácticas para el éxito organizacional*. London: Publicaciones de la Universidad Jaume.
21. Lepiz Jiménez, C. H. (2003). *Administración y Planificación como procesos*. San José, Costa Rica: EUNET (European Unix Network).
22. Miguel Dávila, J.A. & Flórez Romero, M.L. (2008). "Calidad de servicio percibida por clientes de entidades bancarias de Castilla y León y su repercusión en la satisfacción y la lealtad a la misma". *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, ISSN 1699-9495, N°. Extra 1, 2008 pp 105-128.

23. Miranda González, F., Chamorro Mera, A., & Rubio Lacoba, S. (2007). *Introducción a la Gestión de la Calidad*. Madrid- España: Delta Publicaciones.
24. Moncada Nieto, Alysson Nayive (2017). Tesis "*Factores que influyen en el nivel de satisfacción de los clientes externos por la atención que le brindan en las unidades de servicio al cliente de las instituciones bancarias de Tegucigalpa*". Honduras.
25. Muñoz M., A. (1999). *La gestión de calidad total en la gestión pública*. Madrid: Díaz de Santos S.A.
26. Najera Aguilar, P., Nigenda López, G., & Ramírez Sánchez, J. (1998). *Percepción de la Calidad de la atención de los Servicios de salud en México: perspectiva de los usuarios*. *Salud Pública de México*, pp 2, 3.
27. O' Shaughnessy, J. (1988). *Marketing Competitivo: Un enfoque estratégico*. Madrid. España: Edit. Díaz de Santos. Traducción 1991.
28. Peresson, L. (2007). "*Sistemas de Gestión de Calidad con enfoque al cliente*". [http://es.scribd.com/doc/55028887/33/Importancia de la satisfacción del cliente](http://es.scribd.com/doc/55028887/33/Importancia-de-la-satisfacción-del-cliente). pp 82-94.
29. PQS La Voz de los Emprendedores (septiembre 2018). "*Cuatro motivos para mejorar el servicio al cliente en entidades financieras*". Fundación Romero. Lima- Perú. <https://www.pqs.pe/finanzas-personales/motivos-mejorar-servicio-cliente-entidades-financieras>.

30. RAE. (01 de Marzo de 2018). *Diccionario de la Lengua Española*. Obtenido de Real Academia Española: <http://www.rae.es/>
31. Rivera Camino, J., Arellano Cueva, R., & Molero Ayala, V. (2000). *Conducta del Consumidor: Estrategias y Tácticas aplicadas al Marketing*. Madrid:
32. Sangüesa, M., Mateo, R., & Ilzarbe, L. (2006). *Teoría y Práctica de la Calidad*. Madrid: International Thonsom. Ediciones Paraninfo S.A.
33. Santa, P., & Martins, F. (2006). *Metodología de la investigación cualitativa* (Segunda ed.). Caracas, Venezuela: FEDUPEL.
34. Turcios Morán, A.S. (mayo 2018). Tesis "*Análisis De La Satisfacción Del Servicio Al Cliente En Una Institución Bancaria Privada En Guatemala*". Guatemala.
35. Universidad de Buenos Aires. (06 de Marzo de 2016). *Facultad de Ingeniería*. Obtenido de Universidad de Buenos Aires: <http://www.fi.uba.ar/es/node/1578>
36. Valdunciel Bustos, L., Flores Romero, M., & Miguel Dávila, J. A. (2007). *Análisis de la Calidad de Servicio que prestan las Entidades Bancarias y su repercusión en la satisfacción del cliente y la lealtad hacia la Entidad*. *Revista Asturiana de Economía*, 85.
37. Vázquez C., R. (1996). *Estructura Multidimensional de la Calidad de Servicio en Cadenas de Supermercados. Desarrollo y Validación de la Escala Calsuper*. (U. d. Cantabria, Ed.) Oviedo, España.