



**UNIVERSIDAD
SEÑOR DE SIPÁN**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

SISTEMA DE ATENCION AL CLIENTE BASADO EN LA TEORIA DE CRM (Customer Relationship Management) PARA MEJORAR LA ATENCION AL CLIENTE EN SERVICIO DE CREDITOS EN LA EMPRESA CAJA SIPÁN, CHICLAYO 2008.

PROYECTO DE TESIS

PARA OPTAR EL TITULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACION

AUTOR: EUGENIO OLIVA RAMOS

ASESOR: Dr. GOMEZ CUMPA JOSE

PIMENTEL, DICIEMBRE DEL 2008

Resumen

En este trabajo, investigación diagnóstica - proyectiva, proponemos un sistema de atención al cliente basado en la teoría de CRM para mejorar la atención al cliente en servicio de créditos en la empresa Caja Sipán en la ciudad de Chiclayo.

La realidad problemática en la mala atención al cliente en el ámbito financiero, mostrando así desinterés en la satisfacción del cliente, para lograr así mejorar la atención al cliente, justificando la importancia que tiene el cliente en mundo de hoy, un mercado tan competitivo. El marco teórico, establece los antecedentes en mala atención al cliente, así tenemos **Christopher H. Lovelock**: “El servicio al cliente implica actividades orientadas a dos objetivos: la satisfacción del cliente y la eficiencia operacional” posteriormente la guía teórica de la investigación, propuesta por José Nores, haciendo referencia, para alcanzar la fidealización de los clientes mediante el CRM. El marco metodológico, respecto al tipo de investigación descriptivo – explicativo de carácter cualitativo, los medios e instrumentos fueron obtenidas mediante encuestas a los clientes, entrevistas a los analistas, observación directa y revisión documental a los procesos del área de servicio de crédito, al sistema actual de atención al cliente. Dichos instrumentos ayudaron a cuantificar la población de 1007 clientes obteniendo así una muestra de 160 los clientes de Caja Sipán, haciendo estudio de las variables independiente que propone un sistema de CRM para alcanzar así la variable dependiente mejorar la atención al cliente en Caja Sipán.

Los resultados de la aplicación de nuestros instrumentos mencionados anteriormente permitió encontrar de esta manera deficiencias en la atención al cliente, frente a la insatisfacción del personal por inexistencias de capacitaciones, por otra parte se detectaron procesos demasiados extensos y el actual sistema de atención al cliente deficiente.

La propuesta de desarrollo de la estrategia, propuesta por José Nores, haciendo referencia principalmente reunir al personal plantear objetivos para formar una estrategia basada en CRM, para alcanzar la fidealización de los clientes.

Finalmente las conclusiones que determinan que existen deficiencias en la atención y el desinterés por alcanzar la satisfacción del cliente.

ABSTRACT

In this work, diagnostic research - a project, we propose a system of customer service based on the theory of CRM to improve customer service credit in the company Caja Sipán in the city of Chiclayo.

The problematic reality in the bad(wrong) attention to the client in the financial area, showing disinterest like that in the satisfaction of the client, to manage this way to improve the attention to the client, justifying the importance that the client has in today world, such a competitive market. The theoretical frame, it(he,she) establishes the precedents in bad(wrong) attention to the client, this way we have Christopher H. Lovelock: " The service to the client implies activities orientadasdos aims(lenses): the satisfaction of the client and the operational efficiency " later the theoretical guide of the investigation(research), proposed by Jose Nores, referring, to reach the fidealización of the clients by means of the CRM. The methodological frame, I respect to the descriptive type of investigation(research) - explanatorily of qualitative character, the means and instruments were obtained by means of surveys to the clients, you interview the analysts, direct observation and documentary review to the processes of the area of credit service, to the current system of attention to the client. The above mentioned instruments helped to quantify the population of 1007 clients obtaining this way a sample of 160 the clients of Caja Sipán, doing independent study from the variables that proposes CRM's system to reach this way the dependent variable to improve the attention to the client in Caja Sipán.

The results of the application of our instruments mentioned previously it(he,she) allowed to find hereby deficiencies(faults) in the attention to the client, opposite to the dissatisfaction of the personnel for nonexistences of trainings, on the other hand too much processes were detected extensive and the current system of attention to the deficient client.

The offer of development of the strategy, proposed by Jose Nores, referring principally to assemble(to bring together) to the personnel to raise aims(lenses) to form(train) a strategy based on CRM, to reach the fidealización of the clients.

Finally the conclusions that determine that deficiencies(faults) exist in the attention and the disinterest for reaching the satisfaction of the client.