



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO  
DE TECNOLOGÍA**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**PROPUESTA DE MEJORA DE SERVICIO DE TRANSACCIONES PARA  
LOS CLIENTES DEL BANCO DEL BARRIO EN EL SECTOR FLORIDA  
NORTE DE GUAYAQUIL**

**AUTOR:**

**SINALUISA BUÑAY JOSÉ FRANCISCO**

**TUTOR:**

**Ph.D. ROXANA CHIQUITO, ING.**

**GUAYAQUIL, ECUADOR**

**2017**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de titulación va dedicado a mis padres, Sr José Francisco Sinaluisa y la Sra Maria Juana Buñay y a mis hermanos, quienes me han apoyado con sus consejos y enseñanzas me instruyeron por el buen camino siendo mi apoyo constante en mi vida personal y académica.

Para ellos es este trabajo que con lucha y perseverancia se ve reflejado en un logro de mi vida cotidiana.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios pilar fundamental en mi vida para poder para alcanzar un objetivo más en mi vida, a mis padres quienes a lo largo de toda mi vida han apoyado y motivado mi formación académica, creyeron en mí en todo momento y no dudaron de mis habilidades para cumplir mis metas.

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor (a) del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### **CERTIFICO:**

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Propuesta de mejora de servicio de transacciones para los clientes del Banco del Barrio en el sector Florida Norte de Guayaquil”** y problema de investigación: **¿Cómo contribuir a la mejora del servicio de transacciones de banco del barrio para medir el nivel de satisfacción del cliente en la ciudadela la Florida sector norte de la ciudad de Guayaquil en el año 2017?**, presentado por Sinaluisa Buñay José Francisco como requisito previo para optar por el título de:

### **TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresado:

**Sinaluisa Buñay José Francisco**

Tutora:

**Ph.D. Roxana Chiquito, Ing.**

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT**

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### **CERTIFICO:**

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el *REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.*

---

Nombre y Apellidos del Colaborador  
CEGESCYT

---

Firma

# INDICE

## CAPITULO I EL PROBLEMA

1.1	Planteamiento Del Problema.....	1
1.1.1	Ubicación del problema en un contexto .....	1
1.2	Formulación del problema.....	2
1.3	Variables de la investigación.....	3
1.4	Delimitación del problema.....	3
1.5	Objetivos de la investigación.....	3
1.5.1	Objetivo general .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.5.2	Objetivos Específicos .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
1.6	Justificación de la investigación .....	4

## CAPITULO II MARCO TEORICO

2.1	Fundamentación teórica.....	8
2.1.1	Antecedentes históricas .....	8
2.2	Antecedentes referenciales.....	10
2.3	Fundamentación legal .....	11
2.4	Variables de la investigación.....	14
2.5	Definiciones Conceptuales.....	15

**CAPITULO III  
METODOLOGIA**

3.1	Tipos de investigación.....	18
3.2	Presentación de la Empresa .....	18
3.2.1	Misión.....	19
3.2.2	Visión .....	19
3.2.3	Valores.....	19
3.3	Población Y muestra .....	27

**CAPITULO IV  
RESULTADOS**

4.1	Análisis de los resultados.....	31
4.2	Plan de mejoras .....	33
4.3	Conclusiones.....	38
4.4	Recomendaciones .....	39
4.5	Bibliografía .....	40
	anexos .....	42

**INDICE DE FIGURAS**

FIGURA N° 1 .....	20
FIGURA N° 2 .....	26
FIGURA N° 3 .....	31
FIGURA N° 4 .....	37

**INDICE DE ANEXOS**

ANEXO N° 1 .....	42
ANEXO N° 2 .....	44

## RESUMEN

En el presente trabajo de titulación se basa en una propuesta de mejora de servicio de transacciones para medir el nivel de satisfacción de los clientes de CNB que están ubicados al norte de la ciudad Guayaquil y proponer un plan de mejora de satisfacción del cliente.

Durante el análisis previo a los trabajos se pudo conocer las falencias en los CNB en diferentes transacciones la investigación realizada ha permitido estructurar un plan de mejora de satisfacción del cliente aplicando a los CNB de Banco Guayaquil en el sector de la Florida norte.

En el Capítulo 1, se realizó una representación usual del problema que se va a solucionar, las variables, justificación y objetivos del plan.

En el Capítulo 2, se Analiza las fundamentación teórica, antecedentes referenciales, el control de calidad de servicio de atención al cliente, las fundamentación legal y las variables de la investigación que se aplicara en la investigación.

En el Capítulo 3, se precisa las técnicas y el tipo de investigación a ejecutar, se ejecuta una presentación general de la empresa, su estructura organizativa, se concreta la muestra, la encuesta a aplicar y el análisis FODA.

En el Capítulo 4, se demuestran las habilidades a seguir, objetivos de capacitación orientado al buen trato al cliente, se realiza la evaluación de resultados y el Plan de trabajo estratégica a realizarse.

Finalmente se presentan las conclusiones del plan y sus recomendaciones.



## **ABSTRACT**

In the present work of qualifications it is based on an offer of improvement of service of transactions to measure the level of satisfaction of the clients of CNB who are located to the north of the city Guayaquil and to propose a plan of improvement of satisfaction of the client.

During the analysis before the works it was possible to know the failings in the CNB in different transactions the realized investigation has allowed to structure a plan of improvement of satisfaction of the client applying Banco Guayaquil's CNB in the sector of the north Florida.

In the Chapter 1, there was realized a usual representation of the problem that is going to be solved, the variables, justification and aims of the plan. In the Chapter 2, theoretical fundamentación Is Analyzed, referential precedents, the quality control of service of attention to the client, legal fundamentación and the variables of the investigation that was applied in the investigation.

In the Chapter 3, are needed technologies and the type of investigation to executing, there is executed a general presentation of the company, his organizational structure, the sample, the survey concentrates to effecting and the analysis FODA. In the Chapter 4, the skills are demonstrated to continuing, aims of training orientated to the good treatment to the client, there is realized the evaluation of results and the plan of strategic action to realize.

Finally they present the conclusions of the project and his recommendations.

# **CAPITULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1.1 Ubicación del problema en un contexto**

El Banco del Barrio es un proyecto innovador en la banca ecuatoriana ya que permite la integración de todos los estratos de la sociedad (microempresarios no bancarios de barrios urbanos y poblados rurales) llevándoles estas actividades comerciales a cada barrio del país.

A nivel global las sociedades enfrentan entornos cada vez más complejos, en donde la falta de disponibilidad del tiempo es cada día más común. El escenario de las operaciones financieras no es ajeno a este paradigma, pues se ha vuelto habitual escuchar de la complejidad y falta de disponibilidad de tiempo a la hora de realizar muchas de las actividades financieras en el sector Florida Norte.

Es innegable que la calidad en el servicio o productos ofrecidos al cliente provee un valor agregado al negocio. En este sentido, Banco del Barrio, está comprometido en la implementación de actividades y estrategias que conlleven a mejorar la atención al cliente haciendo énfasis en la optimización de las transacciones y de los tiempos de espera, así como en la conducta del recurso humano.

Por esta razón las personas que atienden en estos lugares son propietarios de tiendas de abastos, bazares, que durante sus emprendimiento de estas micro empresas, por falta de conocimientos sobre el buen trato al cliente y mostrar la importancia y respeto al momento de atender y no aplica la cultura de buena atención al cliente

Por otra parte cabe mencionar que no tienen ni la mínima idea de protocolos de atención al cliente para poder aplicar ciertas técnicas en sus labores diarias.

Desde el punto de vista al personal con poca capacitación para el trato directo con los clientes carecen de cordialidad, amabilidad y la imagen personal que significa la carta de presentación que cada dueño o empleado de dichos negocios representan.

Es por eso que la calidad en el servicio al cliente puede ser de gran utilidad para las empresas quienes aún no creen en el valor de este concepto. En los últimos tiempos ha venido presentando problemas con diferentes transacciones y disponibilidad de los cupos, sobre todo aquellos referidos a:

- Cupo de transacciones limitadas el cual no permite realizar depósitos y retiros de alta cantidades.
- Muchas entidades donde brindan el servicio corresponsal no bancario cobran un costo adicional por cada transacción (pagos, retiros, depósitos) y este valor no refleja en la factura por lo tanto ha causado malestar en los usuarios.
- Falta de amabilidad con los usuario al momento de realizar transacciones.
- Perdida tiempo por falta de agilidad y disponibilidad en los servicios.

## **1.2 Formulación del problema.**

La calidad en el servicio poco a poco toma una gran importancia en todos los negocios. Por el simple hecho de que los clientes exigen siempre lo mejor. Antes, la oferta era un poco más limitada, pero con el desarrollo de los mercados, llegaron al cliente,

nuevos beneficios que brinda la red corresponsal no bancario, por estas razones es necesario formular el siguiente problema.

¿Cómo contribuir a la mejora del servicio de transacciones del banco del barrio para medir el nivel de satisfacción del cliente en la ciudadela la Florida sector norte de la ciudad de Guayaquil en el año 2017?

### **1.3 Variables de la investigación**

**Variable independiente:** servicio de transacciones.

**Variable dependiente:** nivel de satisfacción.

### **1.4 Delimitación del problema.**

**Cargo:** Administración

**Área:** Atención al cliente

**Aspectos:** Servicio de transacciones, nivel de satisfacción

**País:** Ecuador

**Región:** Costa.

**Provincia:** Guayas.

**Lugar:** Florida Norte.

**Población:** Usuarios

**Tiempo:** 2017

### **1.5 Objetivos de la investigación**

Proponer un plan de mejoras del servicio de transacciones brindado a los clientes de los corresponsales no bancarios “Banco del Barrio” en la Ciudadela La Florida Norte de Guayaquil con el fin de incrementar la satisfacción de los clientes.

### **1.5.1 Objetivos Específicos**

- Fundamentar aspectos teóricos relacionados con el tema.
- Analizar la situación actual de la red del Bancos del Barrio en el sector Florida norte de la ciudad de Guayaquil.
- Proponer un plan de mejoras de la atención y el servicio al cliente brindado por los CNB “Banco del Barrio”.

### **1.6 Justificación de la investigación.**

La calidad en el servicio empezó a tomar fuerza y a ser considerada un elemento básico para destacar y darle un valor agregado a las empresas, ya que antes, podían existir negocios que llevaban algún tiempo operando pero como todo marchaba “bien” no era tan importante la formalización de la atención al cliente. No se tenía totalmente considerada la calidad en obtener y satisfacer en su totalidad al cliente por encima de sus expectativas.

Sin embargo, hoy en día, muchas entidades CNB no se está dando toda la capacidad que se podría dar, esto es reflejo de los empleados o dueños, ya que suelen caer en el conformismo o el miedo a invertir en algo que no sea un bien tangible. Sin embargo si este elemento se aplicara, el cliente se da cuenta y es ahí donde se tendría un elemento de diferenciación sobre la competencia.

Es importante que los beneficiarios del corresponsal no bancario se capaciten y adquieran conocimientos necesarios y tener la capacidad de adaptabilidad y buena comunicación, para transmitir un mensaje claro si se presenta algún inconveniente utilizando un lenguaje positivo y con carisma y no dejar un cliente insatisfecho o con dudas.

La imagen de los Corresponsales no Bancarios ha tomado importancia debido a la rapidez en el acceso de estos clientes a los principales servicios ofrecidos por la banca, tal el caso del Banco Guayaquil, con su programa Banco del Barrio son esenciales para la promoción de la Inclusión Financiera en el país logrando llegar a zonas marginales y áreas rurales del Ecuador y logrando estar presente en 24 provincias y los 221 cantones del país, siendo el objetivo de estas establecimientos financieras propagar más las redes de puntos de atención al cliente y conseguir una migración en las transacciones. Es decir, que los canales alternativos tengan mayor colaboración dentro de la totalidad de las atenciones transaccionales que estos Bancos ofrecen.

Los beneficios que ofrece la red de Corresponsal no Bancario son diferentes y variados, para los favorecidos del sistema que es implementado por Banco Guayaquil en los diferentes negocios

Por eso se estima que los banqueros del barrio han desarrollado las ventas en sus negocios en un 40% hasta 60% aproximadamente, porque actualmente no sólo poseen inversiones económicas por la venta de sus servicios, sino que también lo hacen por realizar transacciones bancarias, ya que por efecto de cada transacción se cobra 0.8 centavos. Por ello con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes y ofrecer unos servicios de calidad que permita corregir en los sectores con mínimo índice de bancarización y profundización financiera.

El beneficio que se ofrece es mejorar su calidad de vida de la comunidad, se quiere llegar a ellos con un servicio adaptado a su realidad, al que puedan acceder desde la comodidad de su sector, con lo que se lograra un crecimiento ordenado y se contribuirá al desarrollo económico del sector, teniendo un impacto directo en la matriz productiva del país

Con esta propuesta se justifica como ayudaría a mejora en la atención al cliente en los establecimientos Corresponsal no Bancario teniendo un personal capacitando y con conocimientos de reglas y protocolos de atención al cliente cuidando la imagen personal, mostrando amabilidad y cordialidad y tener la capacidad de conocer los problemas de los clientes y resolverlos juntos a sus necesidades con una actitud positiva mostrando cortes al momento de atender.

Este tipo de negocio se lo hizo con el objetivo de fomentar una banca más inclusiva, a través de servicios a personas de diversos lugares donde llevo Banco del Barrio y trabajar con el conjunto poblacional no bancarizado y excluido del sistema financiero, donde principalmente la gente de bajo recursos económicos y que vive en las pequeñas comunidades rurales de la Costa, Sierra y Oriente o en las zonas urbano marginales del Ecuador.

Por otro lado, la necesidad y pertinencia de esta investigación radica en que intenta contribuir teórica y prácticamente respecto a las estrategias que deben seguir las entidades corresponsal no Bancario Banco del Barrio para brindar un excelente servicio al cliente y resaltar su vital importancia en este entorno, pues es la columna vertebral en este tipo de entidades.

En cuanto a lo metodológico, para lograr los objetivos del estudio, se acude a la observación directa, a encuestas e investigación documental, con el fin de establecer las estrategias para brindar un excelente servicio al cliente.

Finalmente el resultado de la investigación pretende ser un aporte de reflexión respecto a la importancia que se le está dando al servicio al cliente en las entidades Corresponsal no Bancario del Banco del Barrio

esta investigación permitirá mejorar el índice de percepción del cliente, que se reflejará en un mejor posicionamiento en el mercado, lo cual reincidente en la atracción y fidelización de nuevos clientes.



## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Fundamentación teórica**

##### **2.1.1 Antecedentes históricas**

Los servicios bancarios tradicionales brindados en Ecuador, cambiaron en el 2008, mediante la alianza estratégica entre Banco de Guayaquil y los grandes emprendedores de medianos negocios a nivel nacional con el fin de brindar servicios bancarios a los ciudadanos en todo el territorio nacional.

Esta características que fue conocida en el Ecuador por la Junta Bancaria en junio del 2008 ante la iniciativa del Banco de Guayaquil, pionero en el progreso de esta perfil de comercialización de servicios bancarios en el país aunque ya lleva unos años consolidada en Colombia, Perú, y principalmente Brasil que fue el primero en Sudamérica en implementarlo en él año 2,000 el caso de Lemonbank en Brasil y el vertiginoso desarrollo de bancarización por el Banco de Crédito en Perú (Armijo de Vega, 2013).

En mayo de 2008 empezaron a funcionar los primeros Corresponsales no Bancarios (CNB) en el país, con un limitado número de servicio de transacciones entre las cuales:

- Realizar depósitos de hasta \$200 diarios
- Retiros en efectivo de hasta \$100 por día.
- Realizar consultar saldos.
- Pagar servicios básicos.
- Enviar giros.
- Recibir remesas del exterior.

Tal es el caso que la penetración territorial de los Corresponsales no Bancarios (CNB), cuando empezó el funcionamiento en el año 2008 eran apenas 273 por cada 10.000 Km<sup>2</sup> y monitoreada por 17 agentes para el monitoreo de estas entidades no Bancarias.

Para mediados del 2012, el Banco lanza la Cuenta Amiga, una nueva cuenta que utiliza únicamente para Bancos del Barrio y cajeros y que es de fácil creación, simplemente añadiendo la copia de cédula y cancelando un valor mínimo por el tarjeta entregado.

Con la cual permite a la mayoría de la población, acceder a poseer una cuenta que le permite realizar depósitos, pagos y retiros, y recibir incluso remesas.

Su aceptación y sus sistemas comenzó a desarrollarse con tan rapidez, que poco a poco las empresas requerían se recaude sus facturas a través del canal banco del barrio. Así, fueron incorporando empresas tales como: Avon, Yanbal, Cable, Univisa, Claro, Movistar, CNT Créditos Económicos, Azorti, Nestle, D-MiroD-Prati, Comandato, TV, etc.

Inclusive se alcanzó añadir a este servicio, la cancelación del bono de desarrollo humano, impidiendo que las personas adultos mayores y madres solteras obtengan a salir de sus parroquias y comunidades a la ciudad a cobrar este beneficio, sino más bien que lo puedan efectuar en su propia localidad, acudiendo a su banco del barrio más cercano.

Mientras que en el año 2013 superó las expectativas planteadas, siendo unos de los proyectos más innovadores con reconocimientos dentro y fuera del país por el éxito obtenido y superando los 7.000 puntos de atención a nivel nacional con un

incremento de 52,7% por lo que más de la mitad de los ecuatorianos tiene relación con la banca.

## **2.2 Antecedentes referenciales.**

Esta iniciativa innovadora dentro del mercado ecuatoriano fue dirigida a los denominados Bancos del Barrio. Esta idea hay que resaltar fue originada por el entrenamiento sobre bancarización en América Latina de la Universidad de Florida, y meses posteriormente fue difundida su ejecución por el Banco de Guayaquil.

Según la semana económica (2009) este entrenamiento empezaba los diferentes mecanismos al desarrollo de bancarización utilizados a nivel internacional, y como los Corresponsales No Bancarios pueden auxiliar significativamente a reducir los precios de operación al banco de cara a alternativas como agencias, cajeros, y con ventajas inclusive sobre telefonía móvil e internet que por temas de idiosincrasia y restricciones de cobertura de servicio, no permiten aún poseer un excelente progreso, como los corresponsales no bancarios lo procuran.

Los Corresponsales no Bancarios, son nuevas rutas de acceso que los Bancos poseen hacia sus clientes, éstos son más económicos internamente de la tradicional agencia Bancaria y la moderna implementación de ATM (Cajeros automáticos), y por sus precios se encuentra en competencia con la banca en línea y Banca Celular no obstante estos dos últimos son desarrollados para estratos medios y altos (Jimenez, 2016).

Son establecimientos propiedad de personas naturales o legales que constituyen una localidad de atención de los establecimientos financieros en localidades de bajos ingresos y lugares remotos de

forma eficiente y a bajo precio, manejan a través de procedimientos de transmisión de datos en línea y en tiempo real. En las ciudades, esta modalidad ha permitido descongestionar las oficinas, y ampliar la cobertura con un canal más flexible que una sucursal o agencia bancaria.

Según (Puga Torres Jose) 2014, en su trabajo de titulación **“Plan de Gestión de sostenibilidad del negocio aplicado a los Bancos del Barrio del Banco Guayaquil”**, la siguiente investigación ejecutada planteo un Plan de Gestión de Sostenibilidad del Negocio aplicado a los “Bancos del Barrio del Banco. Guayaquil en Quito a través del mejoramiento de procesos internos y atención al cliente.

Analizando los archivos de tesis, he constatado que existe un trabajo previamente elaborado de los repositorios históricos de la educación superior entre las cuales, la Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas **“Factores que inciden en las personas al no usar corresponsales no bancarios en las parroquias Rumipamba, Jipijapa e Iñaquito de la Ciudad de Quito año 2016”**, presentado por José Orlando Espinoza Vega (2016).

En el cual se plantea inicialmente el análisis de lo relativo a los CNB desde el punto de vista teórico y legal y su alcance dentro de la actividad bancaria. Finalmente se efectuará una investigación con el fin de identificar las falencias comunicacionales que han derivado en un desempeño inferior al esperado de este segmento.

### **2.3 Fundamentación legal**

En el Ecuador la entidad regulatoria de los Corresponsales no Bancarios es la Superintendencia de Bancos, la misma que supervisa a todo el Sistema Financiero del país.

El Libro I de las normas generales para la aplicación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, en su título II.- De la organización de las instituciones del Sistema Financiero privado, dentro del capítulo I establece la apertura y cierre de oficinas en el país y en el exterior, de las instituciones financieras privadas y públicas sometidas al control de la superintendencia de bancos y seguros” determina en la sección IV todo lo concerniente a los Comisión Nacional de Bancos y Seguros (Jimenez, UNACH, 2016, pág. 22)

Dentro de esta sección encontramos; la definición de Comisión Nacional de Bancos y Seguros (CNBS), los servicios que lograrán brindar y forma de los convenciones de funcionamiento, las prohibiciones, las pretensiones, los compromisos que poseen para cumplir las instituciones financieras, y los informes que deberán presentar a la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS) (Jimenez, UNACH, 2016, pág. 22)

Este modelo de atención es conocido como corresponsales no bancarios y fue aprobado por la Junta Bancaria en la resolución N° JB-2008-1150 del 30 de junio de 2008. Actualmente la Norma de Control para la Apertura y Cierre de Oficinas y Canales para las entidades bajo el control de la Superintendencia de Bancos (Resolución SB-2016-940) regula estas figuras. (RODRIGUEZ, 2016)

De acuerdo con el ente de control, hasta octubre de 2016 estaban autorizados 25.423 corresponsales no bancarios de seis entidades: Banco Pichincha (Mi Vecino); Banco del Pacífico (Mi Banco Banco Aquí); Banco Guayaquil (Banco del Barrio); Servipagos/Produbanco, Grupo Promérica (Pago ágil); Banco Bolivariano (Punto BB) y Banco Del Bank (ver infografía). (bancos, 2016)

“Los Corresponsales no Bancarios son canales mediante los cuales las instituciones financieras, bajo su entera responsabilidad, pueden prestar sus servicios a través de terceros que estén conectados mediante sistemas de transmisión de datos, previamente autorizados, identificados y que cumplan con todas las condiciones de control interno, seguridades físicas y de tecnología de información, entre otras podrán actuar como Corresponsales no Bancarios las personas naturales o jurídicas que, a través de instalaciones propias o de terceros, atiendan al público, las mismas que comprometen estar establecidas en el país.” (Jimenez, UNACH, 2016, pág. 23)

En el artículo 12 de la Junta Monetaria de la resolución No. JB-2008-1150 de 30 de Junio del 2008 establece entre los requisitos legales para el funcionamiento de un CNB, no constar en los registros de la central de riesgo, no tener demandas por pagos no cumplidos a instituciones financieras, entre otras.

Además estipula que podrán ser aprobadas y establecidas como corresponsales no bancarios todas las personas naturales o jurídicas que, por medio de instalaciones propias o de arrendadas para atender al público, las mismas que deben estar domiciliadas en el país.

En el artículo 9 del mismo documento señala que las instituciones financieras podrán prestar, por medio de corresponsales no bancarios, uno o varios de los siguientes servicios (Jimenez, UNACH, 2016, pág. 23): depósitos en efectivo, consultas de saldos, retiros con tarjetas en cuentas de ahorros y corrientes además pagos de servicios básicos y del bono de desarrollo humano entre otros.

Los Corresponsales no Bancarios podrán entregar documentación e información relacionada con los servicios previstos en el presente artículo, incluyendo aquella relativa a la apertura cuentas corrientes y de

ahorros, así como la relacionada con solicitudes de crédito. (Jimenez, UNACH, 2016, págs. 23,24.)

Así mismo están obligados realizar única y exclusivamente transacciones por medio de terminales electrónicos enlazados en línea con la plataforma tecnológica de la perteneciente a la institución financiera (Jimenez, UNACH, 2016, pág. 24).

## **2.4 Variables de la investigación**

**Variable independiente:** Servicio de transacciones de la CNB

Se trata de una operación bancaria, que brindan las entidades CNB. Una transacción bancaria es cualquier tipo de operación de dinero en la cual interviene el banco, como por ejemplo el pago de una tarjeta de Crédito, retiro de fondos desde la Cuenta Corriente o ahorro, pago de servicios básicos entre otras las transacciones bancarias se pueden realizar en cualquier sucursal CNB.

El servicio de transacciones de CNB de acuerdo con los estándares de calidad ayuda en gran medida para que las transacción que realizan sean de manera correcta cumpliendo los estándares establecidos por Superintendencias de Bancos y Seguros (SBS) y brindar seguridad con cada una de las transacciones que realizan.

**Elementos fundamentales son:**

- Seguridad
- Disponibilidad
- Confiabilidad

### **Variable dependiente: Nivel de Satisfacción**

Con el afán de brindar un servicio de atención al cliente tomando en consideración que es el de mayor importancia ya que representa el contacto directo con el cliente y es la imagen principal de las entidades CNB, por eso es vital mantener un alto nivel en la atención al cliente.

Por otra parte al no mantener las instalaciones adecuadas para tener más influencia a los clientes y poder generar una atracción más llamativa en sus locales y así cumplir con las expectativas que tiene y crear una satisfacción a los usuarios. Además realizando el manejo de controles internos favorecerá el manejo exacto y detallado de equipos y talento humano, con eso se minimizan pérdidas inadecuadas y se hacen más visibles las ganancias como también agilizar los procesos de transacciones se disminuye el tiempo de espera de los clientes.

De la misma forma personal capacitado es sinónimo de altos niveles de eficiencia y a su vez de un incremento en la productividad de las entidades CNB. Es por esto que es sumamente importante mantener al personal capacitado constantemente.

### **Elementos fundamentales son:**

- Enfoque hacia el cliente
- Profesionalismo
- Capacidad de respuesta

### **Definiciones Conceptuales**

**Seguridad.** Sólo está bien cubierta cuando podemos decir que brindamos al cliente cero riesgos, cero peligros y cero dudas en el servicio.



**Credibilidad.** Va de la mano de la seguridad, hay que demostrar seguridad absoluta para crear un ambiente de confianza, además hay que ser veraces y honestos, no sobre prometer o mentir con tal de realizar la venta.

**Comunicación.** Se debe mantener bien informado al cliente utilizando un lenguaje oral y corporal sencillo que pueda entender, si ya hemos cubierto los aspectos de seguridad y credibilidad, seguramente será más sencillo mantener abierto el canal de comunicación cliente – empresa.

**Comprensión del cliente:** No se trata de sonreírle en todo momento a los clientes sino de mantener una buena comunicación que permita saber qué desea, cuándo lo desea y cómo lo desea en un esfuerzo por ponernos en su lugar.

**Accesibilidad:** Para dar un excelente servicio comprometemos tener varias vías de contacto con el cliente, buzones de propuestas, quejas y reclamos, tanto físicamente como en el sitio web (si se cuenta con él), línea 800,... además, hay que establecer un conducto regular dentro de la organización para este tipo de observaciones, no se trata de crear burocracia sino de establecer acciones reales que permitan sacarles provecho a las fallas que nuestros clientes han detectado.

**Cortesía** Atención simpatía, respeto y amabilidad del personal, como dicen por ahí, la educación y las buenas maneras no pelean con nadie. Es más fácil cautivar a nuestros clientes si les damos un excelente trato y brindamos una gran atención.

**Profesionalismo:** posesión de las destrezas necesarias y conocimiento de la ejecución del servicio, de parte de todos los

miembros de la organización, recuerda que no sólo las personas que se encuentran en las entidades Bancarias hacen el servicio.

**Capacidad de respuesta:** Disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido y oportuno. Nuestros clientes no tienen por qué rogarnos para ser atendidos, ni para que sus dificultades o problemas sean corregidos, debemos estar al tanto de las dificultades, para estar un paso adelante de ellas y una buena forma de hacerlo es retroalimentándonos con las observaciones nuestros clientes.

**Fiabilidad** Es la capacidad de nuestra organización de ejecutar el servicio de forma fiable, sin contratemos ni problemas, este componente se ata directamente a la seguridad y a la credibilidad.

**Elementos intangibles** Se trata de mantener en buenas condiciones las instalaciones físicas, los equipos, contar con el personal adecuado y los materiales de comunicación que permitan acercarnos al cliente.

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGIA**

Este proyecto, consta de varias herramientas de estudio, elabora un sistema de investigación a la cual el proyecto tiene que adaptarse para poder llevar a cabo el estudio de las variables del problema; ya sean una o varias, mediante las técnicas de investigación nos van a poder determinar mediante gráficos o resultados si el proyecto en estudio que grado de factibilidad tiene.

#### **3.1 Presentación de la Empresa**

Banco Guayaquil prestigiosa entidad mutualista de banca universal con base central en la ciudad de Guayaquil. Actualmente en el ranking número dos dentro mercado nacional caracterizando por la innovación de servicios y productos como son: Banco del Barrio, Banca Virtual, Cheque seguro, entre otros.

Con el proyecto CNB además ha conseguido consolidar el sistema bancario con mayor cobertura dentro del país con 4.783 centros de atención, como también ha logrado penetrar con sus servicios en cantones y parroquias del país.

Estas entidades CNB agrupan en servicios y beneficios para la sociedad sin lugar a duda marcando un antes y después en los servicios bancario comunitarios, dando muchas ventajas a los vecinos y soluciona una parte de problemática en seguridad disminuyendo largos trayectos hasta la bancarias de la ciudad.

### **3.1.1 Misión**

Crear valor a nuestros clientes, accionistas, colaboradores, y a la sociedad, desarrollando propuestas Bancarias y Financieras, ejecutadas con calidad (Patricio, 2014, pág. 21)

### **3.1.2 Visión**

Nos conocemos como la marca líder de servicios Bancarios y Financieros de los ecuatorianos. Nos encontramos presentes en todos y cada uno de sus hogares y en todas y cada una de sus empresas (Patricio, 2014)

### **3.1.3 Valores**

Los valores del Banco Guayaquil se ven reflejados en su credo:

“El negocio bancario

Es de largo plazo;

De resistencia y no de velocidad;

De calidad y no de cantidad;

De prudencia y no de audacia;

Que requiere siempre de solidez financiera;

Que observa permanentemente los cambios en el entorno y se anticipa a ellos con agilidad; de alto desarrollo tecnológico;

De eficiente cobertura nacional e internacional;

Altamente creativo;

Pero sobre todas las cosas es un negocio de Personas para Personas. “

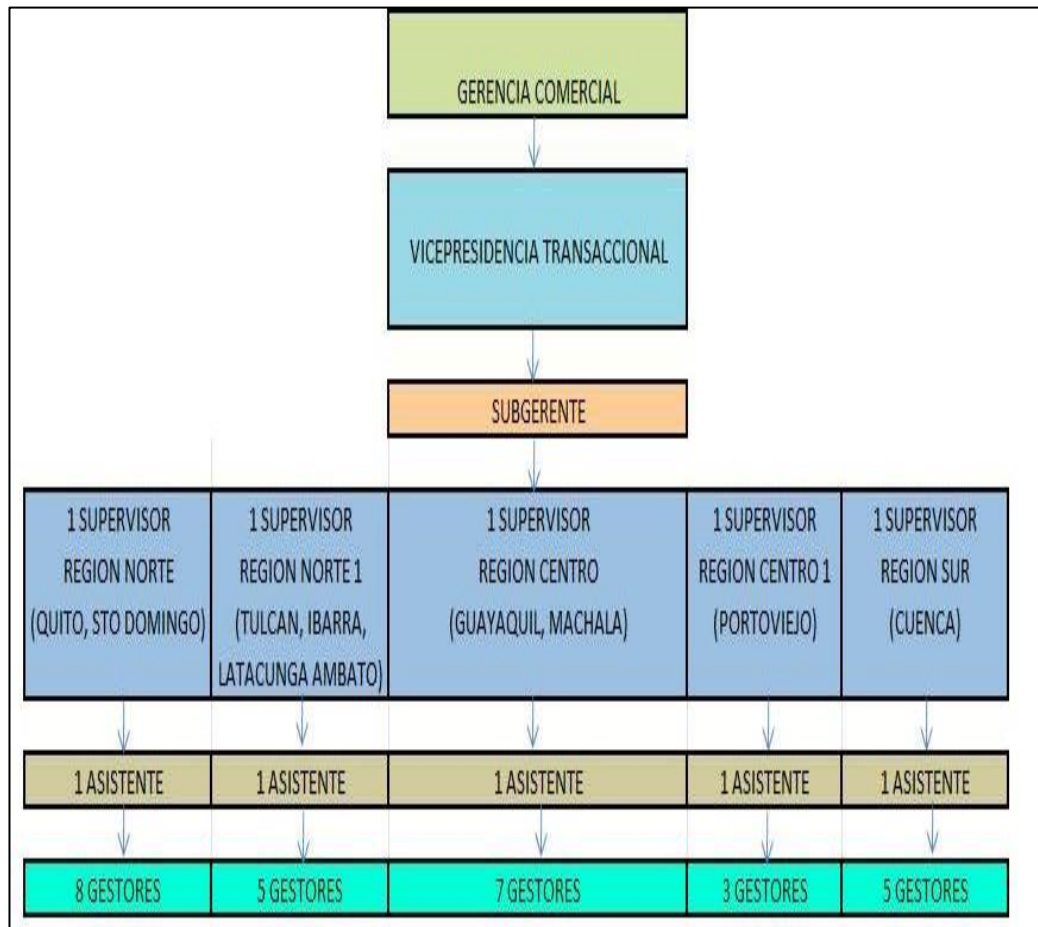
### **Corresponsales no Bancarios**

Los CBN son establecimientos privados, ya estos suelen ser establecimientos públicas, como los supermercados, farmacias,

cooperativas, establecimientos comerciales, tiendas entre otras, los cuales hacen de puntos de atención de prestación bancaria.

### 3.1.2 Organigrama funcional

**FIGURA N° 1  
ORGANIGRAMA DE BANCO GUAYAQUIL**



Fuente: [bancoguayaquil.com/Portals/\\_default/downloads/organigrama.pdf](http://bancoguayaquil.com/Portals/_default/downloads/organigrama.pdf)  
Elaborado por: Sinaluisa Jose

En un corresponsal no bancario, el usuario puede realizar una variedad de transacciones con la tranquilidad y seguridad de ser atendido en su localidad, sin tener que desplazarse hasta las oficinas o agencias de su establecimiento financiera.

La encargada de velar que el proyecto Banco del Barrio se mantenga, incremente y se vuelva más rentable para la institución es la

Unidad Comercial de Banco del Barrio, esta se encuentra sujeta a los lineamientos de la Vicepresidencia Comercial y se encuentra enmarcada en el área transaccional de la institución.

Entre sus principales funciones se encuentra la comercialización, colocación, capacitación, seguimiento y control de los Bancos del Barrio a nivel nacional, siendo siempre la prioridad estar en todos los cantones y parroquias del país, así como en cada barrio de cada ciudad.

De su gestión diaria depende la rentabilidad del canal y el crecimiento sostenido del producto.

### **3.1.3 Distribución de gestores en Guayaquil y Machala**

Son agentes que realizan monitoreo a los canales CNB según la zona asignada.

#### **Guayaquil**

En la ciudad de Guayaquil están asignados 5 gestores distribuidas de la siguiente manera.

Centro Sur	2
Norte, Duran	2
Milagro	1

#### **Machala 2 gestores**

Los corresponsales no Bancarias Banco del Barrio del sector Florida Norte, comparte un gestor con que está encargado de los siguientes sectores Alborada, Sauces Samanes Vergeles, Bastión Popular, Mucho Lote, Fortín, Prosperina.

Los CNB, ubicados en el norte de Guayaquil florida norte son: 1 cybers, una tienda, un bazar, 2 farmacias, en un radio aproximado de 500 metros cuadrado.

Se presenta una breve descripción de los CNB:

### **CNB Cyber Shop**

**Tipo de Negocios:** Alquiler de Internet y llamadas Telefónicas

**Número de empleados:** 2 Personas.

**Actividad:** Internet y telefonía

Es un negocio que tiene 7 años en el sector su actividad económica de alquiler de internet desde hace 5 años adquirió la red CNB. Actualmente cuenta con dos empleados los cuales tienen diferentes horarios.

#### **Horario de Atención al Cliente**

1. Lunes a viernes 8h00 – 22h00
2. Sábado y domingo 8h00-21h00

### **CNB Bazar Narcisita**

**Tipo de Negocios:** Librería

**Número de empleados:** 3 Personas.

**Actividad:** Comercio, CNB

Negocio dedicada a la comercialización de útiles escolares y bisutería en general desde hace 8 años mantiene la red CNB, tiene 10 años en el sector con esta actividad económica

#### **Horario de Atención al Cliente**

1. Lunes a viernes 9h00 - 21h00
2. Sábado y domingo 9h00 - 20h00

### **CNB Barcelata**

**Tipo de Negocios:** Minimarket

**Número de empleados:** 2 Personas.

**Actividad:** Minimarket, CNB

Su actividad económica se basa en venta productos por menor de consumo tal como huevos, galletas, bebidas gaseosa, granos secos, legumbres etc., desde hace 3 años mantiene la red CNB actualmente mantiene dos personal quienes laboran de lunes a sábado.

#### **Horario de Atención al Cliente**

3. Lunes a viernes 6h00 – 21h00
4. Sábado y domingo 6h00 - 20h00

### **CNB Farmacia LM**

**Tipo de Negocios:** Farmacéutica

**Número de empleados:** 4 Personas.

Este negocio lleva 10 años en el sector actualmente en el mercado farmacéutico y hace 5 años cuenta con la red de CNB, cuenta con 4 empleados que laboran dos en jornada matutina y 2 vespertina

#### **Horario de Atención al Cliente**

1. Lunes a viernes 7:30 - 22h00
2. Sábado y domingo 7:30 - 21h00

### **CNB Farmacia La Loma**

**Tipo de Negocios:** Farmacéutica

**Número de empleados:** 2 Personas.



Este negocio es uno más nuevo del sector con apenas dos años, pero desde ya 7 años mantiene la red CNB.

### **Horario de Atención al Cliente**

- 1 Lunes a viernes 7h00 - 22h00
- 2 Sábado y domingo 7h00 - 21h00

## **3.2 Diseño de la Investigación**

### **Tipos de investigación**

Se ha tomado en cuenta diversas metodologías de investigación que existen posteriormente a un análisis exhaustivo que se ha realizado y el cual ha llevado a seleccionar la investigación documental y la investigación de campo para el desarrollo de este proyecto ya que son las metodologías que se ajustan al proyecto.

### **Investigación Documental.**

Se observa las realidades dentro del sitio a desarrollar el proyecto, usando para ello los diferentes ejemplos de documentos. Interpretando, indagando, y presentando datos e informaciones sobre el tema de investigación. Utilizando para ello, el análisis de los datos obtenidos, teniendo como finalidad la obtención de resultados reales y coherentes.

### **Investigación de campo**

Obtenemos información más próxima a la realidad basada en un método científico, dicho así se la emplea desde el sitio mismo de estudio o lugar a realizar la investigación. De esta manera nos permite estudiar

una situación para poder diagnosticar el o los problemas que se encuentran en ese sitio en estudio.

La investigación de campo se realizó en las cinco entidades Corresponsal No Bancario (Bancos del Barrio), ubicadas en la ciudadela Florida al norte de la Ciudad de Guayaquil así también a los trabajadores y propietarios que están directamente involucrados del área de atención al cliente.

A continuación se detalla las siguientes técnicas que se utilizara en esta investigación:

- La observación directa
- La encuesta
- Herramientas de diagnóstico FODA

### **Observación directa**

Esta técnica ayuda a tener un contacto directo con los elementos existentes del lugar que se proyecta averiguar, siendo los resultados adquiridos con antecedentes originales.

A través de la observación se permitió recolectar información importante de la situación de los corresponsales no bancario y sus deficiencias en las transacciones y la calidad de atención al cliente que brindan.

### **FODA**

El FODA no es otra cosa que un análisis de los aspectos internos y externos del producto que permite aumentar o disminuir la rentabilidad y sostenibilidad del mismo.

En el intercambio a través de lluvia de ideas en las cinco entidades de CNB del sector Florida Norte de la Ciudad de Guayaquil, con los dueños de locales y empleados se determinó el siguiente Foda.

**FIGURA Nº 2  
ANALISIS FODA**



Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Sinaluisa Jose

## Encuesta

Las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizados para obtener información de personas sobre diversos temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar.

Este método permitió obtener la información específica de ciertos usuarios que diariamente acuden al lugar con mayores frecuencias. Se desarrollaron preguntas claves que ayudaron a la recolección de información acerca de transacciones, aspectos de local, disponibilidad, amabilidad, cortesía de los dueños y personal que atienden en el corresponsal no bancario, esto se efectuó a través de preguntas sencillas, claras y objetivas. Las encuestas fueron aplicadas por el investigador.

### **3.3 Población Y muestra**

La población está determinada por cinco entidades de corresponsal no bancario Bancos del Barrio que existen en el sector Florida Norte en la ciudad de Guayaquil, incluidos el personal del Banco de Guayaquil (supervisor y gestores).

Trabajadores: 13

Dueños de locales: 5

Clientes: 250

#### **Muestra**

Conjunto de sucesos, personas o datos optados al azar, que se consideran representativos del conjunto al que pertenecen y que se toman para estudiar o establecer las características del estudio.

#### **Muestra intencional**

Este tipo de muestreo se caracteriza por un esfuerzo deliberado de obtener muestras "representativas" mediante la inclusión en la muestra de grupos supuestamente típicos. Es muy frecuente su utilización en sondeos preelectorales de zonas que en anteriores votaciones han marcado tendencias de voto.

En la presente investigación se trabajara con una muestra intencional conformada por la población de trabajadores y propietarios por ser un número reducido.

Trabajadores: 13

Dueños de locales: 5

Clientes: Se considera los clientes que acudieron a los 5 locales los días lunes, jueves y domingo fin de mes y quincena en estas fechas son consideradas días con mayor acogida por los usuarios tomando en cuenta en horarios:

7 am – 10am

12pm - 3pm

5pm – 8pm

### **Resultados de las encuestas**

En la encuesta se determinó los siguientes resultados:

#### **Pregunta 1: ¿Cuánto tiempo lleva utilizando el sistema Corresponsal no Bancario?**

El "49%" eligieron: Entre uno y tres años; Más de tres años; el 16 % señalo que tiene menos de un mes como cliente de la institución.

#### **Pregunta 2: ¿Cuándo prefiere visitar al banco del barrio?**

El "59%" eligieron por la mañana y con el 24% prefieren visitar en horas de la tarde. La opción menos elegida representa el "17%" en horario del mediodía para realizar la diferente actividad que brinda los CNB.

**Pregunta 3: ¿Cuál fue la razón de su última visita al banco del barrio?**

El "87%" eligieron realización de transferencia depósito o retiro Pagos de servicios básicos y el "10%" realizan cobros de bono de desarrollo humano con el porcentaje menor "3%" realizan otras actividades (llamada telefónica, medicamentos, copias, impresiones).

**Pregunta 4: ¿Usted está satisfecho con la atención recibida del personal Banco?**

El "57%" eligieron de los encuestados dicen estar muy insatisfecho y apenas con "12%" están satisfecho con la atención que recibe de estos establecimientos CNB

**Pregunta 5: Mida el grado de satisfacción de las siguientes características**

El "75%" eligieron la opción muy insatisfecho del "conocimiento y competencia" de los personal de CNB y apenas el 4% de los encuestados se sienten satisfecho. En el siguiente ítem de "Resolución de solicitudes" con el 47% destaca la opción muy insatisfecho y con un 1% fue elegido satisfecho. Como último punto tenemos con un 51% muy insatisfecho en el ítem "agilidad en los procesos", apenas con el 3% fue elegido la opción satisfecha.

**Pregunta 6: ¿Considera usted que el personal de banco del barrio se encuentra capacitado para ejercer sus funciones?**

La opción con más relevante con 75% fue elegida "no" y apenas con un 25% fue elegida que "sí" para ejercer sus funciones.

**Pregunta 7: ¿Cómo califica la cortesía del personal de atención al cliente del Banco del Barrio?**

El total de los encuestados el 78% dicen que el personal de CNB no “sonríe y saluda” con el 17% dicen que a veces “cuidan su presentación” en la siguientes opciones con el 70% dicen que nunca es “amable y tolerante” y con el 71% nunca son “coherente al expresarse” con el 53% de los encuestados dicen que el personal de los CNB nunca preguntas “si le puede ayudar en algo más” tampoco les Ofrece otros servios adicionales aparte de transacciones

**Pregunta 8: ¿Cómo califica los siguientes aspectos CNB Banco del Barrio?**

Es evidente que la mayor parte de los encuestados responde que nunca mantiene limpio el local con un resultado de 69%.Igualmente se preguntó a la población si el sistema de ventilación es apropiada, a lo que 80% respondieron nunca.

De la misma manera se preguntó si tiene rótulos de información de tarifas y tipos transacciones, el 62% eligieron a nunca. Finalmente se preguntó si el personal de CNB está correctamente uniformado, con el 85% eligieron nunca.

**Pregunta 9: ¿Considera necesario colocar buzón de quejas y sugerencias?**

Es evidente que el 100% de los encuestados respondieron si tener un buzón de quejas y sugerencias.

## CAPITULO IV

### 4.1 Análisis de los resultados

Para determinar el grado de cumplimiento de los objetivos propuestos en este trabajo de titulación, se han analizado los resultados mediante la realización de encuestas al personal de Banco del barrio (CNB), dueños de estas entidades y clientes que nos han permitido obtener información para medir nivel de satisfacción al servicio al cliente, para realizar el análisis previstos con los objetivos.

Para realizar un análisis detallado de la información en la investigación se planteó las siguientes interrogantes:

**FIGURA Nº 3  
INTERROGANTES**

<b>Interrogante</b>	<b>Definiciones a lograr</b>
¿Estamos preparados?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Necesidades de capacitación</li><li>• Mejoras el tiempo de solución de reclamos</li></ul>
¿Para quién?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Caracterización de los grupos de clientes</li><li>• Sistema de información y orientación al cliente</li></ul>
¿Qué?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Contenido del servicio que se brinda</li><li>• Características</li></ul>
¿Cómo?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Procedimientos para el cliente solicitar el servicio</li><li>• Procedimientos (tecnológicos) para brindar el servicio</li></ul>
¿Quién?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Personal que se encarga de brindar el servicio: Cantidad, funciones, características, estética, ética y calificación.</li></ul>
¿Cuándo?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Duración de los ciclos de respuesta y de ejecución del servicio.</li></ul>
¿Con que?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Relación de medios a utilizar (equipos, utensilios, instalaciones, medios técnicos mobiliario, dispositivos, y otros. )</li></ul>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Sinaluisa Jose



En la recolección de información la mayoría de los propietarios de los Corresponsales no Bancarios y los trabajadores resalta la importancia de la labor de los supervisiones a al resolver reclamos por transacciones no realizadas correctamente, rechazo al solicitar para la cuenta Amiga, pérdida de tarjetas Cuenta amiga, solicitud nueva clave, pagos realizados sin factura ya que se demoran hasta 24 horas en resolver estas anomalías y por esta razones los clientes se siente inconformes por la atención brindada.

Los resultados más destacados de las encuestas revelan que los puntos críticos y de mayor inconformidad de los clientes está en:

- Atención recibida del personal de CBN
- Cortesía del personal que labora en CNB
- Aseo en los locales de CNB
- Resolución de Problemas

Los clientes de los CNB con relación a las edades de las personas encuestadas, se aprecia que las edades comprendida entre 18 a 45 años es la edad que donde se concentra la mayor cantidad de personas que realizan más de 5 transacciones al mes, el grupo que comprenden 46 a 87 realizan cobros de bono de desarrollo humano mensualmente y realizan 1 a 2 transacciones mensuales.

Luego del análisis de los instrumentos y técnicas aplicadas, de caracterizar e identificar y clasificar las necesidades del cliente, se pretende establecer las dificultades o debilidades que actualmente se presentan con relación al servicio.

Establecer indicadores de medición del servicio en los siguientes aspectos:

- Agilidad en las transacciones
- Disponibilidad de cupos de transacciones.
- Flexibilidad ante situaciones inusuales.
- Respuestas a las emergencias.
- Actuación sin errores (transacciones, pagos, retiros).
- Trato y relaciones con el cliente.
- Tiempo de atención a reclamaciones.

## **4.2 Plan de mejoras.**

Objetivo: Diseñar políticas y objetivos encaminados al mejoramiento del servicio al cliente presenta los siguientes beneficios:

- Fortalecer el vínculo con el cliente
- Establecer relaciones de largo plazo con los clientes

Además este plan de mejoras pretende que los CNB mantengan clientes fieles y rubros de ingresos de cierta forma permanentes a través de conocer lo que para cada cliente es importante en particular y atender sus necesidades en pro del sostenimiento económico del CNB.

De la misma manera mejorar la calidad de los procesos internos de los CNB para poder cumplir con los requerimientos del cliente y promover la eficiencia en el trabajo y el compromiso de los empleados hacia los clientes.

A continuación se presenta la propuesta para mejorar el servicio al cliente en la entidad CNB:

- Capacitar al personal que atiende los CNB.
- Priorizar el uso del servicio de quejas y reclamos por parte de los clientes.
- Mejorar las condiciones de los locales de CNB.

PLAN DE MEJORA					
Objetivo Estratégico	Acción o Actividad	Indicador	Responsable	Periodicidad	Recomendaciones
Capacitar al Personal que atiende los CNB.	Realizar capacitaciones de: <b><u>Servicios que ofrece el CNB</u></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agilidad en las transacciones</li> <li>• Disminuir errores (transacciones, pagos, retiros).</li> </ul>	Gerente propietario	Trimestral	La falta de profesionalismo y el conocimiento profundo en los temas de transacciones financieras y la ausencia de cortesía eliminan el valor de cualquier servicio. Es allí donde debemos poner en práctica todos los conocimientos que tengamos y sacar brillar nuestra sinceridad y empatía.
	<b><u>Servicio al Cliente</u></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trato y relaciones con el cliente.</li> <li>• Mejorar la cortesía del personal que atiende las dependencias de CNB</li> </ul>		Anual	
	<b><u>Comunicación</u></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar herramientas prácticas para mejorar la comunicación del CNB asertiva como proceso vital dentro del negocio.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación y compromiso</li> </ul>	

PLAN DE MEJORA					
Objetivo Estratégico	Acción o Actividad	Indicador	Responsable	Periodicidad	Recomendaciones
Capacitar a los colaboradores en resolución de problemas con efectividad	<p><b><u>Resolución y manejo de conflictos</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conflicto Individual interno</li> <li>• Generar mayor participación e interés individual frente a un problema.</li> <li>• Realizar encuesta periódicas para medir la satisfacción del cliente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flexibilidad ante situaciones inusuales.</li> <li>• Respuestas a las emergencia Tiempo de atención a reclamaciones</li> </ul>	Gerente propietario	Trimestral Y Anual	La falta de confianza para solucionar conflictos incrementa desconfianza a los usuarios, por lo tanto los dueños y empleados deben estar capacitados para resolver inquietudes de los clientes mostrando seguridad y confianza para dar una solución certera.
Crear imagen institucional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adquirir uniformes para los colaboradores.</li> <li>• Incluir distintivo del CNB</li> </ul>	Imagen institucional	Gerente propietario	Anual	Contar con uniforme laboral es una manera de desarrollar la imagen de los CNB
Implementar una estrategia de atención de quejas y sugerencias de los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los Gestores deben definir metas con incentivos para mayor compromiso a los CNB.</li> <li>• Buzón de sugerencia.</li> <li>• Correo para recibir quejas y sugerencias.</li> <li>• Asignación de una plataforma virtual.</li> <li>• Números telefónicos habilitados</li> </ul>	Reducción del % de quejas atendidas	Gerente propietario y gestores de CNB	Diariamente	Con estas estrategias nos facilita identificar falencias y solucionar en conjunto con los dueños de CNB

PLAN DE MEJORA					
Objetivo Estratégico	Acciones o Actividades	Indicador	Responsable	Periodicidad	Recomendaciones
Mejorar las condiciones de los locales de CNB	<p><b><u>Condiciones Infraestructura</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistema de Ventilación</li> <li>• Salas de espera</li> <li>• Dispensador de agua</li> <li>• Muebles o sillas en óptimas condiciones.</li> <li>• Colocar señalética e información a la vista de los clientes</li> </ul>	Número de quejas de condiciones no adecuadas de locales CBN	Gerente propietario y empleados de CNB	Trimestral Y Anual	Con una infraestructura en óptimas condiciones ayuda al desarrollo de las actividades brindando la comodidad a los clientes y usuario en general.
	<p><b><u>Limpieza</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El personal de CNB debe mantener limpia y ordenada la dependencia</li> <li>• Realizar limpieza periódicamente</li> <li>• Tachos de basura con respectivas tapas al exterior e interior del local</li> <li>• Fragancias y ambientadores</li> <li>• Mantener la iluminación adecuada.</li> </ul>		Gerente propietario y Empleados de CNB	Diariamente	Recuerde que un local limpio no sólo proporciona una buena imagen, sino que también le permite acoger a los clientes.

## **Análisis económicos**

Para implementar el plan de mejoras se sugiere considerar los siguientes costos aproximados y referenciales:

**FIGURA N° 4  
ANALISIS ECONOMICOS**

<b>DETALLE</b>	<b>PRECIO</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>CAPACITACIÓN</b>	<b>\$50</b>	<b>50 HORAS</b>	<b>\$2.500</b>
<b>REMODELACIÓN</b>	<b>\$5000</b>	<b>10 DIAS</b>	<b>\$3.000</b>
<b>PINTURA</b>	<b>\$250</b>	<b>2 DIAS</b>	<b>\$250</b>
<b>UNIFORMES</b>	<b>\$100</b>	<b>ANUAL</b>	<b>\$500</b>
<b>UTILES DE LIMPIEZA</b>	<b>\$100</b>	<b>30 DIAS</b>	<b>\$100</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$6.350</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado Por: Sinaluisa Buñay Jose

### **4.3 CONCLUSIONES.**

A continuación se presentan las conclusiones más relevantes de este trabajo de investigación así como las recomendaciones que se pueden derivar del mismo.

- En la encuesta de uso y satisfacción a usuarios de Corresponsales no Bancarios se logró determinar que la población en su mayoría no está de acuerdo con la calidad del servicio que brindan los Corresponsales no Bancarios ubicados en Florida Norte de la Ciudad de Guayaquil.
- La implementación del programa basados en formación y capacitación, desarrollará y fortalecerá conocimientos, habilidades y destrezas para obtener un servicio eficaz y de calidad a mediantes estándares de excelencia.
- La fidelización de los clientes es sumamente importante para crecer entre lo CNB, esto solo se puede lograr conociendo y atendiendo las necesidades de los clientes.

#### **4.4 RECOMENDACIONES**

- Para que los comercios del sector Florida Norte logren desarrollarse será necesario que, se implementen estrategias que le permitan incrementar sus ventas y nivel de aceptación por parte de los clientes, es por eso que se recomienda que busquen nuevas alternativas como la propuesta ofertada por los CNB.
- Se recomienda a Banco Guayaquil incluir a los CNB implementar el plan de mejoras resultado de esta investigación en su totalidad o las capacitaciones trimestral o anual a dueños empleados que trabajan en los CNB para fortalecer el sistema bancario Banco del barrio.
- Para tener comunicación directa con los gestores asignados, las entidades CNB deben tener un buzón de quejas para que los usuarios puedan expresar sus inconformidades y estas sean para solucionar los problemas y necesidad de los clientes.



## BIBLIOGRAFIA

- Armijo de Vega, R. R. (septiembre de 2013). *portal de microconfianzas*.  
Obtenido de Banca corresponsal e inclusión financiera:  
<https://www.microfinancegateway.org/es/library/banca-corresponsal-e-inclusi%C3%B3n-financiera-modelos-de-negocio-en-am%C3%A9rica-latina>
- Bancos, S. I. (5 de 05 de 2016). *Super Intendencias de bancos*. Recuperado el 2017, de file:///C:/Users/samu/Downloads/resol\_SB-2016-940-CNB.pdf
- Flores, J. (2015). *Muy Interezane*. Obtenido de  
<http://www.muyinteresante.es/innovacion/articulo/la-ciudad-inteligente-controlara-el-aparcamiento-con-sensores>
- Garcia, C. B. (2012). *comunicacion y atencion al cliente*. Macmillan.
- Garrido, I. H. (2007). *Paradigmas Y Metodos de Investigacion en Tiempos de Cambios*. CEC S.A.
- JB-2010-1821, S. c. (2010).
- Jimenez, B. (2016). *repositorio Universidad de Chimborazo*. Obtenido de  
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/2036/1/UNACH-FCP-ECO-2016-0013.pdf>
- Juan Carlos Albares Martines, Pilar Vidal, Miguel Prieto. (2012). *serie evolucionaria formación y orientación laboral*.
- lic. Amanda Hidrobo. (2011). *modulo de formación y orientación laboral*.  
Malaga. (s.f.). Obtenido de <http://www.territorioymarketing.com/>
- Mauricio Gutiérrez. (s.f.). *Medellín estrena primer parqueadero robotizado*.  
Obtenido de  
[http://www.elcolombiano.com/medellin\\_estrena\\_primer\\_parqueadero\\_robotizado-CGEC\\_219391](http://www.elcolombiano.com/medellin_estrena_primer_parqueadero_robotizado-CGEC_219391)
- Ocaña, A. O. (2009). *diccionario de pedagogia*.
- Rodriguez, C. C. (06 de 2016). *Super intendencia de banca del ecuador*.  
Obtenido de Super intendencia de banca del ecuador:  
file:///C:/Users/samu/Downloads/resol\_SB-2016-940-CNB.pdf

Sánchez, J. C. (2012). *Los métodos de investigación*. Madrid: Ediciones Dias Santos.

Sierra, J. J. (2009). *derechos Administrativos*.

Super Intendencia de Bancos y Seguros del Ecuador. (2016). Resolución N° SB 2016-940. *Super Intendencia de Bancos*.

Torres, c. a. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Mexico: Leticia Gaona Figueroa.

Torres, E. C. (2015). *Metodología de la investigación interdisciplinaria*.

# ANEXOS

## ANEXO Nº 1 MODELO DE ENCUESTA



### INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

Encuesta dirigida a los clientes de Banco del Barrio ubicada en la ciudadela Florida Norte

Objetivo: Determinar el nivel de satisfacción de los clientes de las CNB Banco del Barrio del sector Florida Norte



1. ¿Cuánto tiempo lleva utilizando el sistema Corresponsal no Bancario?

- Menos de un mes
- Entre uno y seis meses
- Entre seis meses y un año
- Entre uno y tres años
- Más de tres años

2. ¿Cuándo prefiere visitar al banco del barrio?

- Por la mañana
- Por el mediodía
- Por la tarde
- Por la noche

3. ¿Cuál fue la razón de su última visita al banco del barrio?

- Pagos de servicios básicos
- Realización de transferencia depósito o retiro
- Abrir nueva cuenta
- Cobrar bono de desarrollo humano
- Otro (Por favor especifique)

4. ¿Usted está satisfecho con la atención recibida del personal Banco del barrio?

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Insatisfecho
- Muy insatisfecho

5. Mida el grado de satisfacción de las siguientes características.

	Muy satisfecho	Satisfecho	Normal	Insatisfecho	Muy insatisfecho
Conocimiento y competencia	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Resolución de sus solicitudes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agilidad en los procesos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. ¿Considera usted que el personal de banco del barrio se encuentra capacitado para ejercer sus funciones?

- sí  
 no

7. ¿Cómo califica la cortesía del personal de atención al cliente del Banco del Barrio?

El personal del CNB	nunca	A veces	Siempre	Frecuentemente
sonríe y saluda				
Cuida su presentación				
Es amable y tolerante				
Es coherente al expresarse				
Pregunta si le puede ayudar en algo más?				

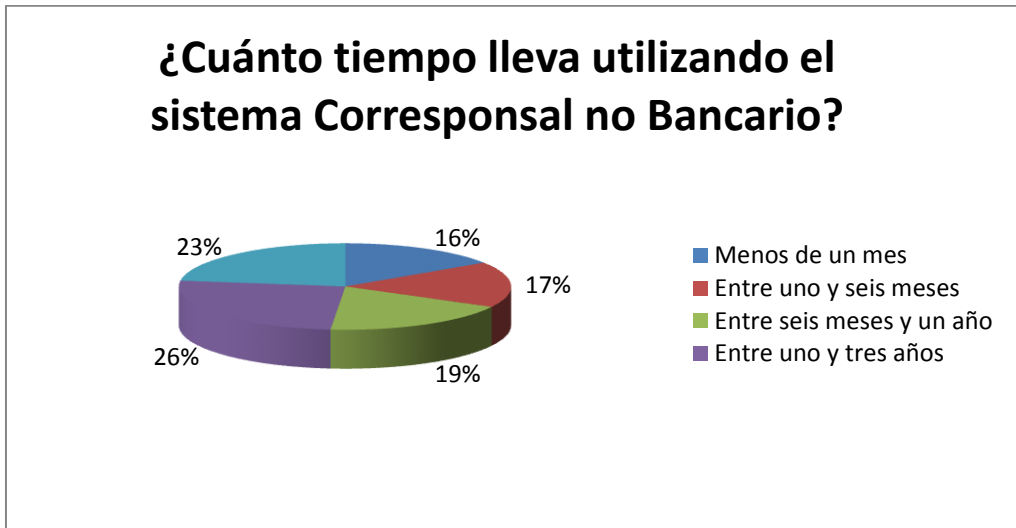
8. ¿Cómo califica los siguientes aspectos CNB Banco del Barrio?

	nunca	A veces	Siempre	Frecuentemente
El local de CNB mantiene Limpio				
El Sistema de ventilación es apropiada				
Tiene rótulos de información de tarifas y tipos transacciones				
El personal de CNB están correctamente uniformados?				

**ANEXO Nº 2**  
**Tabulación de la encuesta**

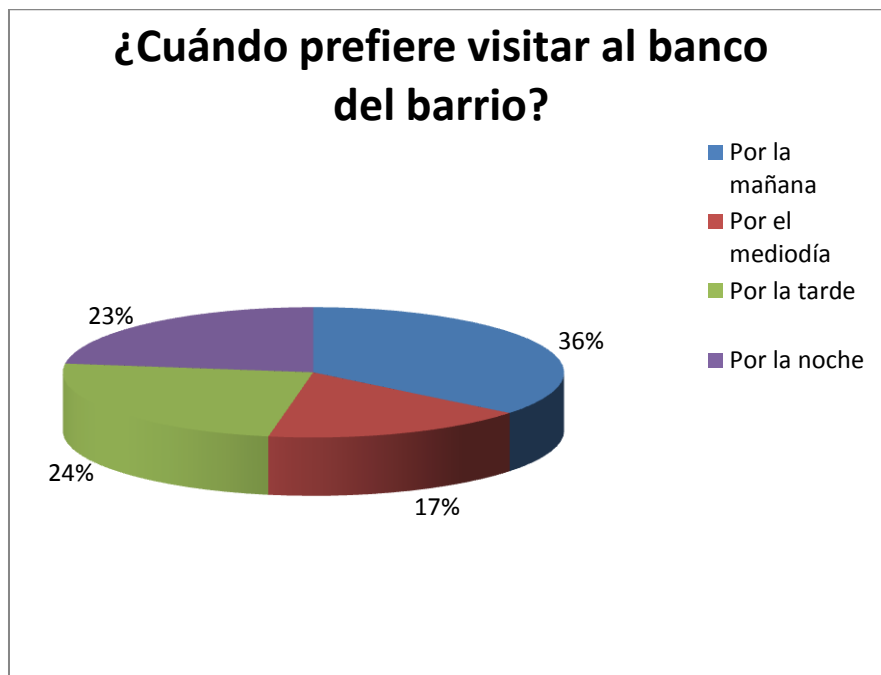
**Pregunta #1**

**¿Cuánto tiempo lleva utilizando el sistema Corresponsal no Bancario?**



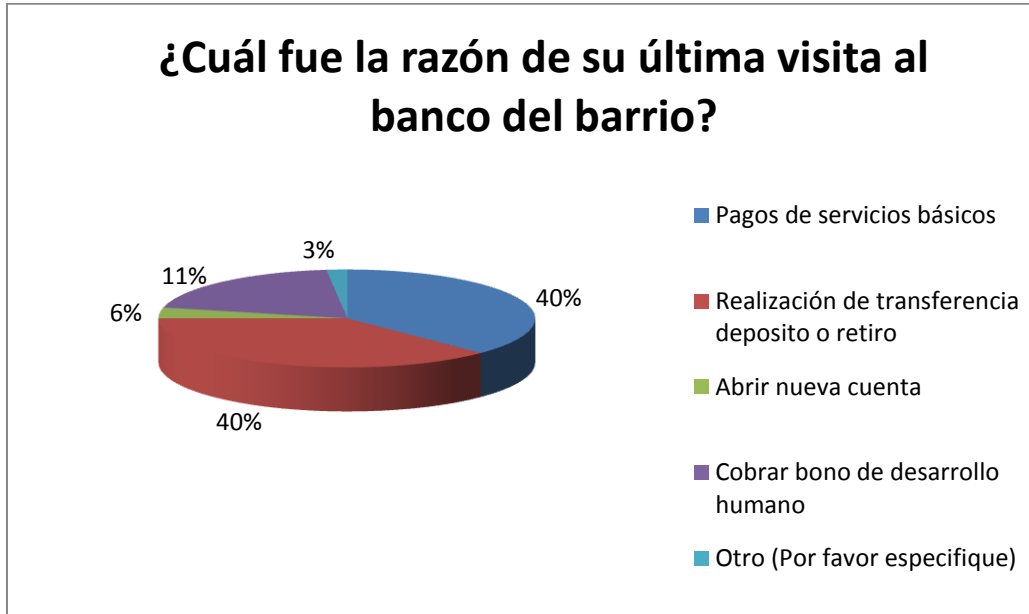
**Pregunta #2**

**¿Cuándo prefiere visitar al banco del barrio?**



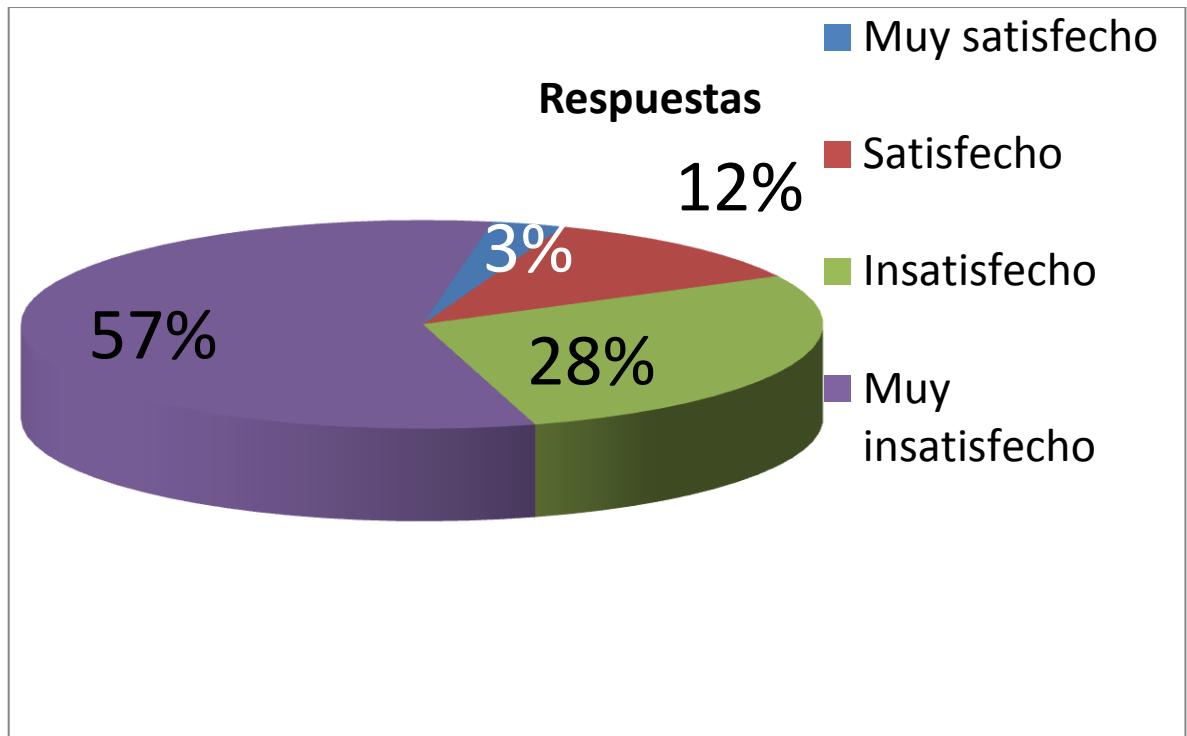
**Pregunta #3**

**¿Cuál fue la razón de su última visita al banco del barrio?**



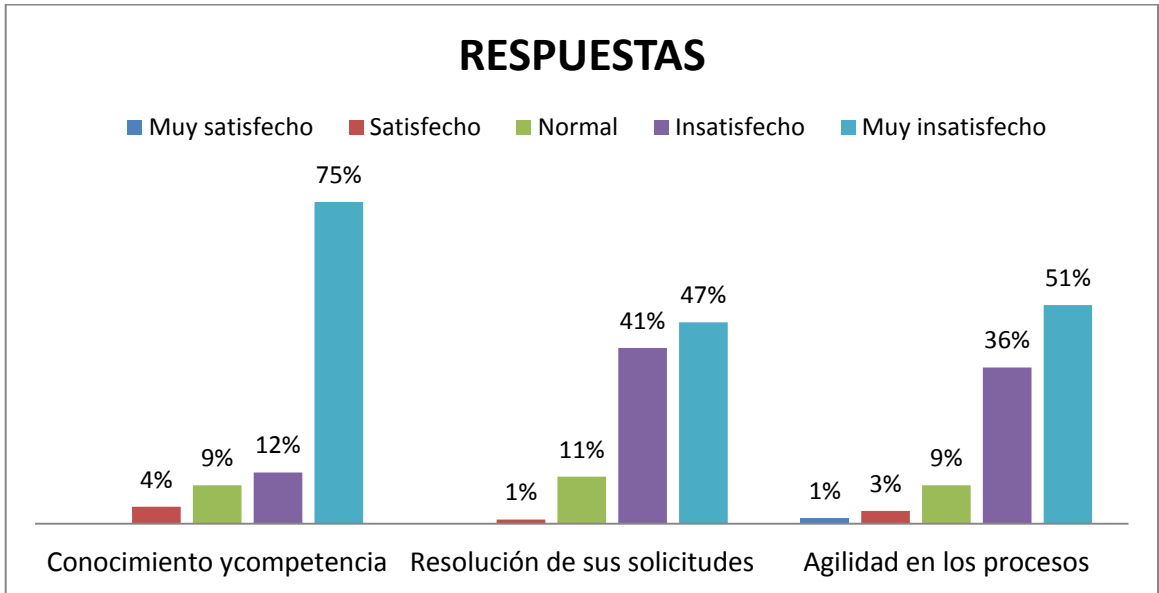
**Pregunta #4**

**¿Usted está satisfecho con la atención recibida del personal Banco del barrio?**



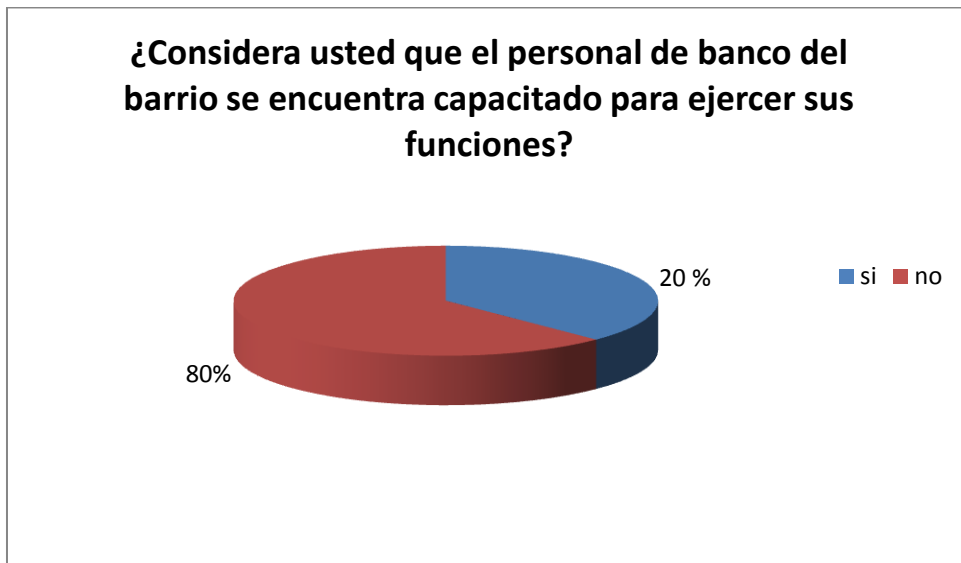
**Pregunta #5**

**¿Mida el grado de satisfacción de las siguientes características?**



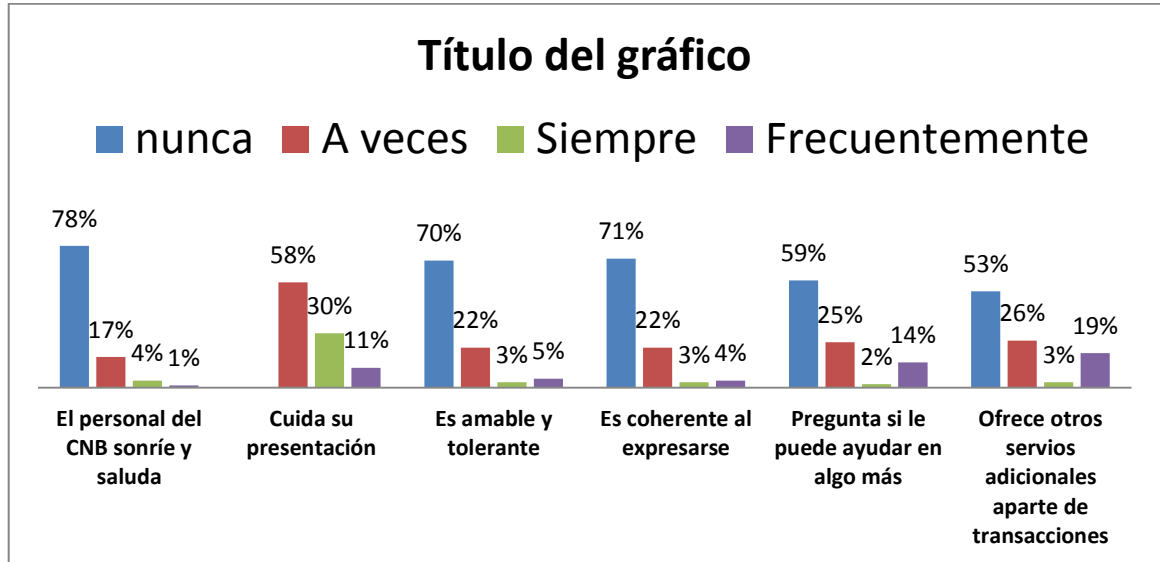
**Pregunta # 6**

**¿Considera usted que el personal de banco del barrio se encuentra capacitado para ejercer sus funciones?**



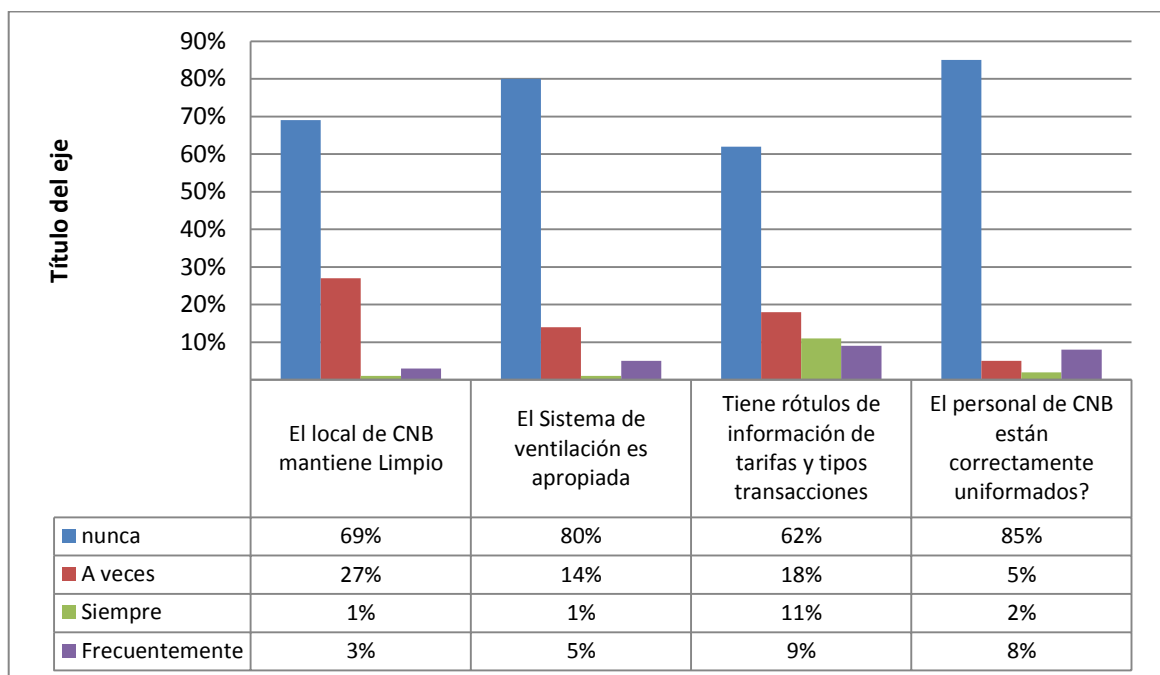
### Pregunta #7

¿Cómo califica la cortesía del personal de atención al cliente del Banco del Barrio?



### Pregunta # 8

¿Cómo califica los siguientes aspectos CNB Banco del Barrio?





**Pregunta # 9**

**¿Considera necesario colocar buzón de quejas y sugerencias?**



## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

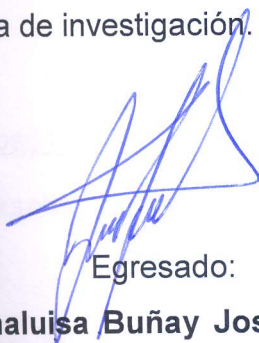
En mi calidad de Tutor (a) del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Propuesta de mejora de servicio de transacciones para los clientes del Banco del Barrio en el sector Florida Norte de Guayaquil”** y problema de investigación: **¿Cómo contribuir a la mejora del servicio de transacciones de banco del barrio para medir el nivel de satisfacción del cliente en la ciudadela la Florida sector norte de la ciudad de Guayaquil en el año 2017?**, presentado por Sinaluisa Buñay José Francisco como requisito previo para optar por el título de:

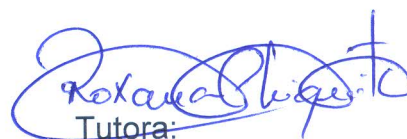
### TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.



Egresado:

**Sinaluisa Buñay José Francisco**  
Chiquito, Ing.



Tutora:

**Ph.D. Roxana**



## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, José Francisco Sinaluisa Buñay en calidad de autor con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Propuesta de mejora de servicio de transacciones para los clientes del Banco del Barrio en el Sector Florida Norte de Guayaquil**, de la modalidad de Presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología en Administración de Empresa, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

José Francisco Sinaluisa Buñay

Nombre y Apellidos del Autor



Firma

No. de cedula: 020178640-7



Dr. Jaime Pozmiño Palacios, Msc.  
NOTARIO SÉPTIMO DEL  
CANTÓN GUAYAQUIL

*Nota: La presente cláusula de autorización, con el correspondiente reconocimiento de firma se adjuntará al original del trabajo de titulación como una página preliminar más*



Factura: 001-003-000002661



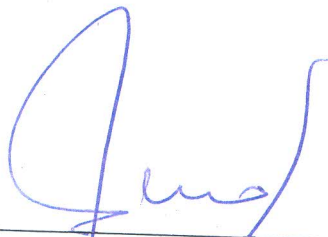
20170901007D00561

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20170901007D00561

Ante mí, NOTARIO(A) JAIME TOMMY PAZMIÑO PALACIOS de la NOTARÍA SÉPTIMA , comparece(n) JOSE FRANCISCO SINALUISA BUÑAY portador(a) de CÉDULA 0201786407 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(e) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede , es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 10 DE NOVIEMBRE DEL 2017, (17:27).



JOSE FRANCISCO SINALUISA BUÑAY  
CÉDULA: 0201786407



NOTARIO(A) JAIME TOMMY PAZMIÑO PALACIOS

NOTARÍA SÉPTIMA DEL CANTÓN GUAYAQUIL

**Dr. Jaime T. Pazmiño Palacios, Msc.**  
**NOTARIO SÉPTIMO**  
**DEL CANTÓN GUAYAQUIL**



INSTRUCCIÓN SUPERIOR  
PROFESIÓN / OCUPACIÓN ESTUDIANTE  
V4343V4242  
001052730

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE SINALUISA SINALUISA JOSE FRANCISCO  
APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE BUÑAY LEMACHE MARIA JUANA  
LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN GUAYAQUIL 2015-11-16  
FECHA DE EXPIRACIÓN 2025-11-16

DIRECTOR GENERAL  
FIRMA DEL CEDULADO

REPÚBLICA DEL ECUADOR  
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL, IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN  
Nº 020178640-7

CÉDULA DE CIUDADANÍA  
APELLIDOS Y NOMBRES SINALUISA BUÑAY JOSE FRANCISCO  
LUGAR DE NACIMIENTO CHIMBORAZO RIOBAMBA CACHA  
FECHA DE NACIMIENTO 1989-06-29  
NACIONALIDAD ECUATORIANA  
SEXO M  
ESTADO CIVIL SOLTERO

CNE CONSEJO NACIONAL DEL ELECTORAL  
EQUADOR ELIGE CON TRANSPARENCIA  
ELECCIONES 2017 GARANTIZAMOS TU DECISIÓN

CIUDADANA (O):  
ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED SUFRAGÓ EN LAS ELECCIONES GENERALES 2017  
ESTE CERTIFICADO SIRVE PARA TODOS LOS TRÁMITES PÚBLICOS Y PRIVADOS

F) PRESIDENTA/E DE LA JRV  
IMP. 10/14 34/1

REPÚBLICA DEL ECUADOR  
CERTIFICADO DE VOTACIÓN  
ELECCIONES GENERALES 2017 2 DE ABRIL 2017  
CNE CONSEJO NACIONAL DEL ELECTORAL

448 JUNTA No  
448 - 019 NÚMERO  
0201786407 CÉDULA

SINALUISA BUÑAY JOSE FRANCISCO  
APELLIDOS Y NOMBRES

GUAYAS PROVINCIA  
GUAYAQUIL CANTÓN  
TARQUI PARROQUIA

CIRCUNSCRIPCIÓN: 2  
ZONA: 1

DOY FE, QUE ES FIEL COPIA DEL ORIGINAL  
Dr. Jaime Pazmiño Palacios, Msc.  
NOTARIO SÉPTIMO DEL CANTÓN GUAYAQUIL



## CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



REGISTRO CIVIL



Número único de identificación: 0201786407

Nombres del ciudadano: SINALUISA BUÑAY JOSE FRANCISCO

Condición del cedulao: CIUDADANO

L u g a r            d e            n a c i m i e n t o  
ECUADOR/CHIMBORAZO/RIOBAMBA/CACHA(CB.EN MACHANGARA)

Fecha de nacimiento: 29 DE JUNIO DE 1985

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: HOMBRE

Instrucción: SUPERIOR

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: SINALUISA SINALUISA JOSE FRANCISCO

Nombres de la madre: BUÑAY LEMACHE MARIA JUANA

Fecha de expedición: 16 DE NOVIEMBRE DE 2015

Información certificada a la fecha: 10 DE NOVIEMBRE DE 2017

Emisor: LISSETTE DE LOS ANGELES BOHORQUEZ SOLORZANO - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT  
GUAYAS - GUAYAQUIL

N° de certificado: 176-068-46274



176-068-46274

Ing. Jorge Troya Fuertes  
Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación  
Documento firmado electrónicamente



# CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

## CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el *REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.*

Nemi Delgado Quiza

Nombre y Apellidos del Colaborador  
CEGESCYT

[Firma]  
Firma

