



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**PROPUESTA DE UN PLAN DE MEJORA AL PROCESO DE
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MATRIZ DEL BANCO DEL PACÍFICO**

Autor: Romo Rolando Emily Patricia

Tutor: PhD. Ricardo Rodríguez Ayala

Guayaquil, Ecuador

2018



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnóloga en Administración de Empresas.

Tema

“Propuesta de un plan de mejora al proceso de atención al cliente en la matriz del Banco del Pacífico”

Autora: Romo Rolando Emily Patricia

Tutor: PhD. Rodríguez Ayala Luis Ricardo

RESUMEN

Este proyecto se realizó en la matriz del Banco del Pacífico, que presentaba la necesidad de mejorar su proceso de atención al cliente en los cuales se evidenciaba un nivel creciente de insatisfacción. El propósito del estudio realizado fue elaborar un plan de mejoras al proceso de atención al cliente que permitiera garantizar el logro de la satisfacción del usuario de dicha matriz. Como marco teórico se trabajaron los fundamentos de la administración, haciendo énfasis en el proceso de atención al cliente y como esta influye directamente positiva o negativamente en la satisfacción del cliente. En el diseño de investigación se aplicaron los tipos de investigación participativa, de campo y descriptiva, unido a las técnicas de observación y la encuesta. La población objeto estuvo conformada por los cajeros, supervisores y usuarios del servicio. Entre las conclusiones que llegó la autora de la investigación los procesos de capacitación son fundamentales para el desarrollo de las operaciones, ya que en estos los colaboradores adquirentes de los conocimientos y la práctica necesarios para lograr una excelente ejecución de estas. Se propuso como alternativa de solución realizar una capacitación a los cajeros y una programación de apertura de ventanillas en las horas con más demanda de clientes.

Atención

Cliente

Satisfacción

Usuario



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnóloga en Administración de Empresas.

Tema

“Propuesta de un plan de mejora al proceso de atención al cliente en la matriz del Banco del Pacífico”

Autora: Romo Rolando Emily Patricia

Tutor: PhD. Rodríguez Ayala Luis Ricardo

Abstract

This project was carried out in the Banco del Pacifico matrix, which presented the need to improve its customer service process in which there was an increasing level of dissatisfaction. The purpose of the study was to elaborate a plan of improvements to the customer service process that would guarantee the achievement of the satisfaction of the user of said matrix. As a theoretical framework, the fundamentals of the administration were worked on, emphasizing the customer service process and how it directly or negatively influences customer satisfaction. In the research design, the types of participatory, field and descriptive research were applied, together with observation techniques and the survey. The target population was made up of tellers, supervisors and service users. Among the conclusions reached by the author of the research, the training processes are fundamental for the development of the operations, since in these the collaborators acquire the knowledge and practice necessary to achieve an excellent execution of these. It was proposed as an alternative solution to carry out a training to the tellers and a program to open windows during peak hours.



ÍNDICE GENERAL

Contenidos	Páginas:
Portada	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Certificación de aceptación del tutor	iv
Clausula de autorización para la publicación de trabajos de titulación	v
Certificación de aceptación CEGESCIT	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
Índice general	ix
Índice de gráficos	xi
Índice de tabla	xii

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema del contexto	1
Situación conflicto	2
Formulación del problema	3
Variables de la investigación	3
OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	3
Objetivo general	3
Objetivos específicos	3
JUSTIFICACIÓN DE IMPORTANCIA	4

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

Antecedentes históricos	5
Antecedentes referenciales	7
Antecedentes teóricos	9
FUNDAMENTACIÓN LEGAL	14
VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	18
DEFINICIONES CONCEPTUALES	19

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Breve reseña del Banco del Pacifico	20
Nuestra Visión	22
Nuestra Misión	23
Nuestros Valores	23
Modalidad de la Investigación	28
Método de investigación	28
Tipo de investigación	32
Población y Muestra	34
Técnicas e instrumentos de investigación	37
Procedimiento de la investigacion	39

CAPÍTULO IV

Análisis e interpretación de los resultados	42
Encuesta aplicada a colaboradores del Banco del Pacífico	42
Encuesta aplicada a colaboradores del Banco del Pacífico	47
PLAN DE MEJORA	59
Plan de Capacitación	60
Conclusiones	63
Recomendaciones	64
Bibliografía	66
ANEXOS	69

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Cadena de valor de Porter	13
Estructura Organizacional Banco del Pacífico	23
Localidades, agencias nivel Nacional Banco del Pacífico	26
Competencia del Banco del Pacífico	26
Gráfico 1	41
Gráfico 2	42
Gráfico 3	43
Gráfico 4	44
Gráfico 5	45
Gráfico 6	46
Gráfico 7	47
Gráfico 8	48
Gráfico 9	49
Gráfico 10	50
Gráfico 11	51
Gráfico 12	52
Gráfico 13	53
Gráfico 14	54
Gráfico 15	55

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Tipología de investigación	33
Tabla 2 Plaza para intervenir	35
Tabla 3 Selección de usuarios	36
Tabla 4 Técnicas e instrumentos	36
Tabla 5	41
Tabla 6	42
Tabla 7	43
Tabla 8	44
Tabla 9	45
Tabla 10	46
Tabla 11	47
Tabla 12	48
Tabla 13	49
Tabla 14	50
Tabla 15	51
Tabla 16	52
Tabla 17	53
Tabla 18	54
Tabla 19	55

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema del contexto

Brindar un servicio de calidad es la base de toda estrategia empleada en las empresas y el éxito de estas dependerá de cómo el cliente percibe o recibe dicho servicio, tal es el caso de los bancos en los cuales el cliente tiene su dinero almacenado y la confianza que estarán bien respaldados.

Las instituciones financieras tienen como elemento principal el usuario, persona que utiliza los servicios brindados, que regularmente se brindan en las ventanillas del área de cajas, que constituyen el primer contacto que tiene el cliente hacia el banco.

El Banco del Pacífico inicio su sueño de convertirse en el banco innovador, abriendo sus puertas con un capital de 40 millones de sucres, moneda originaria del Ecuador. Aportado o auxiliado por accionistas de las provincias de costa y sierra del Ecuador. En aquellos tiempos, la institución financiera tenía pocos colaboradores, menos de 50. Desde sus inicios su filosofía siempre es y será de brindar un mayor acceso al crédito a todos los sectores de la economía ecuatoriana, sin discriminar al usuario por su posición social, incluidos artesanos y microempresarios y transformar en el desarrollo o crecimiento del país, el Banco del Pacífico revolucionó el sistema financiero desde sus inicios en el territorio ecuatoriano.

Uno de los más grandes problemas que afronta el Banco del Pacífico es el servicio que otorgan al cliente cuando llegan a la ventanilla para ser atendido. Aquello no solo afecta a su cliente externo también a su cliente interno que son los colaboradores de la institución.

Situación conflicto

El Banco del Pacífico en el año 2012, se encontraba en tercer lugar en el Ranking Merco Ecuador de Marcas Financieras, por un problema muy común para todo banco, mientras más clientes consigue, la calidad de atención comienza a decaer, a casusa de las temibles colas y el largo periodo de espera por el cual atraviesan sus clientes, convirtiéndose en la peor pesadilla para los mismos y tal vez uno de los mayores retos de la organización financiera. (Calificaciones a los bancos del Ecuador, 2013)

Las largas filas que se registran en los bancos no solamente molestan a quienes se ven obligados a ir mensualmente a una institución financiera a pagar los recibos de agua, electricidad, teléfono, créditos educativos, pagos municipales, tramites personales, como es el caso de los mensajeros de cada empresa, sino también a los clientes regulares de estas entidades, que cada vez tienen que dedicar más tiempo para hacer una diligencia personal en su banco.

Cada día se convierte un reto para el banco en buscar una alternativa de solución que contribuya a disminuir los reclamos que se obtiene en ventanilla por la atención brindada de los cajeros hacia los clientes.

También se ha podido observar que la atención que brinda el personal de caja se caracteriza por ser rutinario y algunas veces no existe la empatía para solucionar los problemas de cada cliente, que cuando llega a la ventanilla lleva mucho tiempo en fila y no recibe un servicio de calidad, esto contribuye a la insatisfacción e incrementa las quejas.

Delimitación del problema

Campo : Administración

Área : Cliente

Aspectos: Proceso, atención, insatisfacción, clientes

Ciudad : Guayaquil

Año : 2018

Formulación del problema

¿Cómo contribuir a mejorar el proceso de atención al cliente para garantizar la satisfacción del usuario de la matriz Banco del Pacífico, de la ciudad de Guayaquil, periodo 2018?

Variables de la investigación

- Variable independiente: Proceso de atención al cliente
- Variable dependiente: Satisfacción del usuario

Objetivo de la investigación

Objetivo general

Elaborar un plan de mejoras al proceso de atención al cliente para garantizar la satisfacción del usuario de la matriz del banco del Pacífico.

Objetivos específicos

- Fundamentar desde la teoría de la administración el proceso de atención al cliente y su relación con la satisfacción.
- Diagnosticar el estudio actual del proceso de atención del cliente de la matriz del Banco del Pacífico.
- Diseñar un plan de mejoras al proceso de atención al cliente en la matriz Banco del Pacífico.

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Los beneficiarios directamente serán los clientes, mejorando la calidad de atención, y la rapidez de movimiento en las filas en los días más preocupantes del mes, una buena atención y una rapidez en la misma logrará crear momentos mejores de satisfacción en la experiencia del cliente.

La importancia de elaborar el proyecto es que no solo ganará el cliente, ganaran también los colaboradores de la institución financiera, por este motivo habrá menos reclamos, menos disgusto, disminuirémos las quejas en ventanilla, los maltratos con nuestros colaboradores, las opiniones de

los clientes serán mucho más positivas al preguntar sobre nuestra atención, veremos ese resultado en las encuestas de calidad.

La propuesta de un plan de mejora será para lograr una excelente calidad y rapidez de servicio al cliente es por tanto una consecuencia de estrategia una básica.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Fundamentos Teóricos

Antecedentes históricos

El primer banco fundado en el Ecuador fue el Particular de Manuel Antonio de Luzarraga (1859 entre 1860), establecido en Guayaquil. Estuvo facultado a emitir “billetes de banco” (el PESO “feble” de 8 reales era la unidad monetaria) con respaldo en metales preciosos (sistema bimetálico). El banco también debía otorgar créditos a los gobiernos. (Paz & Cepeda, 2001)

A pasos pequeños pero seguros y con el crecimiento del país, la banca ecuatoriana también se desarrollaba y se concentró especialmente en la ciudad de Guayaquil (la costa del Ecuador).

Los bancos más distinguidos o reconocidos según su actual solvencia en el Ecuador son: el Banco Pichincha, Banco Guayaquil, Banco del Pacífico, Produbanco, Banco Internacional, Citibank y Banco Bolivariano. (Wikipedia, 2018)

Sr. Marcel J. Laniado de Wind, el fundador del Banco del Pacífico, quien se preparó o estudio Agronomía en el prestigioso y reconocido Instituto Zamorano, en Honduras. Posteriormente, el ejecutivo se desempeñó como Ministro de Agricultura durante el período presidencial de León Febres Cordero.

Con su siempre filosofía desde los inicios de la institución, de brindar mayor acceso al crédito a todos los sectores de la economía ecuatoriana, también se ganó la reputación del primer banco innovador, al desarrollar e iniciar con productos de banca electrónica como: Orden de Cobros y Pagos, que

permiten realizar transacciones personales y corporativas desde el hogar y oficinas las 24 horas del día, durante los 365 días del año.

Uno de los banqueros ecuatorianos con mayor responsabilidad y conciencia social fue Marcel Laniado en la época de 1998, aquel mismo año, recibía tratamiento médico en el Hospital Anderson de Houston (Texas), lamentablemente no resistió y falleció con la edad de 71 años. (Universo, 1998)

Un año después de la muerte del fundador, el banco pasó una terrible situación, que no solo gestiona un mal momento a su cliente interno, sus clientes externos fueron los más preocupados por la situación que se enfrentó aquel momento más crítico en su historia. En el año de 1999 la crisis financiera colocó a la institución al borde de la quiebra. Sin embargo, la aparición de un nuevo accionista con su ayuda, la fidelidad de los clientes y el manejo prudente y profesional de su administración permitieron su recuperación en tiempo récord y el relanzamiento comercial de la entidad financiera con una imagen renovada, moderna e innovadora.

La institución se inclina y se desarrolla en una estrategia que se caracteriza en el crecimiento de todas las secciones de la economía del país, con productos y servicios que atiendan las necesidades de los clientes y cumplir su satisfacción. La función principal es de su administración, se debe encontrar, buscar, desarrollar e innovar procesos más eficientes, a menores costos, no gastar en recursos innecesarios, y aquellos que sea de impacto directo a la institución financiera y a los usuarios.

Desde sus comienzos, la filosofía del Banco del Pacífico ha estado dirigida a promover y otorgar el desarrollo al país y ofrecer bienestar y brindar confianza a sus clientes.

Su orgullo es haber contribuido a la modernización e innovación de la banca ecuatoriana, destruyendo poco a poco conceptos tradicionales que teníamos en la banca ecuatoriana. Los métodos de esta tarea han sido la innovación tecnológica, una mayor apertura, un mayor conocimiento y

estudio democrático al crédito, la incorporación de la mujer a la fuerza laboral del sector financiero para su colaboración en la institución, y la introducción de prácticas de responsabilidad social empresarial, como ejemplo el Programa de Desarrollo de la Comunidad. Este programa brindaba aproximación al crédito, capacitación financiera y asesoría al microempresario de las zonas urbanas marginales de todo el país.

Como en sus primeros años, la visión estratégica del Banco del Pacífico incluye convertirse en el principal apoyo del desarrollo o crecimiento productivo del país, con una extensa red de puntos y canales que le permitirán atender a un mayor número de usuarios, en todas las provincias y en los sectores más lejanos del país, con la mejor calidad de servicio del sector y la práctica de programas diferenciadores de responsabilidad social que sean sustentables para la sociedad. (Banco Del Pacífico, BDP, 2018)

Antecedentes referenciales

Tema: Diseño de la estrategia operativa para la implementación de un nuevo sistema de filas para las oficinas del Banco Davivienda y de un sistema de evaluación y control de la operación de sus subdirectores y cajeros.

Un problema desarrollado por medio de la teoría de colas se basa en describir la llegada o la partida (o servicio) por distribuciones de probabilidad apropiadas. De esta forma, se derivan las características operativas del problema como el tiempo en espera en fila, porcentaje de tiempo desocupado por servicio, etc. Así, mediante el análisis de los resultados arrojados, se pueden tomar decisiones referentes a la operación del sistema y ajustarlos para un efectivo servicio para el cliente y el servidor.

Cabe aclarar que la teoría de colas no es una técnica de optimización, es una herramienta basada en las matemáticas para aproximar un problema real a un modelo y de esta forma obtener información acerca de un sistema.

Cuando llegan los clientes a solicitar el servicio, y el tiempo de servicio es mayor al tiempo de llegada de la población se crean las colas o filas, las

cuales se pueden definir en una selección para finalmente atender al cliente y terminar el proceso. (Bautista & Carvajal, 2014)

La estrategia de implementación de un nuevo sistema de filas en las oficinas, se deben tener en cuenta las políticas, normas y limitaciones definidas por el Banco del Pacífico. A raíz de esta situación se creó el modelo de fila rápida en asesoría que se llevó a cabo por el área de Innovación de la institución financiera, implementación que limitaba las funciones de los cajeros para que se dedicaran completamente a gestionar los procesos del área de cajas, y las consultas que tuvieran los clientes y cuyo desempeño se evaluaría mensualmente.

Diferencia con el tema que es llevado, el proyecto se basa en la experiencia del cliente desde que entra en la institución financiera, hasta que salga. Cuando llega a la ventanilla le brindaremos una mejor calidad de servicio y rapidez con la gestión de filas rápidas en días preocupantes del mes, con un plan estratégico.

Incluyendo políticas de calidad que ha mantenido la Institución Financiera.

En Banco del Pacífico están involucrado y comprometemos en el desarrollo del Ecuador en todos los sentidos, con una responsabilidad social, mediante innovación digital y un modelo de negocio que forme y gestione una oferta oportuna y competitiva de productos, servicios financieros de excelente calidad, el compromiso ético incluyendo los valores, la excelencia operacional, el mejoramiento continuo cada día de los colaboradores, el recurso humano capaz y motivado, el cumplimiento de los requisitos legales y reglamentarios, creando valor para nuestros clientes, colaboradores, accionistas, proveedores y la sociedad.

Objetivos de la Calidad (Banco Del Pacífico, BDP, 2018):

- Ser pioneros en ideas Innovadoras.
- Otorgar o brindar Calidad de Servicio.
- Obtener Eficiencia Financiera.

- Evaluar el desempeño de los proveedores calificados.
- Contribuir responsablemente con la sociedad.
- Mantener al personal capacitado, motivado y comprometido.

Ser los iniciadores en los Objetivos de la Calidad.

Norma ISO 9001 Sistema de Gestión de Calidad SGC.

Antecedentes teóricos

Aspectos generales de la Administración

La administración es una técnica que consiste en la planificación, estrategia u organización del total de los recursos con los que cuenta un ente, organismo, sociedad con el objetivo de extraer de ellos el máximo de beneficios posible según los fines deseados.

El término “*administración*” proviene del latín, y es la conjunción del prefijo “ad” que significa “hacia” o “dirección” y el sufijo “minister” el cual significa “al servicio de” u “obediencia”, en fin, se refiere a la prestación de un servicio a otro particular o para algún ente.

Básicamente, podemos decir que se basa en el precepto que afirma que una correcta administración de los recursos aprovecha al máximo las posibilidades de lograr un mejor resultado. (Raffino, 2019)

La administración es un órgano social específicamente encargado de hacer que los recursos sean productivos, refleja el espíritu esencial de la era moderna, es indispensable y esto explica por qué una vez creada creció con tanta rapidez y tan poca oposición (Koontz, 2015).

La administración busca el logro de objetivos a través de las personas, mediante técnicas dentro de una organización. Ella es el subsistema clave dentro de un sistema organizacional. Comprende a toda organización y es fuerza vital que enlaza todos los demás subsistemas.

Objetivos se basan en alcanzar en forma eficiente y eficaz los objetivos de un organismo social.

Eficacia. Cuando la empresa alcanza sus metas.

Eficiencia. Cuando logra sus objetivos con el mínimo de sus recursos.

Es permitirle a la empresa tener una perspectiva más amplia del medio en el cual se desarrolla.

Hay que asegurar que la empresa produzca o preste sus servicios.

Dentro de la administración se puede encontrar o disponer lo siguiente: Coordinación de recursos humanos, materiales y financieros para el logro efectivo y eficiente de los objetivos organizacionales. Relación de la organización con su ambiente externo y respuestas a las necesidades de la sociedad. (Murillo, 2012)

Desempeño de ciertas funciones específicas como determinar objetivos, planear, asignar recursos, instrumentar, etc.

Desempeño de varios roles interpersonales, de información y decisión. Las organizaciones y los individuos continuamente toman decisiones adaptativas con objeto de mantener en equilibrio dinámico con su medio. Para el proceso de toma de decisiones el flujo de información es esencial. (Murillo, 2012)

Dicho proceso implica el conocimiento de pasado, estimaciones a futuro y la retroalimentación periódica relacionada con la actividad actual. La tarea de la administración es instrumentar este sistema de información decisión para coordinar los esfuerzos y mantener en equilibrio dinámico. (Murillo, 2012)

Servicio al cliente

Un servicio es un conjunto de actividad destacada en la economía que buscan satisfacer las necesidades de un cliente. Los servicios incluyen una

diversidad de actividades que se pueden planificar desempeñadas por un gran número de personas que trabajan para el estado (servicios públicos) o para empresas particulares (servicios privados); entre estos pueden señalarse los servicios de electricidad, agua potable, limpieza, correo transporte, educación, cibercafés, financieros etc. Se define un marco donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de estas. Es el equivalente no material de un bien. (Wikipedia, 2014)

Son muchos los autores que han definido lo que es servicio y otros han trabajado específicamente en servicio al cliente, entre ellos:

Serna (2006) define que:

El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa (p.19).

El servicio al cliente es aquello que incluye la atención al cliente, el servicio de la empresa, en pocas palabras podemos decir que el servicio de atención al cliente es el valor agregado, el plus que la empresa debe tener hacia sus usuarios, la empresa tiene modelos de seguimientos, protocolos o herramientas para seguir con este gran paso que es la diferenciación hacia las otras empresas y como resultado de aquellas herramientas o valor agregado se denota en las encuestas hacia los clientes.

En relación con este punto, Gómez (2006) afirma que: Entre las características más comunes se encuentran las siguientes:

- Es Intangible, no se puede percibir con los sentidos.
- Es Perecedero, Se produce y consume instantáneamente.
- Es Continuo, quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.

- Es Integral, todos los colaboradores forman parte de ella.
- La Oferta del servicio, prometer y cumplir.
- El Foco del servicio, satisfacción plena del cliente.
- El Valor agregado, plus al producto. (p. 19)

El servicio de atención al cliente, o simplemente servicio al cliente, es el que ofrece una empresa para relacionarse con sus clientes. Es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece la empresa con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. Se trata de una herramienta de mercadeo que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada, para ello se deben seguir ciertas políticas institucionales. (Wikipedia, 2014)

Satisfacción del cliente

En economía el concepto cliente, permite referirse a la persona que accede a un producto o servicio a partir de un pago. Existen clientes que constantes, que acceden a dicho bien de forma asidua, u ocasionales, aquellos que lo hacen en un determinado momento, por una necesidad puntual. (Gardey & Pérez, 2009)

En este contexto, el término es utilizado como sinónimo de comprador (la persona que compra el producto), usuario (la persona que usa el servicio) o consumidor (quien consume un producto o servicio). (Gardey & Pérez, 2009)

En la antigua Roma se conocía como cliente a esa persona que dependía de un mecenas o benefactor. De este modo, un individuo que no podía alcanzar la ciudadanía de forma legal tenía una especie de protección. (Gardey & Pérez, 2009)

Por otro lado, existen los clientes satisfechos o clientes insatisfechos, de acuerdo con el tipo de resultado que haya tenido el intercambio comercial. Los clientes tienen necesidades que la empresa o el vendedor debe satisfacer. Estas necesidades generan en el individuo una serie de expectativas con respecto al producto o servicio. Si dichas expectativas son frustradas, es decir si las necesidades no son satisfechas, es muy probable que el cliente deje de comprar en aquel sitio o, más específicamente, el producto en cuestión.

Este principio básico de la mercadotecnia dio lugar al famoso postulado que señala que “el cliente siempre tiene razón”. La empresa, por lo tanto, debe centrar sus esfuerzos en la satisfacción del cliente, ya que un cliente satisfecho seguirá comprando y gastando su dinero en la empresa. (Gardey & Pérez, 2009)

De acuerdo con Hunt (1977) la satisfacción del cliente es una evaluación que analiza si una experiencia de consumo es al menos tan buena como se esperaba, es decir, si se alcanzan o superan las expectativas y se presenta en el gráfico:

Cadena de valor de Porter



Fuente: <https://www.webyempresas.com/la-cadena-de-valor-de-michael-porter/>

Este modelo nos guía para poder ofrecer o lograr la satisfacción y lealtad del cliente externo, es necesario incluir una buena calidad en el servicio interno para crear esa satisfacción, retención y mejorar la productividad del empleado.

La cadena de valor de Porter es una herramienta de gestión desarrollada por el profesor e investigador Michael Porter, que permite realizar un análisis interno de una empresa, a través de su desagregación o separación en sus principales actividades generadoras de valor.

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Constitución Política del Ecuador

Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

1. Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.
2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los frutos del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno, estable.
3. Fomentar la participación y el control social, con reconocimiento de las diversas identidades y promoción de su representación equitativa, en todas las fases de la gestión del poder público.
4. Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural.
5. Garantizar la soberanía nacional, promover la integración latinoamericana e impulsar una inserción estratégica en el contexto internacional, que contribuya a la paz y a un sistema democrático y equitativo mundial.

6. Promover un ordenamiento territorial equilibrado y equitativo que integre y articule las actividades socioculturales, administrativas, económicas y de gestión, y que coadyuve a la unidad del Estado.
7. Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural.

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivara aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentaré la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 333.- Se reconoce como labor productiva el trabajo no remunerado de auto sustento y cuidado humano que se realiza en los hogares.

El Estado promoverá un régimen laboral que funcione en armonía con las Necesidades del cuidado humano, que facilite servicios, infraestructura y horarios de trabajo adecuados; de manera especial, proveerá servicios de cuidado infantil, de atención a las personas con discapacidad y otros necesarios para que las personas trabajadoras puedan desempeñar sus actividades laborales; e impulsará la corresponsabilidad y reciprocidad de hombres y mujeres en el trabajo doméstico y en las obligaciones familiares.

La protección de la seguridad social se extenderá de manera progresiva a las personas que tengan a su cargo el trabajo familiar no remunerado en el hogar, conforme a las condiciones generales del sistema y la ley.

Art. 334.- El Estado promoverá el acceso equitativo a los factores de

Producción, para lo cual le corresponderá:

1. Evitar la concentración o acaparamiento de factores y recursos productivos, promover su redistribución y eliminar privilegios o desigualdades en el acceso a ellos.
2. Desarrollar políticas específicas para erradicar la desigualdad y discriminación hacia las mujeres productoras, en el acceso a los factores de producción.
3. Impulsar y apoyar el desarrollo y la difusión de conocimientos y tecnologías orientados a los procesos de producción.
4. Desarrollar políticas de fomento a la producción nacional en todos los sectores, en especial para garantizar la soberanía alimentaria y la soberanía energética, generar empleo y valor agregado.
5. Promover los servicios financieros públicos y la democratización del crédito.

Plan de Desarrollo “Toda una vida” 2017-2021

El Plan Desarrollo “Toda una vida” 2017-2021 está pensado como el instrumento de diálogo social y político, en el que la planificación para el desarrollo es vista como el espacio para lograr los grandes acuerdos nacionales.

El Programa de Gobierno es garantizar los derechos de los ciudadanos. Las políticas públicas, la programación y ejecución de los presupuestos, así como la priorización de la inversión pública están sujetas al Plan Desarrollo “Toda una vida”.

Es un Plan para todos y de todos, que está orientado por un enfoque de derechos y se articula con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas Políticas y lineamientos estratégicos.

Promover el trabajo juvenil en condiciones dignas y emancipadoras que potencie sus capacidades y conocimientos.

Fortalecer los programas enfocados en la incorporación de jóvenes al mercado laboral, ya sea a través de un primer empleo o de forma remunerada, a través de pasantías, las mismas que requieren de validación como experiencia profesional.

Profundizar el conocimiento emancipador, como fuente de innovación y desarrollo de formas de producción alternativas que generen trabajos con valor agregado.

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

Capítulo II Derechos Y Obligaciones De Los Consumidores Art. 4.- Derechos Del Consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes: Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos.

Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad.

Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad.

Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar.

Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo

referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida.

Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales.

Art. 5.- Obligaciones del Consumidor. - Son obligaciones de los consumidores:

Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios.

Preocuparse de no afectar el medio ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido.

(Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. SENPLADES, 2018).

Variables de la Investigación

Variable independiente: Proceso de atención al cliente

El servicio de atención al cliente, o simplemente servicio al cliente, es el que ofrece una empresa para relacionarse con sus clientes. El valor agregado, el plus con las herramientas que desee la empresa para intervenir con el cliente, es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece la empresa con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.(Wikipedia, 2014)

Variable dependiente: Satisfacción del usuario

Existen los clientes satisfechos o clientes insatisfechos, de acuerdo con el tipo de resultado que haya tenido el intercambio comercial, estos tienen necesidades que la empresa o el vendedor debe satisfacer. Estas necesidades generan en el individuo una serie de expectativas con respecto al producto o servicio. Si dichas expectativas son frustradas, es decir si las necesidades no son satisfechas, es muy probable que el cliente quede insatisfecho. (Gardey y Pérez, 2009)

DEFINICIONES CONCEPTUALES

Proceso: Es una agrupación o encadenamiento de fenómenos u ocurrencias, asociados al ser humano o a la naturaleza, que se desarrollan o crecen en un periodo de tiempo finito o infinito. (Significados.com, 2018)

Banco Central: Institución oficial encargada del manejo nacional de la liquidez y los medios de pago en una economía. En el Ecuador, debido al proceso de dolarización. (Superintendencia, 2019)

Calidad de servicio: Es el cumplimiento de los compromisos ofrecidos por las empresas hacia los clientes, medidos en el tiempo esperado por el cliente y calidad condicionadas pactadas. (Quijano, 2004)

Eficiencia: Es el logro de las metas con la menor cantidad de recursos. (Harold y Weihrich, 2004, p. 14)

Eficacia: se define como "hacer las cosas correctas", es decir; las actividades de trabajo con las que la organización alcanza sus objetivos. (Stephen y Coulter, 2005, p. 8)

Planificación: "El proceso de establecer metas y elegir medios para alcanzar dichas metas". (Stoner, 1996)

Organización: El Diccionario de la Real Academia Española, en una de sus definiciones, menciona que la organización es una "asociación de personas regulada por un conjunto de normas en función de determinados fines". (Real Academia Española, 2007)

Estrategia Operativa: Es el proceso a través del cual una organización formula objetivos, y está dirigido a la obtención de estos. Es el medio, la vía, es el cómo para la obtención de los objetivos de la organización. (K. J. Halten: 1987)

Solvencia: Tradicionalmente se ha definido a la Solvencia como la capacidad que tiene una empresa para afrontar sus deudas a corto. (Diaz, 2019)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Presentación de la empresa

Breve reseña del Banco del Pacífico

El Banco del Pacífico fue fundado el 10 de abril de 1972 por Marcel J. Laniado de Wind, quien había estudiado Agronomía en el prestigioso Instituto Zamorano, en Honduras. Él también estuvo al mando de la Sociedad Agrícola Los Álamos y fue uno de los fundadores del Banco de Machala. Posteriormente, el ejecutivo se desempeñó como Ministro de Agricultura durante el período presidencial de León Febres Cordero.

El banco abrió sus puertas con un capital de 40 millones de sucres, aportado por 447 accionistas de Guayaquil, Quito, Cuenca, Machala, Manta y Babahoyo. En aquel momento, la institución tenía 43 empleados. En 2010 cuenta con 1790, los cuales están distribuidos en más de 120 oficinas.

Con su particular filosofía de brindar mayor acceso al crédito a todos los sectores de la economía, incluidos artesanos y microempresarios y convertirse en catalizador del desarrollo del país, el Pacífico revolucionó el sistema financiero desde el comienzo.

También se ganó la reputación de innovador al desarrollar productos de banca electrónica como Audiomático, Telebán, Intermático, Orden de Cobros y Pagos, que permiten realizar transacciones personales y corporativas desde la casa y oficina las 24 horas del día, durante todo el año.

En 1998, Marcel Laniado de Wind era considerado uno de los banqueros ecuatorianos con mayor conciencia social. Sin embargo, ese mismo año,

Laniado falleció mientras recibía tratamiento médico en el Hospital Anderson de Houston (Texas). Tenía 71 años.

Un año después, el banco enfrentó el momento más crítico en su historia. La crisis financiera de 1999 colocó a la institución al borde de la quiebra. No obstante, la aparición de un nuevo accionista, la fidelidad de los clientes y el manejo prudente y profesional de su administración permitieron su recuperación en tiempo récord y el relanzamiento comercial de la entidad con una imagen renovada y moderna.

La institución se apega a una estrategia que consiste en el crecimiento de todos los segmentos de la economía, con productos y servicios que atiendan las necesidades de los clientes. El mandato de su administración es encontrar procesos más eficientes, a menores costos, y de impacto directo.

Actualmente, el Banco del Pacífico persigue agilizar las transacciones, pero, al mismo tiempo, ofrecer soluciones crediticias y de servicio a sus clientes. Todo dentro de un esquema de eficiencia y rentabilidad.

En banca de personas, además de ofrecer servicios pioneros como Audiomático e Intermático, el Pacífico se ha destacado por revolucionar – desde 2004- el mercado de hipotecas. Esto lo ha logrado al disminuir las tasas de interés para créditos de vivienda, con productos como Hipoteca 10, 9 y 8. En el segmento empresarial, el banco ha desarrollado el producto Orden de Cobros y Pagos (OCP).

Este sistema, de cash management, permite a las empresas el manejo eficiente de sus cuentas por cobrar (con clientes) y de las cuentas por pagar (con proveedores, empleados, transportistas, contratistas y accionistas), a través de información enviada al banco, vía Internet, sin el riesgo que supone el transporte de valores.

En el mediano plazo, el banco tiene planes para incursionar en nuevos segmentos, como el microcrédito, en sus rangos altos. Además, busca aumentar y reforzar los canales de distribución, mediante la

implementación de una nueva red de puntos de atención en establecimientos comerciales y una importante penetración en los segmentos de la población que aún no tienen acceso a la banca, a través de medios electrónicos.

Desde sus inicios, la filosofía del Banco del Pacífico ha estado orientada a promover el desarrollo del país y ofrecer bienestar a sus clientes.

Su orgullo es haber contribuido a la modernización de la banca ecuatoriana, rompiendo conceptos tradicionales. Los ejes de esta tarea han sido la innovación tecnológica, una mayor apertura democrática al crédito, la incorporación de la mujer a la fuerza laboral del sector, y la introducción de prácticas de responsabilidad social empresarial, como por ejemplo el Programa de Desarrollo de la Comunidad. Este programa brindaba accesos a crédito, capacitación financiera y asesoría al microempresario de las zonas urbanas marginales de todo el país.

Como en sus primeros años, la visión estratégica del Banco del Pacífico incluye convertirse en el principal apoyo del desarrollo productivo del país, con una amplia red de puntos y canales que le permitirán atender a un mayor número de clientes, en todas las provincias, con la mejor calidad de servicio del sector y la práctica de programas diferenciadores de responsabilidad social que sean sustentables.

Nuestra Visión

“Ser el banco líder o pionero en innovación y satisfacción de las necesidades de nuestros clientes, a través de la entrega ágil y oportuna de productos y servicios financieros de calidad.”

Nuestra Misión

“Contribuir al desarrollo del país con responsabilidad social, generando valor para nuestros clientes, accionista, colaboradores y la comunidad, mediante la oferta oportuna y competitiva de servicios financieros de calidad, sobre la base de prácticas éticas y eficiencia operacional.”

Nuestros Valores

- Integridad
- Respeto
- Transparencia
- Compromiso
- Trabajo en Equipo
- Reconocimiento a las Personas
- Vocación en el Servicio



Estructura Organizacional Banco del Pacífico

(Banco Del Pacífico, BDP, 2018)

Servicios que brinda el banco

- **Transferencia automática de fondos**

Evita sobregiros o protestos de cheque con las transferencias automáticas de dinero.

- **Pago de servicios con débito a cuenta**

Paga puntualmente tus consumos con débito automático a tu cuenta corriente o ahorros.

- **Solicitud de orden de no pago**

Orden de no pago para cheques extraviados.

- **Orden permanente de pago (OPP)**

Pago con débito automático a tu cuenta corriente o de ahorros.

- **Orden de pago móvil**

Envía dinero a cualquier persona a nivel nacional para ser retirado por medio del Cajero Bancomático.

- **Remesas Pacífico**

Tu Banco Banco te facilita el envío y recepción de remesas.

- **Negociación de divisas**

Ofrecemos un tipo de cambio competitivo y atención personalizada para la compra y venta de divisas.

- **Casilleros de seguridad**

Recibe tus estados de cuenta, notas de crédito, cheques devueltos estados de cuenta de tarjeta PacifiCard y cualquier comunicación del Banco.

- **Pacific ID**

Genera claves transaccionales desde tu smartphone y utilízalas para las transacciones en tu Banca Virtual Intermático o Banca Virtual Movilmático.

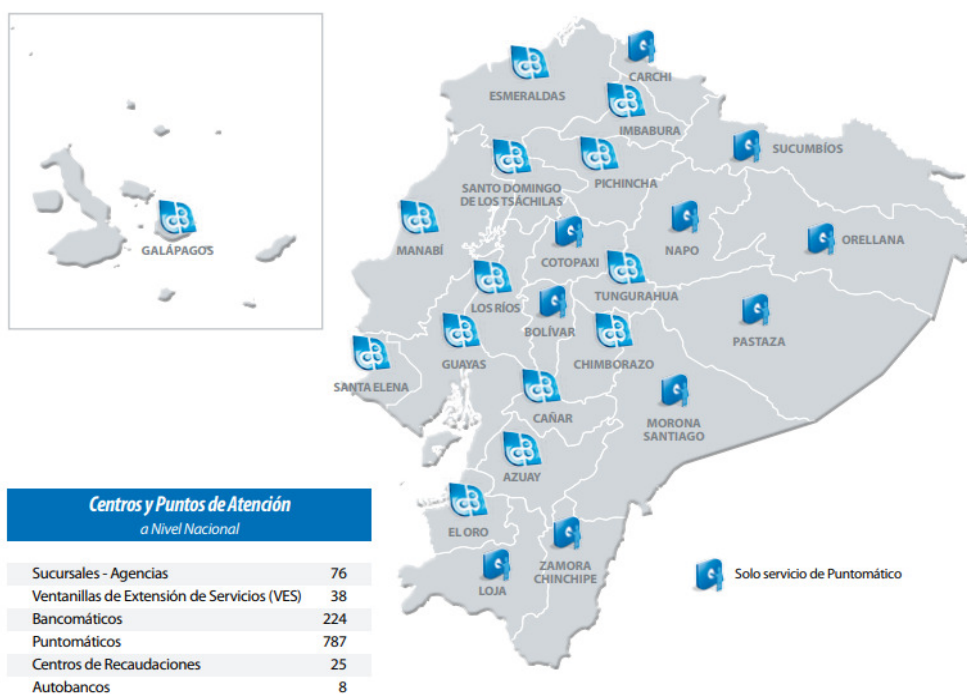
- **Banca telefónica 373-1500**

Llámanos y disfruta de nuestro autoservicio para realizar tus transacciones sin costo. Y si necesitas ayuda, un asesor te guiará.

Sucursales del Banco del Pacifico

La institución financiera tiene en Guayaquil y en todas las provincias del Ecuador un estimado de más de 30 agencias.

Localidades, agencias nivel Nacional Banco del Pacífico



(Banco Del Pacífico, BDP, 2018)

Sus competidores del Banco del Pacifico

Según estadísticas recientes de la Superintendencia de Bancos, los 7 bancos más grandes del país concentran alrededor del 87% de los activos de todo el sistema bancario nacional, que incluye actualmente a 23 entidades bancarias.

Competencia del Banco del Pacífico

Cifras de los bancos con mayores activos



De **23** entidades bancarias controladas por la Superintendencia de Bancos, 7 son las que tienen los activos más altos del sistema.



**** 29,818,758** suman estas entidades.



El total del sistema bancario ecuatoriano es **** 34,042,499.42**



** Cifras en miles de millones de dólares

* Cifras en millones de dólares

Fuente: Boletín mensual de la Superintendencia de Bancos 2016 / Gráfico: EL TELÉGRAFO / infografia@telegrafo.com.ec

Noticia ha sido publicada originalmente por Diario EL TELÉGRAFO.

La Institución financiera se encuentra en segundo lugar, su principal competencia es el Banco Pichincha en activos, pasivo y patrimonios eso interfiere que entre más activos el índice de clientes aumenta por el numero de agencia que tiene a su disposición.

Modalidad de la Investigación

El tipo de investigación que se debe elegir y es preciso tomar en cuenta cual vamos a realizar antes de todo, ya que existen o tenemos muchas estrategias para su procedimiento metodológico. Esto menciona el tipo de estudio que se llevará a cabo con la finalidad de recoger los fundamentos necesarios de la investigación para cliente interno y cliente externo. Por tal razón, la actual investigación, se enfocó dentro de la modalidad de proyecto factible, que se debe desarrollar en el área de caja, principal observación, la ventanilla.

La particularidad del proyecto factible consiste en la investigación, elaboración, creación y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viables, aceptable para todos, como cliente y colaboradores, sustentable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de la organización o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos (Carazo & Cristina, 2006).

La investigación de campo es el análisis sistemático de problemas o desafíos en la realidad con el propósito de una mejora continua, bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos de su ocurrencia, haciendo uso de métodos o procedimientos de manera que las características de

cualquier paradigma o enfoques de investigaciones conocidas o en desarrollo.

El presente estudio aplica una investigación de campo, tipo descriptivo y documental. Esto explica, que el diseño de investigación constituye el plan general a seguir por el investigador, para obtener respuestas a sus interrogantes en este caso será en el área de caja, específicamente en ventanilla en la atención que recibe directamente con el cliente.

El diseño de investigación se inclina en las estrategias básicas que el investigador acoge y aplica, para generar información exacta e interpretable. Arias (1999), define el diseño de la investigación como “la estrategia que adopta el investigador para responder al problema planteado” (p.30).

Método de investigación

La metodología constituye la vía más accesible para interpretar un hecho o fenómeno y resolver un problema de estudio, sobre todo permite conocer con claridad la realidad para describirla o transformar (Sanabria, 2008).

La metodología se ocupa de la parte operativa del proceso del conocimiento, a ella corresponden: la técnica, métodos, estrategias y actividades como herramienta que intervienen en una investigación. (Sanabria, 2008)

El término metodología se define o se lleva a cabo como un grupo o conjunto de mecanismos o procedimientos racionales, empleados para el logro de un objetivo.

Proyecto factible

- Proyecto deriva del latín, en concreto de “proiectus” que, a su vez, emana del verbo “proicere”.

- Factible, por otro lado, es fruto de la evolución de la palabra latina “factibilis”, que se puede traducir como “se puede hacer”. Hay que resaltar que es el resultado de sumar el sustantivo “factum” (hecho) y el sufijo “ible”, que se emplea para indicar posibilidad.

Para la propuesta viable, el manual de la UPEL (2010) define al proyecto factible como “la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos. El proyecto debe tener apoyo en una investigación de tipo documental, de campo o un diseño que incluya ambas modalidades”. El concepto, según Jiménez, es amplio y ello permite seguridad de lo que se quiere hacer cuando se elabora el trabajo de grado bajo la modalidad. Mediante el proyecto factible se pretende darle solución a un problema, buscarle salida noble, mediante la utilización de los mejores recursos humanos, materiales y científicos.

Un proyecto se compone de diversas acciones e ideas que interrelacionan y se llevan a cabo de forma coordinada con el objetivo de alcanzar una meta. Factible, por su parte, es aquello que es susceptible de realización o concreción. (UPEL, 2010)

La noción de proyecto factible refiere a aquellas propuestas que, por sus características, pueden materializarse para brindar solución a determinados problemas. Esto quiere decir que los proyectos factibles son viables y permiten satisfacer una necesidad concreta, detectada tras un análisis. (UPEL, 2010)

Dentro del ámbito de la investigación, podemos establecer que estos son los pilares sobre los que se sustenta cualquier proyecto factible:

- Su finalidad no es otra que proponer una solución concreta a un problema práctico existente.
- Para poder desarrollarse, debe girar en torno a tres tipos de objetivos: procesos, actividades y de acción.
- El contenido de todo proyecto de ese tipo debe estar conformado por los siguientes puntos dentro de su estructura: planteamiento del problema, objetivos claramente expuestos, justificación, el marco de referencia en cuestión, el diagnóstico, la factibilidad, la propuesta en sí, las recomendaciones y las referencias utilizadas.

Un proyecto factible será aquel que, partiendo una base sólida surgida de la propia investigación, ofrezca una posible solución que pueda instrumentarse ya que, por sus características, resulta accesible.

Para el desarrollo de un proyecto factible, se necesita elaborar un diagnóstico de una cierta situación. Hecho esto, un sustento teórico permitirá plantear la propuesta a llevar a cabo. En este punto, también es necesario establecer qué recursos se necesitarán y qué metodología será empleada.

En concreto, a la hora de poder diseñar lo que es un proyecto factible hay que hacerlo por pasos, desarrollándolo, respondiendo a las siguientes preguntas:

1. ¿Qué hacer?
2. ¿Para qué llevarlo a cabo?
3. ¿Por qué es necesario acometerlo?
4. ¿Cómo hacerlo?
5. ¿Dónde realizarlo?
6. ¿Qué alcance tiene?
7. ¿Cuándo se hará?
8. ¿Quiénes lo acometerán?
9. ¿Qué recursos y medios se usarán?
10. ¿Qué sucederá después?

11. ¿Qué limitaciones tiene?

Por lo general, más allá de la factibilidad del proyecto en cuestión, también se analiza su viabilidad desde el punto de vista económico. Hay proyectos que pueden ser factibles técnicamente, pero no viables financieramente. (UPEL, 2010)

Tipo de investigación

Este tipo de investigación está enfocada a los modelos de investigación: bibliográfica, participativa, y de campo, descriptiva, exploratoria.

Existen muchos tipos de investigación y métodos para el estudio, y dependiendo de los fines que se persiguen o situaciones que se necesiten, los investigadores se decantan por un tipo de método u otro o la combinación de más de uno, para encontrar una mejora continua a la investigación, un resultado concreto a lo que estamos desarrollando.

Investigación bibliográfica

La primera etapa es la investigación bibliográfica para el proceso investigativo que proporciona o brinda el conocimiento de las investigaciones ya existentes, de un modo sistemático, desarrollando mediante una amplia búsqueda de información, conocimientos y técnicas sobre una cuestión determinada o situación. (Universidad de Palermo. UP, 2018).

Se fundamenta en la revisión sistemática y profunda del material de investigación y documental de cualquier clase.

Investigación participativa

Es un método de estudio y acción de tipo cualitativo que busca obtener resultados fiables y útiles para mejorar situaciones colectivas, basando la investigación en la participación de los propios colectivos a investigar. (Nistal, 2015)

Investigación de campo: Será aplicada desde el inicio de la selección del proyecto puesto que es importante para nosotros y la empresa acercar más a lo que los clientes desean y necesitan. Implica una combinación del método de observación de participante, entrevistas y análisis.

Estaremos donde el problema inicia para afirmar las necesidades internas y externas, seleccionar el tema de la presente investigación. (Hidalgo, 2005)

Investigación descriptiva: El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones o efectos, costumbres, actitudes y habilidades predominantes a través de la descripción exacta con cada detalle de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta o finalidad no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. (López , 2009).

La descripción nos ayuda a conocer las características externas del objeto de estudio, puede referirse a personas, hechos, procesos, relaciones naturales y sociales, deben realizarse en un tiempo y lugar determinado con el propósito de reunir argumentos fundamentales para identificar un problema específico. (López, 2009).

La descripción nos ayudará localizar cual es el problema en la ventilla con cliente interno y cliente externo en el campo del área de cajas.

Método de observación de participante

La observación participante, nos ayudara en conocer mejor lo que ocurre en el entrenamiento, en el lugar exacto de los hechos de investigación. Esta investigación nos ayudará muchísimo en el área de caja ya que estará los personajes más importante cliente interno y cliente externo. (Universidad de Granada, 2018)

Es un método interactivo, de importancia ya que recoge de información o datos que requiere una implicación del observador cliente interno en este caso en los acontecimientos o fenómenos que se está observando con el cliente externo. (Universidad de Granada, 2018)

Siendo la insatisfacción de los usuarios el principal problema que representa la matriz del Banco del Pacífico es importante llevar una investigación de campo apoyada con en la investigación experimental.

Tabla 1. Tipología de investigación

Investigación descriptiva	Investigación documental
<p>“Consiste en la caracterización, de un hecho, fenómeno, individuo o grupo con la finalidad de establecer su modelo o comportamiento sin establecer relaciones entre estas.”</p> <p>(Ary, Jacobs y Razavieh 1989 pág. 318)</p>	<p>“Se concreta únicamente en la recopilación de información en diversas fuentes. Indaga sobre un tema en documentos escritos u orales.”</p> <p>(Santa Paella & Feliberto Martins, 2010, pág. 90)</p>
Investigación exploratoria	Investigación de campo
<p>“Información general respecto a un fenómeno o problema poco conocido, incluyendo la identificación de posibles variables a estudiar en un futuro.”</p> <p>Hernández, R., Fernández. (2010). <i>Metodología de la investigación</i> (5ta ed.).</p>	<p>“La investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variables”.</p> <p>(Santa Paella y Feliberto Martins, 2010, pág. 88)</p>

Nota: Autora Romo Rolando, Emily (2018)

Población y muestra

Las estadísticas deben ser manejadas con mucha importancia en la investigación, de por sí no tienen sentido si no se consideran o se

relacionan dentro de la investigación a realizarse o con que se está trabajando. Es necesario entender los conceptos de población y de muestra para lograr comprender mejor su significado en la investigación educativa o social que se lleva a cabo.

Población. - es el conjunto o grupo de total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características o particularidades comunes observables en un lugar y en un momento determinado (PL, 2004).

Entre éstas tenemos:

Homogeneidad: Que todos los miembros o parte de estudio, de la población tengan las mismas características, singularidad, mismo modelo a seguir, en este caso los clientes internos y clientes externos. (Pineda, Alvarado y Canales, 1994)

Tiempo: Se describe al período de tiempo donde se ubicaría la población de interés o de estudio de la investigación. Determinar o analizar si el estudio es del momento presente o si se va a estudiar a una población de cinco años atrás o si se van a entrevistar personas de diferentes generaciones o edades. (Robledo, 2004)

Espacio: Se refiere al lugar donde se ubica la población de interés o de estudio. (Robledo, 2004)

Cantidad: Se menciona al tamaño o dimensión de la población. El tamaño de la población es sumamente importante porque ello nos muestra su afectación al tamaño de la muestra que se vaya a seleccionar para la investigación, además que la falta de recursos y tiempo también nos limita la extensión de la población que se vaya a estudiar. (Robledo, 2004)

Tamaño de la Población: Se llama tamaño de la población al número de individuos que la componen, siendo cada posible observación un individuo;

así pues, las poblaciones pueden ser finitas e infinitas. (Pineda, Alvarado y Canales, 1994)

Población Finita: Es aquella cuyos elementos en su totalidad son identificables por el investigador, por lo menos desde el punto de vista del conocimiento que se tiene sobre la cantidad total. Entonces, la población es finita cuando el investigador cuenta con el registro de todos los elementos que conforman la población en estudio. (Pineda, Alvarado y Canales, 1994)

Población Infinita: Es infinita si se incluye un gran conjunto de medidas y observaciones que no pueden alcanzarse en el conteo. (Pineda, Alvarado y Canales, 1994)

Tabla 2 Plaza para intervenir

Población	Cantidad
Clientes	50
Supervisor	5
Cajas	5
Total	60

Nota: Autora Romo Rolando, Emily (2018).

Trabajaremos con dos tipos de población, clientes, supervisores y cajeros.

Muestra

Es un conjunto de unidades, una porción del total, que representa la conducta del universo en su conjunto. Una muestra, en un sentido amplio, no es más que eso, una parte del todo que se llama universo o población y que sirve para representarlo. Un investigador realiza en ciencias sociales un experimento, una encuesta o cualquier tipo de estudio, trata de obtener conclusiones generales acerca de una población determinada (Pineda, Alvarado y Canales, 1994).

Según Pineda, Alvarado y Canales (1994) los tipos de muestras son los siguientes:

Aleatoria. - cuando se selecciona o se registra al azar y cada miembro o sujeto tiene igual oportunidad de ser incluido.

Estratificada. - se subdivide en subgrupos según las variables o características o modalidades que se pretenden investigar o estudiar. Cada uno del estrato se debe corresponder o afectar proporcionalmente a la población.

Sistemática. – establece o se marca un patrón o criterio al seleccionar o indicar la muestra de investigación.

Muestra

Tabla 3 Selección de usuarios

Población	Cantidad
Clientes	50
Supervisor	5
Cajas	5
Total	60

Nota: Autora Romo Rolando, Emily (2018).

Técnicas e instrumentos de investigación

Tabla 4 Técnicas e instrumentos

Técnica	Instrumento
Observación	Guía de observación
Encuesta	

	Cuestionario Guía de observación
--	----------------------------------

Nota: Autora Romo Rolando, Emily (2018).

La observación

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis, la observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación (Taylor y Bogdan 1984).

Pasos que debe tener la observación

- Determinar el objeto, situación, caso, circunstancia, etc. (Que se va a observar).
- Determinar los objetivos de la observación. (Para qué se va a observar).
- Determinar la manera o forma con que se van a registrar y detentar los datos.
- Observar cuidadosa y críticamente.
- Registrar los datos observados.
- Analizar e interpretar los datos.

La encuesta

La encuesta es una técnica o mecanismo destinada a obtener datos de varias personas, en este caso cliente interno y externo y cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Ese listado se denomina cuestionario (Stanton, Etzel y Walker, 2004).

Es impersonal porque el cuestionario no lleve el nombre ni otra identificación de la persona que lo responde, ya que no interesan esos datos.

Es una técnica que se puede aplicar a sectores más amplios del universo, de manera mucho más económica que mediante entrevistas.

Varios autores llaman cuestionario a la técnica misma. Los mismos u otros, unen en un mismo concepto a la entrevista y al cuestionario, denominándolo encuesta, debido a que en los dos casos se trata de obtener datos de personas que tienen alguna relación con el problema que es materia de investigación.

Según Stanton, Etzel y Walker (2004), una *encuesta* “consiste en reunir datos entrevistando a la gente” (p, 212).

Tipos de preguntas que pueden plantearse

El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación y, sobre todo, considerando el nivel de educación de las personas que se van a responder el cuestionario.

Clasificación de acuerdo con su forma:

- Preguntas abiertas
- Preguntas cerradas
- Preguntas dicotómicas
- Preguntas de selección múltiple
- En abanico
- De estimación
- Clasificación de acuerdo con el fondo
- Preguntas de hecho
- Preguntas de acción
- Preguntas de intención

- Preguntas de opinión
- Preguntas índices o preguntas test.

Procedimiento de la Investigación

El procedimiento de la investigación se estructura de la manera siguiente: Diagnosticar el estudio actual del proceso de atención del cliente de la matriz del Banco del Pacífico.

Este trabajo se efectúa el diagnóstico a partir de la elaboración de un cuestionario para verificar las falencias que presentan en la atención que en la actualidad se brindan a los usuarios de las ventanillas mismas que se obtuvieron en las observaciones realizadas en las cajas de servicio al cliente en el Banco del Pacífico, y con esta información poder realizar un seguimiento que permita proponer las mejoras que contribuyan superar la problemática que se estudia.

Recolección de información

Para la recolección de la información para este proyecto se realizó una encuesta a los colaboradores y clientes del Banco del Pacífico, para lo que se utilizó cuestionarios los cuales constan de preguntas para clientes y preguntas para los colaboradores del Banco del Pacífico.

Para realizar esta investigación me he valido de los siguientes instrumentos:

Encuesta. - desde el punto de vista del método, es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una investigación.

Es necesario redactar las preguntas en forma sencilla para facilitar la tabulación, el análisis y la interpretación. Las encuestas serán preguntas cerradas son confiables y tendrán validez.

Procesamiento y análisis

La encuesta fue elaborada mecánicamente en el cual con el cuestionario fue inquiriendo al personal lo que necesitaba saber para concretar las falencias que tienen los actuales procesos.

La información obtenida se procesa así:

- Depuración de los datos en base a la validación de las encuestas.
- Codificación de la información.
- Elaboración de cuadros y gráficos e interpretación.

Diseñar un plan de mejora al proceso de atención al cliente en la matriz Banco del Pacífico.

Análisis e interpretación de los Resultados

A continuación, se detalla el análisis y resultados de la encuesta realizada al personal de caja que dan servicio al cliente, es el área involucrada del Banco del Pacífico.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

ENCUESTA APLICADA A COLABORADORES DEL BANCO DEL PACÍFICO

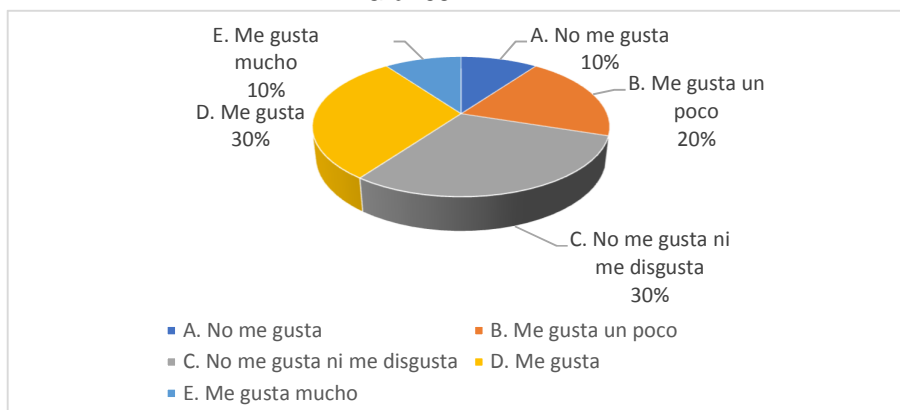
1. Le gusta el trabajo que desempeña.

Tabla 5

Opciones	Cantidad	Porcentaje (%)
A. No me gusta	1	10
B. Me gusta un poco	2	20
C. No me gusta ni me disgusta	3	30
D. Me gusta	3	30
E. Me gusta mucho	1	10
Total	10	100

Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Gráfico 1



Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Análisis e interpretación

Los resultados demuestran que los colaboradores de la matriz del Banco del Pacífico en el sector caja incluyendo supervisores y cajeros no les gustan el trabajo que desempeñan, lo hacen por necesidad, lo cual justificaría la deficiencia en la atención, al no encontrarse debidamente motivados para realizar sus funciones.

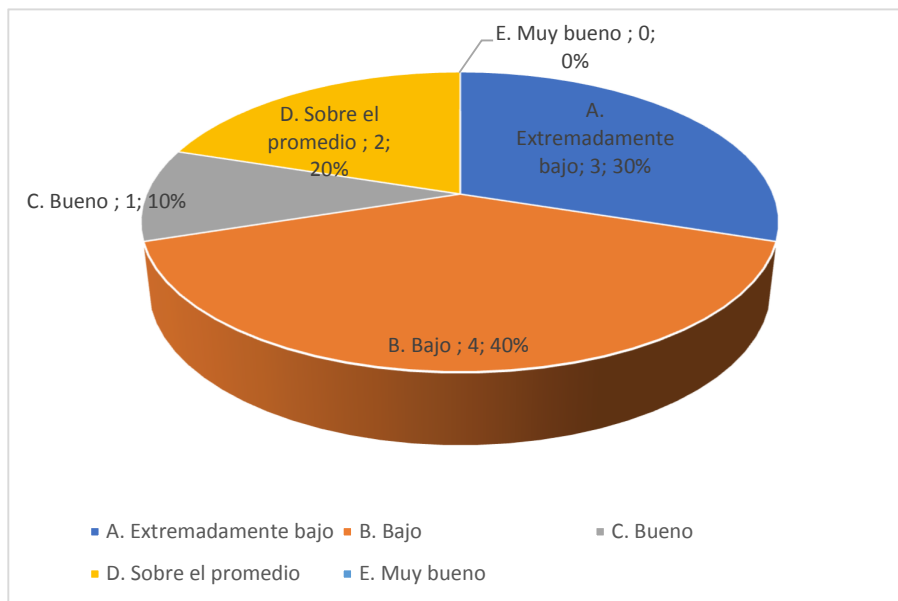
2. Comparado con otros salarios de su oficina o planta, usted considera que su salario es:

Tabla 6

Opciones	Cantidad	Porcentaje (%)
A. Extremadamente bajo	3	30
B. Bajo	4	40
C. Bueno	1	10
D. Sobre el promedio	2	20
E. Muy bueno	0	0
Total	10	100

Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Gráfico 2



Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Análisis e interpretación

Determinamos con las respuestas de los colaboradores que la mayoría con un 78% les parece un bajo salario trabajar en el área de caja, el resto de los encuestados se están conformando con el salario que tiene, esto conlleva a una desmotivación ya que no les gusta el trabajo y no le pagan lo suficiente para aquella labor.

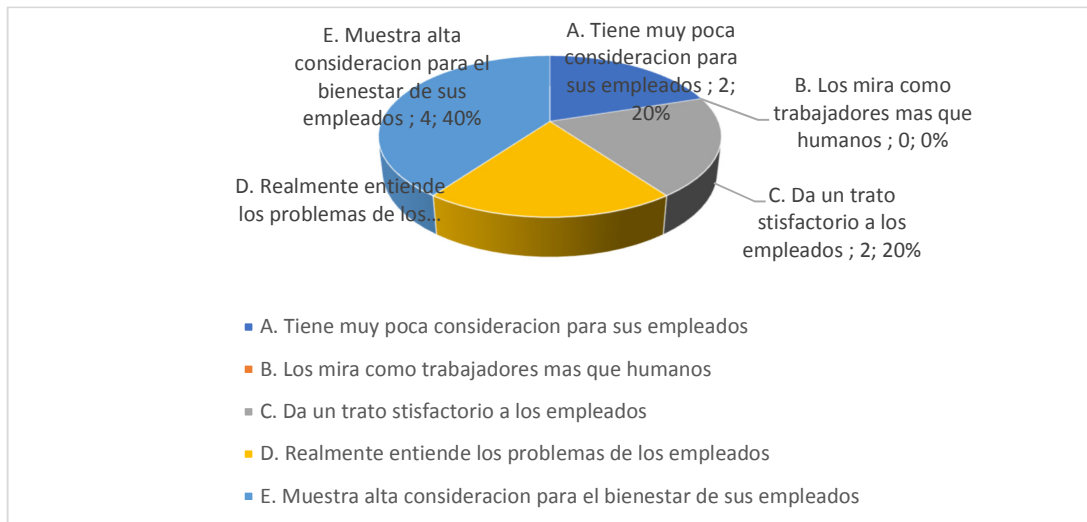
3. ¿Cómo siente usted que el Banco del Pacífico trata a sus empleados?

Tabla 7

Opciones	Cantidad	Porcentaje (%)
A. Tiene muy poca consideración para sus empleados	2	20
B. Los mira como trabajadores más que humanos	0	0
C. Da un trato satisfactorio a los empleados	2	20
D. Realmente entiende los problemas de los empleados	2	20
E. Muestra alta consideración para el bienestar de sus empleados	4	40
Total	10	100

Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Gráfico 3



Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Análisis e interpretación

Con una mayoría de 40% de los encuestados expresan que la institución financiera si muestra interés y una alta consideración por sus empleados en el área de caja, y ningún colaborador opino que los mira como simples trabajadores, eso da a conocer que el banco se preocupa por sus colaboradores en acciones diferentes a las labores de ellos, se debería también preocuparse para lograr satisfacer las necesidades de su cliente interno en motivarlos en capacitaciones con el protocolo de la institución.

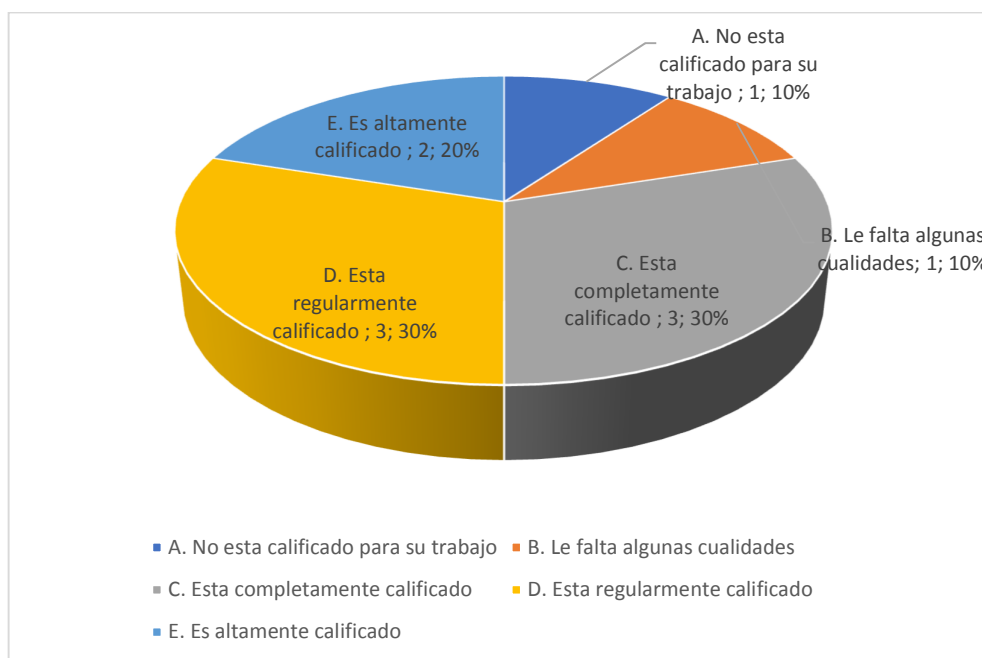
4. ¿Qué piensa usted de su jefe inmediato?

Tabla 8

Opciones	Cantidad	Porcentaje (%)
A. No está calificado para su trabajo	1	10
B. Le falta algunas cualidades	1	10
C. Está completamente calificado	3	30
D. Esta regularmente calificado	3	30
E. Es altamente calificado	2	20
Total	10	100

Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Gráfico 4



Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Análisis e interpretación

Con una igualdad en resultados tenemos que los colaboradores de la matriz del Banco del Pacífico sector caja tiene el criterio de que sus jefes inmediatos no están totalmente calificados para el cargo.

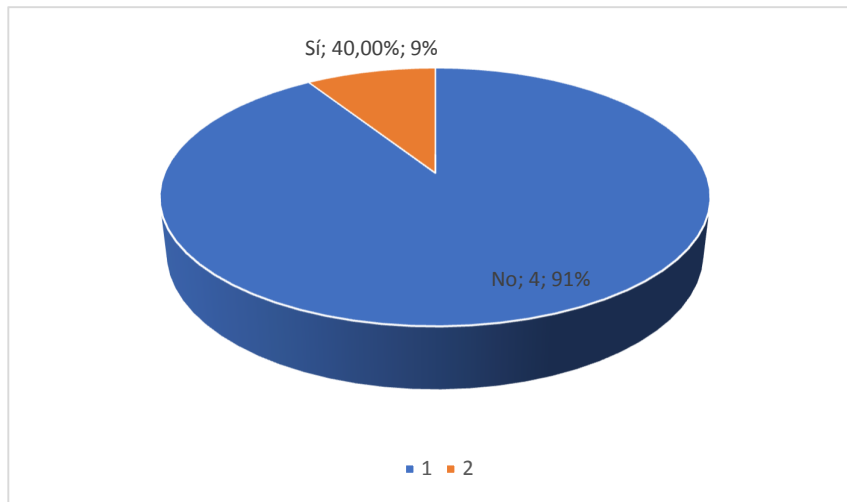
5. ¿El Banco del Pacífico brinda a los colaboradores capacitaciones para sus operaciones diarias con el cliente?

Tabla 9

Opciones	Cantidad	Porcentaje (%)
Sí	4	40
No	6	60
Total	10	100

Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Gráfico 5



Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Análisis e interpretación

Según los encuestados el 60% opina que no reciben capacitación, la mayoría de los encuestados no considera que el banco no brinda a ellos capacitaciones para sus operaciones diarias con el cliente, aquello puede ser desmotivador para el área de caja.

ENCUESTA APLICADA A CLIENTES DEL BANCO DEL PACÍFICO

FORMULARIO DE PREGUNTAS PARA CLIENTES

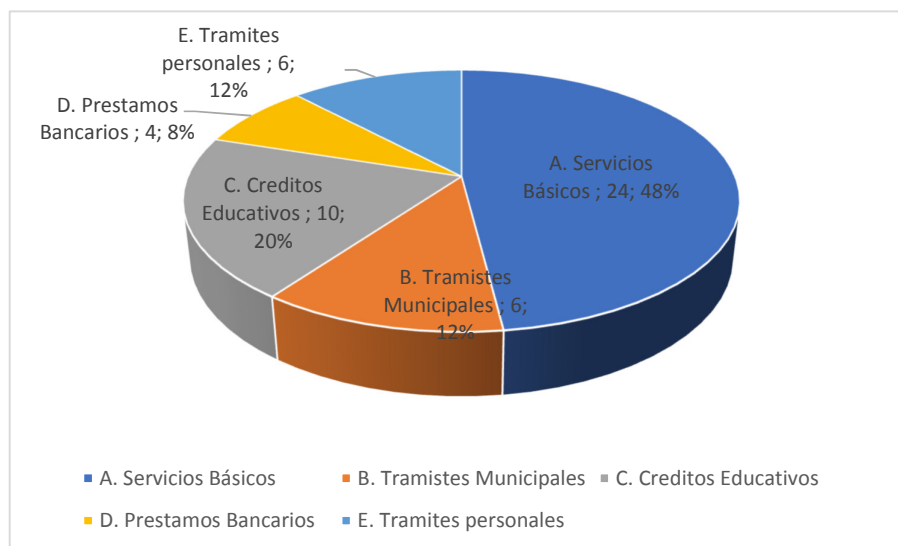
1. ¿Qué tipo de transacción usted realiza en el Banco del Pacífico?

Tabla 10

Opciones	Cantidad	Porcentaje (%)
A. Pago de servicios básicos	24	48
B. Trámites Municipales	6	12
C. Créditos Educativos	10	20
D. Préstamos Bancarios	4	8
E. Depósitos, retiros, etc.	6	12
Total	50	100

Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Gráfico 6



Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Análisis e interpretación

La mayor parte de las transacciones bancarias que los encuestados realizan tiene un porcentaje de 48%, seguido por los créditos educativos que representan un 20%, aquellos son las transacciones que más se acercan a cancelar los clientes.

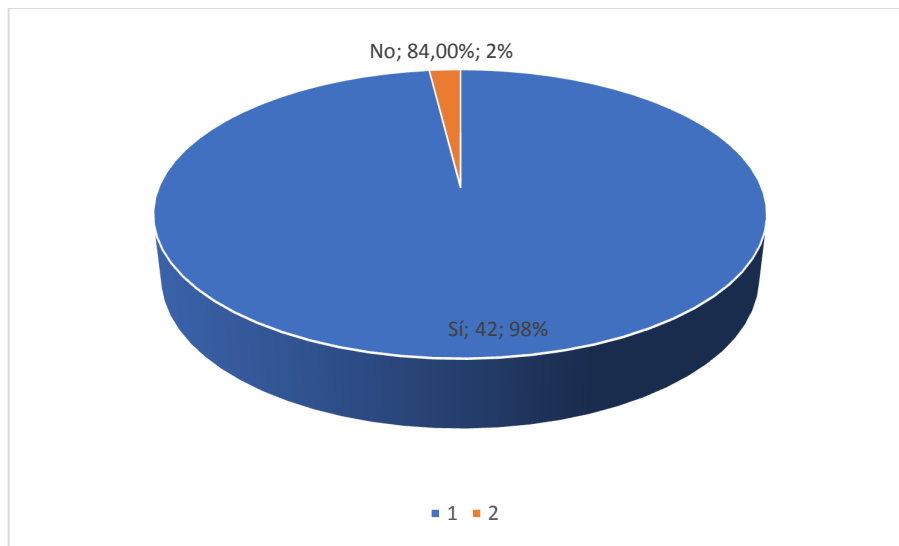
2. ¿Es usted cliente del Banco del Pacífico?

Tabla 11

Opciones	Cantidad	Porcentaje (%)
Sí	42	84
No	8	16
Total	50	100

Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Gráfico 7



Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Análisis e interpretación

Con un resultado mayor del 50% de los encuestados son clientes de la institución financiera, el restante de 16% son clientes que acuden al banco, estos son específicamente los mensajeros de empresas o personas naturales.

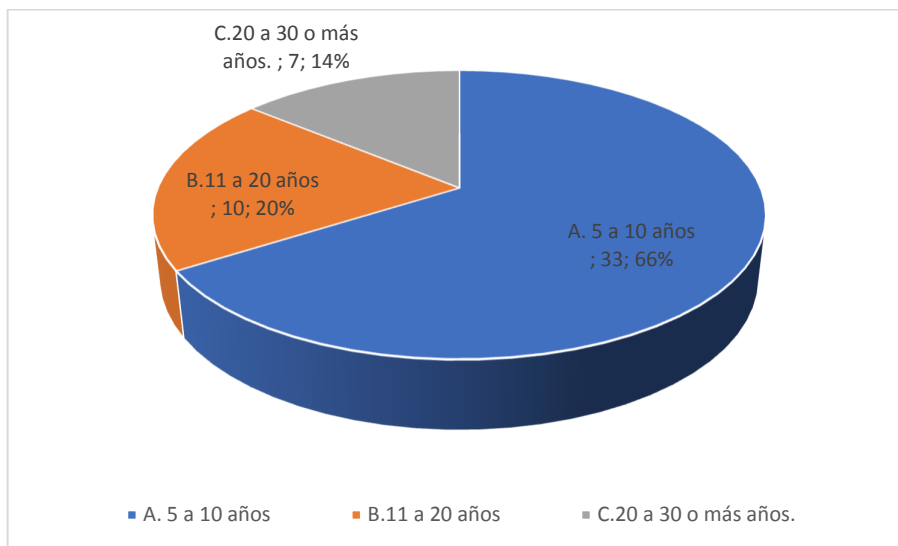
3. ¿Qué tiempo tiene como cliente del banco?

Tabla 12

Opciones	Cantidad	Porcentaje (%)
A. 5 a 10 años	33	66
B. 11 a 20 años	10	20
C. 20 a 30 o más años.	7	14
Total	50	100

Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Gráfico 8



Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Análisis e interpretación

Los clientes en su mayoría respondieron de “5 a 10 años” con un 66%, esto demuestra que son clientes nuevos en la institución bancaria, probablemente jóvenes que desean conocer la banca y con un 7% son clientes antiguos se puede decir que fieles ya que llevan con la institución “20 a 30 años”, son clientes leales, sus años que tienen su dinero guardado o cualquier trámite o transacción que realicen el banco los respalda.

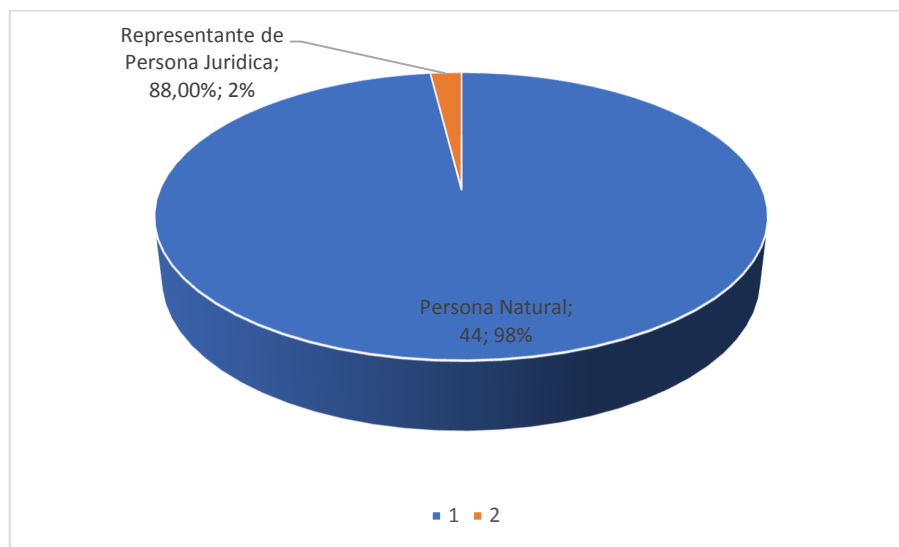
4. ¿Qué tipo de clientes es usted?

Tabla 13

Opciones	Cantidad	Porcentaje (%)
Persona natural	44	88
Representante de persona jurídica	6	12
Total	50	100

Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Gráfico 9



Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Análisis e interpretación

Los clientes que más se acerca a la institución financiera son clientes naturales, y con un 12% son representantes de personas jurídicas, empresas que realizan transacciones en la institución financiera, tenemos un índice bajo en empresas ya que los proveedores son clientes pero solo se acercan a que le cancelen su cheque de su servicio otorgado y no les interesa formar parte de la institución.

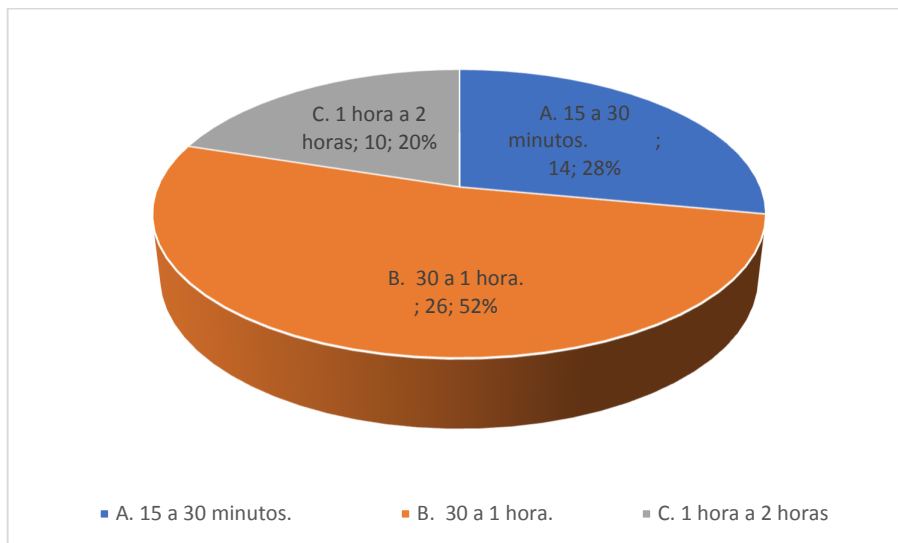
5. ¿Si usted tuviese que cuantificar el tiempo que espera en la fila estaría en el rango de tiempo?

Tabla 14

Opciones	Cantidad	Porcentaje (%)
A. 15 a 30 minutos.	14	28
B. 30 a 1 hora.	26	52
C. 1 hora a 2 horas	10	20
Total	50	100

Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Gráfico 10



Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Análisis e interpretación

La mayoría de los clientes respondieron “30 a 1 hora” con un 52%, esto es pésimo para la institución ya que por una o varias transacciones el cliente debe esperar de pie para ser atendido, esto es preocupante la mayoría de los encuestados esperan demasiado, quizás porque en las horas pico hay ventanillas cerradas, no hay atención inmediata para ellos.

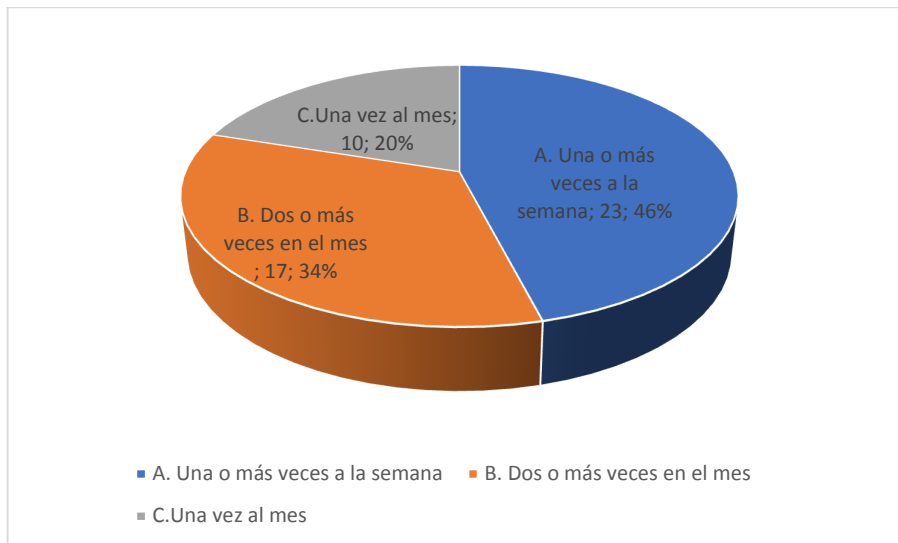
6. ¿Con que frecuencia utiliza nuestro servicio de ventanilla?

Tabla 15

Opciones	Cantidad	Porcentaje (%)
A. Una o más veces a la semana	23	46
B. Dos o más veces en el mes	17	34
C. Una vez al mes	10	20
Total	50	100

Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Gráfico 11



Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Análisis e interpretación

El resultado de la pregunta con una mayoría de 46% realiza transacciones “Una o más veces a la semana”, son clientes que van muchas veces a la semana, mencionamos que los mensajeros son las personas que con más frecuencia va al banco a realizar transacciones, identificamos que la mayoría son clientes frecuentes a la institución financiera.

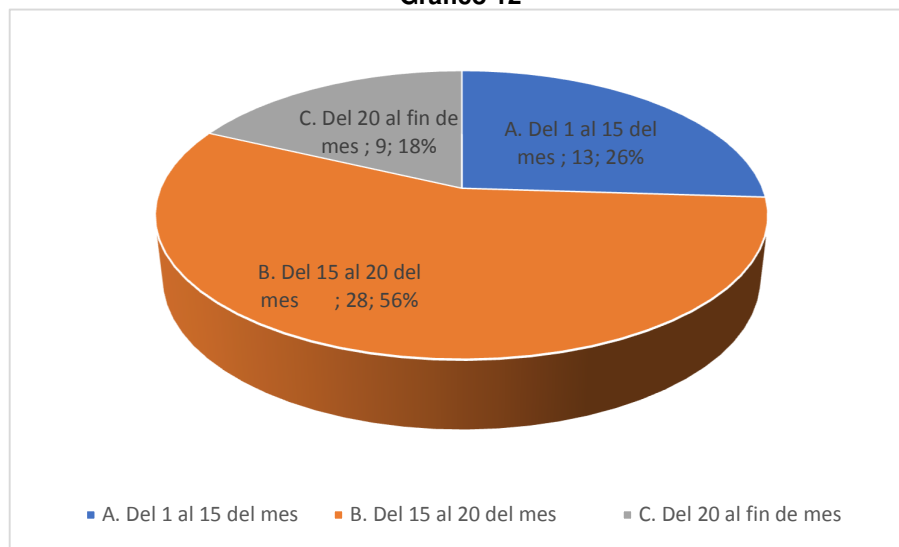
7. ¿Qué días del mes usted con más frecuencia realiza transacciones en la matriz del Banco del Pacífico?

Tabla 16

Opciones	Cantidad	Porcentaje (%)
A. Del 1 al 15 del mes	13	26
B. Del 15 al 20 del mes	28	56
C. Del 20 al fin de mes	9	18
Total	50	100

Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Gráfico 12



Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Análisis e interpretación

Los clientes del Banco del Pacífico realizan con más frecuencia transacciones los días “Del 15 al 20”, son días con más alto índice en clientes, por ser días de cancelación de salarios para los trabajadores y realizan sus pagos, desde aquí comienza los días con más demanda de clientes en las ventanillas, las horas pico en donde más frecuencia de clientes hay en el área de caja.

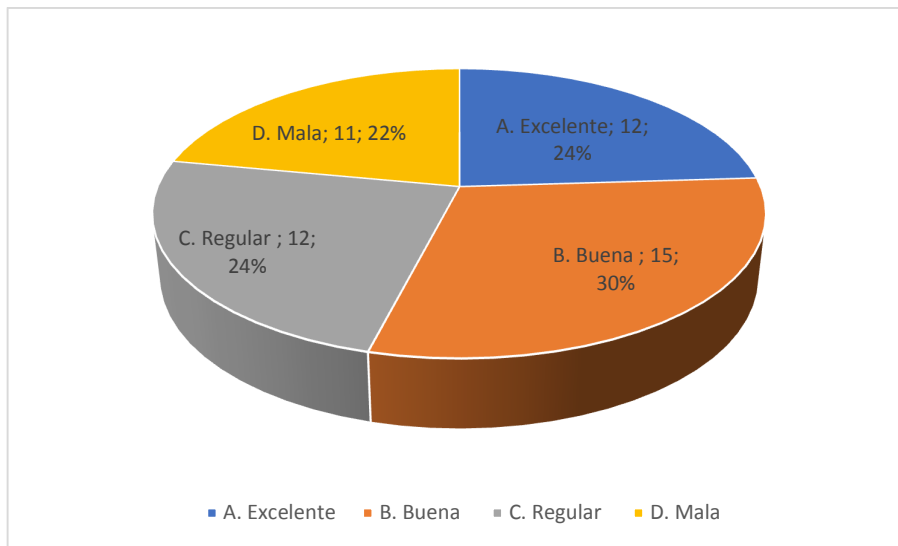
8. ¿Nuestra atención desde que ingresa a la institución bancaria hasta que se retira de la misma es (incluyendo fila y ventanilla) es?

Tabla 17

Opciones	Cantidad	Porcentaje (%)
A. Excelente	12	24
B. Buena	15	30
C. Regular	12	24
D. Mala	11	22
Total	50	100

Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Gráfico 13



Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Análisis e interpretación

Los clientes respondieron de forma negativa, eso nos da a identificar que desde el momento que el cliente ingresa no es buena la atención brindada por la institución, tenemos más clientes insatisfechos desde el momento que ingresan a la institución, no hay un buen servicio para ellos desde la entrada al banco, tenemos en la gran parte de los encuestados de forma negativa para la institución.

9. ¿Estás completamente satisfecho/a con el servicio de caja en la matriz del Banco del Pacífico?

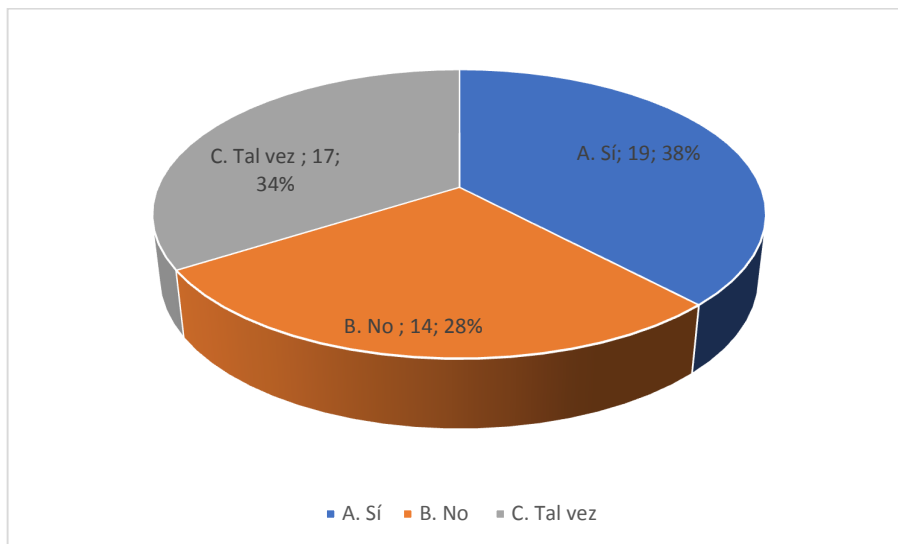
Tabla 18

Opciones	Cantidad	Porcentaje (%)
A. Sí	19	38
B. No	14	28
C. Tal vez	17	34
Total	50	100

Nota: Autora:

Romo Rolando, Emily (2019)

Gráfico 14



Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Análisis e interpretación

El resultado de las respuestas es con un 38% los clientes quedan satisfechos con el servicio de caja, en negativo tenemos que tomar en cuenta que un 28% no están satisfecho con el mismo servicio, la mayor parte es negativo el resultado, no están cumpliendo las necesidades de los usuarios y el restante no se está considerando porque no lo saben.

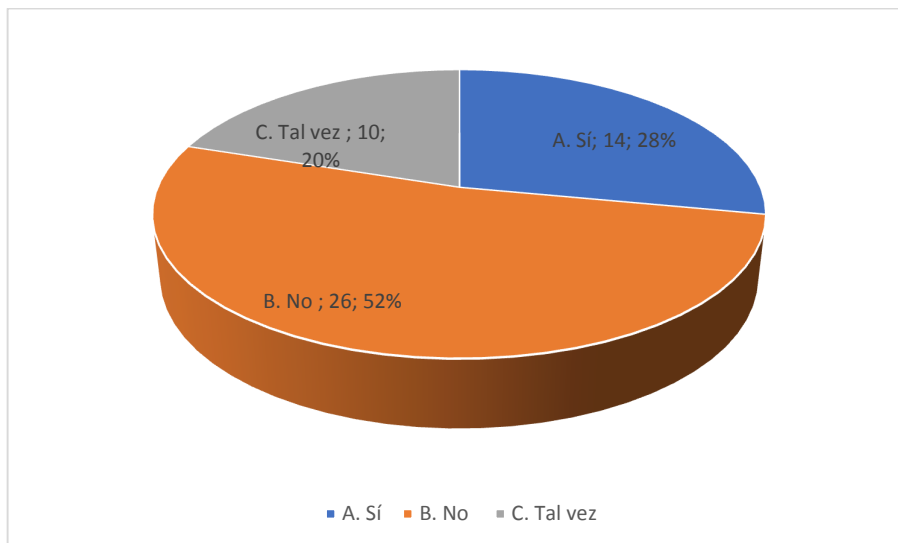
10. ¿Recomendaría usted utilizar nuestro servicio de ventanilla?

Tabla 19

Opciones	Cantidad	Porcentaje
A. Sí	14	28,00%
B. No	26	52,00%
C. Tal vez	10	20,00%
Total	50	100%

Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Gráfico 15



Nota: Autora: Romo Rolando, Emily (2019)

Análisis e interpretación

La mayoría de los encuestados no recomendaría el servicio de caja esto es algo negativo, por las largas filas y la pésima atención de los cajeros, ya que tenemos como resultado la larga espera en la caja y el no ser atendido correctamente en la ventanilla, solo un 28% de las personas encuestadas "Sí" recomendaría.

Análisis e interpretación de los resultados en la encuesta aplicada a colaboradores del Banco del Pacífico

Tabla

Causas	Consecuencias
Falta de capacitaciones	No se registra capacitaciones para esta área, los jefes no atienden sus necesidades, esto provoca una desmotivación, y desconocimientos acerca del protocolo de servicio.
Baja remuneración	La insatisfacción laboral puede afectar al rendimiento de los trabajadores y a la productividad de la empresa, por lo que las empresas u organizaciones deben tratar de que sus empleados se encuentren satisfechos profesionalmente.

Nota: Autora Romo Rolando, Emily (2019)

Las encuestas dieron como resultado una negativa para la empresa, los cajeros y supervisores no se sienten a gusto con su salario, no hay capacitación para esta área, el banco si se preocupa por ellos, pero en estos puntos no hay resultado positivo, la desmotivación para esta área es alta, tenemos que darnos cuenta de que es la primera imagen que tiene los clientes con la institución, los cajeros y supervisores son lo más importante en esta área.

Análisis e interpretación de los resultados en la encuesta aplicada a clientes del Banco del Pacífico

Tabla

Causas	Consecuencias
Tiempo en fila muy extenso	Esto provoca al cliente insatisfacción, ya que el tiempo en espera para ser atendido es muy extenso, las largas filas provocan enojo para los usuarios.
Mal servicio en ventanilla	El cliente se percata que el cajero no tiene conocimiento de las transacciones que desea hacer, esto provoca un malestar y demora en la atención, una atención rutinaria y sin sentido hacia el cliente.

Nota: Autora Romo Rolando, Emily (2019)

Las encuestas dieron un resultado insatisfactorio sobre la atención que brinda la empresa, fundamentalmente por motivo de larga tiempo de espera en la fila, por lo que los clientes no recomendarían los servicios de ventanillas de la institución financiera, muy pocos de los encuestados expresaron criterios satisfactorios de la atención brindada, destacándose éstos como clientes fieles a la institución.

PLAN DE MEJORA

Objetivo	Propuesta de un plan de mejora en el proceso de atención que garantice la satisfacción de los clientes				
Responsable:	Romo Rolando Emily Patricia				
¿Qué?	¿Quién?	¿Cómo?	¿Por qué?	¿Dónde?	¿Cuándo?
Capacitación a los cajeros	Banco del Pacífico	Realizando capacitación sobre manejo al cliente.	Necesidad de mejorar las normas y protocolo de la Institución Financiera, para mejorar la satisfacción del cliente.	Área de cajas Matriz del Banco del Pacífico	Una vez al mes.
Planificación de atención en horarios con mayor demanda de clientes		Abrir ventanillas rápidas en los días con más frecuencias de clientes.	Para una mayor rapidez en la fila, y baje el índice de promedio de duración para el cliente.		Del 15 al fin de mes.

Nota: Autora Romo Rolando, Emily (2019)

PLAN DE MEJORA

Programa de capacitación

El plan de capacitación involucra al personal de caja y supervisores para que se desarrolle sus habilidades y conocimientos, conozcan más a fondo el protocolo de servicio al cliente que conforma un instrumento importante y que establece las necesidades de capacitación a los empleados del área de cajas.

Objetivo general:

Capacitar al personal en el área de cajas, en sus habilidades y destrezas para brindar una buena atención al cliente, al finalizar de la capacitación se haya proporcionado los conocimientos y procedimientos propios de sus funciones en cada área de trabajo.

Objetivos específicos:

- Mejorar sus habilidades y destrezas de las funciones del área.
- Elevar la motivación de la fuerza laboral del personal.

Metas

Mejorar los conocimientos, procedimientos y protocolo del servicio al cliente de las funciones del área de cajas en la matriz del Banco del Pacífico.

Estrategias

- Exposición de casos reales de sus áreas de trabajo.
- Se realizará talleres relacionado de sus funciones del área.
- Curso de actualización y profundización del área involucrada.
-

Tema de la capacitación

Se capacitará en el área de cajas sobre sus propios procedimientos en:

- Protocolo de atención al cliente de la Institución Financiera.

Ejecución del plan de capacitación

La elaboración de la capacitación al personal se efectuará en el área de cajas que será realizada por expertos en el tema de otras entidades públicas o privadas, esto a través de contratos o convenios con ellas.

Facilitadores de la capacitación

Nombre y Apellido	País
Ing. Claudia Fernández	Ecuador
Mg. Camila Solórzano	Ecuador
Lcda. Fernanda Jácome	Ecuador
Ing. Andrea Gómez	Ecuador

Nota: Autora Romo Rolando, Emily (2019)

El Banco del Pacífico ejecutará la capacitación del personal, realizada por el área de Recursos Humanos teniendo el apoyo del área Servicios Monetarios.

Recursos

Recursos Humanos:

Personal del Área de Cajas

Total, de Participantes de la capacitación

Cargo	Número de Empleados
Jefe del Área	1
Cajeros	5
Supervisores	5
Total	11

Nota: Autora Romo Rolando, Emily (2019)

Recursos Materiales:

Infraestructura: Se realizará la capacitación en un ambiente adecuado proporcionado las salas de conferencias y proyecciones por la empresa Banco del Pacífico.

Mobiliario y Equipos: Se utilizará los materiales proporcionado por empresa que está conformado por carpetas, mesas de trabajo, pizarra, marcadores, plumas, Infocus, equipo de sonido y video con instalación de ventilación apropiada para el desarrollo de esta capacitación.

Documento educativo de soporte: Material de estudio y certificación.

Financiamiento

El valor de la inversión en el desarrollo de esta capacitación al personal será financiado por la empresa Banco del Pacífico.

Presupuesto de la capacitación

Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario (\$)	Precio Total (\$)
Plumas de colores	Unidad	54	0,34	18,36
Marcadores acrilicos	Unidad	15	0,54	8,10
Carpetas transparentes	Unidad	18	0,44	7,92
Material de Estudio	Unidad	18	5,70	102,60
Lapices 2B	Unidad	54	0,32	17,28
Papel A4 - 80 gramos	Remas	2	3,80	7,60
Refrigerios	Unidad	460	1,25	575,00
Honoraios de Facilitadores				\$ 1.764,00
Inq. Claudia Fernández	Ecuador		\$ 580,00	\$ 2.500,86
Mg. Camila Solórzano	Ecuador		\$ 354,00	
Lcda. Fernanda Jácome	Ecuador		\$ 380,00	
Ing. Andrea Gómez	Ecuador		\$ 450,00	
TOTAL				

Nota: Autora Romo Rolando, Emily (2019)

Cronograma de la capacitación

La Capacitación al personal será una vez al mes, día laboral, en horario de trabajo de 07H00 A 8H00, aquellas horas serán canceladas como horas extras para los colaboradores.

Cronograma de la capacitación		
Hora de entrada	07H00	Temas
Instructor	Ing. Andrea Gómez	Protocolo del Banco del Pacífico
Instructor	Mg. Camila Solórzano	Servicio al Cliente
Instructor	Lcda. Fernanda Jácome	Normas y Procedimientos de caja
Instructor	Ing. Claudia Fernández	Motivaciones Laborales

Nota: Autora Romo Rolando, Emily ((2019)

Propuesta de mejoramiento al proceso de atención al cliente

Gracias a la información obtenida a lo largo del presente proyecto, a continuación, se presentan la propuesta para mejorar el proceso de atención al cliente, cumpliendo así el objetivo principal del presente proyecto.

La propuesta que se enuncian tiene la intencionalidad de que el proceso objeto de estudio supla las necesidades de capacitación de su personal, mediante el desarrollo de habilidades, conocimientos y experiencias de los colaboradores, necesarios para un mejor desempeño en el trabajo, no solo para cumplir una función específica, sino para que puedan crecer dentro de la organización con el fin de lograr una satisfacción con el cliente interno y el cliente externo.

Una vez al mes poder capacitar al colaborador de caja y al supervisor, ya que es la primera imagen hacia cliente, motivarlos con un bono en su salario, incentivando la competencia sana, mediante el racking de transacciones y según la encuesta que haga la institución financiera mensualmente a sus clientes poder verificar si cumplen o no con el protocolo establecidos en las Normas y procedimientos de la institución, esto con el fin de aumentar la satisfacción del cliente interno y del externo.

CONCLUSIONES

- La atención al cliente que brindan los cajeros del Banco del Pacífico según el análisis realizado con los propios clientes resultó en su mayoría negativo, fundamentalmente si se logra entender que es por el extenso tiempo de espera en la fila hasta ser atendido.
- Los cajeros provocan las insatisfacciones de los clientes, ya que no están capacitados en las destrezas y habilidades necesarias para brindar un buen servicio, lo cual está motivado, entre otros aspectos por el salario que reciben.
- La solución a los principales problemas detectados en el área de cajas es la propuesta de un programa de capacitaciones al personal, además de otra alternativa consistente en realizar una planificación del servicio de ventanillas disponibles en las horas con mayor demanda de clientes.

RECOMENDACIONES

- Considerar e implementar el programa de capacitación al personal para reforzar sus habilidades y destrezas en cuanto a atención al cliente externo.
- Realizar seguimiento a los tiempos de atención al cliente, durante el servicio de los cajeros, para continuar el estudio y las mejoras.
- Ampliar el estudio a todas las operaciones del área de caja en la atención del personal.
- Realizar un estudio sobre los salarios que reciben los colaboradores del sector del área de cajas de acuerdo con sus funciones diarias.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias, F. G. (2006). *El proyecto de investigacion*. Caracas: EPISTEME, C.A.
- ARQHYS. (2012). Construcción de cibercafes. *ARQHYS*, 12.
- Banco Del Pacífico, BDP. (25 de Enero de 2018). *Grupo Banco del Pacífico. Política de la calidad*. Obtenido de Banco del Pacífico: <https://www.bancodelpacifico.com/corporativo/grupo-banco-del-pacifico/politica-de-calidad>
- Bautista, J., & Carvajal, J. (2014). *Diseño de la estrategia para la implemenetación de un nuevo sistema de filas para las oficinas del Banco Davivienda y de un sistema de evaluación y control de la operación de sus subdirectores y cajeros. Tesis de pre grado*. Bogotá D.C., Colombia: Pontifica Universidad Javeriana Facultad de Ingeniería Industrial.
- Carazo, M., & Cristina, P. (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento & Gestión*, 165-193.
- Definista. (25 de Enero de 2018). *Definición de cliente*. Obtenido de Concepto definición: <https://conceptodefinicion.de/cliente>
- Farlex. (25 de Enero de 2018). *Atención*. Obtenido de The Free Dictionary: <https://es.thefreedictionary.com/atencion>
- Fernandes, T. (2005). La cooperación interempresarial: nuevas estrategias empresariales para pequelas empresas en el proceso de desarrollo local. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 125-141.
- GARCIA, J. G. (mayo de 2016). *repositorio.ug.edu.ec*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/14484/1/TESIS%20%20JOHN%20MIRANDA-%20PLAN%20DE%20PROMOCION.pdf>
- Gardey., & Pérez. (2009). Obtenido de Definición de cliente (<https://definicion.de/cliente/>): <https://definicion.de/cliente/>
- Koontz, D. (2015). *Administración*. Obtenido de Administración: <https://www.monografias.com/trabajos94/introduccionadministracion/introduccionadministracion2.shtml#bibliograa>

- Monitor Empresarial de Reputación Corporativa, MERCO. (25 de Enero de 2018). *Qué es merco?* Obtenido de Merco: <http://www.merco.info/ec/que-es-merco>
- Murillo, J. S. (2012). Obtenido de https://www.monografias.com/usuario/perfiles/julia_soncco_murillo/monografias
- Murillo, J. S. (2012). Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos93/administracion-organo-social/administracion-organo-social.shtml#bibliograa>
- Nicuesa, M. (25 de Enero de 2018). *Insatisfacción*. Obtenido de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/?s=insatisfaccion>
- Pacífico, B. d. (2019). *Grupo Banco del Pacífico*. Obtenido de Grupo Banco del Pacífico: <https://www.bancodelpacifico.com/grupo-bdp/grupo-banco-del-pacifico/menu/nuestra-historia>
- Paz, J., & Cepeda, M. (2001). Primeros bancos. *Revista Gestión*, 3-7.
- Pimentel Vásquez, K. C., & Vásquez Cabrera, T. L. (28 de Marzo de 2014). *tesis.usat.edu.pe*. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/100/1/TL_PimentelVasquezKiara_VasquezCabreraTatiana.pdf
- santa Paella, S., & Feliberto Martins, P. (2002). *Metodología de la investigación cuantitativa*. Caracas: FEDUPEL.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. SENPLADES. (25 de Enero de 2018). *El plan Nacional para el Buen Vivir ya está disponible para la ciudadanía*. Obtenido de SENPLADES: <http://www.planificacion.gob.ec/el-plan-nacional-para-el-buen-vivir-ya-esta-disponible-para-la-ciudadania/>
- Significados.com. (25 de Enero de 2018). *Procesos*. Obtenido de Significados: <https://www.significados.com/proceso/>
- Superintendencia. (2019). Obtenido de <https://www.superbancos.gob.ec/bancos/glosario-de-terminos/>
<https://www.superbancos.gob.ec/bancos/glosario-de-terminos/>

Universidad de Granada. (25 de Enero de 2018). *Proyecto de innovación Docente. Observación participante*. Obtenido de Universidad de Granada:

https://www.ugr.es/~rescate/practicum/observacion_participante.htm

Universidad de Palermo. UP. (25 de Enero de 2018). *La investigación Bibliográfica*. Obtenido de Facultad de Diseño y comunicación.

Universidad de Palermo:
https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/17306_55962.pdf

Universo, E. (22 de junio de 1998). Artículo sobre la vida de Laniado de Wind. *Artículo sobre la vida de Laniado de Wind*.

Wikipedia. (22 de octubre de 2014). Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_\(econom%C3%ADa\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_(econom%C3%ADa))

Wikipedia. (25 de Enero de 2018). *Bancos del Ecuador*. Obtenido de Wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Bancos_de_Ecuador

ANEXOS

Anexo 1. ENCUESTA APLICADA A COLABORADORES DEL BANCO DEL PACIFICO S.A.

FORMULARIO DE PREGUNTAS PARA EMPLEADOS

ENCUESTA

1. Le gusta el trabajo que desempeña.

- () A. No me gusta
- () B. Me gusta un poco
- () C. No me gusta ni me disgusta.
- () D. Me gusta
- () E. Me gusta mucho

2. Comparado con otros salarios de su oficina o planta, usted considera que su salario es:

- () A. Extremadamente bajo
- () B. Bajo
- () C. Bueno
- () D. Sobre el promedio
- () E. Muy bueno

3. ¿Cómo siente usted que el Banco del Pacífico trata a sus empleados?

- () A. Tiene muy poca consideración para sus empleados.
- () B. Los mira como trabajadores más que como humanos.
- () C. Da un trato satisfactorio a los empleados
- () D. Realmente entiende los problemas de los empleados.

4. ¿Qué piensa usted de su jefe inmediato?

- () A. No está calificado para su trabajo.
- () B. Le falta algunas cualidades.
- () C. Está regularmente calificado.
- () D. Está completamente calificado.
- () E. Es altamente calificado.

5. ¿El Banco del Pacífico brinda a los colaboradores capacitaciones para sus operaciones diarias con el cliente?

Sí No

Gracias por su colaboración.

**Anexo 2. ENCUESTA APLICADA A CLIENTES DEL BANCO
DEL PACÍFICO**

FORMULARIO DE PREGUNTAS PARA CLIENTES

1. ¿Qué tipo de transacción usted realiza en el Banco del Pacífico?

- A. Pago de servicios básicos
- B. Trámites Municipales
- C. Créditos Educativos
- D. Préstamos Bancarios
- E. Depósitos, retiros, etc.

2. ¿Es usted cliente del Banco del Pacífico?

Sí No

3. ¿Qué tiempo tiene como cliente del banco?

- A. 5 a 10 años
- B. 11 a 20 años
- C. 20 a 30 o más años.

4. ¿Qué tipo de clientes es usted?

Persona natural

Representante de persona jurídica

5. ¿Si usted tuviese que cuantificar el tiempo que espera en la fila estaría en el rango de tiempo?

- A. 15 a 30 minutos.
- B. 30 a 1 hora.
- C. 1 hora a 2 horas

6. ¿Con que frecuencia utiliza nuestro servicio de ventanilla?

- A. Una o más veces a la semana
- B. Dos o más veces en el mes
- C. Una vez al mes

7. ¿Qué días del mes usted con más frecuencia realiza transacciones en la matriz del Banco del Pacífico?

- A. Del 1 al 15 del mes
- B. Del 15 al 20 del mes
- C. Del 20 al fin de mes

8. ¿Nuestra atención desde que ingresa a la institución bancaria hasta que se retira de la misma es (incluyendo fila y ventanilla) es?

- A. Excelente
- B. Buena
- C. Regular
- D. Mala

9. ¿Estás completamente satisfecho/a con el servicio de caja en la matriz del Banco del Pacífico?

A. Sí

B. No

C. Tal vez

10. ¿Recomendaría usted utilizar nuestro servicio de ventanilla?

A. Sí

B. No

C. Tal vez

Gracias por su colaboración.

Información acerca de los reclamos de la institución financiera. Normativa

En caso de tener algún reclamo o queja, puedes ingresarla de forma verbal o escrita para su atención directamente ante el Banco del Pacífico S.A., a través de:

- **Servicios al cliente**, en cualquiera de nuestras oficinas del Banco a nivel nacional.
- **Contact Center**, llamando al número telefónico 04 232 9999 opción 9.
- **Formulario de reclamos** que lo puedes descargar y presentarlo en cualquiera de nuestras oficinas del Banco a nivel nacional.

La normativa expedida por el organismo de control señala que el Banco atenderá y resolverá las quejas y reclamaciones presentadas por los usuarios financieros en el plazo de hasta **quince (15) días** tratándose de reclamos **originados en el país**; y en el plazo de hasta **sesenta (60) días**, cuando el reclamo se produzca por operaciones relacionadas con **transacciones internacionales**.

Imagen de la Institución Financiera.

