

**UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



*Una Institución Adventista*

**Gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y satisfacción del  
cliente de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018**

Por  
Grover Remigio Meléndez Malpartida

Asesor:  
Mg. Lila Ramírez Zumaeta

**Lima, Marzo de 2020**

DECLARACION JURADA  
DE AUDITORÍA DEL INFORME DE TESIS

Mg. Lila Ramírez Zumaeta de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración , de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el siguiente informe de investigación titulado: “Gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y satisfacción del cliente de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018” constituye la memoria que presenta el bachiller Grover Remigio Meléndez Malpartida para aspirar al título profesional de licenciado en Administración y Negocios Internacionales, cuya tesis ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin exponer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en Pucallpa, a los 10 días del mes de Junio del año 2020.



---

Mg. Lila Ramírez Zumaeta



**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**

En Lima, Naña, Villa Unión, a uno día(s) del mes de marzo del año 2020 siendo las 8:00 horas, se reunieron en el Salón de Grados y Títulos de la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del Señor Presidente del jurado: Mg. Danny Lita Alarcón Lozano, el secretario: Lta Nancy Abigail Lazo Palacios y los demás miembros: Mg. Bely Bonifacio B. B. Mg. Jessica del Pilar Meléndez Navarro y el asesor Mg. Lita Ramirez Zumalta.

con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulada: Historia de estado de cuenta de tarjetas de crédito y satisfacción del cliente en las entidades bancarias de la ciudad de Pucallpa - 2018

de el(los)/la(las) bachiller(es): a) Meléndez Malpartida Groves Remigio b)

conducente a la obtención del título profesional de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales (Nombre del Título Profesional) con mención en.....

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al (los)/a(la)(las) candidato(a)s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por el(los)/la(las) candidato(a)s. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Candidato (a): Meléndez Malpartida Groves Remigio

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
<u>Aprobado</u>	<u>16</u>	<u>B</u>	<u>Bueno</u>	<u>Muy bueno</u>

Candidato (b): .....

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

(\*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del jurado invitó al(los)/a(la)(las) candidato(a)s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

[Firma]  
 Presidente  
[Firma]  
 Asesor  
[Firma]  
 Candidato/a (a)

[Firma]  
 Miembro

[Firma]  
 Secretario  
[Firma]  
 Miembro  
[Firma]  
 Candidato/a (b)

## **Dedicatoria**

A mí querida esposa y mis hijos, que con su apoyo logré realizar este proyecto, y como muestra retributiva a todo el apoyo tangible e intangible recibido para mi realización profesional. Así mismo a mis padres quienes supieron guiarme hacia una vida llena de amor, trabajo, honradez, disciplina y temeroso de nuestro creador, para llegar a ser buenas personas y profesionales, apoyaron en este arduo camino de esfuerzo y excelencia profesional.

## **Agradecimiento**

A Dios por brindarme bienestar, sabiduría y tesón, agradecerle por permitirme cumplir uno de mis sueños, agradecido por brindarme a su mano firme y bondadosa cada día, nos va moldeando como personas, profesionales e hijos suyos. Se agradece a la Universidad Peruana Unión, por ayudarme a cumplir mis estudios, a los laboriosos docentes que me condujeron y facilitaron sus conocimientos y experiencias para desarrollar exitosamente todos los cursos propuestos durante el proyecto de tesis para realizar mi licenciatura.

A María Y., Prado C. y mis hijos, de manera muy especial, quienes son mi apoyo y soporte en esta gran travesía, gracias por el tiempo dedicado y gracias por haberme acompañado a cumplir este sueño.

A mí familia, con la bendición tan grande de poder ser parte de ella, me llena de orgullo y me empuja a seguir objetivos, mi madre que sin su apoyo no estaría logrando este objetivo, gracias a sus oraciones fervientes cada día han hecho buenos pilares de protección y fortaleza para mi vida y proyectos realizados.

Agradecer a mi asesora la profesora Lila Ramírez Zumaeta de la Universidad Peruana Unión, gracias a su apoyo, facilitó las herramientas necesarias en el ámbito académico y procesos para realizar el trabajo de campo, análisis y estructura de mi trabajo.

## TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO .....	vi
1. Identificación del problema.....	14
1.1. Descripción de la situación problemática .....	14
1.1.1. Formulación del problema.....	15
1.1.1.1. Problema general. ....	15
1.1.1.2. Problemas específicos. ....	15
1.2. Objetivos de la investigación .....	16
1.2.1. Objetivo general .....	16
1.2.2. Objetivos específicos .....	16
1.3. Justificación de la investigación.....	16
1.3.1. Relevancia social .....	16
1.3.2. Relevancia teórica.....	17
1.3.3. Relevancia metodológica .....	17
1.4. Cosmovisión bíblica filosófica.....	17
2. Revisión de la literatura .....	18
2.1. Antecedentes de la investigación.....	18
2.2. Bases teóricas .....	21
2.2.1.1. Estado de cuenta de tarjeta de crédito.....	21
2.2.1.2. Teoría sobre satisfacción del cliente .....	21

2.3.	Marco conceptual .....	22
2.3.1.	Gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito.....	22
2.3.1.1.	Contenido de un estado de cuenta.....	23
2.3.1.2.	Términos e información de un estado de cuenta de tarjeta de crédito .....	23
2.3.2	Satisfacción del cliente.....	26
2.3.2.1	Beneficios de lograr la satisfacción del cliente´ .....	27
2.3.3.2.	Elementos que conforman la satisfacción del cliente.....	28
2.3.3.3.	Fórmula para determinar el nivel de satisfacción del cliente.....	31
3.	Materiales y Métodos .....	33
3.1.	Tipo de investigación.....	33
3.2.	Diseño de investigación .....	33
3.3.	Hipótesis y variables de investigación.....	34
3.3.1.	Hipótesis de investigación.....	34
3.3.1.1.	Hipótesis principal .....	34
3.3.1.2.	Hipótesis derivadas .....	34
3.3.2.	Identificación de variables.....	35
3.3.2.1.	Variable 1.....	35
3.3.2.2.	Variable 2.....	35
3.4.	Operacionalización de variables.....	36
3.5.	Población y muestra.....	39

3.5.1.	Población.....	39
3.5.2.	Muestra.....	39
3.6.	Instrumentos de recolección de datos .....	41
3.7.	Técnicas de recolección de datos.....	41
3.7.1.	Descripción de la aplicación de instrumentos .....	42
3.7.2	Procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos. 43	
3.7.3	Técnicas para el procesamiento y análisis de la información .....	45
4.	Resultados y discusión.....	46
4.1.	Resultados estadísticos .....	46
4.2.	Análisis de los Ítems .....	47
4.3.	Contrastación de Hipótesis.....	52
4.3.1.	Prueba de normalidad .....	52
4.4.	Discusión.....	59
5.	Conclusiones y recomendaciones.....	61
5.1.	Conclusiones generales .....	61
5.2.	Conclusiones específicas.....	61
5.3.	Recomendaciones .....	62
	Referencias .....	64
	Anexos .....	67



## Índice de tablas

Tabla 1 .Confiabilidad de los instrumentos de gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito .....	44
Tabla 2. Confiabilidad de los instrumentos de satisfacción del cliente. ....	45
Tabla 3. Resultados demográficos .....	46
Tabla 4. <b>Estadísticos descriptivos de la variable gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y sus dimensiones</b> .....	48
Tabla 5. Estadísticos descriptivos de la variable satisfacción del cliente y sus dimensiones .....	50
Tabla 6. Prueba de normalidad de Kolmogórov-Smirnov.....	53
Tabla 7. Relación entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y satisfacción del cliente de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018.....	54
Tabla 8. Relación entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y el rendimiento percibido, de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018. ....	56
Tabla 9. Relación entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y las expectativas de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018.....	57
Tabla 10. Relación entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y los niveles de satisfacción de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018. ....	58

## Índice de figuras

Figura 1. Puntaje promedio de las dimensiones de la variable Gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito. ....	49
Figura 2. Puntaje promedio de las dimensiones de satisfacción del cliente. ....	52

## Tabla de Anexos

Anexo 1. <b>Matriz de consistencia Título: “GESTIÓN DE ESTADO DE CUENTA DE TARJETA DE CRÉDITO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LAS ENTIDADES BANCARIAS EN LA CIUDAD DE PUCALLPA - 2018”</b> .....	67
Anexo 2. <b>Instrumentos de recolección de datos</b> .....	68
Anexo 3. <b>Validación de Instrumentos</b> .....	72

## RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación fue analizar la relación que existe entre gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y satisfacción del cliente de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa – 2018. El estudio tiene una importancia social que permitirá contribuir mejoras en la percepción del servicio al cliente en lo referente a gestión de estado de cuenta de tarjeta y satisfacción del cliente, contribuyendo de esa manera al desarrollo social de la población de Ucayali. La investigación hará posible conocer la validez y confiabilidad sustentada por los procedimientos e instrumentos de recaudar información, con el objetivo de analizar la información que permita contrastar de la mejor manera la hipótesis en estudio.

La investigación es de tipo no experimental donde no se manipuló ninguna de las variables de estudio, el diseño del presente estudio pertenece al tipo correlacional descriptivo. Se utilizó la técnica de la encuesta. La recolección de datos fue necesaria y se realizó en un sólo momento, para la cual se ha elaborado un cuestionario el cual consta de un total de 24 preguntas relacionadas a los indicadores de las variables, gestión estado de cuenta de tarjeta de crédito y satisfacción del cliente. La muestra de estudio estuvo conformada por 115 clientes de las entidades bancarias (Interbank, Scotiabank, BBVA), en la ciudad de Pucallpa. Se concluyó que el grado de correlación entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y satisfacción del cliente de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa, es altamente significativa y directamente proporcional mediante el coeficiente Rho de Spearman 0.445 ( $p < 0.05$ ).

### **Palabras Clave:**

Estado de cuenta de tarjeta de crédito, satisfacción, calidad de servicio, nivel de satisfacción.

## ABSTRAC

The main objective of this research was to analyze the relationship between credit card statement management and customer satisfaction of banking institutions in the city of Pucallpa - 2018. The research is of non-experimental type where none of the study variables were manipulated, the design of the present study belongs to the type of descriptive correlational study. The survey technique was used. The data collection was necessary and was carried out in a single moment, for which a questionnaire has been elaborated which consists of a total of 24 questions related to the indicators of the variables, credit card statement management and client satisfaction. The study sample was made up of 115 clients of the banking entities (Interbank, Scotiabank, BBVA), in the city of Pucallpa. It was concluded that the degree of correlation between credit card statement management and customer satisfaction of the banking entities in the city of Pucallpa is highly significant and directly proportional by means of Spearman's Rho coefficient 0.445 ( $p < 0.05$ ).

Keywords: **Statement**, credit card, satisfaction, quality, service, level.

## **1. Identificación del problema**

### **1.1. Descripción de la situación problemática**

La gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito es un proceso que se inicia en el área de inteligencia de negocio, encargada de la actualización de clientes en la base de datos, pasando después al área de marketing, donde se realiza el diseño del estado de cuenta de tarjetas de crédito, que es revisada por el área legal, pasando seguidamente al área de operaciones, donde se verifica el estado de cuenta mediante prueba de muestreo y finalmente es retornada al área de marketing, para su distribución vía Courier.

Los factores de medición de satisfacción al cliente en las instituciones financieras comprenden, transferencias interbancarias, préstamos, ahorros, seguros, pago de servicios. Así mismo existen factores de medición de insatisfacción cuando ocurren casos como transacciones erradas, reclamos por cobros errados y, lo que constituye objeto de la presente investigación, el cobro del servicio de envío físico de un estado de cuenta de tarjeta de crédito y sin embargo este no llega a su destino, provocando el descontento y desconcierto del usuario, que se refleja en el descontrol de sus obligaciones con la entidad financiera.

Por lo tanto, las entidades financieras no son ajenas a esta problemática, factores como escasa capacitación, poca experiencia y seguimiento inadecuado a los empleados, complica llevar a cabo esta estrategia de una satisfacción real del cliente para lograr captarlo y retenerlo. Es por tanto primordial, cubrir la necesidad de los consumidores por un servicio al usuario enfocado en el buen trato humano, ello implica dar soluciones de los posibles problemas que ocasionan los servicios y productos que las entidades brindan.

“Indica que el servicio de atención al cliente en las entidades financieras es la que presenta más reclamos. Que los productos y servicios que los bancos ofrecen, indica que, los que más reclamos tienen son las tarjetas de crédito, estados de cuenta, cobros, entre otros.” (Peru 21, 2015).

Esta investigación se centra en esta última problemática de insatisfacción del cliente en cuanto a la recepción de estados de cuentas de tarjeta de crédito físico.

### **1.1.1. Formulación del problema.**

#### **1.1.1.1. Problema general.**

¿Cuál es la relación que existe entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y satisfacción del cliente de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018?

#### **1.1.1.2. Problemas específicos.**

- ¿Existe relación significativa entre gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y el rendimiento percibido por el cliente de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018?
- ¿Existe relación significativa entre gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y las expectativas de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018?
- ¿Existe relación significativa entre gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y los niveles de satisfacción de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018?

## **1.2. Objetivos de la investigación**

### **1.2.1. Objetivo general**

Analizar la relación que existe entre gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y satisfacción del cliente de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018 .

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Analizar si existe relación significativa entre gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y el rendimiento percibido por el cliente de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018
- Analizar si existe relación significativa entre gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y las expectativas de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018.
- Analizar si existe relación significativa entre gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y los niveles de satisfacción de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018

## **1.3. Justificación de la investigación**

### **1.3.1. Relevancia social**

El estudio tiene una importancia social que permitirá contribuir mejoras en la percepción del servicio al cliente en lo referente a gestión de estado de cuenta de tarjeta y satisfacción del cliente, contribuyendo de esa manera al desarrollo social de la población de Ucayali.



### **1.3.2. Relevancia teórica**

La investigación permitirá conocer las teorías (marco teórico), así como el marco conceptual de las variables en estudio., con la cual será posible lograr la especialización en la temática de gestión de estado de cuenta de tarjeta y satisfacción del cliente .

### **1.3.3. Relevancia metodológica**

La investigación hará posible conocer la validez y confiabilidad sustentada por los procedimientos e instrumentos de recaudar información, con el objetivo de analizar la información que permita contrastar de la mejor manera la hipótesis en estudio.

## **1.4. Cosmovisión bíblica filosófica**

“Dios anuncio que aquellos que vivan con Él deben amar y prestar servicio a sus hijos.” (Mateo 25:34 – 40)

Cuando servimos a nuestros semejantes, recibimos bendiciones. Por medio del servicio multiplicamos la capacidad de comprendernos y nos volvemos menos egoístas y reflexionamos sobre los problemas de los demás, los nuestros parecen ser menos agobiantes. Debemos servir a nuestros semejantes para lograr la vida eterna.

## **2. Revisión de la literatura**

### **2.1. Antecedentes de la investigación**

(Contreras Tapia, 2009) “en su tesis titulada Mejoramiento de los procesos de entrega de productos bancarios, Santiago de Chile 2009, con el objetivo de ejecutar una propuesta de rediseño de la distribución de productos que acceda alcanzar la calidad del servicio definidos para el proceso, optimizando la eficiencia en los recursos. Elaborar un diagnóstico de los procesos actuales en de entrega de productos bancarios. Rediseñar los procesos aplicando la metodología LEAN y rediseño de patrones a la entrega de productos, modificando pasos y actividades que presenten problemas, buscando una mejor coordinación entre los departamentos que participan del proceso .

Resumen, concluye que el objetivo general y específicos del proyecto se cumplieron, ya que los resultados expuestos permiten demostrar que el objetivo de aumentar la calidad de servicio optimizando los recursos, se cumple implementando el rediseño extensamente expuesto, donde los dos proyectos más importantes, el uso de un sistema computacional que permita controlar todo el proceso de entrega de productos y la creación de una Unidad de Delivery integrada, son proyectos factibles de desarrollar tanto económica como operacionalmente”

Según, (Jara Padilla, Castillo Vicente, & Montalvo Rosero, 2012), en su tesis “Plan estratégico tendiente a mejorar los niveles de comercialización y cobertura del mercado de tarjetas de crédito por parte del banco Austro del distrito metropolitano de Quito,2012”, objetivo general elaborar el plan estratégico para mejorar la comercialización de tarjetas de

crédito del Banco del Austro en el DM de Quito, objetivo específico elaborar el diagnóstico del área de Tarjetas de Crédito del Banco del Austro, determinar nuestra finalidad, tomando como inicio de partida la misión por la cual fue creada la institución y donde estamos ahora, concluimos que en el área de Tarjetas de crédito al igual que en otras áreas del banco hace, que sea necesario el desarrollo de capacidades, para la mejora de la comunicación y mantener la estabilidad del recurso humano, dentro de la propuesta se plantea como eje de acción la capacitación constante al personal.

(Requena Ponce & Serrano Lopez, 2007) en su tesis titulada “Calidad de servicio desde la perspectiva de clientes usuarios y autopercepción de empresas de captación de talento, de la Universidad Católica Andrés Bello, Caracas”, planteo el objetivo general identificar la calidad de servicio desde la perspectiva del cliente, usuarios del proceso y la autopercepción en las empresas de captación de talento, el tipo de investigación es descriptiva y el diseño de la investigación no experimental transaccional, la población estuvo constituida por las empresas de captación de talento, la muestra estuvo constituida por las empresas cazadoras de talentos. Resultado, en la calidad de servicio prestadas por las empresas cazadoras de talento hacia los clientes se puede observar en la dimensión de la tangibilidad que existen gerentes generales que creen que están prestando un buen servicio con un 60% en de acuerdo, es decir según gerentes generales, las organizaciones están admitiendo más de lo que realmente las organizaciones ven que están percibiendo. En continuación que la dimensión garantía, los gerentes colocan un 80% en muy de acuerdo mientras que las organizaciones solo están de acuerdo en un 76,7% con los conocimientos de cortesía de los empleados y su capacidad de transmitir confianza en ellos; con lo que las organizaciones se ubican con un 63,3% en de

acuerdo, repitiéndose dicha situación que en la tangibilidad donde los gerentes no están atendiendo realmente a las organizaciones, el rendimiento que piensan estar dando”.

(Droguett Jorquera, 2012) En su tesis titulada “Calidad y satisfacción en el servicio a clientes de la Industria Automotriz: Análisis de principales factores que Afectan la evaluación de los clientes, Chile”, planteo objetivo general es Identificar los principales motivos de insatisfacción en el servicio, Saber la opinión de los usuarios a la hora de decidir si la experiencia fue satisfactoria o no. Objetivos específicos, presentar una base teórica que permitirá el mayor entendimiento de los temas analizados, desde la perspectiva de los servicios, incluso asuntos relacionados con la apreciación del desempeño del servicio que hacen los usuarios. Resultados, la evaluación que los clientes hacen sobre el performance en servicios de las diferentes marcas de la industria que tienen componentes generales. Las principales causas de insatisfacción son compartidas por las marcas, donde se deja ver que la problemática no solo se debe a la forma en que una empresa enfrenta las experiencias de servicio, sino que con la forma en que en la actualidad la industria ha interactuado con los clientes. Los problemas con la demora en la entrega de los vehículos y burocracia advierten que es uno de los motivos por la cual los clientes no están del todo satisfechos con el desempeño actual.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1.1. Estado de cuenta de tarjeta de crédito**

Para (Valentin, 2018) “En el mundo financiero, un estado de cuenta general es lo mismo que un extracto de cuenta o un estado bancario. El estado de cuenta generalmente es proporcionado sobre una base periódica (usualmente mensual) al consumidor o gerente comercial.”

“El estado de cuenta es un documento oficial emitido por entidades bancarias y financieras, para sus clientes donde se informa sobre los consumos, movimientos y montos a abonar en relación al producto y servicio prestado por dichas entidades.” (Granel, 2018)

Todas entidades financieras están en la obligación de enviarte como usuario de la misma, tu estado de cuenta, reportando todos tus gastos, movimientos y pagos mensuales. Además, puedes solicitar que el documento se enviado físico o virtual vía correo electrónico sin costo, según la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS).

### **2.2.1.2. Teoría sobre satisfacción del cliente**

(Carmona Lavado & Leal Millán, 1998) Sostienen que la teoría de los dos factores fue formulada por Herzberg en el marco de la satisfacción en el trabajo. Indica la teoría que existen elementos que determinan la satisfacción y la insatisfacción laboral. Así mismo, hace mención que los factores higiénicos producirán insatisfacción si su nivel es insuficiente, pero no producirán satisfacción si es suficiente. Además, los factores de crecimiento generarán

satisfacción cuando su nivel es suficiente, pero no generan insatisfacción cuando su nivel es insuficiente. la satisfacción y la insatisfacción no serían polos opuestos de un mismo continuo, como lo define la teoría tradicional (donde indica que muchos factores producen satisfacción o insatisfacción dependiendo de la importancia que tenga en cada persona), en caso contrario un doble continuo, en el que lo contrario de la satisfacción no sería la insatisfacción, sino la carencia de satisfacción y viceversa. (Herzberg, Mausner y Snyderman, 1959; Robbins, 1994; Davis y Newstrom, 1991).

## **2.3. Marco conceptual**

### **2.3.1. Estado de cuenta de tarjeta de crédito**

Es un documento oficial el cual es emitido por entidades bancarias y financieras para sus clientes.

En el documento, informan sobre los montos a pagar, movimientos en relación a un crédito o préstamo otorgado, la información se presenta de forma resumida y periódica de forma mensual., este documento aplica también a cuentas corriente y cheques, esta información es un balance financiero. Tiene como objetivo, ofrecer información en el uso de su tarjeta de crédito y la obligación de pago contraída. (Mendoza del Solar, 2019)

Las instituciones financieras tienen el deber de generar mensualmente a los usuarios de las tarjetas un estado de cuenta. La lectura del estado de cuenta es de suma importancia, ya que te permite organizar mejor las finanzas. En el

documento podrás encontrar los movimientos, consultar la tasa de interés, cargos, fecha de corte y el monto a pagar .

#### **2.3.1.1. Contenido de un estado de cuenta**

Manifiesta, que se encuentra información siguiente: movimientos realizados en detalle, transferencias, compras, retiros de dinero giros y débitos los cuales se han realizado, cada movimiento realizado aparecerá posteriormente en el estado de cuenta y se aplicarán los intereses y cargos respectivos. Se detalla la fecha de pago, los usuarios pueden requerir este documento. Cabe indicar que se puede solicitar el envío del estado de cuenta aun correo electrónica, más aún cuando se dan casos de pérdida o que no llegue el documento en físico. (Angel, 2016)

#### **2.3.1.2. Términos e información de un estado de cuenta de tarjeta de crédito**

Información general de un estado de cuenta de tarjeta de crédito, detalla los términos e información general de un estado de cuenta:

- **Resumen de la actividad de la cuenta**

Es un resumen de las transacciones realizadas: pagos efectuados, compras, transferencias, tasas, cargos por concepto de interés y montos atrasados. Así mismo, muestra el saldo actual, disponible (es decir, su límite de crédito menos el monto de deuda) y la fecha del cierre de facturación (Las amortización y cargos siguientes a esa fecha se visualizarán el próximo estado de cuenta).

- **Información de pago**

Se informa el saldo actual, monto mínimo (la cantidad mínima que ha de pagar) y la fecha de vencimiento. Se considera en fecha si su pago se acredita antes o en la misma fecha de vencimiento. Si una amortización no se acredita en la fecha de vencimiento (ejemplo, porque la fecha coincide con un feriado o con un fin de semana), se considerará en fecha siempre que se acredite el siguiente día hábil.

- **Advertencia por pago atrasado**

Se informa y se detalla los cargos agregados y la tasa de interés que se cobran por amortización atrasada.

- **Advertencia por pago mínimo**

Es el cálculo del tiempo que le llevará al cliente, cancelar el saldo total de su tarjeta de crédito, si cada mes amortiza solo el monto mínimo se visualiza el monto que puede llegar a pagar, con intereses incluidos, para cancelar su deuda en un determinado tiempo (asumiendo que no se sumen cargos adicionales) .

- **Aviso de modificación de sus tasas de interés**

Para modificar sus tasas, la entidad debe comunicar dichas modificaciones al menos 45 días antes de que el cambio se aplique.



- **Otros cambios en los términos de su cuenta**

Si la entidad financiera decide aumentar las tasas de interés o implementar algún otro cambio en su cuenta, deberá ser informado al menos 45 días antes que los cambios se apliquen.

- **Transacciones**

Incluye una lista de las transacciones efectuadas luego del cierre de su última facturación (compras, pagos, créditos, anticipos de efectivo y transferencias de saldo). Hay entidades financieras que agrupan las transacciones por categoría. En cambio, hay otras, que las agrupan por fecha de transacción o por usuario, esto se aplica cuando hay varios usuarios dentro de una misma cuenta. Verifica que todos los movimientos hayan sido autorizados. Esta es la sección del estado de cuenta en la que el cliente puede comprobar si se han realizado dichos movimientos o si existe alguna otra clase de problema.

- **Cargos e intereses**

Las entidades financieras deben detallar los cargos y los intereses por separado. Donde los cargos en concepto de interés deben ser detallados por tipo (ejemplo, posiblemente la tasa de interés a cobrar por compras sea distinta de la que se cobra por retiro de efectivo).

- **Montos totales hasta la fecha**

Informa el importe total que lleva pagando durante el presente año.

Evitar que se le realicen cargos, tales como por sobrepasar el límite disponible y evitar que le cobren cargos por pagos vencidos.

- **Cálculo de cargos en concepto de interés**

Incluye el resumen de las tasas de interés que se cargan en los distintos movimientos que ha realizado con su tarjeta.

En la web oficial del gobierno de los Estados Unidos (Mycreditunion, s.f.), vida y finanzas

### **2.3.2 Satisfacción del cliente**

La psicología es una de las ciencias que más se ha dedicado al estudio de la satisfacción.

Múltiples teorías y aproximaciones metodológicas han confirmado, lo importante de la dialéctica de satisfacción-insatisfacción en la comprensión de la conducta humana, esta dialéctica se ha convertido en el núcleo central de todas las comprensiones psicológicas de la dinámica del comportamiento.

(Velandia Salazar, Ardon Centeno, & Jara Navarro, 2007)

Es una condición indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los usuarios y, por tanto, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de sostener «satisfecho a cada cliente» traspasa las fronteras del área de mercadotecnia para

formar parte de los principales objetivos de las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos y otros) de las empresas. (Thompson, 2005)

- **Importancia del estudio de la satisfacción del cliente** resulta de vital importancia conocer los beneficios de lograr la satisfacción de los usuarios, definirla, cuáles son sus niveles, cómo se crean las expectativas en los usuarios y en qué consiste el rendimiento percibido, para que, de esta manera, estén debidamente informados para coadyuvar activamente con todas las tareas que apuntan a lograr la satisfacción del cliente. (Thompson, 2005)

(Carmona Lavado & Leal Millan, 1998), sostiene que, “la satisfacción del cliente es como un estado psicológico resultado de una experiencia de consumo” cita a Evrard (1993/4; p.54).

Por ser muy general y no incluir la base de referencia a su experiencia de consumo, que es tema de estudio entre los investigadores. La satisfacción del cliente tiene una relación por cada transacción específica, a diferencia de la actitud hacia un producto o servicio en general que puede existir sin que haya habido una experiencia.

### **2.3.2.1 Beneficios de lograr la satisfacción del cliente´**

Según (Thompson, 2005), “Existen muchos beneficios que toda empresa u organización obtiene al lograr la satisfacción de sus usuarios”. Se puede resumir en tres grandes beneficios:

**Primer beneficio:** El usuario satisfecho, por lo general, vuelve a consumir. Se obtiene su lealtad y, por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro.

**Segundo beneficio:** El cliente satisfecho transmite a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Donde obtiene como beneficio de difusión gratuita.

**Tercer beneficio:** El usuario satisfecho deja de lado a la competencia. Se tiene como beneficio una participación en el mercado.

En consecuencia, la empresa que logre la satisfacción del cliente tendrá como beneficios:

- 1) La lealtad del cliente (que se traduce en futuras ventas),
- 2) Difusión gratuita (que se traduce en nuevos clientes) y
- 3) Una determinada participación en el mercado.

#### **2.3.3.2. Elementos que conforman la satisfacción del cliente**

Está definida por tres elementos:

**1. El Rendimiento percibido:** Es el resultado de la percepción del cliente en cuanto la experiencia que obtuvo con el producto o servicio que adquirió. El rendimiento percibido tiene las siguientes características:

- Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa.

- Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio.
- Está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad.
- Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.
- Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos.

Dada su complejidad, el rendimiento percibido puede ser determinado luego de una exhaustiva investigación teniendo inicio y fin en el cliente.

La percepción del cliente está definida luego de haber adquirido un producto o servicio ofertada por todas las entidades financieras presentes en la ciudad de Pucallpa.

**2. Las expectativas:** Es la esperanza de los clientes que tienen por conseguir algo. Las expectativas se producen por el efecto de una o más de estas cuatro situaciones:

- Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.
- Experiencias de compras anteriores.
- Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión (p.ej.: artistas).
- Promesas que ofrecen los competidores. (Thompson, 2005)

Las instituciones deben establecer el nivel correcto de expectativas.

Ejemplo, si las expectativas son bajas no se captarán clientes.

Un detalle sobre este punto es la baja en los índices de satisfacción del cliente, que no significa una disminución en la calidad del producto o servicio; en algunos casos, el fruto del aumento en las expectativas del cliente, es atribuida al área de mercadotecnia (publicidad y ventas personales).

Es importante monitorear las expectativas de los clientes para determinar:

- Si están dentro de lo que la empresa puede proporcionarles.
- Si están a la par, por debajo o encima de las expectativas que genera la competencia.
- Si coinciden con lo que el cliente promedio espera, para animarse a comprar.

**3. Los niveles de satisfacción:** Después de realizada la adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

- Insatisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
- Satisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.

- Complacencia: Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

De acuerdo al nivel de satisfacción del cliente, se puede determinar el grado de fidelidad a una marca o empresa, ejemplo: Un usuario insatisfecho cambiará de marca o proveedor de forma inmediata. Por otra parte, el cliente satisfecho será leal; pero, solo hasta que encuentre un proveedor con una mejor oferta (lealtad condicional).

En caso contrario, el cliente complacido será leal a una marca o proveedor porque siente una afinidad emocional que supera largamente a una simple preferencia racional (lealtad incondicional).

Las empresas trabajan en complacer a sus clientes, prometer solo lo que pueden entregar y entregar más de lo que prometieron.

### **2.3.3.3. Fórmula para determinar el nivel de satisfacción del cliente**

Se aplica la siguiente fórmula:

$$\underline{\text{Rendimiento Percibido} - \text{Expectativas} = \text{Nivel de Satisfacción}}$$

Se necesita primero obtener mediante una investigación de mercado: 1) el rendimiento percibido y 2) las expectativas que tenía el cliente antes de la compra. Luego, se les asigna un valor a los resultados obtenidos, por ejemplo, para el rendimiento percibido:

Excelente = 10, Bueno = 7, Regular = 5, Malo = 3

En el caso de las expectativas:

Expectativas Elevadas = 3, Expectativas Moderadas = 2, Expectativas Bajas = 1

Para el nivel de satisfacción:

Complacido: De 8 a 10, Satisfecho: de 5 a 7, Insatisfecho: Igual o Menor a 4

Aplicando la fórmula. Por ejemplo: Si la investigación de mercado ha dado como resultado que el rendimiento percibido ha sido bueno (valor: 7), pero que las expectativas que tenían los clientes eran muy elevadas (Valor: 3), se realiza la siguiente operación:  $7 - 3 = 4$ , en lo que concluye que el cliente está INSATISFECHO. (Thompson, 2005)

“La satisfacción del cliente, se define como el nivel del estado de ánimo que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas”. (Kotler, 2001)



### 3. Materiales y Métodos

#### 3.1. Tipo de investigación

La investigación es de tipo no experimental donde no se manipuló ninguna de las variables de estudio.

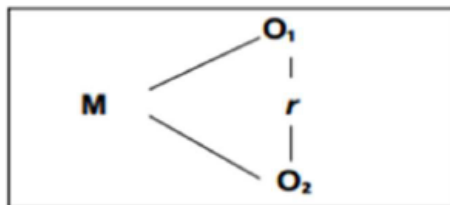
La investigación no experimental también conocida como investigación Ex Post Facto.

(Kerlinger, 1983), “la investigación Ex Post Facto es un tipo de Investigación sistemática en donde el investigador no tiene control sobre las variables independientes porque ya sucedieron los hechos o porque son intrínsecamente manipulables”, (p.269).

“Los cambios en la variable independientes ya ocurrieron y el investigador se limita a la observación de la situación ya existente dadas la capacidad de influir en las variables y sus efectos”. (Hernández, R., Fernández, C., Baptista, 1991)

#### 3.2. Diseño de investigación

Según (Hernández, Fernández y Baptista, 2014) “La investigación es de tipo no experimental, el diseño del presente estudio pertenece al tipo de estudio correlacional descriptivo”.



Donde:

M =Muestra de estudio.

O1=Observación de la variable: Gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito.

O2=Observación de la variable: Satisfacción del cliente.

r =Coeficiente de correlación de Pearson

### **3.3. Hipótesis y variables de investigación**

#### **3.3.1. Hipótesis de investigación**

##### **3.3.1.1. Hipótesis principal**

Existe relación entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y satisfacción del cliente de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018.

##### **3.3.1.2. Hipótesis derivadas**

- Analizar si existe relación significativa entre gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y el rendimiento percibido por el cliente de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018
- Analizar si existe relación significativa entre gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y las expectativas de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018.
- Analizar si existe relación significativa entre gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y los niveles de satisfacción de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018 .

### **3.3.2. Identificación de variables**

#### **3.3.2.1. Variable 1.**

V1: Gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito

#### **3.3.2.2. Variable 2.**

V2: Satisfacción del cliente

### 3.4. Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Escala de Medición	Instrumentos Ítems
Gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito	Según (Granel, 2018), “El estado de cuenta es un documento oficial emitido por entidades bancarias y financieras, para sus clientes donde se informa sobre los consumos, movimientos y montos a abonar en relación al producto y servicio prestado por dichas entidades”. Todas entidades financieras están en la obligación de enviarte como usuario, tu estado de cuenta, informando todos tus gastos, movimientos y pagos mensuales. Además, puedes solicitar que el documento se enviado físico o virtual vía correo electrónico sin costo, Según la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS).	La variable gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito se operacionalizará a través de un cuestionario.	Detalles que incluye el documento	* Movimientos de las operaciones * Cargos aplicados por operación * Entrega de documentos	Escala de Likert 1) Totalmente de acuerdo 2) De acuerdo 3) Neutral 4) En desacuerdo 5) Totalmente en desacuerdo	DIMENSION: DETALLES QUE INCLUYE EL DOCUMENTO 1 ¿Es importante para Ud. el movimiento de las operaciones del banco en su estado de cuenta? 2 ¿El detalle de la información en su estado de cuenta es clara y precisa? 3 ¿Está de acuerdo con los cargos aplicados por operación que efectúa el banco en su estado de cuenta? 4 ¿Está de acuerdo con la entrega del documento físico de su estado de cuenta? 5 ¿Está de acuerdo con la entrega del documento virtual de su estado de cuenta? DIMENSION: TÉRMINOS E INFORMACIÓN 6 ¿Es importante para Ud. tener el detalle de sus operaciones de su deuda en su estado de cuenta? 7 ¿Con la información del detalle de su deuda en su estafo de cuenta le ayudaría a tomar decisiones? 8 ¿El banco le advierte sobre posibles penalidades por retrasarse en sus pagos? 9 ¿Es importante para Ud. tener el estado de su cuenta porque le ayudaría a medir sus gastos?
			Términos e información	* Resumen de la actividad * Advertencias		

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Escala de Medición	Instrumentos Ítems
Satisfacción Laboral	<p>“Es una condición indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los usuarios y, por tanto, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de sostener «satisfecho a cada cliente» traspasa las fronteras del área de mercadotecnia para formar parte de los principales objetivos de las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos y otros) de las empresas”. (Thompson, 2005)</p>	<p>Operacionalmente se recogió la valoración de los clientes respecto a la satisfacción del cliente a través de un cuestionario .</p>	Rendimiento percibido del cliente.	<p>*Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa.</p> <p>*Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio.</p> <p>*Está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad.</p>	Escala de Likert	<p>DIMENSION: RENDIMIENTO PERCIBIDO DEL CLIENTE</p> <p>10.- ¿Está de acuerdo con la fecha que le llega su estado de cuenta de tarjeta de crédito del banco?</p> <p>11.- ¿Le parece eficiente el servicio que el banco le ofrece en la entrega de su estado de cuenta?</p> <p>12.- ¿Se siente atendido cuando realiza consultas referentes a su deuda que detalla en su estado de cuenta de tarjeta de crédito del banco?</p> <p>13.- ¿Usted está de acuerdo con los movimientos que se visualizan en su estado de cuenta de tarjeta de crédito del banco?</p> <p>14.- ¿Está Ud. de acuerdo con el tiempo de respuesta cuando realiza un reclamo con referencia a la información de su estado de cuenta de tarjeta de crédito del banco?</p>
			Expectativas del banco.	<p>*Promesas que hace la empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.</p>		<p>1) Totalmente de acuerdo</p> <p>2) De acuerdo</p> <p>3) Neutral</p> <p>4) En desacuerdo</p>

				* Experiencias de compras anteriores.	5) Totalmente en desacuerdo	19 ¿Prefiere que su estado de cuenta le llegue 15 días antes de su fecha de pago?
			Niveles de satisfacción del cliente	*Insatisfacción *Satisfacción		20 ¿Cree Ud. que el banco debería corroborar con sus clientes si realmente reciben sus estados de cuenta?  DIMENSION: NIVELES DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE  21 ¿Esta Ud. Insatisfecho con el servicio de entrega del estado de cuenta de su tarjeta de crédito?  22 ¿Está satisfecho con la información brindada sobre el ciclo de facturación y fecha de pago de su tarjeta de crédito?  23 ¿Está satisfecho con el costo de envío de su estado de cuenta?  24 ¿Esta Ud. satisfecho con los productos y el servicio que el banco le ofrece?

### 3.5. Población y muestra

#### 3.5.1. Población

Para el presente proyecto se ha considerado una población conformada por 164 clientes de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018.

Distribución de la población de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018.

<b>CATEGORIA</b>	<b>CLIENTES</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Hombres y mujeres</b>	<b>164</b>	<b>100 %</b>
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Aporte del investigador.

#### 3.5.2. Muestra

La muestra de estudio estuvo conformada por 115 clientes de las entidades bancarias (Interbank, Scotiabank, BBVA), en la ciudad de Pucallpa. Se tomo estas entidades bancarias bajo el criterio volumen y representatividad como institución, para la muestra de estudio. La muestra ha sido determinada como no probabilística intencional a criterio del investigador. Para Hernández. Et al (2010) “la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recopilan datos, y que tiene que definirse o delimitarse con precisión, este deberá ser representativo de dicha población”.

Distribución de la muestra de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa.

CATEGORIA	CLIENTES	PORCENTAJE
Hombres y mujeres	115	100%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Fuente: Aporte del investigador.

**Determinar tamaño de muestra**

Nivel de confianza:  95%  99%

Intervalo de confianza:

Población:

Tamaño de muestra necesario:

**Encontrar intervalo de confianza**

Nivel de confianza:  95%  99%

Tamaño de la muestra:

Población:

Porcentaje:

Intervalo de confianza:

Fuente: <https://www.surveysystem.com/sscalc.htm>



### 3.6. Instrumentos de recolección de datos

La ejecución del trabajo amerita el uso de la técnica del muestreo no probabilístico intencional a criterio del investigador, donde el mismo elige deliberadamente la muestra de estudio. El diseño del presente estudio pertenece al estudio tipo correlacional descriptivo .

### 3.7. Técnicas de recolección de datos

TECNICAS	INSTRUMENTOS	JUSTIFICACIÓN
1. La Encuesta  “Es un proceso que permite examinar cuestiones sobre la subjetividad y al mismo tiempo obtener información de un número considerable de personas, ejemplo: Permite explorar la opinión y los valores vigentes de la sociedad, temas científicos y de importancia para las sociedades democráticas”. (Grasso, 2006)	1. Cuestionario  Es un documento que recoge Información organizada los indicadores de las variables implicadas al objetivo de la encuesta (Casas, et. al. 2003:528).  Estará estructurado en 24 ítems y serán medidos en la escala de Lickert	Porque es la manera más idónea para conocer las inquietudes y problemas de la muestra de mi población, ya que permite a los encuestados a responder con la verdad. Para obtener información generalizada de casi cualquier grupo de población.  Es una excelente herramienta que permite estandarizar los datos, lo que facilita su posterior análisis estadístico, de las dos variables .  La apertura a tener sus opiniones.

### **3.7.1. Descripción de la aplicación de instrumentos**

El mecanismo que se utilizó para las variables fue el cuestionario de 24 ítems, la escala y valores fueron considerados de 1 a 5. Los mecanismos que se aplicaron para la recolección de datos fueron:

Cuestionario sobre la entrega de estado de cuenta de tarjeta de crédito y satisfacción del cliente, de las siguientes entidades bancarias (Interbank, Scotiabank, BBVA).

Los instrumentos que se aplicaron para la recolección de datos fueron:

Cuestionario sobre V1 (Estado de cuenta de tarjeta de crédito) y V2 (satisfacción del cliente).

La recolección de datos fue necesaria y se realizó en un sólo momento, para la cual se ha elaborado un cuestionario el cual consta de un total de 24 preguntas relacionadas a los indicadores de las variables, como son: gestión estado de cuenta de tarjeta de crédito y satisfacción del cliente.

El cuestionario, fue diseñado de una forma, que permitió obtener las características o indicadores que tienen mayor influencia en la gestión de estados de cuenta de tarjetas de crédito y satisfacción del cliente de las entidades bancarias de la ciudad de Pucallpa, se desarrolló la encuesta a los clientes, para determinar al mismo tiempo, el grado en la que afecta .

La información obtenida en el cuestionario de gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y satisfacción del cliente tiene la siguiente codificación, en el cuestionario, las respuestas se midieron de la siguiente manera:

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutro
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

### **3.7.2 Procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos.**

#### **3.7.2.1 Validación**

Se desarrolló mediante la técnica de juicio de expertos (03), quienes emitieron su validación mediante la firma de las respectivas constancias.

#### **3.7.2.2 Confiabilidad**

La confiabilidad de los instrumentos se realizó mediante el método de consistencia interna de Alpha de Cronbach mediante el software de SPSS v25.

En la Tabla 01, se observa la fiabilidad de los instrumentos utilizados para la recolección de la información, el primer instrumento es para la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito que consta de 9 ítems, donde se obtuvo un coeficiente de alfa de Cronbach de 0.812 y en sus dimensiones valores superiores a 0.7 lo cual demuestra que el instrumento es confiable para ser aplicado en poblaciones de similares características.

*Tabla 1 .Confiabilidad de los instrumentos de gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito*

Elementos	Todos los ítems	
	Alpha de Cronbach	N° de ítems
<b><i>Gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito</i></b>	.812	9
Detalles que incluyen el documento	.726	5
Términos e información	.811	4

En la Tabla 02, se observa la fiabilidad de los instrumentos utilizados para la recolección de datos, el primer instrumento es para satisfacción del cliente que consta de 15 ítems, donde se obtuvo un coeficiente de alfa de Cronbach de 0.878 y en sus dimensiones valores superiores a 0.7, lo cual demuestra que el instrumento es confiable para ser aplicado en poblaciones de similares características.

Tabla 2. Confiabilidad de los instrumentos de satisfacción del cliente.

Elementos	Alpha de Cronbach	N de ítems
<b>Satisfacción del cliente</b>	.878	15
Rendimiento percibido del cliente	.801	5
Expectativas del banco	.748	6
Niveles de satisfacción del cliente	.749	4

### 3.7.3 Técnicas para el procesamiento y análisis de la información

El proceso de análisis de datos se midió mediante técnicas de métodos estadísticos, tales como la estadística descriptiva o inferencial.

La presentación de la información será mediante tablas y gráficos estadísticos, así como los estadígrafos correspondientes.

Para el análisis inferencial se utilizó el coeficiente de correlación Rho de Spearman puesto que los datos no se ajustaron a una distribución normal.

## 4. Resultados y discusión

### 4.1. Resultados estadísticos

La tabla 3, representa los resultados demográficos, los participantes en el estudio son 115 clientes de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa. La edad de los clientes se distribuye, el 16.5% tiene entre 30 años, el 29.6% tiene entre 31 a 35 años, de 36 a 40 años tiene entre 34.8% y finalmente el 19.1% tiene entre 41 años a más, con respecto al sexo de los clientes, el 52.2% son mujeres y el 47.8% son varones y en cuanto al grado académico de los clientes se tiene, que el 47.0% son universitarios, el 35.7% tienen instrucción técnica y finalmente el 17.4% tienen otros grados académicos.

Tabla 3. Resultados demográficos

<i>Información demográfica</i>		
	<i>N</i>	<i>%</i>
<b>Género</b>		
Hombre	55	47.8%
Mujer	60	52.2%
Total	115	100.0%
<b>Edad</b>		
<= 30	19	16.5%
31 – 35	34	29.6%
36 – 40	40	34.8%
41+	22	19.1%
Total	115	100.0%
<b>Grado de instrucción</b>		
Universitario	54	47.0%
Técnico	41	35.7%
Otros	20	17.4%
Total	115	100.0%

## 4.2. Análisis de los Ítems

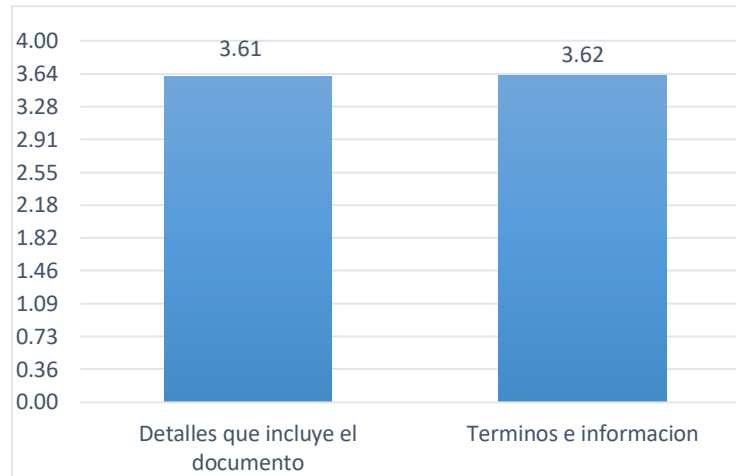
En la tabla 4, se describen las dimensiones de la variable gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito donde Detalles que incluye el documento, tiene un promedio de 3.61, que indica que según las alternativas es totalmente de acuerdo, los indicadores que tiene mayor puntajes promedio son, ¿Es importante para Ud. el movimiento de las operaciones del banco en su estado de cuenta?, con un puntaje promedio de 4.09, seguido de ¿Está de acuerdo con la entrega del documento virtual de su estado de cuenta? con un puntaje promedio de 3.65. Y como indicador con puntaje promedio mínimo es ¿Está de acuerdo con los cargos aplicados por operación que efectúa el banco en su estado de cuenta?, con un puntaje promedio de 3.19. En la segunda dimensión que es Términos e Información, el puntaje promedio es de 3.62 y los indicadores que tiene mayor puntaje son, ¿Con la información del detalle de su deuda en su estado de cuenta le ayudaría a tomar decisiones?, con un promedio puntaje de 3.79, seguido de ¿Es importante para Ud. tener el detalle de sus operaciones de su deuda en su estado de cuenta?, con un puntaje promedio de 3.78, por otro lado el indicador que menciona, ¿El banco le advierte sobre posibles penalidades por retrasarse en sus pagos, tiene un puntaje promedio de 3.17, que indica que es totalmente en desacuerdo.

*Tabla 4. Estadísticos descriptivos de la variable gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y sus dimensiones*

	<i>M</i>	
<b>gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito</b>	<b>3.62</b>	<b>.66</b>
<b><i>Detalles que incluye el documento</i></b>	<b>3.61</b>	<b>.71</b>
1. ¿Es importante para Ud. el movimiento de las operaciones del banco en su estado de cuenta?	4.09	0.88
2. ¿El detalle de la información en su estado de cuenta es clara y precisa?	3.64	0.89
3. ¿Está de acuerdo con los cargos aplicados por operación que efectúa el banco en su estado de cuenta?	3.19	1.14
4. ¿Está de acuerdo con la entrega del documento físico de su estado de cuenta?	3.48	1.15
5. ¿Está de acuerdo con la entrega del documento virtual de su estado de cuenta?	3.65	1.05
<b><i>Términos e información</i></b>	<b>3.62</b>	<b>0.86</b>
6. ¿Es importante para Ud. tener el detalle de sus operaciones de su deuda en su estado de cuenta?	3.78	1.08
7. ¿Con la información del detalle de su deuda en su estado de cuenta le ayudaría a tomar decisiones?	3.79	1.00
8. ¿El banco le advierte sobre posibles penalidades por retrasarse en sus pagos?	3.17	1.08
9. ¿Es importante para Ud. tener el estado de su cuenta porque le ayudaría a medir sus gastos?	3.75	1.13



Puntaje promedio: Gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito.



*Figura 1. Puntaje promedio de las dimensiones de la variable Gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito.*

En la tabla 5, se presentan los resultados de las dimensiones de la variable satisfacción del cliente, donde, el Rendimiento percibido del cliente tiene un promedio de 3.14 que es totalmente de acuerdo, tiene los siguientes indicadores con mayor puntaje promedio, ¿Usted está de acuerdo con los movimientos que se visualizan en su estado de cuenta de tarjeta de crédito del banco? con puntaje promedio de 3.28. Así también, ¿Está de acuerdo con la fecha que le llega su estado de cuenta de tarjeta de crédito del banco? con un puntaje promedio de 3.23, y el indicador con menor puntaje promedio es ¿Está Ud. de acuerdo con el tiempo de respuesta cuando realiza un reclamo con referencia a la información de su estado de cuenta de tarjeta de crédito del banco?, con un puntaje promedio de 2.99.

en la siguiente dimensión, Expectativas del banco, el puntaje promedio es de 3.28 y sus indicadores con mayor puntaje promedio son, ¿Cree Ud. que el banco debería corroborar con sus clientes si realmente reciben sus estados de cuenta?, con un puntaje promedio de 3.57, seguido ¿Prefiere que su estado de cuenta le llegue 15 días antes de su fecha de pago?, con un puntaje promedio 3.55, y el indicador con menor puntaje promedio es ¿Se siente Ud. engañado con las promociones que el banco ofrece con la compra de su tarjeta de crédito?, con puntaje promedio 2.99. Finalmente, la dimensión Niveles de satisfacción del cliente, tiene un puntaje promedio de 3.23, es el segundo más bajo de la dimensión analizada, sus indicadores con mayor puntaje son, ¿Esta Ud. satisfecho con los productos y el servicio que el banco le ofrece?, con un puntaje promedio de 3.47, que indica que está totalmente de acuerdo, y los indicadores con menor puntaje promedio son, ¿Está satisfecho con el costo de envío de su estado de cuenta?, con un puntaje promedio de 2.97, y ¿Esta Ud. Insatisfecho con el servicio de entrega del estado de cuenta de su tarjeta de crédito?, con un puntaje de 3.24.

*Tabla 5. Estadísticos descriptivos de la variable satisfacción del cliente y sus dimensiones*

	<i>M</i>	<i>DE</i>
<b><i>Satisfacción del cliente</i></b>	<b>3.22</b>	<b>.61</b>
<b><i>Rendimiento percibido del cliente</i></b>	<b>3.14</b>	<b>.74</b>
10. ¿Está de acuerdo con la fecha que le llega su estado de cuenta de tarjeta de crédito del banco?	3.23	1.01
11. ¿Le parece eficiente el servicio que el banco le ofrece en la entrega de su estado de cuenta?	3.08	1.05

12. ¿Se siente atendido cuando realiza consultas referentes a su deuda que detalla en su estado de cuenta de tarjeta de crédito del banco?	3.15	0.91
13. ¿Usted está de acuerdo con los movimientos que se visualizan en su estado de cuenta de tarjeta de crédito del banco?	3.28	1.00
14. ¿Está Ud. de acuerdo con el tiempo de respuesta cuando realiza un reclamo con referencia a la información de su estado de cuenta de tarjeta de crédito del banco?	2.99	0.98
<b><i>Expectativas del banco</i></b>	<b>3.28</b>	<b>0.69</b>
15. ¿Se siente Ud. engañado con las promociones que el banco ofrece con la compra de su tarjeta de crédito?	2.99	1.04
16. ¿Cree Ud. que la información brindada sobre el uso de tarjeta de crédito es clara y precisa	3.12	1.05
17. ¿Ud. recomendaría a otras personas adquirir una tarjeta de crédito del banco?	3.19	1.03
18. ¿La atención del banco cubre sus expectativas?	3.24	0.92
19. ¿Prefiere que su estado de cuenta le llegue 15 días antes de su fecha de pago?	3.55	1.02
20. ¿Cree Ud. que el banco debería corroborar con sus clientes si realmente reciben sus estados de cuenta?	3.57	1.12
<b><i>Niveles de satisfacción del cliente</i></b>	<b>3.23</b>	<b>0.76</b>
21. ¿Esta Ud. Insatisfecho con el servicio de entrega del estado de cuenta de su tarjeta de crédito?	3.24	0.96
22. ¿Está satisfecho con la información brindada sobre el ciclo de facturación y fecha de pago de su tarjeta de crédito?	3.25	0.96
23. ¿Está satisfecho con el costo de envío de su estado de cuenta?	2.97	1.18
24. ¿Esta Ud. satisfecho con los productos y el servicio que el banco le ofrece?	3.47	0.89

## Puntaje promedio: Dimensiones de satisfacción del cliente

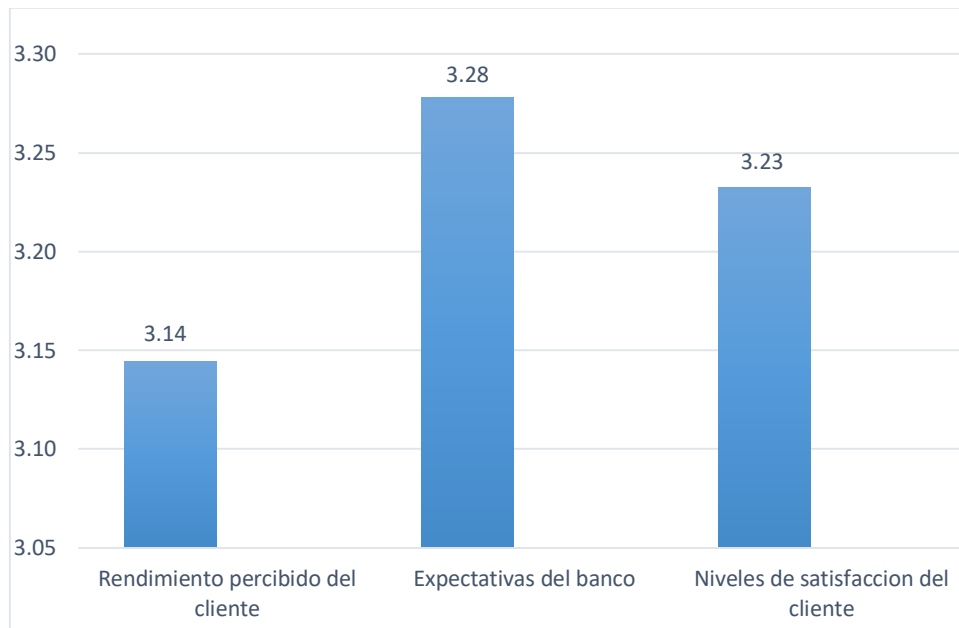


Figura 2. Puntaje promedio de las dimensiones de satisfacción del cliente.

### 4.3. Contrastación de Hipótesis

#### 4.3.1. Prueba de normalidad

La prueba de normalidad es un análisis para poder conocer la distribución de la data o información, así poder aplicar estadísticos paramétricos o no paramétricos.

La hipótesis nula menciona que la distribución es normal y la hipótesis alternativa menciona que la distribución es no normal, por lo tanto, si el p valor es menor a 0.05 ( $p < 0.05$ ), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Como se puede observar en la tabla 6, el p valor de los resultados es menos a 0.05, lo que indica que la distribución de los datos es no normal. Por tal motivo el estadístico adecuado para la relación entre las dos variables analizadas, es la Rho de Spearman.

Tabla 6. Prueba de normalidad de Kolmogórov-Smirnov

	Pruebas de normalidad		
	Kolmogórov-Smirnov		
	Estadístico	Gl	p-valor
Gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito	.166	115	.000
Detalles que incluye el documento	.169	115	.000
Términos e información	.192	115	.000

	Pruebas de normalidad		
	Kolmogórov-Smirnov		
	Estadístico	gl	p-valor
Satisfacción del cliente	.072	115	.197
Rendimiento percibido del cliente	.114	115	.001
Expectativas del banco	.140	115	.000
Niveles de satisfacción del cliente	.131	115	.000

### Hipótesis general

**Ho.** No existe relación significativa entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y satisfacción del cliente de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018.

**Ha.** Existe relación significativa entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y satisfacción del cliente de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018.

### Regla de decisión

Si el p valor es mayor a 0.05 ( $p > 0.05$ ) se acepta la hipótesis nula.

Si el p valor es menor a 0.05 ( $p < 0.05$ ) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

En la tabla 7, se presenta la relación entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y satisfacción del cliente de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018. El resultado de la relación del coeficiente Rho de Spearman es 0.445 lo que indica que la relación es positiva, y directa, y un p valor de 0.000 ( $p < 0.05$ ), que hace que la relación sea altamente significativa, así también mencionar que dicha relación conlleva a que, si la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito mejorase, así también lo hará la satisfacción del cliente, o viceversa, al mencionar que, si la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito disminuye, o empeora así también lo hará la satisfacción del cliente. Cabe recalcar que la relación es altamente significativa y que se puede generalizar en poblaciones similares.

*Tabla 7. Relación entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y satisfacción del cliente de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018.*

Satisfacción del cliente	Gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito		
	Rho de Spearman	p-valor	N
	,445**	.000	115

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral)

### **Hipótesis Especifica 1**

**Ho.** No Existe relación entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y el rendimiento percibido, de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018.

**Ha.** Existe relación entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y el rendimiento percibido, de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018.

### **Regla de decisión**

Si el p valor es mayor a 0.05 ( $p > 0.05$ ) se acepta la hipótesis nula.

Si el p valor es menor a 0.05 ( $p < 0.05$ ) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

En la tabla 8, se presenta la relación entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y el rendimiento percibido, de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018. El resultado de la relación del coeficiente Rho de Spearman es, 0,354\*\* lo que indica que la relación es positiva, y directa, y un p valor de 0.000 ( $p < 0.05$ ), que hace que la relación sea altamente significativa, así también mencionar que dicha relación conlleva a que, si la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito mejorase, así también lo hará el rendimiento percibido, o viceversa, al mencionar que, si la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito disminuye, o empeora así también lo hará el rendimiento percibido. Cabe recalcar que la relación es altamente significativa y que se puede generalizar en poblaciones similares.

*Tabla 8. Relación entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y el rendimiento percibido, de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018.*

Satisfacción del cliente	Gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito		
	Rho de Spearman	p-valor	N
Rendimiento percibido del cliente	,354**	.000	115

### **Hipótesis Específica 2**

**Ho.** No Existe relación entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y las expectativas de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018.

**Ha.** Existe relación entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y las expectativas de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018.

### **Regla de decisión**

Si el p valor es mayor a 0.05 ( $p > 0.05$ ) se acepta la hipótesis nula.

Si el p valor es menor a 0.05 ( $p < 0.05$ ) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

En la tabla 9, se presenta la relación entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y las expectativas de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018. El resultado de la relación del coeficiente Rho de Spearman es, 0,530\*\* lo que indica que la relación es positiva, y directa, y un p valor de 0.000 ( $p < 0.05$ ), que hace que la relación sea altamente significativa,



así también mencionar que dicha relación conlleva a que, si la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito mejorase, así también lo hará las expectativas de las entidades bancarias o viceversa, al mencionar que, si la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito disminuye, o empeora así también las expectativas de las entidades bancarias. Cabe recalcar que la relación es altamente significativa y que se puede generalizar en poblaciones similares.

*Tabla 9. Relación entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y las expectativas de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018.*

	Gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito		
	Rho de Spearman	p-valor	N
Satisfacción del cliente			
Expectativas del banco	,530**	.000	115

### **Hipótesis Específica 3**

**Ho.** No Existe relación entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y los niveles de satisfacción de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018.

**Ha.** Existe relación entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y los niveles de satisfacción de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018

### **Regla de decisión**

Si el p valor es mayor a 0.05 ( $p > 0.05$ ) se acepta la hipótesis nula.

Si el p valor es menor a 0.05 ( $p < 0.05$ ) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

En la tabla 10, se presenta la relación entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y los niveles de satisfacción de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018. El resultado de la relación del coeficiente Rho de Spearman es, 0,294\*\*lo que indica que la relación es positiva, y directa, y un p valor de 0.000 ( $p < 0.05$ ), que hace que la relación sea altamente significativa, así también mencionar que dicha relación conlleva a que, si la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito mejorase, así también lo hará los niveles de satisfacción de las entidades Bancarias, o viceversa, al mencionar que, si la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito disminuye, o empeora así también los niveles de satisfacción de las entidades Bancarias. Cabe recalcar que la relación es altamente significativa y que se puede generalizar en poblaciones similares.

*Tabla 10. Relación entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y los niveles de satisfacción de las entidades Bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018.*

Satisfacción del cliente	Gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito		
	Rho de Spearman	p-valor	N
Niveles de satisfacción del cliente	,294**	.001	115

#### 4.4. Discusión

Sobre los objetivos propuestos en esta investigación se pueden distinguir aspectos que se relacionan con la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y satisfacción del cliente de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa 2018.

Con los clientes encuestados en general se demostró que, se tiene una relación directa y moderada entre las variables gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y satisfacción del cliente, expresada por el coeficiente de Spearman 0.445, lo que indica una regular fuerza de relación entre las variables, si la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito se mejorara, así también lo hará la satisfacción del cliente, si la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito se empeora, así también lo hará la satisfacción del cliente, lo que significa que los clientes no están muy satisfechos con la atención que brindan sus entidades bancarias.

Estos resultados según (Contreras Tapia, 2009), cita en su tesis donde concluye que el objetivo general, es el rediseño de la distribución de productos que acceda alcanzar la calidad del servicio definidos para el proceso. La gestión tiene la capacidad para aumentar la satisfacción en el servicio. “El estado de cuenta es un documento oficial emitido por entidades bancarias y financieras, para sus clientes donde se informa sobre los consumos, movimientos y montos a abonar en relación al producto y servicio prestado por dichas entidades” . (Granel, 2018)

El segundo objetivo de esta investigación es analizar si existe relación significativa entre gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y el rendimiento percibido por el cliente de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa 2018, de esta manera la

percepción de los clientes es moderada con un coeficiente de Rho de Spearman 0.354. Así como le demuestra el siguiente objetivo la relación significativa entre gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y las expectativas de los clientes de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa 2018, con un coeficiente Rho de Spearman 0.530, lo que indica una regular fuerza de relación entre dichas variables lo que indica que si se mejora los términos del rendimiento percibido y las expectativas a si también lo hará la satisfacción del cliente.

(Carmona Lavado & Leal Millan, 1998), sostiene que “la satisfacción del cliente se define como un estado psicológico resultado de una experiencia de consumo, por ser muy general y no incluir la base de referencia a su experiencia de consumo” (cita a Evrard, 1993/4; p.54).

En cuanto a la relación con los niveles de satisfacción del cliente, de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa 2018, de acuerdo al puntaje obtenido de sus dimensiones, en primer lugar, se encuentra el factor productos y el servicio que el banco le ofrece con un promedio de 3.47 seguidamente del factor información brindada sobre el ciclo de facturación y fecha de pago con un promedio de 3.25, lo que implica un nivel medio o moderado de satisfacción, en este caso, este nivel implica que los clientes no definen su satisfacción ni de manera favorable, ni de manera desfavorable. Según describe (Thompson, 2005), que los objetivos de las empresas de mantener, sostener satisfecho a cada cliente, es un trabajo funcional de todas las áreas.

## **5. Conclusiones y recomendaciones**

### **5.1. Conclusiones generales**

En base a los resultados de la percepción de la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y satisfacción del cliente de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa se concluye lo siguiente:

La relación que existe entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y satisfacción del cliente de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa, es directa y significativa, con un coeficiente de correlación de Rho de Spearman es igual a 0.445, con un p valor de 0.000 ( $p < 0.05$ ) lo que indica una regular fuerza de relación entre dichas variables, y que, si la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito se mejorara, así también lo hará la satisfacción del cliente o viceversa. Y como resultado se verán cambios positivos en la satisfacción del cliente y producto y servicio que los bancos ofrecen.

### **5.2. Conclusiones específicas**

Los términos del rendimiento percibido por el cliente se relacionan directamente con la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito, con lo cual al fortalecer el rendimiento percibido por el cliente se verán cambios positivos en la satisfacción del cliente. Lo que indica una regular fuerza de relación entre dichas variables, y que, si la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito se fortalece, así también lo hará la satisfacción del cliente o viceversa.

Los términos de expectativas del cliente se relacionan directamente con la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito, con lo cual al establecer el nivel correcto de expectativas se verán cambios positivos en la satisfacción del cliente.

Por otra parte, los niveles de satisfacción se relacionan directamente con la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito, con lo cual al mejorar los niveles de satisfacción se evidenciarán cambios favorables en la satisfacción del cliente.

### **5.3. Recomendaciones**

Con base a los resultados obtenidos y el análisis estadístico realizado, se recomienda a las entidades bancarias lo siguiente:

En la dimensión rendimiento percibido del cliente, se recomienda implementar programas de capacitación continua para los empleados de las entidades bancarias, para minimizar los inconvenientes, retrasos y problemas que se suscitan de la atención a los clientes.

Dicha investigación ha puesto al descubierto que el cliente da mucha importancia a la percepción, luego de haber adquirido un producto o servicio ofertada por las entidades bancarias presentes en la ciudad de Pucallpa.

En la dimensión expectativas del cliente, se recomienda involucrar a todo el personal directa e indirectamente que labora en las entidades bancarias, a escuchar opiniones de los clientes, acercarse a la realidad de las quejas de los clientes, con la finalidad de realizar actividades integradas, para simular las posibles alternativas de solución en tiempo y forma.

Así mismo se recomienda trabajar más de la mano institución-cliente interno, como indica la dimensión nivel de satisfacción, realizar supervisiones direccionadas, permitirá mejor control, en cuanto los resultados de atención de los productos y servicios ofrecidos.

## Referencias

Angel. (4 de 7 de 2016). *Inversian*. Obtenido de Economía / Cuentas y Pagos / ¿Qué es estado de cuenta?: <https://inversian.com/que-es-estado-de-cuenta/>

Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que Afectan la Evaluación de los Clientes. (2012).

Carmona Lavado , A., & Leal Millan, A. (1998). La teoria de los dos factores en la satisfaccion del cliente. *La teoria de los dos factores en la satisfaccion del cliente*. Sevilla, España.

Carmona Lavado, A., & Leal Millán, A. (1998). La teoria de los 2 factores en la satisfaccion del cliente. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 4(1), 53-80. Obtenido de <http://www.dialnet.inirioja.es>

Contreras Tapia, C. (23 de 01 de 2009). *Mejoramiento de los procesos de entrega de productos bancarios*. tesis de pregrado, Universidad de Chile, Santiago de Chile.

Droguett Jorquera, F. J. (2012). *Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que Afectan la Evaluación de los Clientes*. tesis de pregrado, Universidad de Chile, Santiago de Chile.

Grael, M. (03 de 04 de 2018). *Rankia*. Obtenido de Blog/mejores-cuentas-bancarias/3859137-que-estado-cuenta-como-leerlo: <https://www.rankia.cl/blog/mejores-cuentas-bancarias/3859137-que-estado-cuenta-como-leerlo>



- Jara Padilla, C. R., Castillo Vicente, E. G., & Montalvo Rosero, E. M. (24 de 06 de 2012). *Plan estategico tendiente a mejorar los niveles de comercializacion y cobertura del mercado de tarjetas de credito por parte del banco Austro del distrito metropolitano de Quito* . tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador, Quito - Ecuador.
- Kerlinger. (1983). Tecnicas y metologias 2da edicion. *Investigacion del comportamiento*, p.269.
- Kotler, P. (02 de 2001). Análisis, Planeación, Implementación y Control. *Direccion de Mercadotecnia*, cap.2.
- Mendoza del Solar, N. (04 de 06 de 2019). *Rebaja tus cuentas*. Obtenido de Educacion financiera:  
<https://rebajatuscuentas.com/mx/blog/que-es-un-estado-de-cuenta-de-tarjeta-de-credito/>
- Mycreditunion. (s.f.). *Mycreditunion*. Obtenido de Su Vida y Finanzas > Tarjetas de crédito y cuenta corriente > Tarjetas de crédito > Comprenda el estado de cuenta de su tarjeta de crédito:  
<https://espanol.mycreditunion.gov/life-events/checking-credit-cards/credit-cards/statement>
- Peru 21, R. (07 de 06 de 2015). Indecopi: La banca es el sector con más reclamos en el Perú. Obtenido de <https://peru21.pe/economia/indecopi-banca-sector-reclamos-peru-183353>
- Requena Ponce , M. V., & Serrano Lopez, G. C. (02 de 11 de 2007). *Calidad de servicio desde la perspectiva de clientes usuarios y auto-percepción de empresas de captación de talento*. tesis de pregrado, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas - Venezuela.
- Thompson, I. (Julio de 2005). La Satisfacción del Cliente. *Rev. Med*. Obtenido de <http://www.academia.edu>
- Valentin, A. (01 de 02 de 2018). *Cuida tu dinero*. Obtenido de Definicion estado de cuenta general:  
<https://www.cuidatudinero.com/13098566/definicion-de-un-estado-de-cuenta-general>

Velandia Salazar, F., Ardon Centeno, N., & Jara Navarro, M. I. (2007). Satisfacción y calidad: Análisis de la equivalencia o no de los términos. *Ciencias y Políticas de Salud*, 144.

## Anexos

### **Anexo 1. Matriz de consistencia Título: “GESTIÓN DE ESTADO DE CUENTA DE TARJETA DE CRÉDITO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LAS ENTIDADES BANCARIAS EN LA CIUDAD DE PUCALLPA - 2018”**

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGÍA TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p><b>1.2.1 Problema general:</b></p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y satisfacción del cliente de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018?</p> <p><b>1.2.2 Problemas específicos:</b></p> <p><b>P<sub>1</sub>.</b> ¿Cuál es la relación que existe entre gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y el rendimiento percibido de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018?</p> <p><b>P<sub>2</sub>.</b> ¿Cuál es la relación que existe entre gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y las expectativas de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018?</p> <p><b>P<sub>3</sub>.</b> ¿Cuál es la relación que existe entre gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y los niveles de satisfacción, de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018?</p>	<p><b>2.1 Objetivo general:</b></p> <p>Analizar la relación que existe entre gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y satisfacción del cliente de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018.</p> <p><b>2.2 Objetivos específicos:</b></p> <p><b>O<sub>1</sub>.</b> Analizar la relación que existe entre gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y el rendimiento percibido de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018.</p> <p><b>O<sub>2</sub>.</b> Analizar la relación que existe entre gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y las expectativas de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018.</p> <p><b>O<sub>3</sub>.</b> Analizar la relación que existe entre gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y los niveles de satisfacción de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018.</p>	<p><b>7.1 Hipótesis principal:</b></p> <p>Existe relación entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y satisfacción del cliente de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018.</p> <p><b>7.2 Hipótesis derivadas:</b></p> <p><b>H<sub>1</sub>.</b> Existe relación entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y el rendimiento percibido, de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018.</p> <p><b>H<sub>2</sub>.</b> Existe relación entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y las expectativas de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018.</p> <p><b>H<sub>3</sub>.</b> Existe relación entre la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y los niveles de satisfacción de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018.</p>	<p><b>7.3 Variables de la investigación.</b></p> <p><b>Variable 1:</b></p> <p>Gestión de Estado de Cuenta de Tarjeta de crédito.</p> <p><b>Variable 2:</b></p> <p>Satisfacción del cliente.</p>	<p><b>7.4 Operacionalización de variables</b></p> <p><b>Para la Variable 1:</b></p> <p><b>D<sub>1</sub>.</b>- Detalles que incluye el documento</p> <p><b>I<sub>1</sub></b> Movimiento de las operaciones</p> <p><b>I<sub>2</sub></b> Cargos aplicados por operación</p> <p><b>I<sub>3</sub></b> Entrega de documentos</p> <p><b>D<sub>2</sub>.</b>- Términos e información.</p> <p><b>I<sub>1</sub></b> Resumen de la actividad</p> <p><b>I<sub>2</sub></b> Advertencias</p> <p><b>Para la variable 2:</b></p> <p><b>D<sub>1</sub>.</b>- Rendimiento percibido del cliente.</p> <p><b>I<sub>1</sub></b> Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa</p> <p><b>I<sub>2</sub></b> Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio.</p> <p><b>D<sub>2</sub>.</b>- Expectativas del banco.</p> <p><b>I<sub>1</sub></b> Promesas que hace la empresa sobre de los beneficios que brinda el producto o servicio.</p> <p><b>I<sub>2</sub></b> Experiencias de compras anteriores.</p> <p><b>D<sub>3</sub>.</b>- Niveles de satisfacción del cliente.</p> <p><b>I<sub>1</sub></b> Insatisfacción</p> <p><b>I<sub>2</sub></b> Satisfacción</p>	<p><b>6.1 Tipo de investigación:</b></p> <p><b>Descriptiva.</b> - Por cuanto en el estudio se selecciona una serie de situaciones y se mide cada una de ellas independientemente, para describir lo que se investiga.</p> <p><b>6.2 Diseño de la investigación:</b></p> <p>El diseño del presente estudio pertenece al tipo de estudio correlacional descriptivo.</p> <p><b>8. La Población (N) y Muestra (n):</b></p> <p>Para el presente proyecto se ha considerado una población conformada por 164 clientes de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018. La muestra de estudio estará conformada por 115 clientes de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa – 2018.</p>

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

INTERNACIONALES

**Gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito**

Este cuestionario tiene como finalidad recopilar información para el desarrollo de la presente tesis, cuya temática está relacionada con la gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y satisfacción del cliente de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018. Para tal fin agradeceré la veracidad de sus respuestas, pues así lo exige la seriedad y la rigurosidad de la investigación .

**INFORMACIÓN SOBRE LAS VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN: GESTIÓN DE ESTADO DE CUENTA DE TARJETA DE CRÉDITO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

Lea cuidadosamente cada pregunta y seleccione la alternativa que mejor considere reflejada a su situación, marcando con una "X" la alternativa adecuada, considerando la siguiente escala:

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

- **Sexo:** Mujer ( ) - Hombre ( )
- **Edad:** .....
- **Grado de Instrucción:** Universitario ( ) - Técnico ( ) - Otros ( )

VARIABLE 1: GESTIÓN DE ESTADO DE CUENTA DE TARJETA DE CRÉDITO						
DIMENSION: DETALLES QUE INCLUYE EL DOCUMENTO		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	¿Es importante para Ud. el movimiento de las operaciones del banco en su estado de cuenta?					
2	¿El detalle de la información en su estado de cuenta es clara y precisa?					

3	¿Está de acuerdo con los cargos aplicados por operación que efectúa el banco en su estado de cuenta?					
4	¿Está de acuerdo con la entrega del documento físico de su estado de cuenta?					
5	¿Está de acuerdo con la entrega del documento virtual de su estado de cuenta?					
	<b>DIMENSION: TÉRMINOS E INFORMACIÓN</b>	<b>Totalmente en desacuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Neutro</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>
6	¿Es importante para Ud. tener el detalle de sus operaciones de su deuda en su estado de cuenta?					
7	¿Con la información del detalle de su deuda en su estado de cuenta le ayudaría a tomar decisiones?					
8	¿El banco le advierte sobre posibles penalidades por retrasarse en sus pagos?					
9	¿Es importante para Ud. tener el estado de su cuenta porque le ayudaría a medir sus gastos?					

¡Muchas gracias!

# UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN



## FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

### ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

---

#### Satisfacción del cliente

---

Este cuestionario tiene como finalidad recopilar información para el desarrollo de la presente tesis, cuya temática está relacionada con la Gestión de estado de cuenta de tarjeta de crédito y satisfacción del cliente de las entidades bancarias en la ciudad de Pucallpa - 2018. Para tal fin agradeceré la veracidad de sus respuestas, pues así lo exige la seriedad y la rigurosidad de la investigación .

Lea cuidadosamente cada pregunta y seleccione la alternativa que mejor considere reflejada a su situación, marcando con una "X" la alternativa adecuada, considerando la siguiente escala:

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

- **Sexo:** Mujer ( ) - Hombre ( )
- **Edad:** .....
- **Grado de Instrucción:** Universitario ( ) - Técnico ( ) - Otros ( )

VARIABLE 2: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE						
	DIMENSION: RENDIMIENTO PERCIBIDO DEL CLIENTE	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
10	¿Está de acuerdo con la fecha que le llega su estado de cuenta de tarjeta de crédito del banco?					
11	¿Le parece eficiente el servicio que el banco le ofrece en la entrega de su estado de cuenta?					
12	¿Se siente atendido cuando realiza consultas referentes a su deuda que detalla en su estado de cuenta de tarjeta de crédito del banco?					
13	¿Usted está de acuerdo con los movimientos que se visualizan en su estado de cuenta de tarjeta de crédito del banco?					

14	¿Está Ud. de acuerdo con el tiempo de respuesta cuando realiza un reclamo con referencia a la información de su estado de cuenta de tarjeta de crédito del banco?					
	<b>DIMENSION: EXPECTATIVAS DEL BANCO</b>	<b>Totalmente en desacuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Neutro</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>
15	¿Se siente Ud. engañado con las promociones que el banco ofrece con la compra de su tarjeta de crédito?					
16	¿Cree Ud. que la información brindada sobre el uso de tarjeta de crédito es clara y precisa?					
17	¿Ud. recomendaría a otras personas adquirir una tarjeta de crédito del banco?					
18	¿La atención del banco cubre sus expectativas?					
19	¿Prefiere que su estado de cuenta le llegue 15 días antes de su fecha de pago?					
20	¿Cree Ud. que el banco debería corroborar con sus clientes si realmente reciben sus estados de cuenta?					
	<b>DIMENSION: NIVELES DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b>	<b>Totalmente en desacuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Neutro</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>
21	¿Esta Ud. Insatisfecho con el servicio de entrega del estado de cuenta de su tarjeta de crédito?					
22	¿Está satisfecho con la información brindada sobre el ciclo de facturación y fecha de pago de su tarjeta de crédito?					
23	¿Está satisfecho con el costo de envío de su estado de cuenta?					
24	¿Esta Ud. satisfecho con los productos y el servicio que el banco le ofrece?					

¡Muchas gracias!

Anexo 3. Validación de Instrumentos

Anexo 3. Validación de instrumento



UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN  
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN  
DE CIENCIAS EMPRESARIALES

VALIDACION DE INSTRUMENTO

Título del Instrumento: CUESTIONARIO DE GESTION DE ESTADO DE CUENTA DE  
TARJETA DE CREDITO Y SATISFACCION DEL CLIENTE.

Instrucciones: Encierra en un círculo, el porcentaje que crea conveniente para cada pregunta.

- 1.- ¿Considera Ud. que el instrumento cumple el objetivo propuestos?  
0% --- 10% --- 20% --- 30% --- 40% --- 50% --- 60% --- 70% --- 80% --- 90% --- 100%
- 2.- ¿Estima ud. que la cantidad de items que se utiliza son suficientes para tener una visión  
comprensiva del asunto que se investiga?  
0% --- 10% --- 20% --- 30% --- 40% --- 50% --- 60% --- 70% --- 80% --- 90% --- 100%
- 3.- ¿Considera ud. que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?  
0% --- 10% --- 20% --- 30% --- 40% --- 50% --- 60% --- 70% --- 80% --- 90% --- 100%
- 4.- ¿Estima ud. que los items propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los  
informantes?  
0% --- 10% --- 20% --- 30% --- 40% --- 50% --- 60% --- 70% --- 80% --- 90% --- 100%
- 5.- ¿Que preguntas cree Ud. que se podrían agregar?

6.- ¿Que preguntas se podrían eliminar?

7.- Recomendaciones.

8.- Opción de aplicabilidad:

Aplicable     Aplicable después de corregir     No aplicable

Fecha: 13-09-18

Validado por: Mg. Jessica del Pilar Meléndez Novoa



Anexo 3. Validación de instrumento



UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN  
DIRECCION DE INVESTIGACION  
DE CIENCIAS EMPRESARIALES

VALIDACION DE INSTRUMENTO

Título del Instrumento: CUESTIONARIO DE GESTION DE ESTADO DE CUENTA DE  
TARJETA DE CREDITO Y SATISFACCION DEL CLIENTE.

Instrucciones: Encierra en un círculo, el porcentaje que crea conveniente para cada pregunta.

1.- ¿Considera Ud. que el instrumento cumple el objetivo propuestos?

0% --- 10% --- 20% --- 30% --- 40% --- 50% --- 60% --- 70% --- 80% --- 90% --- 100%

2.- ¿Estima ud. que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión  
compleensiva del asunto que se investiga?

0% --- 10% --- 20% --- 30% --- 40% --- 50% --- 60% --- 70% --- 80% --- 90% --- 100%

3.- ¿Considera ud. que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?

0% --- 10% --- 20% --- 30% --- 40% --- 50% --- 60% --- 70% --- 80% --- 90% --- 100%

4.- ¿Estima ud. que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los  
Informantes?

0% --- 10% --- 20% --- 30% --- 40% --- 50% --- 60% --- 70% --- 80% --- 90% --- 100%

5.- ¿Que preguntas cree Ud. que se podrían agregar?

---

---

6.- ¿Que preguntas se podrían eliminar?

---

---

7.- Recomendaciones.

---

---

8.- Opción de aplicabilidad:

Aplicable     Aplicable después de corregir     No aplicable

Fecha: 13.09.11

Validado por: Msc. Bely Benildis Salas

Anexo 3. Validación de instrumento



UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN  
DIRECCION DE INVESTIGACION  
DE CIENCIAS EMPRESARIALES

VALIDACION DE INSTRUMENTO

Título del instrumento: CUESTIONARIO DE GESTION DE ESTADO DE CUENTA DE  
TARJETA DE CREDITO Y SATISFACCION DEL CLIENTE

Instrucciones: Encierra en un círculo, el porcentaje que crea conveniente para cada pregunta.

1.- ¿Considera Ud. que el instrumento cumple el objetivo propuestos?

0% --- 10% --- 20% --- 30% --- 40% --- 50% --- 60% --- 70% --- 80% --- 90% --- 100%

2.- ¿Estima ud. que la cantidad de ítems que se utiliza son suficientes para tener una visión  
comprensiva del asunto que se investiga?

0% --- 10% --- 20% --- 30% --- 40% --- 50% --- 60% --- 70% --- 80% --- 90% --- 100%

3.- ¿Considera ud. que este instrumento contiene los conceptos propios del tema que se investiga?

0% --- 10% --- 20% --- 30% --- 40% --- 50% --- 60% --- 70% --- 80% --- 90% --- 100%

4.- ¿Estima ud. que los ítems propuestos permiten una respuesta objetiva de parte de los  
informantes?

0% --- 10% --- 20% --- 30% --- 40% --- 50% --- 60% --- 70% --- 80% --- 90% --- 100%

5.- ¿Que preguntas cree Ud. que se podrían agregar?

\_\_\_\_\_

6.- ¿Que preguntas se podrían eliminar?

\_\_\_\_\_

7.- Recomendaciones.

\_\_\_\_\_

B.- Opción de aplicabilidad:

Aplicable     Aplicable después de corregir     No aplicable

Fecha: 13-09-19

Validado por:

M. M. E. SAMS LANGA