



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de:
TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Tema

**ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE LA ATENCIÓN DE SERVICIO AL CLIENTE
DEL BANCO DEL PACÍFICO AGENCIA ALBÁN BORJA DE LA CIUDAD
DE GUAYAQUIL**

Autor: Heredia Chabla Jorge Andrés

Tutor: PhD. Simón Alberto Illescas Prieto

Guayaquil, Ecuador

2021

**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de:
TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

Análisis de la calidad de la atención de servicio al cliente del Banco del
Pacífico Agencia Albán Borja de la Ciudad de Guayaquil

Autor: Heredia Chabla Jorge Andrés

Tutor: Phd. Simón Alberto Illescas Prieto

RESUMEN

La empresa Banco del Pacífico S.A. es una entidad financiera dedicada a brindar servicios financieros tanto personas naturales como jurídicas. La finalidad de esta investigación es mejorar la calidad de atención de servicio al cliente creando una mejor expectativa reflejando un impacto positivo reconocido a nivel nacional como internacional. Para mejorar la calidad de atención para la satisfacción de servicio al cliente del Banco del Pacífico se implementó el tipo de investigación cualitativo descriptivo basándose en el análisis de calidad de servicio que ofrece la institución a los usuarios. Desde la década de los noventa, una nueva tendencia se ha venido consolidando, que coloca al cliente y sus necesidades como el centro de todas las decisiones de negocios. En esta investigación se aplicó el método experimental realizando una hipótesis predictiva sobre los cambios y variables a suceder, el método estadístico permitirá establecer objetivos cualitativos, cuantitativos y finalmente el analítico identificará el problema a resolver de cada elemento que intervienen. La técnica de la observación, encuesta y entrevista permitirá dar respuestas y soluciones para mejorar la calidad de satisfacción de servicio al cliente. Elaborar un plan de mejora para la satisfacción de los clientes.

Servicio

Cliente

Satisfacción

Usuario

**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de:
TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

Análisis de la calidad de la atención de servicio al cliente del Banco del Pacífico Agencia Albán Borja de la Ciudad de Guayaquil

Autor: Heredia Chabla Jorge Andrés

Tutor: Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

ABSTRACT

The company Banco Del Pacífico S.A. is a financial entity dedicated to providing financial services for both natural and legal persons. The purpose of this research is to improve the quality of customer service by creating a better expectation reflecting a positive impact recognized nationally and internationally. To improve the quality of care for customer service satisfaction at Banco del Pacífico, the type of descriptive qualitative research was implemented based on the analysis of the quality of service offered by the institution to users. Since the nineties, a new trend has been consolidating, which places the customer and their needs at the center of all business decisions. In this research, the experimental method was applied making a predictive hypothesis about the changes and variables to happen, the statistical method will allow to establish qualitative and quantitative objectives and finally the analytical one will identify the problem to be solved for each element involved. The technique of observation, survey and interview will allow giving answers and solutions to improve the quality of customer service satisfaction. Prepare an improvement plan for customer satisfaction.

Service

Client

Satisfaction

Username

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Certificado de aceptación del tutor.....	iv
Cláusula de autorización para la publicación de trabajos de titulación.....	v
Diligencia de reconocimientos de firmas.....	vi
Certificado de aceptación del Cegescit.....	vii
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
Índice General.....	x
Índice de figuras.....	xi
Índice de cuadros.....	xii

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del Problema.....	1
1.2. Ubicación del Problema de un Contexto.....	3
1.3. Situación conflicto.....	4
1.4. Formulación problema:.....	5
1.5. Variables de Investigación.....	5
1.6. Delimitación del problema.....	5
1.7. Evaluación del problema.....	6
1.8. Objetivos de la Investigación.....	7
1.8.1. Objetivo General.....	7
1.8.2. Objetivos Específicos.....	7
1.9. Preguntas de la investigación.....	7
1.10. Justificación e importancia.....	8
Relevancia Social.....	10
Implicaciones prácticas.....	10
Valor práctico.....	11
La Utilidad metodológica.....	11

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación Teórica	12
2.1.1. Antecedentes históricos	12
Hitos:.....	14
2.2. Antecedentes referenciales	16
2.3. Fundamentación Legal	18
Código de Derechos del Usuario Financiero	19
2.4. Variables conceptuales de la investigación	22
2.4.1. Variable independiente: Servicio al cliente	22
2.4.2. Variable dependiente: Satisfacción al usuario	23
2.5. Definiciones conceptuales de la investigación	24

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

METODOLOGÍA	26
3.1. Datos de la empresa.....	26
3.2. Diseño de la investigación	29
3.3. Tipos de Investigación	30
3.4. Población	31
3.5. Población Finita	31
3.6. Población Infinita	31
3.7. Muestra.....	32
3.8. Tipos de Muestra	32
3.9. Métodos Teóricos	33
3.10. Técnicas e Instrumentos.....	34
3.11. Procedimiento de la investigación	34

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	36
Análisis e interpretación de resultados	36
Análisis e interpretación	48
Plan de mejoras	49
Elementos de un plan de mejora	49
Plan de análisis a la calidad de atención de servicio al cliente	50
3.12. CRONOGRAMA	51
CONCLUSIONES.....	55
RECOMENDACIONES	53
Bibliografía	54

ÍNDICE DE FIGURAS

Contenidos:

Figura 1 Logo Institucional.....	41
Figura 2 Logo Organizacional.....	42
Figura 3 Resultado Variable trato.....	50
Figura 4 Resultado variable atención.....	51
Figura 5 Resultado variable conocimiento.....	52
Figura 6 Resultado variable ambiente.....	53
Figura 7 Resultado variable imagen.....	54
Figura 8 Resultado variable calidad.....	55

Figura 9 Resultado variable tiempo de espera.....	56
Figura 10 Resultado variable probabilidad.....	57
Figura 11 Resultado variable opciones de esfuerzo.....	58
Figura 12 Resultado variable recomendación.....	59
Figura 13 Grupo Financiero Banco del Pacífico Matriz.....	82
Figura 14 Personal de servicio al cliente empresa Banco del Pacífico.....	82
Figura 15 Centro virtual Banco del Pacífico.....	83
Figura 16 Banco del Pacífico Albán Borja.....	83
Figura 17 Capacitaciones al personal Agencia Albán Borja.....	84

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Cronograma.....	51
--------------------------	----

ÍNDICE DE TABLAS

Contenido

Tabla 1 Análisis del entorno.....	5
Tabla 2 Prototipos.....	30
Tabla 3 Población.....	32
Tabla 4 Procedimientos.....	34
Tabla 5 Resultado variable trato.....	36
Tabla 6 Resultado variable atención.....	37
Tabla 7 Resultado variable conocimiento.....	38

Tabla 8 Resultado variable ambiente.....	39
Tabla 9 Resultado variable imagen.....	40
Tabla 10 Resultado variable calidad.....	41
Tabla 11 Resultado variable tiempo de espera.....	42
Tabla 12 Resultado variable probabilidad.....	43
Tabla 13 Resultado variable opciones de refuerzo.....	44
Tabla 14 Resultado variable recomendación.....	45
Tabla 15 Entrevista realizada.....	47
Tabla 16 Plan de análisis a la calidad de atención de servicio al cliente...	50

CAPÍTULO 1

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del Problema

En la Unión Europea la calidad de atención al cliente ha surgido muchos cambios dependiendo de los sucesos y necesidades de acuerdo con la época en la que vivimos, existía una gran demanda de atención, sin embargo, calidad que ellos ofrecían no era su prioridad.

El servicio es una acción que realiza el personal que labora para una empresa que tiene una relación cercana al cliente con la finalidad de encontrar en ella la satisfacción.

Con el pasar del tiempo la calidad de servicio al cliente ha variado, dependiendo de la época en la que estemos. En la antigüedad las empresas no ofrecían una calidad de atención oportuna y eficiente, no les daban mucha importancia.

Cabe recalcar que quienes se acercan a realizar sus trámites necesitan que los mismos sean tratados de manera ágil, cordial, que despejen las dudas e inquietudes cumpliendo más allá de sus expectativas de una manera eficiente, indicándoles paso a paso el proceso que deben de seguir para satisfacer sus necesidades.

En la actualidad el servicio al cliente se ha convertido en un portavoz influyendo bastante en las referencias de las demás empresas, el usuario busca experiencias positivas y averigua antes de ir a un lugar si es excelente.

El dar un buen servicio en cada empresa son puntos claves para ser la diferencia si uno desea resaltar con el resto de las empresas, es decir, es el momento exacto en donde uno da a resaltar una opinión positiva, en el caso de que el cliente haya encontrado la satisfacción, y negativa en cambio cuando se lleva una mala experiencia con el área, en estos casos sería el área de servicio al cliente.

El ofrecer un buen servicio idóneo, rápido, transparente y de calidad ayuda más que nada a la institución llegar al éxito, conectarse con el cliente y llegar a ese momento en donde aquellos pueden cambiar ideas, garantiza una excelente experiencia superando aún más las expectativas.

En la época de los 90, el impacto tecnológico causó un efecto rotundo en la atención de servicio al cliente, aquello comenzó a necesitar un valor más personalizado, lo cual se vio obligado a las empresas a utilicen estrategias innovadoras para satisfacer las necesidades de los clientes.

En Italia las empresas utilizan la estrategia de Omnicanal, en latín omni que transmite el sentido de todo y Canal que substituye en inglés Channel, es decir todos los canales, es decir, cuando un usuario tiene comunicación con una empresa a través de las redes sociales, Instagram, Facebook, pero al mismo tiempo tiene la disponibilidad de ir físicamente a una sucursal y a su vez enviar correos electrónicos. En si es un modelo de innovación para mejorar la comunicación en la experiencia del cliente.

Se considera que cuando los clientes se acerquen a realizar sus trámites, deben de ser tratados de una manera cordial, personalizada, con un amplio conocimiento de sus productos y servicios para satisfacer todas las inquietudes, adicional existe muchos clientes que desconocen los procesos y productos que ofrece el banco y las variedades de métodos que los clientes pueden realizar sus trámites sin necesidad de acercarse a las instalaciones

del Banco y es por es el área de servicio al cliente debe de ofrecer y brindar una atención personalizada para que la experiencia sea la mejor.

1.2. Ubicación del Problema de un Contexto

La Agencia Banco del Pacífico SA ubicada en el centro comercial Albán Borja en la ciudad de Guayaquil, avenida Carlos Julio Arosemena km 27 local 24. La empresa Banco del Pacifico se encuentra operando en diferentes sucursales a nivel nacional con más de 120 oficinas.

La filosofía del Banco del Pacifico está orientada en promover el desarrollo del país ofreciendo bienestar a sus clientes a través de la innovación tecnológica, responsabilidad social.

En el año 1972 el Sr. Marcel Laniado de Wind, comenzó con un capital de 40 millones de sucres, 43 empleados y accionistas, su filosofía es crear acceso a créditos a todos los sectores de la economía, artesanos, pequeñas y medianas empresas con el fin de promover el desarrollo del país y ofrecer bienestar a sus clientes.

El orgullo del Banco Pacífico es siempre estar a la vanguardia de la modernización, actualizando esquemas tradicionales a través de la innovación tecnológica.

Una de las estrategias es ser el principal apoyo productivo del país, con una extensa red de canales y puntos que permitan llegar más lejos atendiendo a un mayor número de clientes con la mejor calidad de servicio.

En Chile, la consultora internacional Accenture revelo que cada dos o tres consumidores ha cambiado de proveedor debido a la deficiencia de atención que desempeñan la gestión de servicio al cliente.

Una de las causas son la falta de capacitación del personal interno a través de coaching y talleres de aprendizaje que estimulen y desarrollen sus capacidades y conocimientos, no invierten en tecnología para mejorar sus procesos que ayude a desarrollar de manera ágil corriendo el peligro de ceder la parte del mercado a la competencia.

En Ecuador, sin embargo, la calidad de atención es deficiente debido a la carencia de tecnología y la falta de información que tiene sus empresas sobre sus productos. A esto se suma la falta de capacitación del personal que tiene sobre sus empleados y los procesos complejos que hace que la experiencia al cliente sea desagradable ya que estamos viviendo en una época en donde para el usuario el tiempo es sumamente valioso.

1.3. Situación conflicto

La situación conflicto resalta por la ineficiencia de atención de servicio al cliente debido sistema defectuoso, el no simplificar procesos y la demora en la atención del personal del Banco del Pacífico.

Se realizó una encuesta a los clientes que se encontraban en la agencia realizando tramites personales e indicaron que se sienten disgustados por el servicio que estaba ofreciendo la institución.

Es de suma importancia verificar las causas y consecuencias del porque se da un servicio ineficiente provocando inconvenientes, malestares y una mala experiencia tanto al personal del Banco como los clientes.

Para brindar una solución óptima se mejorará el sistema interno ineficiente, se simplificará los procesos ofreciendo una manera más ágil y oportuna de un servicio de calidad.

Tabla 1 Análisis del entorno

Causas	Consecuencias
Sistema defectuoso	Insatisfacción de cliente por el pésimo servicio
No simplifican los procesos	Desagradable experiencia del cliente
Demora en la atención	Pérdida de tiempo al usuario

Elaborado por: Heredia Chabla Jorge Andrés

1.4. Formulación problema:

¿Qué consecuencia tiene la calidad de la atención de servicio al cliente del Banco del Pacifico Agencia Albán Borja, de la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas en el año 2021?

1.5. Variables de Investigación

Variable independiente: Servicio al cliente

Variable dependiente : Satisfacción al usuario

1.6. Delimitación del problema

Campo : Administración

Área : Cliente

Aspectos : Servicio al cliente, Satisfacción de los usuarios.

Tema : Análisis de la calidad de la atención de servicio al cliente del Banco del Pacifico Agencia Albán Borja de la ciudad de Guayaquil.

1.7. Evaluación del problema

Hoy en día existen muchas empresas de gran tamaño que brindan un servicio de primera, sin embargo, la agencia del Banco del Pacífico ubicada en el centro comercial Albán Borja ha implementado ofrecer a sus clientes un servicio de alta calidad al usuario que nos visita brindando una experiencia inigualable en sus procesos y productos con el fin de satisfacer todas las perspectivas.

Tales resultados serán considerados para realizar una toma de decisiones y estrategias frente a la competencia de mejorar sus productos y servicios.

Los aspectos generales de evaluación son:

Delimitado: En este aspecto concluiremos los problemas actuales de la empresa para con ello realizar un estudio y poder analizar un resultado esperado.

Evidente: La carencia de calidad y la falta de conocimiento del personal influye en la calidad de atención al cliente que brinda la institución dando una experiencia negativa al usuario que nos visita al momento de adquirir un servicio ocasionando adicional, una pérdida de tiempo.

Concreto: En vista al análisis evidente que el área de servicio al cliente del Banco del Pacífico ha detectado, la misma ha dispuesto implementar una estrategia para dar una resolución a los problemas que se ocasionan.

Original: En relación con el servicio que brinda la empresa del Banco del Pacífico se propuso mejorar la calidad de servicio que brinda al usuario.

Factible: Ofrecer una mejora de alta calidad de servicio de manera eficaz al cliente interno y externo demostrando una alta eficiencia de conocimiento a sus productos y servicios.

Claro: Se necesita implementar nuevas estrategias para mejorar la calidad de atención de servicio al cliente que ofrece la institución, con el fin de beneficiar al cliente interno y externo.

1.8. Objetivos de la Investigación

1.8.1. Objetivo General

Mejorar la calidad de atención de servicio al cliente, para la satisfacción del usuario del banco del Pacífico Agencia Albán Borja de la ciudad de Guayaquil.

1.8.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente la calidad de atención de servicio al cliente y satisfacción al usuario.
- Evaluar los servicios que ofrece Banco del Pacífico al momento de la atención al cliente.
- Analizar la calidad de atención de servicio al cliente en la Agencia Albán Borja del Banco del Pacífico.

1.9. Preguntas de la investigación

- ¿Cuáles son las teorías que fundamentan la calidad de atención de servicio al cliente y satisfacción a los usuarios?
- ¿Qué calidad de atención ofrece el Banco del Pacífico en el área de servicios de atención al cliente?
- ¿Cómo se analiza la calidad de atención de servicio al cliente en el Banco del Pacífico Agencia Albán Borja?

1.10. Justificación e importancia

Este proyecto de investigación fue elegido para mejorar la calidad de atención de servicio al cliente que ofrece la Agencia del Banco del Pacífico ubicada en el centro comercial Albán Borja ubicada en la ciudad de Guayaquil. En la actualidad la calidad de servicio al cliente se ha convertido en un tema de vital importancia ya que la carencia de este genera mucho malestar a los usuarios de la Banca por muchas causas, una de las cuales es el ineficiente servicio que ofrece dicha empresa por los obstáculos e inconvenientes generados por la falencia de capacitación del personal, tecnológico y tiempo de espera.

Este trabajo de investigación será beneficioso para crear una mejor expectativa mejorando la productividad y la experiencia al usuario causando un impacto positivo satisfaciendo las necesidades de los clientes, y no solo eso, sino que seremos una marca reconocida a nivel nacional como internacional en calidad de atención de servicio.

Este trabajo de investigación es de suma importancia ya que fortalecerá y nos ayudara a realizar una revisión persuasiva de cuáles son las falencias que se están produciendo en el área de servicio al cliente al momento de realizar el cliente un trámite en la Agencia del Banco del Pacífico del Albán Borja.

Un sin número de problemas se generan y ocasionan una mala experiencia al cliente por la falta de estrategias para ofrecer un buen servicio, del cual se estará realizando una investigación sobre los problemas más comunes que el cliente experimenta llevándose una mala experiencia en la institución.

El principal beneficiario de esta investigación será el cliente que visita la Agencia en busca de una solución óptima, ágil y de calidad, ya que planteara métodos y tácticas que fortalecerán la relación con el cliente brindando un buen trato cálido y personalizado, con el personal completamente capacitado

para despejar dudas e inquietudes de los trámites que el cliente con tanto anhelo nos brinda su confianza. Adicionalmente los colaboradores de la Agencia del Banco del Pacífico del Albán Borja serán puestos como ejemplo para los demás compañeros que laboran en las demás agencias por los comentarios positivos y referencias de los clientes satisfechos gracias a las estrategias implementadas.

Constantemente se estará capacitando al personal interno para estar día a día en la tecnología, ya que estamos viviendo en el siglo XXI donde la misma es de mucha competencia con las demás instituciones y es por el cual que periódicamente se fortalecerá sobre productos y servicios del Banco Pacífico.

La calidad de servicio al cliente en muchas de las empresas es más agresiva, por lo que constantemente el Banco necesita estar actualizado en cuanto a las necesidades de cada persona, cada época y cada persona es un mundo diferente por lo que es fundamental estar en mejora continua en cuanto a procesos y nuevas experiencias.

El Banco del Pacífico se considera pionero en cuanto a la tecnología, con su sistema moderno y de punta básicamente necesita estar actualizado. No hay que olvidar al personal vulnerable y de bajos recursos que no tienen acceso del uso internet y prácticamente que no poseen acceso a la educación.

La importancia de mejorar la calidad de servicio al cliente se basa en los múltiples reclamos por parte de los clientes por la falta de información debido a la falta de capacitación que tiene el personal del área de servicio al cliente, a su vez los procesos para realizarlos son completos y esto generalmente ocasiona una pérdida de tiempo al usuario creando un malestar y experiencia negativa al usuario.

Relevancia Social

La relevancia social de esta investigación será de mucha ayuda ya que se mejorará la calidad de atención de servicio que normalmente esta acostumbrados a brindar a los usuarios de la Agencia del Banco del Pacífico del Albán Borja, esto es una atención personalizada, ágil, oportunidad que despeje todas las inquietudes y cumplan las expectativas con el objetivo de que el cliente salga satisfecho.

El simplificar los procesos de manera eficaz emitiría un impacto deslumbrante para el cliente ya que hoy en día el tiempo de estos es sumamente valioso, por lo que todos desearían hacer sus trámites de forma rápida sin tanta complicación ni papeleos que son los que actualmente están acostumbrados a llenar.

La corrección del sistema defectuoso y los errores que conlleva se podrían corregir mediante estrategias que ayuden a enmendar y reestablecer el sistema para convertirlo en un sistema tecnológico del siglo XXI, esto daría una experiencia única y seríamos una marca reconocida por la calidad que se brinda.

Implicaciones prácticas

Los planteamientos de estas estrategias ayudarán a resolver los problemas e inconvenientes suscitados en el área de servicio al cliente del Banco del Pacífico Agencia Albán Borja, por la falta de capacitación del personal, el sistema defectuoso que posee la institución no simplifica los procesos en las transacciones que se acercan a realizar los clientes lo que causa una mala experiencia al usuario y la demora en la atención por lo que esto ocasiona una pérdida de tiempo.

Esto será de vital importancia para diagnosticar y dar una respuesta óptima y oportuna con la finalidad de no perder clientes y corregir los problemas que se han venido presentando.

Valor práctico

En este proyecto se utilizó la investigación de campo en la empresa del Banco del Pacífico ubicada en el Albán Borja, lo cual se pudo realizar una entrevista a los clientes que se acercaron a realizar sus trámites con la finalidad de establecer estrategias para elaborar un plan para corregir las falencias en el área de servicio al cliente.

La Utilidad metodológica

En esta investigación se adjuntó información para cubrir la escasez en la calidad de servicio al cliente del Banco del Pacífico de Albán Borja, las cuales fueron receptadas y analizadas en la entrevista que se realizó a los clientes que se acercaron a realizar los trámites, tal información fue de vital ayuda para dar una solución definitiva proponiendo estrategias de mejora.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1. Antecedentes históricos

Servicio al cliente está orientado a satisfacer las necesidades de los clientes, consumidores con el slogan de que el cliente siempre tendrá la razón ya que su filosofía se basa en mantener siempre una comunicación cercana con el cliente mediante una imagen y servicio de calidad.

Hace aproximadamente 180 años se refería a solamente producir y vender, no se enfocaban en el empleado interno ni cuáles eran las necesidades del cliente sino maximizaban la productividad.

Con el pasar de los tiempos las necesidades de los compradores fueron variando y cambiando sus perspectivas, poco a poco las empresas fueron evolucionando y su razón de existir es porque los mismos ofrecen productos y servicios que satisfacen las necesidades ya que en algunos casos superan las expectativas lo cual hace que el cliente sea fiel a la empresa.

La empresa que desea subsistir y crecer en el mercado debe de evolucionar e investigar y conocer que es lo que el cliente desea, cuáles son sus necesidades. Todo el personal de la empresa debe de estudiar al cliente, dando su mejor empeño, compromiso, colocarse en la situación del cliente para saber más de su modo actual que lo rodea.

El cliente es la persona más importante para la institución, deben de tratarlo de una manera súper especial, estar pendiente de sus necesidades, lo que piensa, lo que percibe, el día a día estar actualizado y de qué manera se puede llegar a ellos.

El servicio al cliente son los esfuerzos de atender a los usuarios y resolver sus problemas, inquietudes, dudas con la finalidad de satisfacer sus expectativas, teniendo en cuenta en todo momento el contacto con el mismo.

Es normal que las personas y empresas confundan la atención al cliente con servicio al cliente; la atención al cliente se relaciona a la manera de cómo nos relacionamos con ellos, en cambio, el servicio al cliente es la disposición de servir con gentileza, amabilidad, reciprocidad con el usuario.

El concepto de calidad de servicio hace referencia a evaluar, satisfacer características de un producto diseñado que el cliente pagará por la necesidad del producto.

A través de esfuerzos e investigaciones podemos analizar cuál es la necesidad del cliente, que estamos dispuestos a ofrecer para relacionarnos con el cliente de una forma cercana.

En la década de los setenta se comenzó a implementar la tecnología de sistemas de barras de forma homogénea para facilitar los procesos de entrega y tiempos de entrega de productos los usuarios. Desde la época de los 90 se han concentrado más en las necesidades y gustos de los clientes otorgando la total atención a la satisfacción del usuario.

Las captaciones de la calidad y la satisfacción son figuras fundamentales para comprender las necesidades de los consumidores y establecer estrategias para la toma de decisiones la carencia de conocimiento de sus por parte de

sus organizaciones ocasionan que sus clientes no cumplan sus expectativas (Mora Contreras, 2011).

Varias agencias desde 1972 comenzaron a realizar seminarios, charlas, videos, programas que se orienten a desarrollar y preparar a los empleados con las capacitaciones para aumenta el nivel de mejora de la calidad de servicio.

Se fundó el 10 de abril en el año 1972 por el Sr. Marcel Laniado de Wind, considerando como uno de los banqueros resalto por su sistema moderno en tecnología y conciencia social, cambiando el sistema de la banca tradicional por algo innovador. En el año 1999, cuando se produjo el feriado bancario, el Banco del Pacífico estuvo al borde de la quiebra, pero fue superada por la buena administración y dirección profesional de su accionista en aquel entonces.

Actualmente el Banco del Pacifico es bajo la dirección estratégica por el presidente Andrés Baquerizo Barriga, graduado en la Universidad Católica con título de Economista en el año 1987, realizó una maestría de Economía y Finanzas en la Universidad de Puerto Rico en el año 1990.

Hitos:

1975: Se instala el primer sistema de informática en la banca del Ecuador.

1979: Se coloca el primer cajero Automático, llamado actualmente Bancomático en el Ecuador, primero en toda Latinoamérica.

1992: Se inserta el sistema informático de internet a través de Ecuonet que es una empresa que brinda el servicio de internet, con ellos se impulsó la investigación en universidades y colegios escuelas etc.

2004: Comienza a evolucionar con los sistemas de hipotecas en el mercado ecuatoriano.

La historia de la calidad de servicio al cliente ha desempeñado un papel importante al largo de la historia, ya que permite tener una mejor comunicación relacionándose con cliente para saber cuáles son las necesidades de acuerdo con cada época en la que vivimos.

La palabra servicio viene de la acción de realizar un cargo, proviene del latín *servitium* compuesto con: la raíz de *servitium*, supino del verbo *servire*, que es atender, cuidar, servir, ser esclavo, adaptarse a otra cosa, de donde tenemos las palabras de servir, servil, siervo, sargento (RAE, 2021).

El servicio y la calidad con el pasar del tiempo se han convertido en una estrategia de superación para muchas empresas, es decir, que no hay fronteras que las dividan (Vargas Quiñonez & Aldana de Vega, 2007).

Actividades que desarrollan las entidades bancarias para servir a los clientes a través de acciones y estrategias. Desde la percepción del cliente es como una evaluación donde ellos comparan la calidad del servicio que ofrecen las instituciones u empresas (Gonzalez Alvarez, 2015).

Existen muchas especificaciones de los clientes que exigen el desempeño de un buen servicio como la Tangibilidad: que influye bastante en la calidad de servicio, Confiabilidad; promesa de servicio de una manera confiable, tiempo de respuesta; atender a los clientes de una manera ágil y eficiente, seguridad; transacciones que inspiren confianza, empatía; esmerarse por entender las necesidades del cliente para poder satisfacerlas (Berry L, Bennet, & Brown , 1989).

El satisfacer al cliente hoy en día es importante para todas las empresas, todos esperan una atención personalizada, un lugar donde poder entregar sus inquietudes y salir satisfecho esperando mucho más allá de una simple respuesta.

La atención al cliente es una actividad que se orienta a complacer las necesidades en los diferentes enfoques de los clientes, muchos elementos son como el liderazgo, la agilidad en sus operaciones, la cultura de las empresas, el capital humano, donde se define los valores de la empresa, misión y visión, de esta manera se sentirán motivados e identificados realizando las actividades con agilidad, mente positiva, calidez, cordialidad y seguridad (Najul Godoy , 2011).

Muchas empresas no entienden lo importante que es el servicio al cliente, en la actualidad el servicio es mucho más significativo que el marketing para el aumento de clientes y las ventas. La empresa que tenga una buena estrategia de ventas influye más en las utilidades, ganancias que las que realizan actividades de innovación, implementación de carteras, desarrollo de sus productos y créditos (Tschohl , 2016).

2.2. Antecedentes referenciales

Sánchez Ronquillo Alejandra Maritza (2017) Instituto Tecnológico Bolivariano, Tema: Propuesta de mejora para el servicio que brinda McDonald's los Ceibos en la satisfacción del servicio del periodo 2017 (Sanchez Ronquillo, 2017). Resumen: El presente trabajo de investigación se enfoca en darle solución a la ausencia de satisfacción indicando un diseño de acción para mejorar y fortalecer el servicio al cliente. Como diferencia: se trata de mejorar los puntos deficientes de satisfacción al cliente.

Andrade Brito Betzi (2014) Facultad de Ciencias Administrativas, Tema: Análisis del servicio al cliente para mejorar el proceso de comercialización de la empresa Bultrims S. A. ubicada en la ciudad de Guayaquil en el año 2014 (Andrade Brito, 2014). Resumen: es la inconformidad de atención que recibe el cliente interno creando un malestar como es la comunicación inadecuada

cliente- vendedor. Como diferencia: es la falta de comunicación mediante vía telefónica.

Abad Acosta Maria Gabriela, Pincay Díaz David Enrique (2014), Universidad Politécnica Salesiana, Tema: Análisis de calidad de servicio al cliente interno y externo para la propuesta del modelo de gestión de calidad en una empresa de seguros de Guayaquil (Abad Acosta & Pincay Díaz, 2014). Resumen: el siguiente proyecto está enfocado a la atención de los clientes internos como externos de la empresa de seguros midiendo la satisfacción, el trato, la eficiencia, la rentabilidad de estos. Como diferencia: es el análisis en las ventas y el presupuesto de seguros que serán calificados mediante varias variables sobre la satisfacción.

López Mosquera Daniela Cecilia (2018), Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Tema: Calidad de servicio y satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil (López Mosquera , 2018). Resumen: el siguiente trabajo de investigación está enfocado en la calidad de atención del Restaurante Rachy's ubicado en la ciudad de Guayaquil al momento de atender al cliente, un trato personalizado y de forma rápida con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes. Como diferencia: se concentra el fortalecer el trato que ofrecen a los clientes que se acercan a restaurant a deleitar su paladar esperando una atención de personalizada y de calidad.

Chauca Mendez Adriana/ Marchan Guerrero Patricia (2010), Universidad de Cuenca, Tema: Implementación estratégica de calidad de servicio y atención al cliente (Chauca Mendez & Marchán Guerrero, 2010). Resumen: el siguiente trabajo de investigación está enfocado en mejorar la atención dentro del hospital Monte Sinaí del cliente interno y externo. Como diferencia: en mejorar la satisfacción del cliente interno y externo en la relación médico-paciente, ya

que es de suma importancia mantener una fuerte relación en calidad de atención.

2.3. Fundamentación Legal

Constitución de la República del Ecuador (2008)

Sección octava

Sistema Financiero

Según lo expresado en la Constitución de la República del Ecuador 2008 indica lo siguiente:

Art. 308.- “Las actividades financieras son un servicio de orden público, y podrán ejercerse, previa autorización del Estado, de acuerdo con la ley; tendrán la finalidad fundamental de preservar los depósitos y atender los requerimientos de financiamiento para la consecución de los objetivos de desarrollo del país. Las actividades financieras intermediarán de forma eficiente los recursos captados para fortalecer la inversión productiva nacional, y el consumo nacional y ambientalmente responsable” (Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador, 2008).

Art. 309.- “El sistema financiero nacional se compone de los sectores público, privado, y del popular y solidario, que intermedian recursos del público. Cada uno de estos sectores contará con normas y entidades de control específicas y diferenciadas, que se encargarán de preservar su seguridad, estabilidad, transparencia y solidez. Estas entidades serán autónomas. Los directivos de las entidades de control serán responsables administrativa, civil y penalmente por sus decisiones” (Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador, 2008).

Art. 310.- “El sector financiero público tendrá como finalidad la prestación sustentable, eficiente, accesible y equitativa de servicios financieros. El crédito que otorgue se orientará de manera preferente a incrementar la productividad

y competitividad de los sectores productivos que permitan alcanzar los objetivos del Plan de Desarrollo y de los grupos menos favorecidos, a fin de impulsar su inclusión activa en la economía” (Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador, 2008).

Art. 311.- “El sector Financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, caja y bancos comunales, cajas de ahorro. Las iniciativas del sector financiero popular y solidario, y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida de que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria” (Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador, 2008).

Art. 312.- “Las instituciones del sistema financiero privado, así como las empresas privadas de comunicación de carácter nacional, sus directores y principales accionistas, no podrán ser titulares, directa ni indirectamente, de acciones y participaciones, en empresas ajenas a la actividad financiera o comunicacional, según el caso. Los respectivos organismos de control serán los encargados de regular esta disposición, de conformidad con el marco constitucional y normativo vigente” (Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador, 2008).

Código de Derechos del Usuario Financiero

RESOLUCIÓN No. JB-2010-1782

LA JUNTA BANCARIA

CONSIDERANDO:

Art.-11 de la Constitución de la República del Ecuador, publicada en el Registro Oficial No. 449 de 20 de octubre de 2008, determina que el ejercicio de los derechos de los ciudadanos y ciudadanas ante las autoridades competentes se regirá, entre otros principios, en base a que ninguna norma

jurídica podrá restringir el contenido de los derechos ni de las garantías constitucionales; los principios y los derechos son inalienables, irrenunciables, indivisibles, interdependientes y de igual jerarquía; y que el más alto deber del Estado consiste en respetar y hacer respetar los derechos garantizados en la Constitución.

Art.- 52 de la Constitución de la República del Ecuador establece que las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

Art.- 55 de la Constitución de la República del Ecuador dispone que las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas.

Art.- 201 de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, reformado con el artículo 11 de la Ley de Creación de la Red de Seguridad Financiera, publicada en el tercer suplemento del Registro Oficial No. 498 de 31 de diciembre del 2008, dispone, en lo principal, que los servicios activos, pasivos o de cualquier otra naturaleza que presenten las instituciones financieras deberán sujetarse a las tarifas máximas que serán segmentadas por la naturaleza de cada institución financiera y determinadas trimestralmente por la Junta Bancaria; que la Superintendencia de Bancos y Seguros autorizará previamente los servicios a ser libremente aceptados y recibidos por los clientes y usuarios y determinará las actividades propias del giro del negocio que no constituyen servicios; que las actividades bancarias propias del giro del negocio que implican transacciones básicas que realizan los clientes e información esencial respecto del manejo de sus cuentas, serán gratuitas; que se prohíbe el cobro de tarifas que no impliquen una contraprestación de servicios; así como el cobro simulado de tasa de interés a través del cobro de tarifas; que las tarifas y gastos deben responder a servicios efectivamente

prestados o gastos incurridos, y que no se podrán cobrar tarifas o gastos por servicios no aceptados o no solicitados por el cliente; y, que se prohíbe a todo acreedor cobrar cualquier tipo de comisión en las operaciones de crédito.

CAPÍTULO V

CÓDIGO DE DERECHOS DEL USUARIO DEL SISTEMA FINANCIERO

SECCIÓN I.- PRINCIPIOS GENERALES

PARÁGRAFO I.- OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN

ARTÍCULO 1.- El presente Código tiene por objeto establecer los principios y reglas que rigen el ejercicio y protección de los derechos del usuario del sistema financiero, considerando que las actividades financieras son de orden público y deben sujetarse, en particular, a principios de sanas prácticas aplicadas por el gobierno corporativo de las instituciones que conforman el sistema financiero. Su ámbito de aplicación involucra las relaciones entre los usuarios y las instituciones financieras controladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador, sin perjuicio de otras disposiciones legales que contemplen medidas e instrumentos de protección al usuario del sistema financiero.

Para los propósitos de este Código, los términos jurídicos, contenidos en su texto, deberán entenderse de conformidad al glosario que consta en el artículo final.

PARÁGRAFO III.- DERECHO A ELEGIR CON LIBERTAD LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

ARTÍCULO 10.- Elegir con plena libertad productos y servicios financieros ofertados por las instituciones del sistema financiero legalmente reconocidas en función de los precios, tarifas, gastos, costos, así como los beneficios existentes, y/o a suscribir instrumentos, sin ser presionado, coaccionado o

inducido mediante prácticas prohibidas por parte de las instituciones del sistema financiero, en transgresión de los principios de competencia leal y sanas prácticas.

CÓDIGO ORGÁNICO MONETARIO Y FINANCIERO, LIBRO I

Ley 0 Registro Oficial Suplemento 332 de 12-sep.-2014

Última modificación: 28-feb.-2020

Estado: Reformado

Que, el artículo 308 de la Constitución de la República ordena que las actividades financieras son un servicio de orden público y podrán ejercerse previa autorización del Estado, de acuerdo con la ley;

Que, el artículo 309 de la Constitución de la República dispone que el sistema financiero nacional se compone de los sectores público, privado y del popular y solidario, que intermedian recursos del público y prescribe que cada uno de estos sectores contará con normas y entidades de control específicas y diferenciadas, que se encargarán de preservar su seguridad, estabilidad, transparencia y solidez;

2.4. Variables conceptuales de la investigación

2.4.1. Variable independiente: Servicio al cliente

El servicio al cliente son actividades realizadas por las empresas o instituciones enfocadas a satisfacer las necesidades de los clientes con la finalidad cubrir las todas las inquietudes permitiendo añadir un valor adicional de los demás competidores causando percepciones positivas del servicio, con esto se logra un valor preferencial percibido de la marca (Lopez Parra, 2013).

El servicio al cliente para muchas empresas es uno de los más grandes requisitos para lograr una intachable imagen, las instituciones realizan un sin

número de estrategias enfocados en aspectos determinantes para que el cliente se sienta complacido y considerándolo lo más importante. Sin duda, clientes esperan que estos conjuntos de acciones superen sus expectativas, lo cual están prácticamente obligados a estar en constante capacitaciones y mejora ofreciendo un servicio superior al de las demás empresas (García, 2016).

2.4.2. Variable dependiente: Satisfacción al usuario

El usuario o conjunto de personas que tienen una exigencia de información que utilizará medios para cubrir sus necesidades, cubrir las necesidades que el cliente o persona necesita, en pocas palabras es la acción de complacer los deseos de los usuarios (Perez Díaz , 1996).

Existe una concordancia entre satisfacción laboral y los clientes, ya que cuando la alta gerencia promueve e incentiva al colaborador los resultados de estos serán exitosos. Por más que existan procesos, procedimientos, instructivos, protocolos, guías que estén en los manuales de las empresas, si los trabajadores no son debidamente recompensados, remunerados o motivados, estos transmitirán mensajes de una imagen pésima, con actitudes negativas, un mal servicio al usuario, sensación de inseguridad e inconformidad; en cambio, si el colaborador interno se encuentra satisfecho, estos transmitirán una imagen de confianza, calidad de servicio, agilidad, rentabilidad para la empresa, haciendo que sus clientes sientan esa calidez y seguridad. Empleado satisfecho, clientes felices (Guerrero Bejarano, Parra Suarez, & Arce Vera, 2018).

2.5. Definiciones conceptuales de la investigación

Sistema: Son programas que procesan y realizan funciones o acciones para desarrollar más programas (R.A.E, 2021).

Estrategia: Son conjunto de acciones o reglas dirigidas a realizar un proceso determinado (R.A.E, 2021).

Internet: Es una red Informativa a nivel mundial utilizada por todos los países para transmitir la información a través de programas de redes de comunicaciones ofreciendo acceso a aparatos tecnológicos (R.A.E , 2021).

Administración: Conjunto de procesos mediante la coordinación eficaz de recursos para del grupo para lograr metas y objetivos (R.A.E , 2021).

Dirección: Grupo de personas encargadas de organizar un grupo o sociedades, llevar o guiar unas operaciones hacia un lugar objetivo, camino que debe de seguir una persona o cosa en movimiento (R.A.E, 2021).

Consumidores: Son personas natural o jurídica que actúa ajeno a la actividad que realiza, que consumen bienes o servicios puestos en el mercado para satisfacer sus necesidades (Sánchez Galán , 2016).

Organización: es un grupo formado por personas visionadas en un objetivo lógico para plantear normas, metas, tareas con la finalidad de cumplir una misión común (Raffino, 2021).

Expectativas: Posibilidad o esperanza de conseguir una cosa, oportunidad, valor, etc. No tomar decisiones hasta obtener lo sucedido (The Free dictionary by farlex, 2009).

Empleados: Es el colaborador o persona enrolado a un contrato de forma verbal o escrita, esta enlazado a la empresa u organización laborando de forma dependiente de la misma a cambio de recibir un dinero o salario por su trabajo (Añez, 2021).

Banqueros: Es la persona dedicada a la banca encargada de captar recursos, dinero en depósito, prestación de servicios financieros, ayuda a tomar decisiones mejores para el beneficio de su empresa. Propietario, dueño o de la alta directiva de una institución financiera (Calderón Mayorga, 2012).

Seminarios: Seminario es un centro o lugar donde se reciben o dan charlas religiosas el personal de la iglesia católica. Departamento o lugar académico donde se realizan investigaciones, estudios o análisis. Actividades que realizan alumnos y profesores con la finalidad de realizar alguna investigación (Coelho, 2019).

Desempeño: Es el acto de cumplir una obligación, actividad o tarea, resultado de un esfuerzo individual o en grupo de personas, que permite detectar y analizar fortalezas debilidades, oportunidades de mejoras, etc. (Pérez Porto & Merino, 2017).

Empatía: Es como la capacidad de entenderse y comprenderse con las demás personas,

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Datos de la empresa

- **Nombre de la empresa:** Banco Del Pacífico S.A
- **Fecha de Constitución:** 19 de enero 1972
- **Registro Único de contribuyente:** 0990005737001

Objeto social:

“Ofrecer una excelente experiencia de servicio a nuestros clientes y usuarios sobre la base de la productividad, mediante la innovación digital y un modelo de negocio que genere la oferta oportuna y competitividad de los productos y servicios financieros de calidad, el compromiso ético y la excelencia operacional” (Banco del Pacifico, 2017).

Visión:

“Contribuir al desarrollo del país con responsabilidad social, generando valor para nuestros clientes y la comunidad, mediante una banca inclusiva y con talento humano” (Banco del Pacifico, s.f.).

Misión:

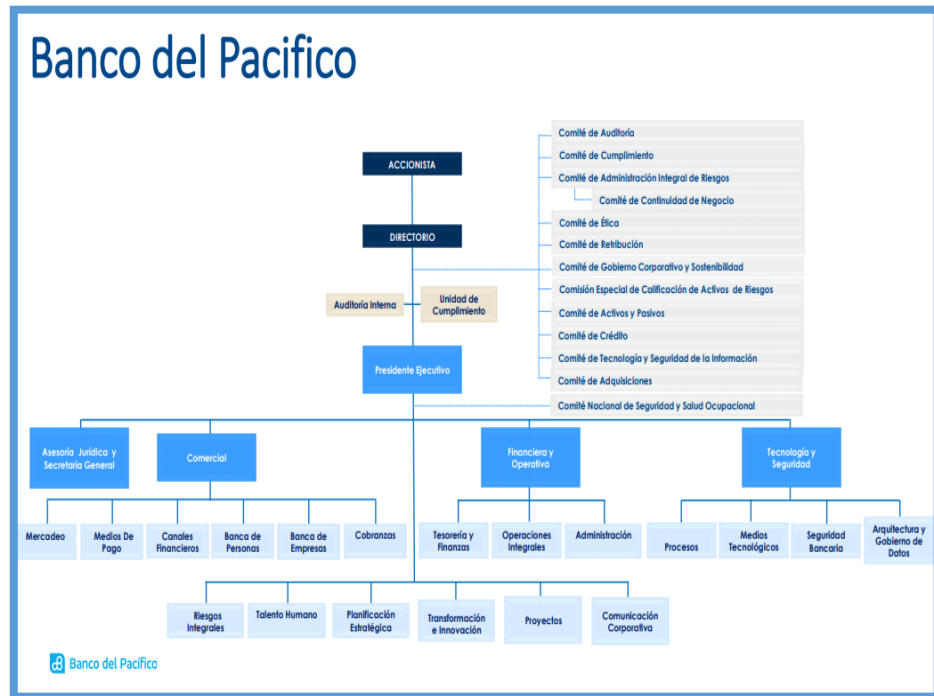
“Ser un banco universal líder en todos los segmentos, con la mejor experiencia del cliente, mediante la innovación digital y un modelo negocio sostenible y humano” (Banco del Pacifico, s.f.).

Figura 1 Logo de la empresa



Fuente: Datos de la investigación

Figura 2 Organigrama



Fuente. Estructura organizativa Banco del Pacífico.

Valores de la empresa:

“Integridad- Evidenciar en cada una de nuestras acciones un comportamiento honesto, probo y sincero que demuestre una profunda solvencia moral y ética, para evitar que el interés personal influya en las decisiones”(Banco del Pacifico, 2019).

“Trabajo en equipo.- Desarrollar nuestra capacidad de trabajar de manera colaborativa con amplio sentido de empatía, uniendo esfuerzos y aptitudes para lograr los objetivos institucionales” (Banco del Pacifico, 2019).

“Centrado en el cliente. - Conocer las necesidades y motivaciones de nuestros clientes para desarrollar propuestas de valor competitivas que nos permitan brindarles la mejor experiencia del mercado, generando lealtad a la Institución”(Banco del Pacifico, 2019).

“Innovación. - Ser flexible con la capacidad de evolucionar y motivar un cambio de pensamiento para generar ideas radicalmente diferentes, que logren soluciones sustancialmente mejores a los desafíos que nos plantean nuestros clientes”(Banco del Pacifico, 2019).

“Reconocimiento a las personas.- Valorar con objetividad y respeto el talento y la actitud de las personas, estimulando y reconociendo los buenos resultados, propiciando que este comportamiento se irradie en la dirección correcta al resto de las personas”(Banco del Pacifico, 2019).

Principios de Actuación

El GFBP ha establecido Principios sobre los que se fundamentan las actuaciones de sus colaboradores:

“Lealtad. - Desempeñar con fidelidad y asumir la responsabilidad de los actos; comunicar de manera oportuna todo incidente o irregularidad, que afecte o

pueda lesionar los intereses del GFBP o de sus grupos de interés identificados”(Banco del Pacífico, 2021).

“Tolerancia. - Tratar con respeto y equidad, valorar las identidades y diferencias de todas las personas, fomentar la erradicación del trabajo infantil, rechazar el trabajo forzado y censurar todas aquellas acciones que infringen al Código del Trabajo. Están prohibidas las marginaciones, actos de hostigamiento, discriminaciones o segregaciones, fundadas en factores ideológicos, raciales, religiosos, de sexo, orientación sexual, color, de género, edad, nacionalidad, capacidades especiales o de cualquier razón política, ideológica, social y filosófica”(Banco del Pacífico, 2021).

“Responsabilidad Social Corporativa. - Implementar estrategias corporativas que consideren las expectativas económicas, sociales y ambientales de los grupos de interés identificados, la comunidad y el ambiente, para contribuir al logro del bien común y al desarrollo sostenible” (Banco del Pacífico, 2021).

“Legalidad. -Cumplir con la Constitución de la República del Ecuador, el Código Orgánico Monetario y Financiero y, demás leyes aplicables, con la normativa expedida por la Superintendencia de Bancos y la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera, con las disposiciones vigentes sobre obligaciones fiscales, relaciones laborales, transparencia de la información, defensa de los derechos del consumidor y responsabilidad ambiental” (Banco del Pacífico, 2021).

3.2. Diseño de la investigación

El diseño de investigación (Martínez de Sánchez, 2012) es la propuesta y explicación de manera escrita de los fundamentos temáticos y de los elementos teóricos e instrumentales, que acceden a obtener un nuevo conocimiento, incluyendo en cuenta los ciclos que suceden en el orden racional del proceso de investigación.

Se refiere a una agrupación o conjunto de normas, estatutos que se debe de continuar para conseguir observaciones coherentes orientados a la obtención de información para resolver un problema (Nekane & Vergara, 2002).

En este proyecto de investigación se utilizará el diseño de campo ya que se utilizarán los métodos, técnicas e instrumentos en el lugar requerido, también se utilizará el diseño bibliográfico ya que se observará las experiencias y fenómenos a través de datos de libros, periódicos, revistas, documentales con el objetivo de recopilar información para la investigación.

Finalmente se utilizará la investigación cualitativa y cuantitativa con la finalidad de recopilar las causas que originaron el problema utilizando la población de muestra con los datos estadísticos.

3.3. Tipos de Investigación

Tabla 2 Prototipos

Exploratorio	Explicativa	Descriptiva	Correlacional
Divide los inconvenientes y los convierte en algo preciso, sirve para fortalecer e incrementar el conocimiento de las personas que están investigando (Mohammad, Metodología de la Investigación, 2000, p.89)	En este tipo de investigación se disponen los orígenes y causas del objeto, por qué ocurren las cosas (Ospino Rodríguez, 2004).	Se trata de saber la forma de cómo , cuándo, porque de la persona, cosa o sujeto, las características de los usuarios (Mohammad , 2005).	Consiste en la relación que existe entre dos o más causas o variables, midiendo y evaluando estadísticas (Asociación Latinoamericana de Antropología Biología).

Elaborador por: Heredia Chabla Jorge Andrés

Se considera que el presente trabajo de investigación es de tipo Cualitativo descriptivo ya que el estudio se basa en el análisis de calidad de servicio que ofrece la institución a los clientes del Banco del Pacífico en el Albán Borja.

3.4. Población

Está formada por un conjunto de individuos perteneciente a una misma especie que viven en un lugar determinado y específico, también se refiere a espacio que existe en una localidad o división, consecuencias de habitar (Pérez Porto & Merino , 2008).

Población es un grupo de personas que se encuentran o habitan en un lugar del planeta tierra, uno de los ejemplos es la población de Brasil, Ecuador. Existen varios tipos de población como la población familiar, estatales, coloniales etc.

Un ejemplo de población sería los alumnos de una escuela, las personas serian la población, al saber cuántas personas utilizan mochilas, todas las personas de la escuela seria la población.

3.5. Población Finita

Es cuyo elemento en su totalidad son identificables por el investigador que se desean estudiar, cuando se conocen la cantidad de individuos que la conforman (Fuentelsaz Gallego, Icart Isern, & Pulpón Segura, 2006).

Un ejemplo de población infinita es la cantidad de estudiantes de una escuela, los miembros de una iglesia, habitantes de una ciudadela privada, número de bicicletas vendidas en el mes de enero, es decir es la cantidad de elementos que se pueden contabilizar o determinar.

3.6. Población Infinita

Es cuando los elementos son incontables, está formada por un número sumamente grande que se desconoce (Caballero, 1975).

Un ejemplo de población infinita es la arena del mar, la cantidad de agua que existe en el río, la cantidad de habitantes del planeta tierra, los números, es decir elementos que no se pueden contabilizar.

Tabla 3 Población

Elementos	Cantidad
Jefe de Agencia	1
Jefe de Servicio al Cliente	1
Asistentes de Servicios	3
Clientes Potenciales	20
Total	25

Elaborador por: Heredia Chabla Jorge Andrés

3.7. Muestra

Definimos muestra a una pequeña cantidad de la población total, que es estudiada a través de análisis y especificaciones que aporten a la investigación (Gomez, 2006).

Un ejemplo de muestra es un estudio de 200 personas para averiguar la calidad y satisfacción de un producto.

Un grupo de cien personas realizan estudios para averiguar el nivel de educación que lo conforman.

3.8. Tipos de Muestra

Existen muchos tipos de muestras las cuales son:

Muestreo aleatorio simple, Muestreo Probabilístico, Muestreo aleatorio Estratificado, Muestreo Sistemático, Muestreo aleatorio por Conglomerado,

Muestro no probabilístico, Muestreo por conveniencia, Muestreo por cuotas, Muestreo por intensidad, Muestreo mixto.

Muestra aleatorio simple, muestreo estratificado, muestreo sistemático.

Muestra no aleatoria, se determinó una muestra no aleatoria de selección no intencionada sin repetición, durante los 3 primeros días del mes de mayo y se aplicó la encuesta de calidad a los usuarios que estuvieron en el área de servicio al cliente en el Banco del Pacífico Agencia Albán Borja.

3.9. Métodos Teóricos

Existen diferentes métodos de los cuales señalamos los siguientes:

Método analítico-síntesis, Método inductivo-deductivo, Método hipotético-deductivo, Método histórico, Método lógico, Método estadístico, Método de Observación.

La presente investigación de escogerá el método experimental ya que con aquello se pueden plantear una hipótesis predictiva, es decir ejemplo, "(si es así, porque), si se realiza tal cambio entonces va a suceder tal cosa lo cual van a ser registradas todas las variables que afectarían tales pruebas.

Adicional se implementará el método estadístico de las cuales permitirán comprobar hipótesis que permitan establecer objetivos para manejar datos cualitativos, cuantitativos, de análisis etc.

Y por último se realizará el método Analítico, ya que por el cual se identificará el problema a resolver buscando cada elemento que interviene.

3.10. Técnicas e Instrumentos

Tabla 4 Procedimientos

Técnicas	Instrumentos
Encuesta	Cuestionario
Entrevista	Formulario

Elaborador por: Heredia Chabla Jorge Andrés

Entrevista: Es establecer una relación entre dos o más personas que permita la circulación de experiencias facilitando información para adquirir un resultado o dictamen para solucionar el problema que se está presentando (Aragon & Silva, 2008).

Encuesta: Es un método que se utiliza para obtener información de dos o más personas que son necesarias para un investigador a través de un grupo de preguntas entregadas a los usuarios para posteriormente ser llenado (Huamán Valencia, 2005).

3.11. Procedimiento de la investigación

Cuestionario: Es un método de preguntas que se realizan de forma razonable en un lenguaje fácil y comprensivo que se las hacen por lo general a la persona que se va a indagar con la finalidad de recopilar datos de varios tipos de personas que poseen información relevante (García Cordova, 2004).

Es una herramienta que permite dar una solución óptima al problema que se están investigando. El cuestionario está basado en diez preguntas del cual se obtienen datos relevantes para su pronta tabulación.

Formulario: Es un documento o herramientas que acceden a obtener información que son utilizadas para cumplir metas, que las personas deben de

llenar de acuerdo con lo solicitado, por ejemplo, para solicitar empleo, acceso a un lugar, etc. recolectando datos de las personas (Gonzalez , 2020).

Luego de extraer el resultado de las encuestas se realizará la tabulación de datos mediante gráficos con los resultados obtenidos de la investigación permitiendo leer de una manera fácil los datos.

Encuesta a los clientes potenciales

Esta encuesta estará elaborada con diez preguntas, las respuestas son cerradas con varias opciones a elegir, basadas en las variables de la investigación que servirán para la recopilación de datos y con la misma realizar un estudio mediante la información obtenida.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Análisis e interpretación de resultados

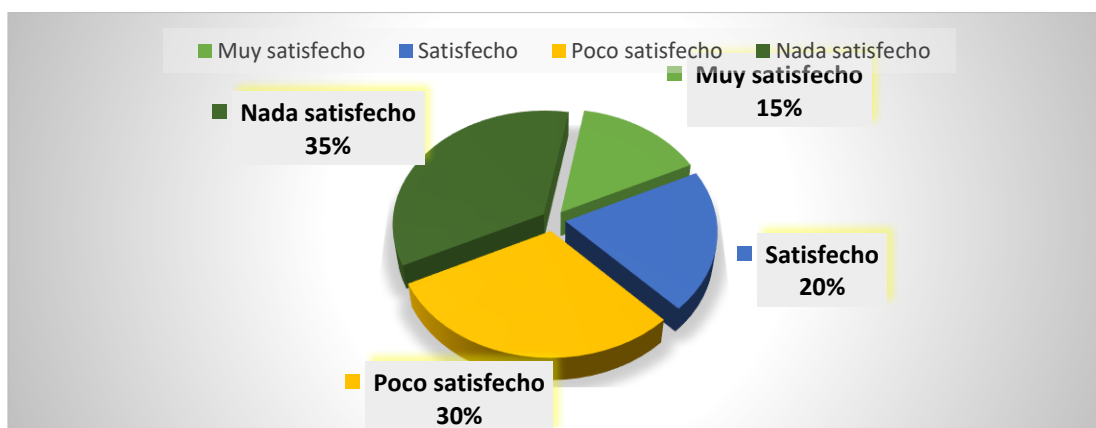
1. ¿Cómo se siente usted con el trato que ofrece el personal del área de servicio al cliente del Banco del Pacífico del Albán Borja?

Tabla 5 Resultados variable Trato

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy satisfecho	3	15%
Satisfecho	4	20%
Poco satisfecho	6	30%
Nada satisfecho	7	35%
Total	20	100%

Elaborado por: Heredia Chabla Jorge Andrés

Figura 3 Resultados variable Trato



Elaborado por: Heredia Chabla Jorge Andrés

Interpretación de los resultados: Los resultados obtenidos nos muestra que la mayor parte de los clientes presentan insatisfacción con el trato que brinda el personal de servicio al cliente, deben existir factores que afecten el desempeño al momento de atender al cliente.

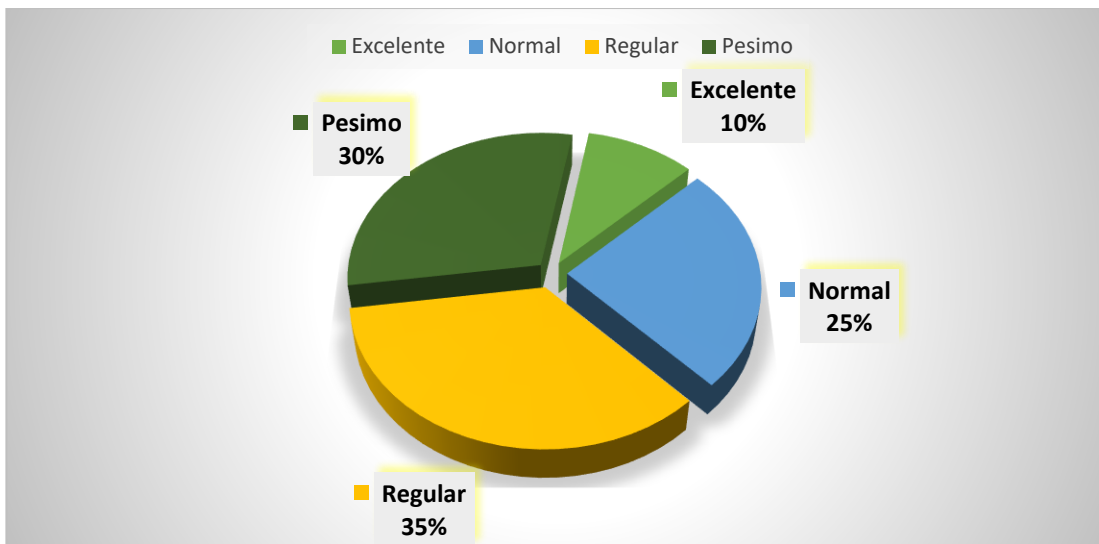
2. ¿Cómo calificaría la atención que ofrece el área de servicio al cliente del Banco del Pacífico del Albán Borja?

Tabla 6 Resultados variable Atención

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Excelente	2	10%
Normal	5	25%
Regular	7	35%
Pésimo	6	30%
Total	20	100%

Elaborado por: Heredia Chabla Jorge Andrés

Figura 4 Resultados variable Atención



Elaborado por: Heredia Chabla Jorge Andrés

Interpretación de los resultados: Los resultados obtenidos nos muestra que la mayor parte de los clientes muestran un impacto negativo con la atención que ofrece el área de servicio al cliente de la agencia del Banco del Pacífico del Albán Borja, la atención abarca muchas variables como la capacitación del personal, manera adecuada de tratar al usuario, etc.

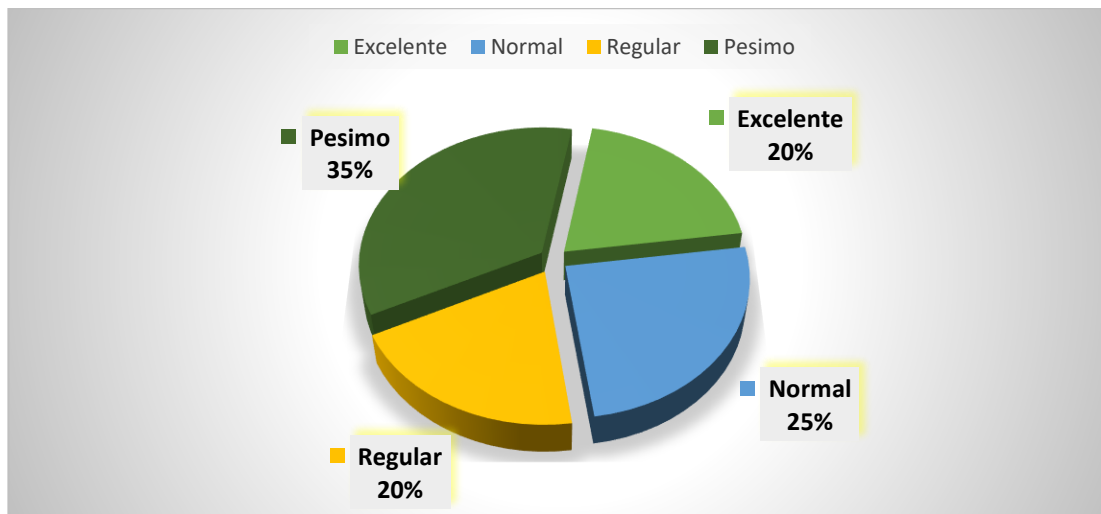
3. ¿Cómo calificaría el nivel conocimiento que ofrecen el personal de servicios del Banco del Pacífico de la Agencia Albán Borja sobre los productos y servicios del Banco del Pacífico?

Tabla 7 Resultados variable Conocimiento

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Excelente	4	20%
Normal	5	25%
Regular	4	20%
Pésimo	7	35%
Total	20	100%

Elaborado por: Heredia Chabla Jorge Andrés

Figura 5 Resultados variable Conocimiento



Elaborado por: Heredia Chabla Jorge Andrés

Interpretación de los resultados: De los resultados obtenidos indican que más de la mitad del personal de servicios al cliente muestran falencia de conocimiento sobre los productos y servicios que ofrece el banco, esto influye en la calidad y satisfacción al usuario, sin embargo, existen clientes que si recomiendan de manera positiva el conocimiento del personal del Banco.

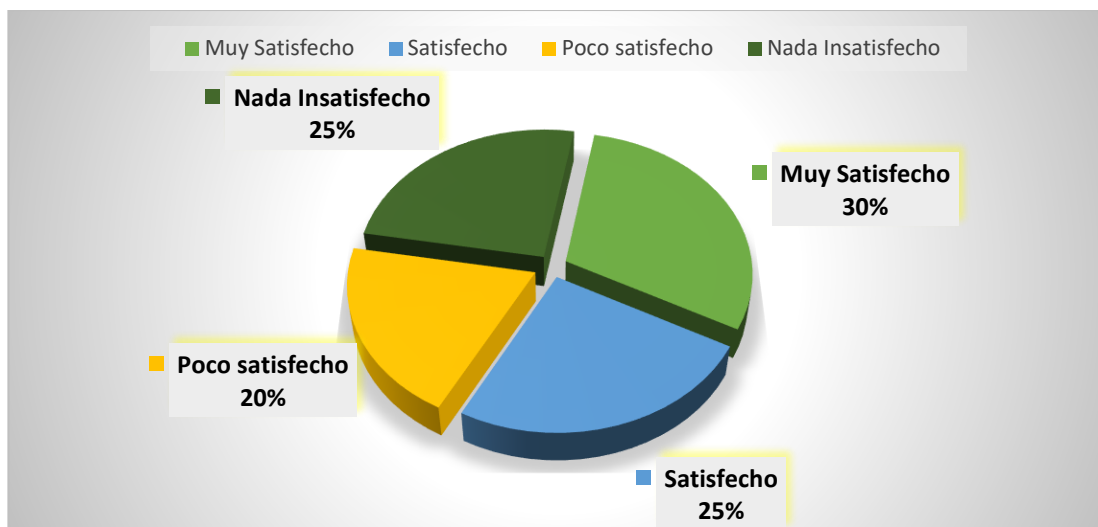
4. ¿Cómo se siente usted con el ambiente que le brinda el área de servicio al cliente del Banco del Pacífico del Albán Borja?

Tabla 8 Resultados variable Ambiente

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	6	30%
Satisfecho	5	25%
Poco satisfecho	4	20%
Nada Insatisfecho	5	25%
Total	20	100%

Elaborado por: Heredia Chabla Jorge Andrés

Figura 6 Resultados variable Ambiente



Elaborado por: Heredia Chabla Jorge Andrés

Interpretación de los resultados: Según las encuestas realizadas reflejan que la mayoría de los clientes se sienten a gusto con el ambiente que ofrece el área de servicio al cliente, cabe recalcar que existen opiniones negativas que se deberá de mejorar para brindar un mejor servicio de calidad y experiencia al usuario.

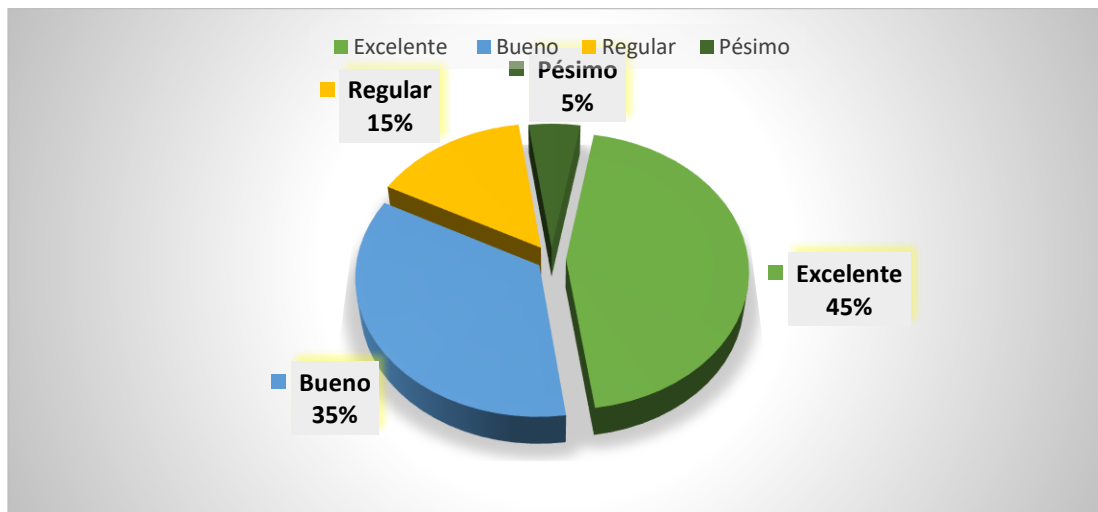
5. ¿Cómo calificarías la imagen del personal de servicio al cliente del Banco del Pacífico del Albán Borja?

Tabla 9 Resultados variable Imagen

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Excelente	9	45%
Bueno	7	35%
Regular	3	15%
Pésimo	1	5%
Total	20	100%

Elaborado por: Heredia Chabla Jorge Andrés

Figura 7 Resultados variable Imagen



Elaborado por: Heredia Chabla Jorge Andrés

Interpretación de los resultados: En base a los resultados obtenidos demuestran que la mayoría del personal de servicio al cliente del Banco del Pacífico del Albán Borja presenta una excelente imagen corporativa reflejando confianza en mente de los clientes y causando un impacto positivo.

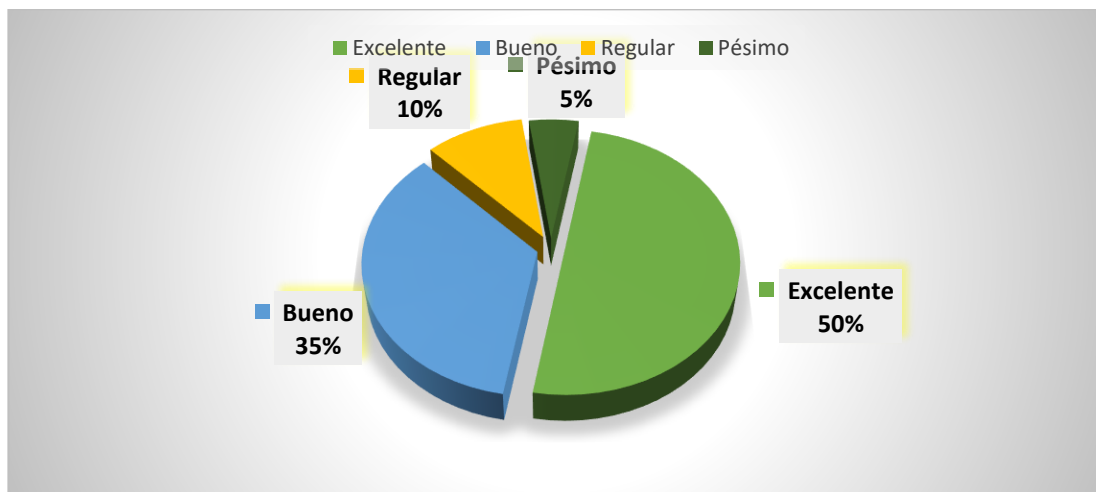
6. ¿Cómo calificarías la calidad de nuestros servicios tecnológicos del Banco del Pacífico del Albán Borja?

Tabla 10 Resultados variable Calidad

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Excelente	10	50%
Bueno	7	35%
Regular	2	10%
Pésimo	1	5%
Total	20	100%

Elaborado por: Heredia Chabla Jorge Andrés

Figura 8 Resultados variable Calidad



Elaborado por: Heredia Chabla Jorge Andrés

Interpretación de los resultados: Según los datos recolectados en base a las encuestas realizadas demuestran que la mayor parte de los clientes les agrada el uso de tecnología que brinda el Banco del Pacífico ya que facilita las transacciones y disminuye el tiempo de espera en la fila, así mismo, existen clientes que desconocen su uso y por ende no les gusta utilizarlos o a su vez existen personas mayores de edad y la mayoría no les agrada por lo complicados que es su uso, prefieren hacerlo a la manera antigua.

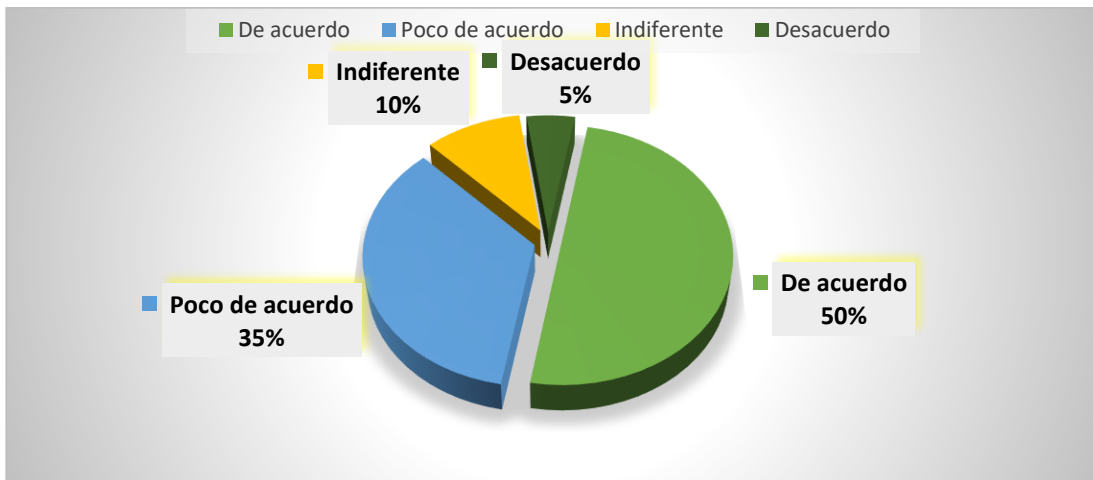
7. ¿Está usted de acuerdo que se deba colocar más personal en el área de servicio al cliente para agilizar el tiempo de espera?

Tabla 11 Resultados variable Tiempo de espera

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
De acuerdo	10	50%
Poco de acuerdo	7	35%
Indiferente	2	10%
Desacuerdo	1	5%
Total	20	100%

Elaborado por: Heredia Chabla Jorge Andrés

Figura 9 Resultados variable Tiempo de espera



Elaborado por: Heredia Chabla Jorge Andrés

Interpretación de los resultados: Según la información recolectada vemos que indiscutiblemente los clientes están de acuerdo en que se coloque más personal en el área de servicio al cliente para así con ellos agilizar el tiempo de espera en la fila, mientras más personal exista, más ágil serán de realizar las transacciones.

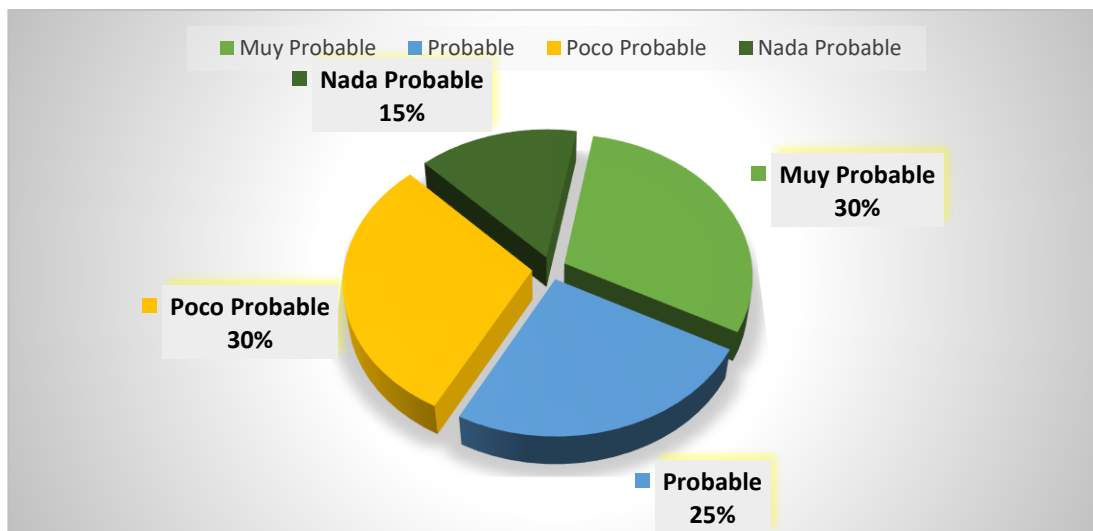
8. ¿Qué tan probable es que usted regrese a la agencia del Banco del Pacífico ubicada en el Albán Borja al área de servicio al cliente a realizar sus trámites?

Tabla 12 Resultados variable Probabilidad

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy Probable	6	30%
Probable	5	25%
Poco Probable	6	30%
Nada Probable	3	15%
Total	20	100%

Elaborado por: Heredia Chabla Jorge Andrés

Figura 10 Resultados variable Probabilidad



Elaborado por: Heredia Chabla Jorge Andrés

Interpretación de los resultados: Con los resultados de las encuestas realizadas observamos que más de la mitad de los clientes están dispuestos en regresar a la agencia a realizar sus trámites, sin embargo, existe un porcentaje de clientes poco probable en retornar a la agencia por varias razones los cuales se deben de mejorar, podría ser la experiencia, trato, etc.

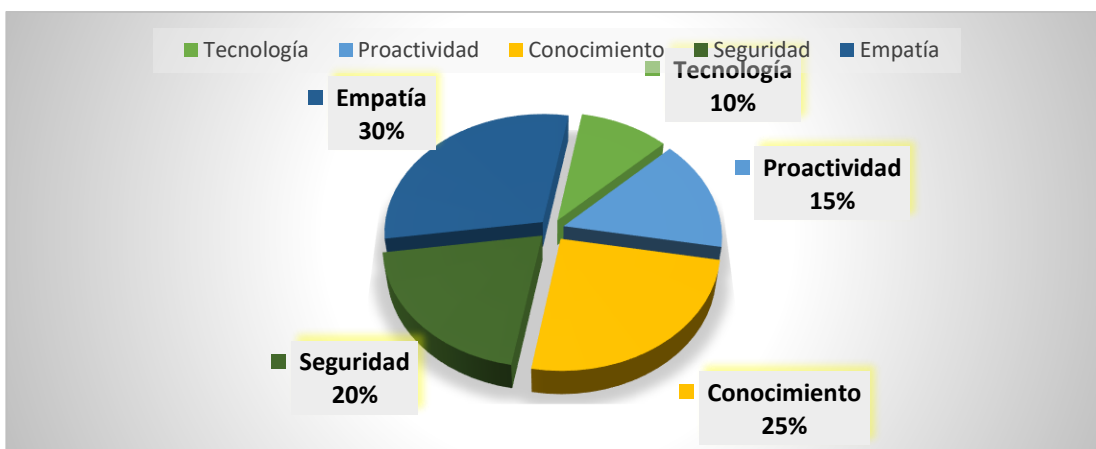
9. ¿Cuál de las siguientes opciones crees que se necesitan reforzar para mejora la calidad de servicio en la Agencia del Banco del Pacífico ubicada en el Albán Borja?

Tabla 13 Resultados variable Opciones de refuerzo

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Tecnología	2	10%
Proactividad	3	15%
Conocimiento	5	25%
Seguridad	4	20%
Empatía	6	30%
Total	20	100%

Elaborado por: Heredia Chabla Jorge Andrés

Figura 11 Resultados variable Opciones de refuerzo



Elaborado por: Heredia Chabla Jorge Andrés

Interpretación de los resultados: observamos en las encuestas realizadas que la empatía es lo esencial en la mente del cliente, es decir, el cliente desea que entiendan de una manera positiva y comprensiva su necesidad, de igual forma el conocimiento y la seguridad son de vital importancia para brindar una experiencia correcta al usuario. De esta forma vemos unos puntos vitales para mejorar la calidad de servicio al cliente en la agencia.

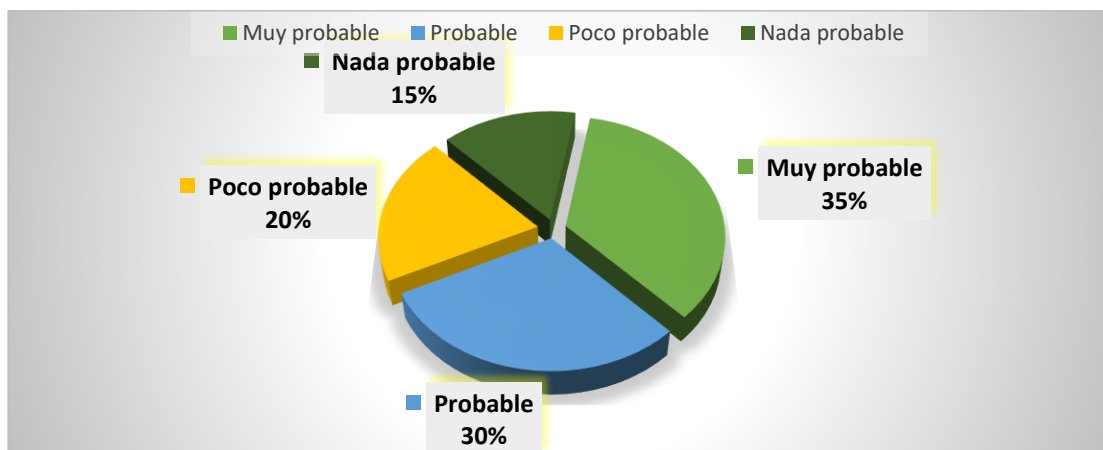
10. De acuerdo con la experiencia que viviste en la Agencia del Banco del Pacífico ubicada en el Albán Borja, ¿recomendarías nuestros productos y servicios a un familiar o amigo para que nos visite?

Tabla 14 Resultados variable Recomendación

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy probable	7	35%
Probable	6	30%
Poco probable	4	20%
Nada probable	3	15%
Total	20	100%

Elaborado por: Heredia Chabla Jorge Andrés

Figura 12 Resultados variable Recomendación



Elaborado por: Heredia Chabla Jorge Andrés

Interpretación de los resultados: Finalmente podemos evidenciar que los clientes que visitan la agencia del Banco del Pacífico del Albán Borja, la mayor parte de ellos recomendarían a un familiar, amigo o conocido sobre nuestros productos y servicios que ofrecen, de igual manera existen clientes que no recomiendan por quizás alguna mala experiencia que tuvieron al momento de realizar sus trámites.

Entrevista realizada al personal al Jefe de Agencia y Jefa de Servicios al cliente de Agencia del Banco del Pacífico ubicada en el Albán Borja

Objetivo: Conocer, identificar, evaluar los acontecimientos y los puntos de vista que permitan la mejora de la satisfacción al usuario dentro del área de servicio al cliente en la empresa del Banco del Pacífico ubicada en el Albán Borja.

En esta entrevista fue elaborada con cinco preguntas de forma presencial para que el mismo pueda seleccionar su opinión obteniendo de la misma, información relevante y resultados deseados.

Las entrevistas son realizadas al Jefe de Agencia Christian Velastegui y la Jefa de plataforma Licet Sandoval.

La Jefa de servicios al cliente desempeña un rol importante del área de servicios, ofreciendo información sobre servicios y productos del Banco, resuelve inquietudes, dudas del personal y clientes, hace cumplir las políticas, procedimientos y estándares de calidad de la atención al cliente.

El Jefe de Agencia realiza la coordinación de los servicios financieros que ofrece la institución, se encarga del área administrativa de servicio al cliente como del área de cajas, debe de vigilar que todos los empleados de la agencia cumplan las políticas y procesos de la entidad bancaria, brindar un trato de calidad, llevar un control financiero de la situación económica de la agencia Albán Borja.

A continuación, se realizarán las entrevistas:

Tabla 15 Entrevista realizada

ENTREVISTA		
Nombre	Christian Velas tegui	Licet Sandoval
Cargo	Jefe de Agencia	Jefa de servicio al cliente
Preguntas	Entrevista 1	Entrevista 2
1 ¿Con qué frecuencia realiza retroalimentaciones al personal que labora en el área de servicio al cliente del Banco del Pacifico ubicada en el Albán Borja?	Las retroalimentaciones al personal se las realizan de manera semestral a través de sistemas de evaluación por competencias.	Retroalimentaciones generalmente solo cuando surge algún problema o inconveniente, le indico al asistente de servicio al cliente la manera correcta que debe de responder o solucionarlo.
2. ¿Cada qué tiempo se realizan capacitaciones al personal sobre la satisfacción al usuario y trato al cliente?	Actualmente capacitaciones no se han podido realizar por motivos de pandemia, pero generalmente se las realiza vía web, el colaborador ingresa su usuario y contraseña institucional y realiza a través del sistema, el mismo que se encuentra material de apoyo y un examen en línea con diez preguntas.	Por el momento no se está capacitando al personal sobre satisfacción al usuario y trato del cliente, solo se está realizando pruebas en línea de lavados de activos, seguridad y salud ocupacional, higiene, quizás por el tiempo de pandemia que estamos viviendo que amerita dar prioridad a otras opciones.
3. ¿Cada que tiempo realiza seguimiento al personal de servicio al cliente sobre el conocimiento de productos y servicios que brinda el Banco del Pacífico?	Por el momento no se ha realizado seguimiento al personal sobre los conocimientos de productos y servicios, el área de A.P realiza constantemente correos de productos y servicios del banco.	El banco envía a por medio de correos los nuevos o actualizaciones de productos y procesos.
4. ¿El personal de servicio al cliente llega a tiempo a sus labores diarias?	Efectivamente la agencia abre a las 10 am al público por lo que a esa hora ya deben de estar listos con todos los materiales para la atención al usuario.	Si, en estos casos soy la encargada del área de servicio al cliente y los chicos si llegan de manera puntual a sus labores listos para trabajar.

<p>5. ¿Con qué frecuencia realiza seguimiento, revisión de los materiales y dispositivos tecnológicos que están en la agencia?</p>	<p>En cada apertura de agencia se hace revisión, chequeo de que los Bancomático, kioscos autoservicios, computadoras y dispositivos tecnológicos estén en excelente estado, eso no puede faltar.</p>	<p>Estamos actualizado, debemos de tener todos los dispositivos tecnológicos para estar listos para atender al cliente, el Banco del Pacífico cuida bastante la imagen tecnológica ya que es un banco innovador y debe de estar cien por ciento operativos.</p>
---	--	---

Elaborador por: Heredia Chabla Jorge Andrés

Análisis e interpretación

Con la información de las respuestas obtenidas de la entrevista al Jefe de agencia y la Jefa de Servicio al cliente del Banco del Pacífico se llegó a la conclusión lo siguiente:

- Las retroalimentaciones al personal se los está realizando de manera semestral por motivos de tiempo y pandemia.
- Las capacitaciones al personal de servicios solo las están realizando por medio de la página web institucional por motivos de pandemia.
- No está realizando seguimiento al personal de servicio al cliente sobre los productos y servicios que ofrece el Banco del Pacífico, solo se informan y se retroalimentan a través de correos electrónicos.
- Evidenciamos que el personal si asiste de manera puntual en sus puestos de trabajo listos para la atención al público.
- Se realiza de manera diaria la revisión de los medios tecnológicos para que estén listos para dar un servicio de calidad.

Plan de mejoras

Un plan de mejoras es como un conjunto de reglas, acciones y decisiones que son tomadas para desarrollar una mejor productividad y rendimiento de una empresa u organización.

Elementos de un plan de mejora:

Para la elaboración de un plan de mejoras se necesita los siguientes pasos a seguir:

- Identificar el área a mejorar.
- Detectar causas del problema.
- Desarrollar el objetivo.
- Realizar acciones de mejora.
- Realizar una planificación.
- Realizar seguimiento.

Plan de análisis a la calidad de atención de servicio al cliente

Objetivo: Analizar la calidad de atención de servicio al cliente en la Agencia Albán Borja del Banco del Pacífico.

Tabla 16 Plan de análisis a la calidad de atención de servicio al cliente

No	¿Qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Por qué?	¿Dónde?	Responsable	¿Cuánto?
1	Observar al personal de servicio al cliente	Se realizarán monitoreos, al personal de servicios al cliente	Se realizará todos los viernes cada 15 días los meses, Octubre, noviembre y diciembre.	Vigilar la participación de cada empleado para diagnosticar aspectos de mejora	Se lo realizará en el lobby de la Agencia del Banco del Pacífico del Albán Borja	George Moreno/ Proyecto Cronos	\$ 200,00
2	Analizar la calidad de atención de servicio al cliente	Se realizará seguimiento recolectando datos relevantes cuando atienden al público.	Se lo realizará cada 15 días todo el mes de octubre, noviembre y diciembre.	De esta manera podemos obtener información que permita encontrar mejoras y errores.	Se lo realizará en el lobby de servicio al cliente cuando exista clientes en el área de servicios.	George Moreno/ Proyecto Cronos	\$ 100,00
3	Capacitación de los empleados	Se realizará charlas, cursos de capacitación de servicio al cliente.	Se lo realizará cada 15 días por un período de 2 meses, Octubre y noviembre.	Aumentar el conocimiento sobre calidad de servicio y trato al cliente	Se lo realizará en el lobby de servicio sin clientes	George Moreno/ Proyecto Cronos	\$ 200,00
4	Evaluar al personal de servicios	A través de encuestas realizadas a los clientes que visitan la agencia.	Se realizará al finalizar la capacitación del personal	Para verificar si los cambios y estrategias realizadas surgen efectos	Se lo realizará en el Lobby de servicios al cliente	Jefe de agencia/ Jefa de servicios al cliente/ Proyecto Cronos	\$ 250,00

Elaborador por: Heredia Chabla Jorge Andrés(2021)

3.12. CRONOGRAMA

TIEMPO	AÑO 2021											
	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
ACTIVIDADES	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Observar al personal de servicios	■		■		■		■		■		■	
Analizar la calidad de atención		■		■		■		■		■		■
Capacitación a los empleados	■		■		■		■					
Evaluar al personal de servicios												■

Elaborado por: Heredia Chabla Jorge(2021)

CONCLUSIONES

- El personal de servicio al cliente no está debidamente retroalimentado ya que actualmente se lo realiza de manera semestral.
- El personal de servicios no recibe capacitaciones en atención al cliente de manera presenciales por motivos de pandemia, solo está recibiendo de manera virtual.
- Carencia de motivación al personal es uno de los motivos que el personal de servicios trabaje al máximo.
- Capacitaciones sobre productos y servicios del Banco, es uno de los puntos esenciales para dar una buena atención al cliente.
- La falta de incentivos por cumplimientos de metas es un punto primordial para que el colaborador se esmere en realizar un mejor resultado.
- El tiempo de espera del cliente en la fila por lo complejo que son los procesos hace que el mismo se lleve una mala experiencia.

RECOMENDACIONES

- Se debería retroalimentar al personal de servicio al cliente sobre las fortalezas , debilidades y puntos que puede mejorar, para que el desempeño este encaminado con el objetivo de la empresa.
- Se debe de realizar capacitaciones sobre la atención al cliente para mejorar la experiencia al usuario, una de ellas es la empatía, con ella podemos brindar una atención personalizada, un servicio de calidad y profesionalismo.
- El motivar al personal aumenta la productividad de la organización, trabajara con mayor desempeño, aportara con ideas esenciales que ayudaran a trabajar en equipo por un mismo objetivo.
- Se necesita que el personal conozca sobre los productos y servicios del banco, un personal correctamente capacitado mejora la confianza, competitividad y seguridad del cliente que visita la empresa.
- Se debería crear un sistema de incentivos de cumplimiento de metas, y no hablamos solo económico, podría ser a través de becas estudiantiles, crecimiento y desarrollo profesional, esto ayudaría a la rentabilidad de la empresa. Un empleado motivado influye en el crecimiento de la empresa.
- Mejorar el tiempo de espera a través de tecnología de autoservicios, colocar una persona que ayude al cliente direccionándolo e instruyendo al usuario a la utilización de estos, el uso de tabletas para transacciones.

Bibliografía

- Abad Acosta, M. G., & Pincay Díaz, D. (2014). Análisis de calidad de servicio al cliente interno y externo para la propuesta del modelo de gestión de calidad en una empresa de seguros de Guayaquil. *Carrera de administración de empresas*. Universidad Politecnica Salesiana, Guayaquil.
- Andrade Brito, B. (2014). Análisis de servicio al cliente para mejorar el proceso de comercialización de la empresa Bultrims SA ubicada en la Ciudad de Guayaquil en el año 2014. *Carrera de ciencias administrativas*. Facultad de ciencias administrativas, Guayaquil.
- Añez, J. (2021). *Economía 360*. Obtenido de <https://www.economia360.org/empleado/>
- Aragon , L. E., & Silva, A. (2008). *Fundamentos teóricos de la evaluación psicológica*. México: Pax México. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=CPTAIYmjU8MC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Arias, F. (2006). *Introduccion a la Metodologia Cientifica*. Venezuela : Episteme.
- Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador. (2008). *Constitución de la Republica del Ecuador*. Obtenido de <http://www.gadmriobamba.gob.ec/phocadownload/lotaip2021/mayo/AnexoA2/CONSTITUCION.pdf>
- Asociación Latinoamericana de Antropología Biológica. (s.f.). *Introducción a la investigación bioantropológica en actividad física, deporte y salud*. (P. G. Avendaño, Ed.) Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=3fxmBaTGUygC&pg=PA31&dq=investigaci%C3%B3n+correlacional&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjFpfabpunyAhX2TjABHQyBDJ4Q6AEwBXoECACQAg#v=onepage&q=investigaci%C3%B3n%20correlacional&f=false>
- Ayala, M. (2020). Diseño de investigación. *Lifeder.*, 72-85.
- Banco del Pacifico. (2017). *Memoria de Sostenibilidad*. Obtenido de <https://www.bancodelpacifico.com/BancoPacifico/media/pdf/RSC/Memorias/BdP-Memoria-2017-Alta-Res.pdf>

- Banco del Pacifico. (2019). *Memoria de sostenibilidad* . Obtenido de https://www.bancodelpacifico.com/BancoPacifico/media/pdf/RSC/Memorias/Memoria_de_sostenibilidad_2019VI.pdf
- Banco del Pacifico. (2021). *Portal Banco del Pacifico* . Obtenido de <https://www.bancodelpacifico.com/BancoPacifico/media/pdf/GCorporativo/codigo-de-etica.pdf>
- Banco del Pacifico. (s.f.). *Trabaja en BdP*. Obtenido de <https://trabajaenbdp.com/quienes-somos/>
- Behar, D. (2008). *Metodologia de la Investigacion* . Shalom.
- Berry L, L., Bennet, D., & Brown , C. (1989). *Calidad de servicios, una ventaja estratégica para instituciones financieras*. Madrid. Obtenido de http://docencia.fca.unam.mx/~lvaldes/cal_pdf/cal11.pdf
- Bunge, M. (2007). *LA INVESTIGACION CIENTIFICA*. MEXICO: SIGLO XXI.
- Caballero, W. (1975). *Introducción a la estadística* (Vol. 28 de OEA Instituto interamericano de cooperacion para la agricultura serie de libros y materiales educativos). (I. 1975, Ed.) Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=8y9sSY_89vYC&pg=PA130&dq=concepto+de+poblacion+infinita&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiqtKyzs4fyAhW8RTABHVm3AgQQ6AEwAHoECAMQAg#v=onepage&q=concepto%20de%20poblacion%20infinita&f=false
- Calderón Mayorga, Á. (10 de octubre de 2012). El Telégrafo. *Actividad de un Banquero*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/zoo/1/actividad-de-un-banquero>
- Chauca Mendez, A., & Marchán Guerrero, P. (2010). Implementacion estrategica de calidad en servicio y atención al cliente. *Ingeniera Comercial*. Universidad de Cuenca, Cuenca.
- Coelho, F. (1 de Enero de 2019). *Significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/seminario/>
- Fuentelsaz Gallego, C., Icart Isern, M. T., & Pulpón Segura, A. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina* (Vol. 1 de UBE Salud Publica). (E. U. Barcelona, Ed.) Barcelona. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=5CWKWi3woi8C&pg=PA55&dq=concepto+de+poblacion+finita&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiumfGpr4>

fyAhUkmuAKHYRGBysQ6AEwCXoECACQAg#v=onepage&q=concepto%20de%20poblacion%20finita&f=false

García Cordova, F. (2004). *El cuestionario: Recomendaciones metodológicas para el diseño de cuestionarios*. Cordova, Mexico. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=-JPW5SWuWOUC&pg=PA29&dq=concepto+de+cuestionario&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjx1ZzDrPjxAhWgSDABHd1IBiYQ6AEwAHoECAQQAQ#v=onepage&q=concepto%20de%20cuestionario&f=false>

García, A. (2016). Cultura del servicio en la optimización de servicio al cliente. *Redalyc*, 18(3), 381-398. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/993/99346931003.pdf>

Gomez, M. M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica* (1 ed.). Cordova: Editorial Brujas. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=9UDXPe4U7aMC&pg=PA110&dq=definicion+de+muestra&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjag8jDulfyAhWgSzABHQQIDml4HhDoATAFegQlChAC#v=onepage&q=definicion%20de%20muestra&f=false>

Gonzalez , G. (5 de Junio de 2020). *Lifeder*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/formularios/>

Gonzalez Alvarez, R. (2015). Evaluación de la calidad del servicio percibida en entidades Bancarias a través de la escala Servqual. *Dialnet*, 25(1), 113-135. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?Codigo=5136105>

Guerrero Bejarano, M. A., Parra Suarez, R. J., & Arce Vera, M. F. (Agosto de 2018). La satisfacción laboral y su efecto en la satisfacción del cliente, un análisis teórico. *INNOVA Research Journal*, 3(8). Obtenido de <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/879>

Gutierrez Ramos, F. J. (2015). *Apuntes de conceptos básicos para muestreo estadístico* (Ilustrada ed.). Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=EPUCCwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=concepto+de+muestra&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Hernandez, F. (2003). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Interamericana Editores.

- Hernandez, R. (2006). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw hill interamericana.
- Huamán Valencia, H. G. (2005). *Manual de técnicas de investigación concepto y aplicaciones* (Segunda ed.). Lima, Perú. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=OEHABAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=concepto+de+encuesta&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=concepto%20de%20encuesta&f=false
- López Mosquera , D. C. (2018). Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy´s de la ciudad de Guayaquil. *Maestría en administración de empresas*. Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Guayaquil.
- Lopez Parra, M. E. (2013). Importancia de la Calidad de servicio al cliente. *El Buzón de Pacioli*(82). Obtenido de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf>
- Martinez de Sánchez, A. M. (2012). Diseño de investigación. *Anuario de la escuela de archivología IV 2012-2013*(4), 45. Obtenido de <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/anuario/article/view/12664>
- Mero Vélez, J. (2016). Elementos esenciales del diseño de investigación y sus características. *Revista científica de las ciencias sociales*, 72-85.
- Mohammad , N. (2005). *Metodología de la investigación* (segunda ed.). Mexico: Limusa sa de cv. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=ZEJ7-0hmvhwC&pg=PA91&dq=investigacion+descriptiva&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjbo5fFpOnyAhWDQjABHWfyCjAQ6AEwAHoECAsQA#v=onepage&q=investigacion%20descriptiva&f=false>
- Mohammad, N. (2000). *Metodología de la Investigación* (Segunda ed.). Mexico: Limusa. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=ZEJ7-0hmvhwC&pg=PA89&dq=tipo+de+investigaci%C3%B3n+exploratoria&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwi24f_lx_3yAhXDpJUCHTI-DFsQ6AF6BAGFEAl#v=onepage&q=tipo%20de%20investigaci%C3%B3n%20exploratoria&f=false
- Mora Contreras, C. E. (Mayo-agosto de 2011). La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. *Revista brasileña de marketing*, 10(2), 146-162. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>

- Najul Godoy , J. (Julio de 2011). El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, 4(8), 23-25. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2190/219022148002.pdf>
- Nekane , B., & Vergara, A. I. (2002). *Diseño de investigación experimental en Psicología*. Madrid. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=F6g6mEqC8CIC&pg=PA1&dq=concepto+de+dise%C3%B1o+de+la+investigacion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjGmZSmn_rxAhV6RjABHbmHCTkQ6AEwAHoECAUQAg#v=onepage&q=concepto%20de%20dise%C3%B1o%20de%20la%20investigacion&f=false
- Ospino Rodríguez, J. A. (2004). *Metodología de la investigación en ciencias y salud* (Primera ed.). Medellín: Universidad cooperativa de Colombia. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=Z0kx76jf88wC&pg=PA89&dq=tipo+de+investigacion+explicativa&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiCj6b7qPrxAhV2RzABHTY2BGkQ6AEwAHoECAUQAg#v=onepage&q=tipo%20de%20investigacion%20explicativa&f=false>
- Perez Díaz , A. v. (1996). *Perfil y nivel de satisfacción de los usuarios del OPAC de una biblioteca universitaria*. Madrid. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=scNfBkFiGMgC&oi=fnd&pg=PA1&dq=satisfacci%C3%B3n+de+los+usuarios+libro&ots=l6gKJxFwXw&sig=49Fpghoy9EJwGCJXiVnBu-s5PKk#v=onepage&q=satisfacci%C3%B3n%20de%20los%20usuarios%20libro&f=false>
- Pérez Porto , J., & Merino , M. (2008). *Definición de Población*. Obtenido de <https://definicion.de/poblacion/>
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2017). *Definición*. Obtenido de <https://definicion.de/desempeno/>
- Pineda, B. (1984). *Metodología de la investigación*. Francisca: Organización panamericana de la salud.
- R.A.E . (09 de 07 de 2021). *Diccionario de la Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/administraci%C3%B3n>
- R.A.E . (09 de 07 de 2021). *Real academia de la lengua española* . Obtenido de <https://dle.rae.es/internet?m=form>
- R.A.E. (09 de julio de 2021). *Diccionario de la Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/sistema>

- R.A.E. (09 de 07 de 2021). *Diccionario de la Real Academia Española*.
Obtenido de <https://dle.rae.es/estrategia?m=form>
- R.A.E. (09 de 07 de 2021). *Diccionario de la Real Academia Española*.
Obtenido de <https://dle.rae.es/direcci%C3%B3n>
- RAE. (07 de Julio de 2021). Obtenido de Diccionario Real Academia Española: <https://dle.rae.es/servicio>
- Raffino, M. E. (24 de Enero de 2021). *Concepto de organización*. Obtenido de <https://concepto.de/organizacion/>
- Sáenz Gavilanes, J. (2016). Elementos esenciales del diseño de investigación y sus características. *Revista científica de las ciencias sociales*, 72-85.
- Sánchez Galán , J. (2 de marzo de 2016). *Economipedia haciendo mas fácil la vida*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/consumidor.html>
- Sanchez Ronquillo, A. M. (2017). Propuesta de mejora para el servicio que brinda McDonal´s los ceibos en la satisfaccion del servicio del periodo 2017. *Carrera de Administracion de Empresas*. Instituto Tecnologico Bolivariano, Guayaquil.
- Tamayo, M. (2004). *Proceso de Investigacion Cientifica*. Mexico.
- The Free dictionary by farlex. (2009). Obtenido de Diccionario enciclopédico: <https://es.thefreedictionary.com/expectativa>
- Tschohl , J. (2016). *Servicio al cliente: el arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia*. Guatemala. Obtenido de https://www.servicequality.net/ftp/cap1_servcliente.pdf
- Vargas Quiñonez, M. E., & Aldana de Vega, L. (2007). *Calidad y Servicio: Concepto y Herramientas*. Bogotá: Ecoe Ediciones. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=57-4DQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT13&dq=conceptos+de+servicio&ots=16Pt2BiqE-&sig=F-71cESLdj0r1-tgwU0QDXzkbT8#v=onepage&q=conceptos%20de%20servicio&f=false>

Anexos



UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL, ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS

Encuesta

Su opinión es muy importante para nosotros y queremos conocer acerca del servicio que ofrece la Agencia Banco del Pacifico del Albán Borja, el cual nos agradecería contar con su opinión para el desarrollo de dicha investigación. La siguiente encuesta será de forma confidencial y anónima, estará diseñada por 10 preguntas objetivas.

Objetivo:

Establecer oportunidades de mejoras para el área de servicio al cliente en la satisfacción de los usuarios del Banco del Pacifico agencia Albán Borja en la Ciudad de Guayaquil con la finalidad de hallar una solución del problema.

Instrucciones:

- Lea detenidamente las instrucciones.
- Marque con una X la respuesta que usted considere favorable.
- Utilice pluma de color negro o azul.
- Seleccione una sola respuesta por cada pregunta.
- Es necesario responder todas las preguntas.
- No realice tachones o enmendaduras.

Variable independiente: Servicio al cliente

Cuestionario

1. ¿Cómo se siente usted con el trato que ofrece el personal del área de servicio al cliente del Banco del Pacífico del Albán Borja

Muy satisfecho

Satisfecho

Poco satisfecho

Insatisfecho

2. ¿Cómo calificaría la atención que ofrece el área de servicio al cliente del Banco del Pacífico del Albán Borja?

Excelente

Normal

Regular

Pésimo

3. ¿Cómo calificaría el nivel conocimiento que ofrecen el personal de servicios del Banco del Pacífico de la Agencia Albán Borja sobre los productos y servicios del Banco del Pacífico?

Excelente

Normal

Excelente

Pésimo

4. ¿Cómo se siente usted con el ambiente que le brinda el área de servicio al cliente del Banco del Pacífico del Albán Borja?

Muy Satisfecho

Satisfecho

Poco satisfecho

Nada satisfecho

5. ¿Cómo calificarías la imagen del personal de servicio al cliente del Banco del Pacífico del Albán Borja?

Excelente

Bueno

Regular

Pésimo

6. ¿Cómo calificarías la calidad de nuestros servicios tecnológicos del Banco del Pacífico del Albán Borja?

Excelente

Bueno

Regular

Pésimo

7. ¿Está usted de acuerdo que se deba colocar más personal en el área de servicio al cliente para agilizar el tiempo de espera?

De acuerdo	<input type="text"/>
Poco de acuerdo	<input type="text"/>
Indiferente	<input type="text"/>
Desacuerdo	<input type="text"/>

8. ¿Qué tan probable es que usted regrese a la agencia del Banco del Pacífico ubicada en el Albán Borja al área de servicio al cliente a realizar sus trámites?

Muy Probable	<input type="text"/>
Probable	<input type="text"/>
Poco probable	<input type="text"/>
Nada probable	<input type="text"/>

9. ¿Cuál de las siguientes opciones crees que se necesitan reforzar para mejora la calidad de servicio en la Agencia del Banco del Pacífico ubicada en el Albán Borja?

Tecnología	<input type="text"/>
Proactividad	<input type="text"/>
Conocimiento	<input type="text"/>
Seguridad	<input type="text"/>
Empatía	<input type="text"/>

10. De acuerdo con la experiencia que viviste en la Agencia del Banco del Pacífico ubicada en el Albán Borja, ¿recomendarías nuestros productos y servicios a un familiar o amigo para que nos visite?

Muy probable

Probable

Poco probable

Nada probable

Agradeciendo de antemano su gentil ayuda por su valioso tiempo,

Heredia Chabla Jorge Andrés

Ced: 0925143174



Entrevista

Fecha: _____

Datos generales

Nombre completo del entrevistado: _____

Fecha y lugar de nacimiento: _____

Profesión u oficio: _____

Edad: _____

Hora de inicio: _____

Hora de término: _____

Lugar: _____

Objetivo: Evaluar los acontecimientos que ayudarán a la toma de decisiones que permitan la mejora de la satisfacción al usuario del Banco del Pacífico Agencia Albán Borja de la ciudad de Guayaquil.

Variable dependiente: Satisfacción al usuario.

Formulario

1. ¿Con qué frecuencia realiza retroalimentaciones al personal que labora en el área de servicio al cliente del Banco del Pacifico ubicada en el Albán Borja?

2. ¿Cada qué tiempo se realizan capacitaciones al personal sobre la satisfacción al usuario y trato al cliente?

3. ¿Cada que tiempo realiza seguimiento al personal de servicio al cliente sobre el conocimiento de productos y servicios que brinda el Banco del Pacífico?

4. ¿El personal de servicio al cliente llega a tiempo a sus labores diarias??

5. ¿Con qué frecuencia realiza seguimiento, revisión de los materiales y dispositivos tecnológicos que están en la agencia?

Gracias por su participación.

Jorge Heredia Chabla

Ci : 0925143174

Fotos de la Empresa Banco del Pacífico



Figura 3. Grupo Financiero Banco del Pacífico Matriz



Figura 4. Personal de Servicio al cliente empresa Banco del Pacífico



Figura 5: Centro Virtual Banco del Pacifico



Figura 6: Banco del Pacifico Agencia Albán Borja



Figura 17: Capacitaciones al personal Agencia Alban Borja