



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE
LA SUCURSAL TRUJILLO DEL BANCO DE CRÉDITO
DEL PERÚ EN EL PERIODO 2018-2019”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración

Autores:

Br. Jhonny Jhonatan Gamboa Alfaro

Br. Fredy David Cárdenas Alvarez

Asesor:

Dr. Henry Ventura Aguilar

Trujillo - Perú

2019

APROBACIÓN DE LA TESIS

El asesor y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por los Bachiller(es): Gamboa Alfaro, Jhonny Jhonatan y Cárdenas Álvarez, Fredy David:

“ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA SUCURSAL DEL BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ. TRUJILLO 2018-2019”

Dr. Henry Ventura Aguilar
ASESOR

Eco. María Eugenia Alfaro Sánchez
**JURADO
PRESIDENTE**

Mg. Mauricio Ríos Uribe
JURADO

Mg. Nilo Loayza León
JURADO

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación va dedicado a Dios, quien como guía estuvo presente en el caminar de mi vida, bendiciéndome y dándome fuerzas para continuar con mis metas trazadas sin desfallecer. A mis padres que con apoyo incondicional, amor y confianza permitieron que logre culminar mi carrera profesional.

Jhonny Jhonatan Gamboa Alfaro

El trabajo de investigación realizado está dedicado a Mi esposa quien día a día está a mi lado apoyándome para seguir adelante, a mi hijo Lucas quien con su llegada se convirtió en el mejor motivo para superarme y a mis padres que siempre me han mostrado su apoyo cuando más los he necesitado.

Fredy David, Cárdenas Alvarez.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por estar siempre presente en mi vida, por la fortaleza, el amor que me brinda en cada paso que doy. A mi madre, por ser mi fuente de inspiración para lograr todas mis metas. A mi padre por ser mi guía, amigo, aliado y sobre todo mi ejemplo. A mi familia entera por todo el apoyo brindado para poder cumplir todas mis metas.

Jhonny Jhonatan Gamboa Alfaro

Agradezco a Dios por sobre todas las cosas, por ser mi guía y mi sostén en vida, por darme las fuerzas y la voluntad de seguir adelante. A mi amada esposa por su amor y paciencia por su fuerza para mantenernos unidos. A mis padres por estar conmigo aun a la distancia y por el apoyo incondicional que me han brindado.

Fredy David, Cárdenas Alvarez.

ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT.....	x
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	11
1.1. Realidad problemática.....	11
1.2. Formulación del problema.....	16
1.3. Objetivos	16
1.3.1. <i>Objetivo general</i>	16
1.3.2. <i>Objetivos específicos</i>	16
1.4. Hipótesis	17
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	18
2.1. Tipo de investigación.....	188
2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)	188
2.2.1. <i>Población</i>	188
2.2.2. <i>Muestra</i>	18
2.2.3. <i>Operacionalización de variables</i>	18
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	19
2.3.1. <i>Encuestas</i>	19
2.3.2. <i>Modelo de encuesta realizada por el Banco de Crédito</i>	20
2.3.3. <i>Ejemplo de flujo para realizar las encuestas a clientes:</i>	21
2.4. Procedimiento	21
CAPÍTULO III. RESULTADOS	23
3.1. Evolucion de la satisfaccion de la agencia sucursal trujillo del banco de credito del peru en el periodo 2018 – 2019.....	23
3.2. Comportamiento del tiempo de espera	25

3.3.	Características del comportamiento del desempeño de los promotores de servicio	27
3.4.	Evolución de la solución de problemas por parte de los promotores de servicio	28
3.5.	Evolución de la comodidad del ambiente de la agencia sucursal Trujillo del Banco de Crédito del Perú durante el periodo 2018-2019	30
3.6.	Resumen de resultados	32
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....		33
4.1.	Discusión.....	33
4.2.	Conclusiones.....	34
REFERENCIAS.....		37
ANEXOS		38

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de Variables.....	18
Tabla 2 Resultados Generales del Alcance Satisfacción en la Sucursal Trujillo del Banco de Crédito del Perú.....	23
Tabla 3 Tiempos de Espera Promedio en la Sucursal Trujillo del Banco de Crédito del Perú.....	26
Tabla 4 Avance de las Dimensiones Mejor Evaluadas por Clientes T2B.....	41
Tabla 5 Avance de las Dimensiones con Menor Calificación por los Clientes B2B.....	42
Tabla 6 Recolección de datos generales de satisfacción según la cantidad de encuestas con mayor y menor calificación.....	43
Tabla 7 Recolección de datos generales de satisfacción según la cantidad de encuestas con mayor y menor calificación expresados en porcentajes.....	44

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Flujo para realizar encuestas a clientes que son atendidos en las agencias del Banco de Crédito del Perú.....	21
Figura 2 Evolución de la Satisfacción Sucursal Trujillo Enero 2018 – Marzo 2019. Descripción grafica del nivel de satisfacción entre los periodos Enero 2019 – Marzo 2019.....	24
Figura 3 Dimensiones de Satisfacción en la Sucursal Trujillo del BCP. Composición del indicador de satisfacción en la sucursal Trujillo.....	25
Figura 4 Comportamiento de la Dimensión Tiempos de Espera. Descripción grafica de los resultados obtenidos en la dimensión tiempos de espera en clientes total mente satisfechos o satisfechos y clientes poco satisfechos o nada satisfechos durante el periodo enero ...	27
Figura 5 Comportamiento del Desempeño de los Promotores de servicio. Descripción grafica de los resultados obtenidos de clientes totalmente satisfechos o satisfechos y poco satisfechos o nada satisfechos comparados con la satisfacción en general	28
Figura 6 Evolución de la Dimensión Solución de Problemas por parte de los Promotores de Servicio. Descripción grafica de los resultados obtenidos por clientes totalmente satisfechos o satisfechos y clientes poco o nada satisfechos, comparados con la satisfacción.....	30
Figura 7 Evolución de la Dimensión Comodidad en la Agencia. Descripción grafica de los resultados obtenidos de clientes satisfechos o totalmente satisfechos y clientes poco o nada satisfechos descritos como B2B en los periodos de enero 2018 a marzo 2019	31
Figura 8 Comparación de Satisfacción entre la Sucursal Trujillo y Sucursal Chiclayo del Banco de Crédito del Perú en el periodo Enero 2018 a Marzo 2019.....	32

RESUMEN

La investigación tiene como propósito analizar la satisfacción del cliente de la sucursal Trujillo del Banco de Crédito del Perú en el periodo 2018-2019, con la finalidad de describir detalladamente las dimensiones que entrelazan para generar una buena satisfacción, los datos históricos y los resultados de las encuestas dieron una noción de cómo está la empresa en el aspecto de satisfacción de cliente, esto nos generó el análisis detallado de cada una de las dimensiones y llegar a detectar la subida y bajada en el porcentaje de la calificación que los clientes otorgan a la sucursal Trujillo del banco de crédito del Perú.

Para el desarrollo de la investigación se realizó la observación de mes a mes, desde el inicio de 2018 hasta los meses de marzo del 2019 a las encuestas de satisfacción realizadas a clientes del BCP en su sucursal de Trujillo. Mediante estos datos se desglosó detalles que conlleva una mala como también una buena satisfacción de los clientes con respecto a los productos y servicios brindados por la sucursal Trujillo.

Al culminar el análisis de todo los datos históricos generados por el banco de crédito del Perú se llegó a concluir que todas las dimensiones tanto como el tiempo de espera de los clientes para poder realizar sus operaciones, como también el trato amable de los promotores de servicios, asimismo la solución de problemas o inconvenientes que tiene el cliente sobre los servicios o productos del banco y por último la comodidad del ambiente de la agencia son fundamentales para que el cliente se encuentre totalmente satisfecho con la atención brindada en esta oficina. Por lo tanto ninguna de las dimensiones se debe de descuidar ya que esto influye mucho en la satisfacción del cliente de la sucursal Trujillo del banco de crédito del Perú.

Palabras clave: Satisfacción de cliente, tiempo de espera, amabilidad, desempeño del promotor de servicios, solución de problemas, comodidad.

ABSTRACT

The purpose of the research is to analyze the customer satisfaction of the Trujillo branch of the Banco de Crédito del Perú in the 2018-2019 period, in order to describe in detail the dimensions that intertwine to generate good satisfaction, historical data and survey results gave a notion of how the company is doing in the aspect of customer satisfaction, this generated a detailed analysis of each of the dimensions and get to detect the rise and fall in the percentage of the rating that customers give to the branch of the Banco de Crédito del Perú.

For the development of the research, the observation was made from month to month, from the beginning of 2018 to the months of March 2019 to the satisfaction surveys conducted to BCP customers in its branch of Trujillo. This data broke down details that lead to poor customer satisfaction as well as good customer satisfaction with the products and services provided by the branch of Trujillo.

At the conclusion of the analysis of all the historical data generated by the Banco de Crédito del Perú, it was concluded that all dimensions as much as the waiting time of customers to be able to carry out their operations, as well as the kind treatment of the promoters of also the solution of problems or inconveniences that the client has about the services or products of the bank and finally the comfort of the environment of the agency are essential so that the client is completely satisfied with the attention provided in this office. Therefore none of the dimensions should be neglected as this greatly influences the customer satisfaction of the branch Trujillo Del Banco de Crédito Del Perú.

Keywords: customer satisfaction, waiting time, kindness, service promoter performance, troubleshooting, convenience.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Hoy en día no hay dudas de que el sistema bancario es importante para la economía del país. La banca, en general controla numerosas actividades que determinan nuestra sociedad; la actividad comercial que se desarrolla en el mercado, en cierto sentido la actividad industrial, e incluso, la actividad personal. En ese sentido, los más interesados en poder contar con estos beneficios otorgados por el banco son los clientes y la manera de llegar a ellos es a través de los ejecutivos de banca, que deben capturar la atención del consumidor por medio de múltiples operaciones y una buena satisfacción del cliente lo cual se resumen en una adecuada atención, logrando así clientes fieles.

Liza y Sianca (2016), en su trabajo de investigación “*Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo 2016*”, en la Universidad Privada del Norte; planteó como objetivo principal estudiar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de una entidad bancaria de la ciudad de Trujillo.

De esta manera, concluyeron que la principal contribución del nivel de correlación de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente está en otorgar información a la Gerencia para la toma de decisiones pertinentes, dado que en la actualidad la calidad de servicio es un tema muy importante e indispensable para el desarrollo y continuidad de cualquier negocio ya que de este depende el fracaso o éxito de las organizaciones.

Pizarro (2010), en su tesis “*Incidencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente, en el banco de crédito del Perú de la ciudad de Tacna, oficina Bolognesi, en el periodo 2008 y 2009*”, en la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, Tacna. Planteó como objetivo principal determinar la relación existente entre el nivel de calidad de servicio y el grado de satisfacción de los clientes del Banco de Crédito del Perú en la oficina de Bolognesi de la ciudad de Tacna.

Concluyó que, una vez finalizada la fase de análisis e interpretación de los resultados se comprobó la hipótesis general: La calidad de servicio incide directamente en la satisfacción del cliente, en el Banco de Crédito del Perú de la ciudad de Tacna, Oficina Bolognesi, en el período 2008 y 2009. Al encontrarse que los resultados estaban orientados a la baja calidad de servicio y la insatisfacción de sus clientes. Lo

que no permite al BCP incrementar la calidad del servicio en su gestión; así como incrementar su cartera de clientes.

Cano y Vilca (2017), en su tesis *“El impacto de la reducción de los tiempos de espera en la calidad de atención para los visitantes del banco de crédito del Perú”*, en la Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Concluyeron que el déficit encontrado en las sucursales del Banco de Crédito de Lima Metropolitana son: Los excesivos tiempos de espera para la atención por falta de personal, que es un problema que genera largas colas y pérdidas de tiempo, lo cual también desmotiva al personal, ya que se sienten cargados por la demanda de clientes y muchas veces genera falta de trato y tino en la atención que hace que el cliente pierda confianza en la entidad, las derivaciones a canales alternos como son la banca por teléfono, plataforma virtual, cajeros automáticos, agentes y banca celular no son bien tomado por los clientes.

Barr (2013), en su tesis *“La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del Banco de la Nación, Agencia Víctor Larco 2011”*, en la Universidad Nacional de Trujillo. Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó como población la base de datos del Banco de la Nación Agencia de Víctor Larco del mes de junio ascendiendo a 1366 clientes y se aplicó la fórmula de la población finita para obtener la muestra de 300 clientes. Como instrumento de medición se utilizó un cuestionario estructurado y el sistema de fichas fueron las apropiadas para el desarrollo del tema. Se concluyó que existe un bajo nivel de calidad de servicios y esto conlleva a un bajo nivel de satisfacción de los clientes, siendo las principales conclusiones.

Por lo tanto cuando hablamos de satisfacción del cliente nos referimos sobre su percepción y sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos. Incluso cuando los requisitos del cliente se han acordado con el mismo y éstos han sido cumplidos, esto no asegura necesariamente una elevada satisfacción del cliente. (UNE-EN-ISO 9000:2005).

Ucha (2012) define que la satisfacción del cliente es un concepto inherente al ámbito del marketing y que implica como su denominación nos lo anticipa ya, a la satisfacción que experimenta un cliente en relación a un producto o servicio que ha adquirido, consumido, porque precisamente el mismo ha cubierto en pleno las expectativas depositadas en el al momento de adquirirlo.

Thompson (2006) señala:

Que en la actualidad, lograr la plena "satisfacción del cliente" es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los clientes y, por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener «satisfecho a cada cliente» ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, etc.) de las empresas exitosas. (p. 2).

Kotler (2009) define:

“La satisfacción del cliente como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas esperadas.” (p. 3).

Márquez (2010), indica que la satisfacción del cliente se debe entender como la medida que una empresa ha resuelto las carencias y/o problemas manifestados.

Así mismo con respecto a los beneficios de la satisfacción del cliente.

Según Thompson (2006) existen diversos beneficios que toda empresa u organización pueden obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, éstos pueden ser resumidos en tres grandes beneficios que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente:

Primer Beneficio: El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y, por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro.

Segundo Beneficio: El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos.

Tercer Beneficio: El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado.

Por otro lado el servicio al cliente.

Según Ucha (2012) Indica que con un adecuado servicio de atención al Cliente garantiza la satisfacción.

En tanto, existen algunas maneras, tips básicos, para conseguir la tan ansiada satisfacción del cliente, como ser: Que el producto ostente calidad, cumplir con la promesa de venta, ofrecer un adecuado servicio del cliente que contribuya a la solución de los inconvenientes en caso de presentarse, lo que incluye, rápida

atención del problema y también el ofrecimiento de servicios adicionales, como ser entrega a domicilio, atención telefónica, garantía, entre otros.

Justamente para cumplir efectivamente con el punto de la satisfacción es que las empresas deben ostentar un eficiente servicio de atención al cliente, al cual los usuarios, clientes, puedan dirigirse cuando tienen alguna problemática vinculada al uso del producto o servicio, para realizar alguna consulta sobre el funcionamiento en general, entre otras.

El tiempo de espera en los bancos es uno de los puntos clave para la satisfacción de los clientes, según Ritzman y Gonzales (2000) Sostiene que, los tiempos de espera son producto de una hilera formada por uno o varios clientes que aguardan para recibir un servicio. Los clientes pueden ser personas u objetos inanimados, como maquinas que requieren mantenimiento, pedidos mercancía en espera de ser embarcados, o elementos de inventario a punto de ser utilizados. La teoría de los tiempos y las filas de espera es aplicable a empresas de servicio o manufactureras porque relaciona la llegada de los clientes y las características de procesamiento del sistema de servicios, con las características de salida de dicho sistema.

Fitsimmons (2004) define:

Una cola como “una línea de clientes en espera que requieren atención de uno o más servidores” esta se forma además en aquellas situaciones en las que la demanda excede la capacidad de sistema para atenderla, pues los servidores están ocupados y los clientes que entren al sistema no pueden ser atendidos en ese instante. El tiempo de espera en una cola determina muchas veces el nivel de satisfacción de un cliente con respecto al servicio prestado. Este, al encontrarse en una situación de espera, puede llegar a sentir que está perdiendo tiempo que podría usarse en actividades productivas y se genera una percepción negativa sobre la calidad de atención en la entidad bancaria.

Calidad de servicio según Zeithaml (1988), “la calidad de servicio percibida por el cliente es definida como la valoración que este hace de la excelencia o superioridad del servicio” Para sumaran, Zeithaml y Berry (1985) señalan que “los clientes tienen más dificultades para evaluar la calidad de los servicios que la calidad de los productos, ya que la primera incluye evaluaciones no solo de resultados obtenidos sino también del proceso de prestación del servicio. Además las percepciones de

calidad derivan de la comparación de las expectativas del cliente con el resultado actual que recibe del servicio”. De modo que podemos definir la calidad de servicio como la comparación entre lo que el cliente espera recibir es decir sus expectativas y lo que realmente recibe. (Barroso, 2000).

Para terminar cuando hablamos del Banco de Crédito del Perú estamos refiriéndonos a una de las entidades financieras más importantes del país por lo tanto la satisfacción de sus clientes es muy esencial y revelan lo que en si quiere llegar hacer el banco en estos últimos años, sus objetivos y metas están enfocados principalmente en los clientes que el servicio que otorga sea bueno y de calidad por eso poco a poco está cambiando la política del Banco de Crédito del Perú.

Como empresa global el Banco de Crédito desde el 2018 agrego a su esencia una nueva aspiración que es la Experiencia del Cliente WOW, la cual busca ser la empresa peruana que brinde la mejor experiencia a sus clientes en calidad de atención, siendo simples cercanos y oportunos. A esta experiencia agrego seis principios culturales de los cuales uno está ligado directamente con su nueva aspiración en la búsqueda de una mejor calidad de atención a sus clientes, este principio es CLIENTECENTRICOS; el cual define que sus clientes están en el centro de todas sus decisiones y acciones buscando que cada producto, cada servicio, cada solución sea para entregarle al cliente una experiencia única basada en un servicio más simple cercano y ágil.

Dentro de esta aspiración y principio basados en el cliente el Banco de crédito del Perú mide la satisfacción de cada agencia a nivel nacional y espera que las agencias alcancen un óptimo de 120% en este indicador, esperando un mínimo aceptable del 100%. Estos indicadores son divididos por dos variables T2B (Top - Two Box) que se refiere a todas las encuestas que son respondidas por los clientes que están totalmente satisfechos y muy satisfechos, se calcula sumando tanto las encuestas respondidas con totalmente satisfechos y con las encuestas respondidas muy satisfechos y dividido por la cantidad de encuestas realizadas del mes. La segunda variable es B2B (Bottom Tow Box) que se refiere a todas las encuestas respondidas por los clientes con nada satisfechos y poco satisfechos, se calcula sumando las encuestas nada satisfechos y poco satisfechos. Divididos por la cantidad de encuestas por mes. Para el caso del estudio se ha puesto el foco sobre la

satisfacción del cliente en la atención recibida en ventanilla de la agencia principal de la ciudad de Trujillo que tiene por nombre SUCURSAL-TRUJILLO.

La Sucursal-Trujillo del Banco de Crédito del Perú es la oficina más grande la región norte, esta oficina cuenta con veinticuatro promotores servicio encargados de la atención en ventanilla, veintidós asesores de servicio para la atención en plataforma, seis supervisores de agencia, seis funcionarios Pyme, un jefe de procesos y un gerente.

La agencia sucursal Trujillo del Banco de Crédito del Perú desde el inicio del año 2018 genero desestabilidad en su valoración de satisfacción de cliente, se reflejaba que los clientes se sentían insatisfechos por el tiempo de espera y valoraban mucho ese aspecto en el momento de calificar la satisfacción de la agencia.

Asimismo se vio reflejado en los comentarios de las encuestas que los clientes generaban, algunas dimensiones básicas que el cliente toma en consideración para sentirse bien con el servicio, ya no tanto consideraban esencial el tiempo de espera sino que también el desempeño del promotor de servicio en la atención, como también la solución que le daban a sus problemas o inconvenientes que tenían en algunas ocasiones y por ultimo también la comodidad de la agencia la cual generaba satisfacción a los clientes, por este motivo en meses adelante se vio reflejado bajones en la calificación de la agencia sucursal Trujillo.

1.2. Formulación del problema

¿Cuál es la evolución de la satisfacción del cliente de la agencia sucursal Trujillo del Banco de Crédito del Perú durante el periodo 2018-2019?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Analizar la evolución de la satisfacción del cliente de la agencia sucursal Trujillo del Banco de Crédito del Perú durante el periodo 2018-2019.

1.3.2. Objetivos específicos

- A.** Analizar el comportamiento de la dimensión del tiempo de espera de atención de los clientes de la agencia sucursal Trujillo del Banco de Crédito del Perú durante el periodo 2018-2019.
- B.** Caracterizar el comportamiento del desempeño de los promotores de servicio de la agencia sucursal Trujillo del Banco de Crédito del Perú durante el periodo 2018-2019.

- C. Analizar la evolución de la solución de problemas por parte de los promotores de servicio de la agencia sucursal Trujillo del Banco de Crédito del Perú durante el periodo 2018-2019.
- D. Caracterizar la evolución de la comodidad del ambiente de la agencia sucursal Trujillo del Banco de Crédito del Perú durante el periodo 2018-2019.

1.4. Hipótesis

La evolución de la satisfacción del cliente de la agencia sucursal Trujillo del Banco de Crédito del Perú durante el periodo 2018-2019 ha tenido una tendencia variable decreciente.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

Para corroborar la hipótesis se utilizó un diseño no experimental. Según (Santa & Martins, 2006) el diseño no experimental es el que se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable. Se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real (satisfacción del cliente) y en un tiempo determinado o no (en este caso el 2018-2019) para luego analizarlos, por lo tanto en este diseño no se construye una situación específica sino que se observa las que existen.

Nivel Descriptivo simple. El proyecto de estudio se ha considerado de este nivel ya que describe la realidad observada. Diseño longitudinal (descriptivos) tienen como objetivo observar el cambio en una población, se han de tomar varias medidas a lo largo de un período de tiempo. Se suele utilizar bastante para observar cómo se modifican las intenciones de voto a lo largo del desarrollo de una campaña electoral.

2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

2.2.1. Población

Lo constituyen los reportes históricos de las dimensiones de satisfacción de clientes de la agencia sucursal Trujillo del Banco de Crédito del Perú.

2.2.2. Muestra

Los 679 reportes históricos (encuestas) de las dimensiones de la satisfacción del cliente de la agencia sucursal Trujillo del Banco de Crédito del Perú durante el periodo enero 2018 a marzo 2019.

2.2.3. Operacionalización de variables

Tabla 1 Operacionalización de Variables

VARIABLE	DESCRIPCION	DIMENSIONES	MEDICION	INDICADORES
			¿Qué tan satisfecho se encuentra del tiempo de espera para realizar sus operaciones en la agencia sucursal- Trujillo del Banco de crédito del Perú?	1. Nada satisfecho 2. Poco satisfecho 3. Satisfecho 4. Muy satisfecho 5. Totalmente satisfecho
	Según Kotler (2009), define la satisfacción del cliente como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta	Tiempo de espera		A. De 0 min – Totalmente Satisfecho. B. De 3.5 min – 5 min Satisfecho. C. De 5 min – 10 min Poco Satisfecho. D. De 10 min a más Nada Satisfecho

Satisfacción del cliente	de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas	Desempeño del promotor de servicios	¿Qué tan satisfecho con el desempeño que tuvo el promotor de servicio en el momento de la atención de sus operaciones en la sucursal-Trujillo del Banco de crédito del Perú?	1. Nada satisfecho	A. Pds atendió de manera cordial, amable, atenta y rápida.
			2. Poco satisfecho	B. Pds atendió de manera rápida. Satisfecho	
			3. Satisfecho	C. Pds NO atendió de manera amable, no fue rápido. Nada Satisfecho	
			4. Muy satisfecho		
			5. Totalmente satisfecho		
Solución de problemas al cliente	¿Cómo se sintió con respecto a la solución de dudas o problemas que tenía con nuestros productos y/o servicios que se le brindo en la agencia sucursal-Trujillo del Banco de Crédito del Perú?	Solución de problemas al cliente	1. Nada satisfecho	A. PdS respondió y soluciono todas las dudas sobre productos y servicios Totalmente Satisfecho.	
			2. Poco satisfecho	B. Pds respondió a las dudas de productos pero no soluciono problemas de cliente. Satisfecho	
			3. Satisfecho	C. Pds no respondió y tampoco soluciono las dudas y problemas del cliente. Nada Satisfecho.	
			4. Muy satisfecho		
			5. Totalmente satisfecho		
Comodidad del ambiente de la agencia	¿Cómo se sintió con respecto al ambiente en donde fue atendido de la agencia Trujillo del Banco de Crédito del Perú?	Comodidad del ambiente de la agencia	1. Nada satisfecho	A. Iluminación, temperatura del ambiente y orden de la agencia es el optimo. Totalmente Satisfecho	
			2. Poco satisfecho	B. Iluminación y temperatura dentro de la agencia en adecuado. Satisfecho.	
			3. Satisfecho	C. Agencia no tiene adecuado Orden, falta de iluminación y temperatura inadecuada. Nada Satisfecho.	
			4. Muy satisfecho		
			5. Totalmente satisfecho		

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

2.3.1. Encuestas

Ferrado (2015) la encuesta la define como “una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando

procedimientos estandarizados de interrogación con intención de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población” Mediante la encuesta se obtienen datos de interés sociológico interrogando a los miembros de un colectivo o de una población.

Bravo (2015) Como características fundamentales de una encuesta destaca:

- A. La encuesta es una observación no directa de los hechos sino por medio de lo que manifiestan los interesados.
- B. Es un método preparado para la investigación.
- C. Permite una aplicación masiva que mediante un sistema de muestreo pueda extenderse a una nación entera.
- D. Hace posible que la investigación social llegue a los aspectos subjetivos de los miembros de la sociedad.
- E. Las encuestas tienen su origen en los Estados Unidos en las investigaciones de mercados en los sondeos de opinión ante las elecciones de la Casa Blanca. Hasta nuestros oídos nos llegan nombres como Gallup o Crossley que supieron transferir su experiencia en los estudios de mercado al campo de las elecciones electorales.

2.3.2. Modelo de encuesta realizada por el Banco de Crédito

El modelo de encuesta utilizada para medir la satisfacción de agencia en la sucursal Trujillo del Banco de crédito del Perú responde a tres preguntas claves:

- A.** ¿Qué tan satisfecho te sentiste con tu última visita a la Agencia (Nombre de la agencia) el día 15/04/2018?
- B.** (Resp. 1,2,4 y 5) ¿Por qué te sentiste (Respuesta anterior) en tu última visita a la Agencia (Nombre Agencia)? // (Resp. 3) ¿Qué nos recomendarías para que en tu próxima visita te sientas Totalmente Satisfecho?
- C.** (Resp. 1,2,4 y 5) ¿Qué tan satisfecho estás con la atención que te brindamos en la (VENTANILLA / PLATAFORMA) de la Agencia (Nombre de la Agencia)?

D. De las siguientes características cual tuvo mayor impacto para su respuesta anterior (Pregunta C): Tiempo de espera, solución de problemas, desempeño del promotor de Servicios, comodidad de la agencia.

2.3.3. Ejemplo de flujo para realizar las encuestas a clientes:

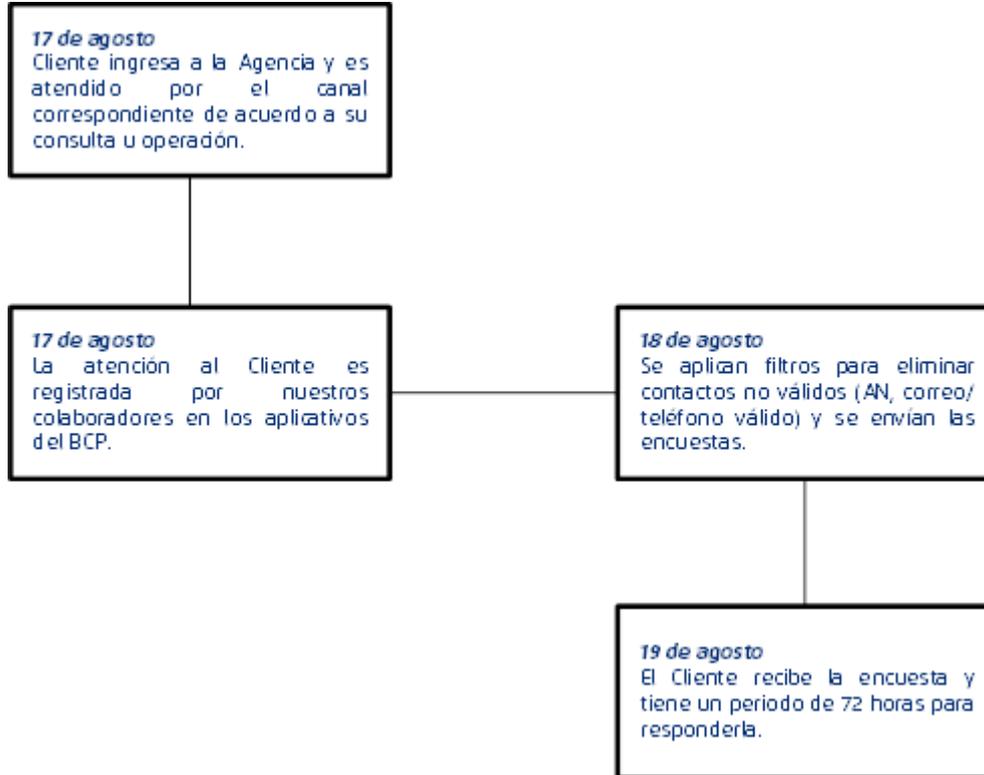


Figura 1 Flujo para realizar encuestas a clientes que son atendidos en las agencias del Banco de Crédito del Perú

2.4. Procedimiento

En primer lugar recolectamos todo el historial y reportes de satisfacción de la Sucursal Trujillo del banco de crédito del Perú tanto en el 2018 y lo que lleva del 2019 para poder después hacer un análisis de todos los resultados, desglosándolos por cada dimensión tomada por el banco que es de mayor importancia y las cuales son; amabilidad en la atención, la rapidez y el tiempo de espera de los clientes a la hora de realizar sus operaciones, como también la solución de problemas e inconvenientes que tengan los clientes con respecto a los productos o servicios ofrecidos por el banco, así mismo la comodidad de la agencia que genera al cliente en el momento de realizar sus operaciones. Los datos recopilados de la muestra obtenida se agruparon en cuadros, tablas y figuras, con la finalidad de realizar un análisis grupal e individual de las dimensiones y cualidades que están inmersas en

la satisfacción del cliente en la agencia sucursal Trujillo del Banco de Crédito del Perú.

Por lo tanto después de haber recolectado los resultados de cada indicador en mención y esto generando la sumatoria y el porcentaje de satisfacción de la Sucursal Trujillo de cada mes llegamos a analizar el nivel de satisfacción esta oficina del banco de crédito del Perú en el periodo Enero 2018 a Marzo 2019.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

3.1. EVOLUCION DE LA SATISFACCION DE LA AGENCIA SUCURSAL TRUJILLO DEL BANCO DE CREDITO DEL PERU EN EL PERIODO 2018 – 2019.

Como Banco de Crédito del Perú se espera que las agencias alcancen un nivel óptimo de 120% en este indicador con un mínimo esperado y aceptable del 100%. Para lo cual realizan encuestas aleatorias a los clientes que son atendidos en las agencias con un promedio de 44 encuestas por mes. Siendo los resultados del periodo en estudio enero 2018 hasta marzo 2019 reflejados en la siguiente tabla.

Tabla 2 Resultados Generales del Alcance Satisfacción en la Sucursal Trujillo del Banco de Crédito del Perú

Se muestra el avance obtenido en la medición de la satisfacción en el período Enero 2018 a Marzo 2019

MES	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18	ene-19	feb-19	mar-19
ALCANCE DE SATISFACCION	120%	117%	111%	110%	115%	116%	89%	97%	104%	85%	99%	97%	107%	104%	103%

NOTA: El resultado solo muestra el avance de la satisfacción obtenida por el canal ventanilla

Los resultados de satisfacción de cliente obtenidos mediante los reportes históricos otorgados por el banco de crédito del Perú nos refleja un promedio de satisfacción en la agencia sucursal Trujillo de 104% mediante el periodo en estudio, como también teniendo un punto mínimo de 85% en el mes de octubre del 2018 debido de que se obtuvo un 9% de clientes encuestados insatisfechos con respecto a la dimensión solución de problemas con comentarios como por ejemplo “especializar más a las personas encargadas en ventanilla” o “que los asesores brinden más información al cliente” y un máximo de 120% en enero del 2018 debido a que se observó que los clientes tomaron más importancia a la dimensión de tiempo de espera y se obtuvo calificaciones positivas, lo cual se puede verificar en los tiempos tanto de clientes exclusivos cual su tiempo de espera fue 1.3 min y clientes de consumo 3.2 min. Por otro lado tenemos una desviación estándar de 10% al promedio de satisfacción generándonos un enfoque que en los meses de julio y octubre del 2018 fueron los meses críticos en cuanto a la satisfacción de la agencia sucursal Trujillo, como también se obtuvo que en los meses de enero febrero mayo y junio fueron los meses con mayor índice de satisfacción.

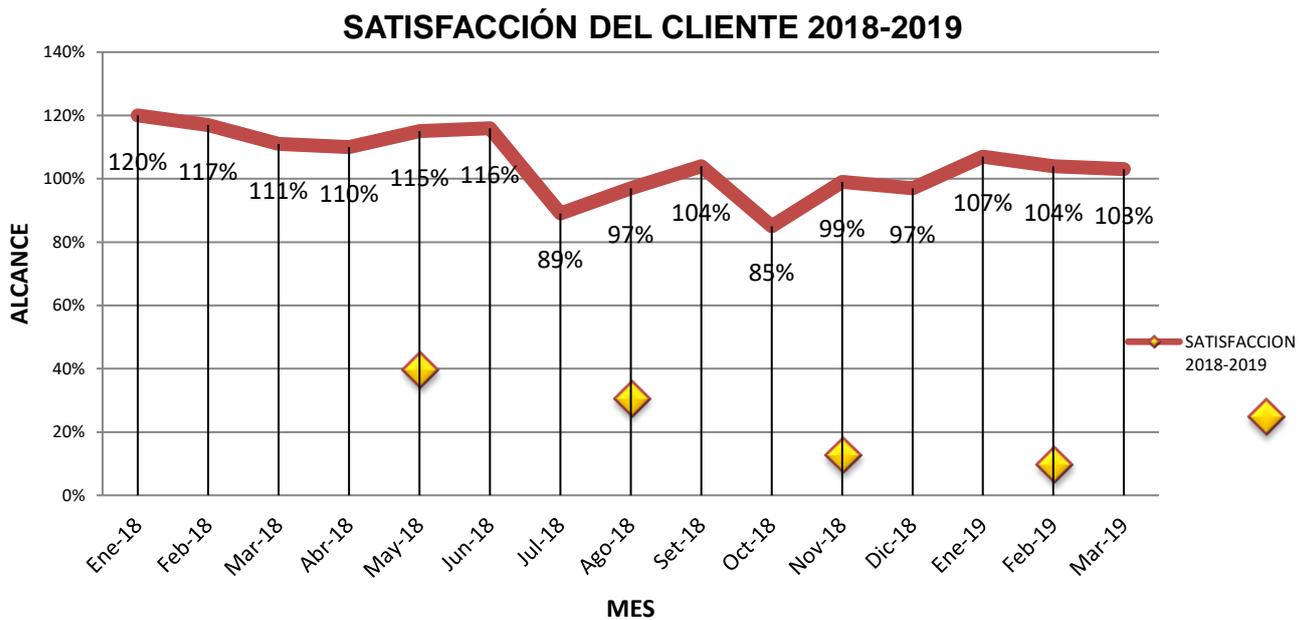


Figura 2 Evolución de la Satisfacción Sucursal Trujillo Enero 2018 – Marzo 2019. Descripción grafica del nivel de satisfacción entre los periodos Enero 2019 – Marzo 2019

Mediante este análisis podemos indicar que la evolución de la satisfacción en el primer trimestre disminuyó en 9% pero a pesar de eso se mantuvo en el rango del promedio del periodo en estudio, en el segundo trimestre mostro un leve avance de 5% manteniéndose en el rango promedio, el tercer trimestre es el más crítico en cuanto a disminución de la satisfacción debido a que al inicio se disminuyó un 25% y cerró el trimestre dentro del promedio mostrando también una recuperación en cuanto a la satisfacción del cliente, el cuarto trimestre se obtuvo el peor porcentaje con una caída de 85% lo que muestra una mala gestión en la satisfacción en la agencia a pesar de eso se cerró el año en el rango promedio pero no en lo esperado por la política del Banco de Crédito del Perú el cual es el 100%, por ultimo al iniciar el 2019 la agencia empezó bien ya que se mantuvo en el rango promedio tanto de la agencia como para la política del banco.

La importancia de este indicador de satisfacción y de porque la agencia sucursal Trujillo del Banco de crédito del Perú busca que las agencias tengan un alcance del 120% es por su nueva visión de enfoque CLIENTECENTRICOS en donde lo más impórtate es que el cliente perciba que es el centro de “SER” de BCP.

El BCP para lograr medir la satisfacción de sus agencias evalúa cuatro dimensiones que están totalmente inmersas con la experiencia que tiene los clientes en sus visitas que realizan a la Sucursal Trujillo las cuales son:

- A. Tiempo de Espera
- B. Desempeño del Promotor de Servicios.
- C. Solución de Problemas.
- D. Comodidad en la agencia.

Esta descripción de dimensiones las podemos encontrar dentro de los tips de Gestión de experiencia del BCP que están plasmados en su metodología FELIZ DE AYUDARTE

ANEXO 12



Figura 3 Dimensiones de Satisfacción en la Sucursal Trujillo del BCP. Composición del indicador de satisfacción en la sucursal Trujillo

3.2. COMPORTAMIENTO DEL TIEMPO DE ESPERA

Durante el periodo enero 2018 a Marzo 2019, la cantidad de encuestas a clientes que pusieron su foco de atención para la satisfacción sobre el tiempo de espera para ser atendido en ventanilla fue de 288 encuestados, lo que equivale a un 42.4% de la muestra total de encuestados durante este periodo, indicando que fue el TIEMPO DE ESPERA la dimensión más importante para los clientes.

Del total de clientes que se enfocaron en el tiempo de espera como un determinante para su satisfacción, el 75% ha calificado la dimensión como muy satisfecho o totalmente satisfecho, dejando el otro 25% para los clientes que tuvieron una mala experiencia con el tiempo de espera la agencia.

La media de clientes totalmente satisfechos o muy satisfechos con la dimensión tiempos de espera mes a mes ha sido del 32.26% siendo los meses con mejor calificación los de enero 2018, enero y febrero 2019, coincidentemente meses de

verano donde la afluencia de público suele disminuir y origina que los tiempos de espera sean menores. Esto lo podemos ver evidenciado en la **TABLA 3** donde se muestra los tiempos de espera en promedio que tuvieron que esperar los clientes mes a mes para ser atendidos.

Tabla 3 Tiempos de Espera Promedio en la Sucursal Trujillo del Banco de Crédito del Perú

Tabla 3

Tiempos de Espera Promedio en la Sucursal Trujillo del Banco de Crédito del Perú

Se muestra los tiempos de espera en promedio por los dos tipos de clientes que miden la satisfacción.

<u>MES</u>	<u>CONSUMO</u>	<u>CLIENTE</u>
		<u>BANCA EXCLUSIVA</u>
ENERO -2018	2.80 min	0.80 min
FEBREO-2018	3.50 min	1.30 min
MARZO-2018	3.30 min	1.50 min
ABRIL-2018	3.20 min	1.50 min
MAYO-2018	3.00 min	0.90 min
JUNIO-2018	3.50 min	1.30 min
JULIO-2018	3.10 min	1.40 min
AGOSTO-2018	4.05 min	1.40 min
SETIEMBRE-2018	3.35 min	1.30 min
OCTUBRE-2018	3.70 min	1.80 min
NOVIEMBRE-2018	3.60 min	2.00 min
DICIEMBRE-2018	5.00 min	3.00 min
ENERO-2019	3.00 min	1.50 min
FEBREO-2019	3.90 min	1.50 min
MARZO-2019	3.20 min	1.60 min

Nota: La meta de tiempos de espera que tiene el Banco de Crédito del Perú es de 1.5 min cliente de Banca Exclusiva y 3.5 min clientes consumo.

En cuanto a cliente poco o nada satisfechos, la media obtenida de las encuestas es de un 11% entre enero 2018 a marzo 2019 y siendo su punto más alto el de febrero 2019 con un 20% el cual no fue muy significativo si lo comparamos frente a la media de clientes totalmente satisfecho del 32%.

Comportamiento de la Dimensión Tiempos de Espera.

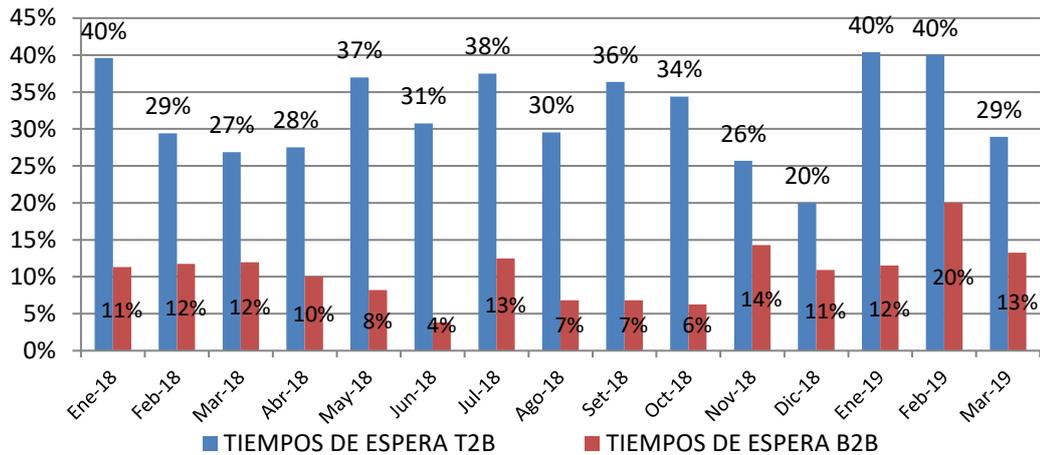


Figura 4 Comportamiento de la Dimensión Tiempos de Espera. Descripción grafica de los resultados obtenidos en la dimensión tiempos de espera en clientes total mente satisfechos o satisfechos y clientes poco satisfechos o nada satisfechos durante el periodo enero 2018 a marzo 2019

3.3. Características del comportamiento del desempeño de los promotores de servicio de servicio

En el periodo de enero 2018 a Marzo 2019, 214 clientes han puesto su foco en el desempeño de los promotores de servicio para valorar la satisfacción de la agencia. Cuando se habla de desempeño del colaborador se hace referencia al modo y tipo de atención que tuvo sobre el cliente, es decir a la amabilidad con la que fue atendido el cliente, sí estuvieron atentos a sus transacciones, si les recomendaron otro tipo de canal para su atención, etc. En esta dimensión alcanzaron un 86% de clientes que han valorado como totalmente satisfechos o muy satisfechos. Y un 14% de clientes respondieron como poco o nada satisfechos.

La media de clientes que han respondido a las encuestas valorando el desempeño de los colaboradores de ventanilla como muy satisfechos o satisfechos ha sido del 26%, siendo el periodo de Agosto 2018 el mes con el máximo alcance de 41%. Y su punto mínimo en el mes de Julio 2018. Con 13% de alcance; este punto mínimo en el mes de julio coincide con uno de los meses más bajos en los niveles de satisfacción.

Cuando se evalúa los clientes que no respondieron como poco o nada satisfechos se observa una media de 5% de clientes por mes que no estuvieron satisfechos con

la dimensión desempeño del colaborador, siendo el punto máximo el mes de noviembre del 2018 con un 11% de clientes poco o nada satisfechos.

Dentro de la evaluación mes a mes de la dimensión desempeño del promotor se observa como durante los seis primeros meses el promedio de clientes satisfechos es de 27.7%, y la satisfacción de la agencia 114% y cuando esta dimensión baja a su punto mínimo es un causante de que la satisfacción general se vea afectada descendiendo a un 89% de cumplimiento en el mes de Julio 2018 y automáticamente al siguiente mes cuando mejora el porcentaje de clientes satisfechos con el desempeño de los promotores de servicio la satisfacción ya no sigue en descenso sino que comienza a subir. Esto se ve claramente reflejado en el mes de Agosto 2018 donde se tiene el mayor porcentaje de cliente satisfecho y una recuperación en la satisfacción del 89% al 97%.

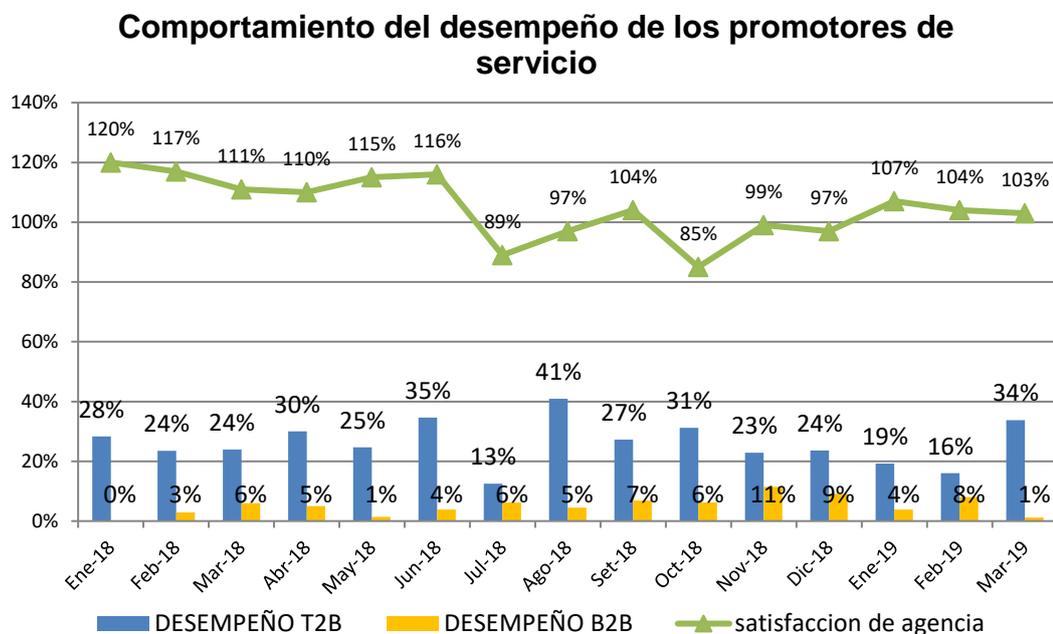


Figura 5 Comportamiento del Desempeño de los Promotores de servicio. Descripción grafica de los resultados obtenidos de clientes totalmente satisfechos o satisfechos y poco satisfechos o nada satisfechos comparados con la satisfacción en general

3.4. Evolución de la solución de problemas por parte de los promotores de servicio

En el periodo enero 2018 a marzo 2019, 103 encuestas estuvieron dirigidas por los clientes hacia la solución de problemas por parte de los promotores de servicios y que tan satisfechos estuvieron sobre esta dimensión, donde un 46% de los clientes respondieron como muy satisfechos o satisfechos y el 54% como poco satisfechos o

nada satisfechos, mostrando el primer problema de esta dimensión; es mayor la cantidad de clientes insatisfechos frente a la solución de problemas por parte de los promotores de servicio.

La media por mes de clientes satisfechos sobre esta dimensión fue de 6.6% mientras que la media de clientes insatisfechos por mes fue de 9% con esto podemos decir que la solución de problemas de los promotores de servicios hacia los clientes fue una dimensión que ha afectado de manera negativa a la satisfacción de la agencia ocasionando que sea un determinante constante mes a mes para que la satisfacción no haya mejorado con mejores resultados.

Durante el primer semestre en estudio el porcentaje de clientes satisfechos y no satisfechos tuvo un avance casi similar con un promedio de 7.2%. Lo cual mantuvo a la satisfacción en un promedio de 114.8% hasta el mes de Julio donde la satisfacción cayó a un 89% con un punto máximo de cliente poco satisfechos o nada satisfechos del 19%. Lo mismo que se originó en Octubre 2018 donde el porcentaje de clientes insatisfechos pasó de 5% a 9% que sumo puntos para que la satisfacción general vuelva a caer de un 104% al 85%.

En el mes de noviembre 2018 el porcentaje de clientes poco satisfechos o nada satisfechos tuvo uno de los picos más altos durante el periodo de estudio de 17% de clientes que no fueron atendidos correctamente. Pero este pico en la insatisfacción de clientes no impacto negativamente en la satisfacción general lo que muestra que en ese periodo las demás dimensiones de satisfacción sopesaron el impacto.

Evolución de la Dimensión Solución de Problemas por parte de los Promotores de Servicio

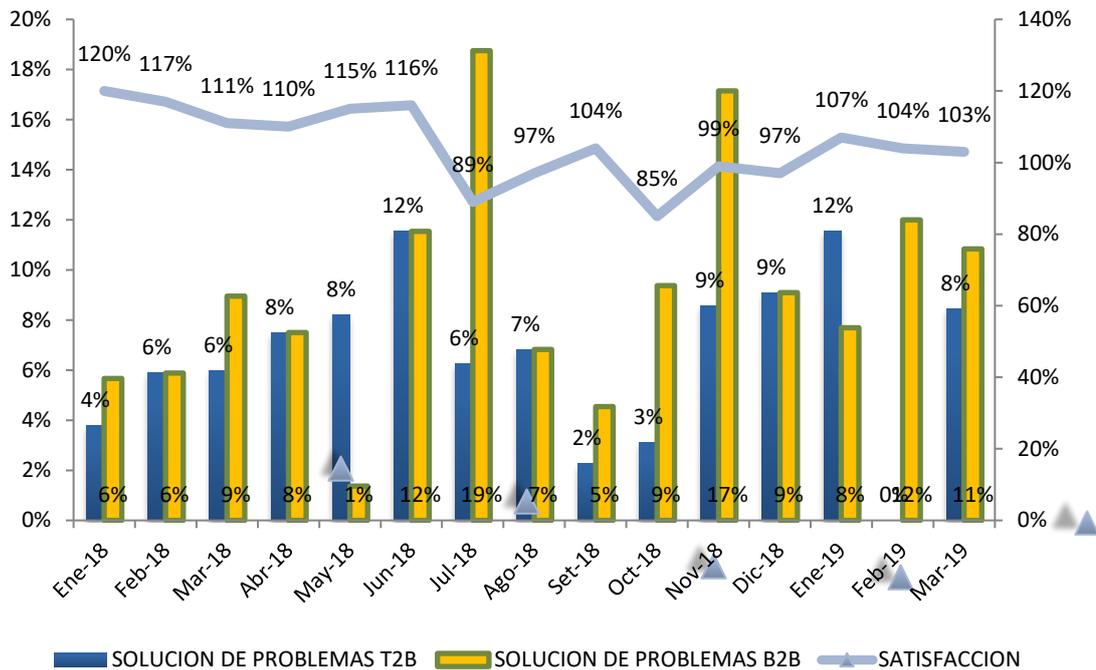


Figura 6 Evolución de la Dimensión Solución de Problemas por parte de los Promotores de Servicio. Descripción grafica de los resultados obtenidos por clientes totalmente satisfechos o satisfechos y clientes poco o nada satisfechos, comparados con la satisfacción

3.5. Evolución de la comodidad del ambiente de la agencia sucursal Trujillo del Banco de Crédito del Perú durante el periodo 2018-2019

Durante el periodo en estudio la dimensión comodidad en la agencia mostro una respuesta de 74 clientes que valoraron este indicador de satisfacción, para esta dimensión en particular el 50% de cliente que valoraron este indicador lo calificaron como totalmente satisfechos o muy satisfechos, el otro 50% de clientes calificaron como satisfechos, poco satisfechos o nada satisfechos.

La media promedio de clientes que respondieron como muy satisfechos o totalmente satisfechos en los meses de enero 2018 a marzo 2019 fue de 5.2% con un mínimo de cero clientes satisfechos con la comodidad de la agencia en los meses de Junio, Julio, agosto y noviembre 2018 pero con un máximo de 15% en clientes satisfechos el mes de febrero 2018

En cuanto los clientes que respondieron como poco o nada satisfechos con la comodidad de la agencia como un atenuante para la satisfacción .Se tiene una media de 4.9% de clientes con esta percepción de la satisfacción con un mínimo de cero

clientes poco o nada satisfechos en los meses de Octubre, noviembre 2018 y febrero 2019 y un máximo de 11% de clientes insatisfechos en el mes de diciembre 2018.

Evolución de la Dimensión Comodidad en la Agencia

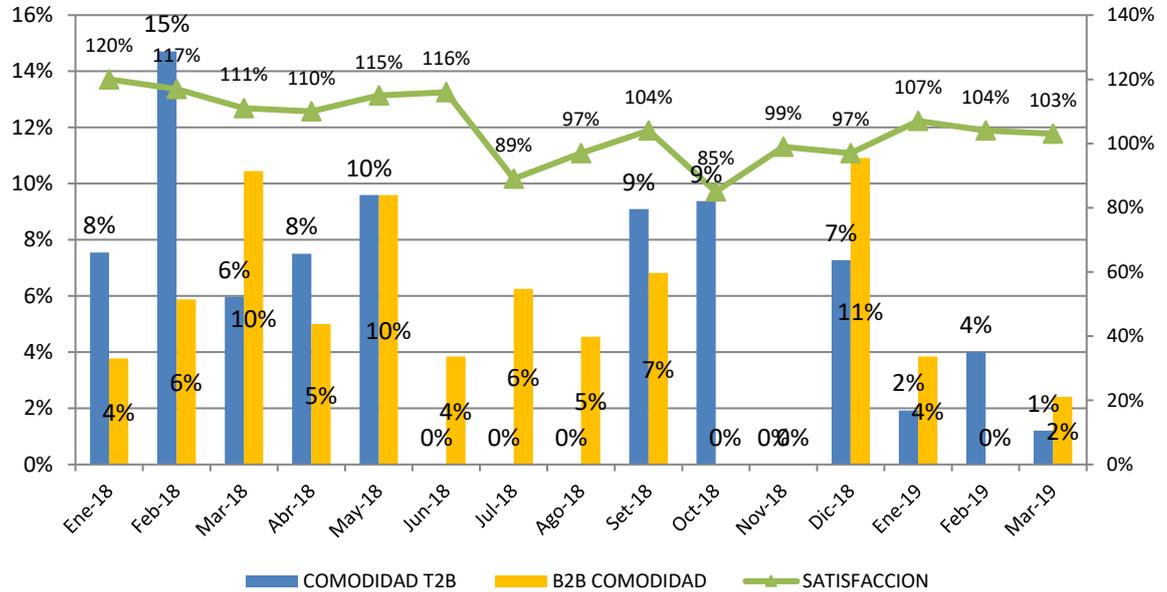


Figura 7 Evolución de la Dimensión Comodidad en la Agencia. Descripción grafica de los resultados obtenidos de clientes satisfechos o totalmente satisfechos y clientes poco o nada satisfechos descritos como B2B en los periodos de enero 2018 a marzo 2019

Lo resaltante al evaluar esta dimensión se centra en los meses de junio a agosto del 2018 donde solo hubieron clientes insatisfechos, y en el mes de julio 2018 la calificación negativa en esta dimensión afecto directamente a la satisfacción general siendo uno de los causantes de que se obtenga un resultado de 89% en satisfacción. El determinante en este mes para que tengan esta calificación fue la poca accesibilidad que tenían los clientes a cajeros automáticos en la agencia por estar malogrados o está siempre ocupados. Esto se refleja en comentarios de clientes como el siguiente: "siempre está el inconveniente de que no hay cajeros de depósito disponible y es una agencia en el cual están ubicados cambistas y utilizan el cajero y demoran demasiado.

3.6. Resumen de resultados

Lo más importante de la investigación realizada mediante la observación de resultados de los reportes históricos de la satisfacción de la sucursal Trujillo es que no podemos separar sus dimensiones y trabajarlas individualmente; es decir no solo se puede trabajar y capacitar al personal para que se enfoque en una sola dimensión de la satisfacción, para obtener resultados óptimos y que sean los esperados por el banco de crédito es que se debe poner un énfasis general en las cuatro dimensiones teniendo presente que el cliente que atienden a evolucionado y pide en su experiencia de atención que no solo se lo sea de manera rápida sino que además sean atendido de manera amable que brinden soluciones oportunas y en el momento a sus problemas y el ambiente donde se realizan estas tareas fueran.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

Con respecto a la satisfacción de los clientes de la sucursal Trujillo las dimensiones generan un impacto importante y no solo una dimensión con mayor frecuencia sino que todas tienen que ir de la mano. El tiempo de espera, el desenvolvimiento en la atención de los promotores de servicio, la solución de problemas de los clientes y la comodidad que genera el ambiente de la agencia son muy importante para los clientes y por ende para que se sientan satisfechos con el servicio que les otorga el banco de crédito del Perú.

Cuando hablamos de satisfacción del cliente nos embarcamos en un aspecto muy importante para cualquier empresa el cliente es muy fundamental para el crecimiento de toda empresa. Por lo tanto en el ámbito bancario no podría ser ajeno el acercamiento de tener clientes satisfechos. La sucursal Trujillo es una de las agencias más importantes de la zona norte que abarca el banco de crédito del Perú. Desde inicio del 2018 se vio reflejado el 120% en satisfacción fue bajando en algunos meses por descuidos de algunas dimensiones que no fueron bien tomadas por los clientes pero superaron esos inconvenientes y en los últimos meses se mantienen sobre el 100% que refleja la satisfacción de los clientes en la sucursal Trujillo. Según (Liza Claudia & Siancas Cecilia, 2016) Los niveles de satisfacción a nivel de todas las agencias, son bajos. En todas las agencias, los niveles de satisfacción no llegan a superar el valor central de 4 (frente a una escala de expectativa de 1 a 6, en general). Esto nos permite analizar que comparando los resultados de satisfacción de los clientes en las encuestas realizadas por el banco de crédito del Perú en la sucursal Trujillo, que esta agencia se encuentra en el promedio e incluso por encima de nivel satisfacción de otras agencias como también de otras identidades bancarias.

4.2. Conclusiones

1. Al analizar los resultados de satisfacción de la sucursal Trujillo del Banco de Crédito del Perú se observa una variación en sus resultados de manera decreciente en el periodo de estudio de Enero 2018 a Marzo 2019. Inician con un resultado de satisfacción general óptimo del 120% y culminan con un cumplimiento del 103% en Marzo 2019.

Durante todo este periodo de estudio los resultados de la satisfacción de sucursal Trujillo del Banco de Crédito del Perú no fue constante, con un índice de varianza de muestra del 1.06%.

Los resultados más resaltantes con mejor cumplimiento de satisfacción fueron los meses de enero, mayo y junio del 2018, tomando en consideración que son los meses de menor afluencia de público a la agencia, lo que implica a que las operaciones sean rápidas logrando así atender a un mayor número de clientes en un menor tiempo evitando así la generación de colas lo que conlleva una respuesta positiva por parte de los clientes, esto se demostró en que del total de clientes encuestados por periodo un promedio del 79% indican estar totalmente satisfechos o muy satisfechos frente a las dimensiones de satisfacción de la agencia.

En cuanto a los puntos más bajo se determina a los meses de julio y octubre del 2018, debido a la rotación moderada de personal dentro de la oficina, sabiendo el tiempo que toma la preparación y aclimatación de nuevos trabajadores, incurriendo así en una limitación para una rápida y correcta atención en la agencia; dando como resultado que en la encuesta se refleje a un promedio del 33% de clientes quienes acotaron estar como poco o nada satisfechos con la atención recibida.

2. Con el análisis de la dimensión tiempo de espera se determina como la dimensión más importante para los clientes atendidos en la sucursal Trujillo del Banco de Crédito del Perú, debido a que del total de encuestados en el periodo de estudio el 42.4% de clientes valoran a esta dimensión por sobre las demás.

Del total de clientes que se enfocaron en el tiempo de espera como un determinante para su satisfacción, el 75% ha calificado la dimensión como muy satisfecho o totalmente satisfecho, dejando el otro 25% para los clientes que tuvieron una mala experiencia con el tiempo de espera de la agencia

3. Al caracterizar el desempeño del colaborador se hace referencia al modo y tipo de atención que este genera sobre el cliente, es decir a la amabilidad con la que atiende al cliente, que consiste en: Llamar a cliente y hacerlo pasar, saludar y conectar la atención manteniendo el contacto visual, atender la necesidad del cliente, confirmar y verificar la operación, despedirse y agradecer su visita. Durante el periodo en estudio 214 clientes pusieron como prioridad esta dimensión de satisfacción, con un 26% de clientes muy satisfechos o satisfechos; siendo el periodo de Agosto 2018 el mes con el máximo alcance de 41%. Y su punto mínimo en el mes de Julio 2018. Con 13% de alcance; este punto mínimo en el mes de julio coincide con uno de los meses más bajos en los niveles de satisfacción.
4. La Evolución de la dimensión solución de problemas, la muestra como la dimensión con mayor cantidad de clientes insatisfechos donde un 46% de los clientes respondieron como muy satisfechos o satisfechos y el 54% como poco satisfechos o nada satisfechos mediante el periodo en estudio. La solución de problemas de los promotores de servicios hacia los clientes fue una dimensión que ha afectado de manera negativa a la satisfacción de la agencia ocasionando que sea un determinante constante mes a mes para que la satisfacción no haya mejorado debido a que el promedio de clientes insatisfechos por mes fue del 9%. Esto es una muestra de que el promotor de servicio de la Sucursal Trujillo no tiene una preocupación por brindar un mayor apoyo al cliente que la de sus operaciones básicas en atención.
5. Al caracterizar la evolución de la dimensión comodidad en el ambiente de la agencia sucursal Trujillo del Banco de Crédito del Perú en el periodo de estudio, observamos que solo el 11% de clientes encuestados ponen atención en esta dimensión, con lo cual la consideramos como la menos importante al momento de determinar si un cliente está o no satisfecho con la atención brindada. El promedio de clientes que respondieron como muy satisfechos o totalmente satisfechos en los meses de enero 2018 a marzo 2019 fue de 5.2% con su punto más alto en el mes de febrero 2018 con 15% de alcance, en cuanto a los clientes poco o nada satisfechos la media fue del 4.9% de clientes que valoraron esta dimensión, siendo el mes de diciembre donde se tiene la mayor cantidad de clientes insatisfechos con esta dimensión con el 11%.

En esta dimensión el cliente se centra en evaluar su experiencia en cuanto a la infraestructura o accesibilidad que tiene para desplazarse dentro de la agencia, lo cual se puede comprobar con las encuestas que realizan los clientes y plasman su disconformidad frente a la falta o inoperatividad de cajeros automáticos, la poca iluminación de la oficina, o la falta de servicios higiénicos para el público.

6. Es correcto determinar que la evolución de la satisfacción del cliente de la agencia sucursal Trujillo del Banco de Crédito del Perú durante el periodo 2018-2019 ha tenido una tendencia variable decreciente. Debido a que las dimensiones que integran la satisfacción; a la cual el BCP la llama “Gestión de la Experiencia”; no han sido gestionadas correctamente. No dejando de lado, los *feed-back* realizados a los promotores de servicio y a los demás colaboradores, buscando generar una mejor experiencia en los clientes.

Esto se puede comprobar al ver los resultados sobre experiencia que han tenido los clientes atendidos en esta agencia en donde la dimensión más valorada y por la que más respondieron los clientes fue la de Tiempos de Espera con un total de 288 encuestados que representa el 42% de la muestra estudiada. Esta dimensión al ser la con mayor importancia para los clientes con 75% de clientes totalmente satisfechos o satisfechos ha sido la causa de que la satisfacción no sea más variable y que mantenga un rango de varianza en la muestra del 1.06%.

REFERENCIAS

- Barr, A. (2013). *La Calidad de Servicio y la Satisfacción de los Clientes del Banco de la Nación – Agencia Victor Larco 2011*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú
- Cano A., & Vilca, K. (2017). *El impacto de la reducción de los tiempos de espera en la calidad de atención para los visitantes del banco de crédito del Perú*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Perú.
- Dávalos E. (2017). *Mejora continua y su impacto en la retención de clientes de banca personal en la oficina de lima norte de una entidad financiera*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada del Norte, Lima, Perú.
- Dutka, A. (1994) *Manual para la satisfacción del cliente*. (3.a ed.). Chicago, USA: Lincolnwood.
- García, E. (25 de agosto 2018). *Tres de cada 10 cambian de banco por altos intereses y falta de atención*. Gestión, Recuperado de <https://gestion.pe/economia/242616-noticia>.
- García, M., Ibáñez, J. & Alvira, F. (2015). *El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación*. (4.ª ed.). Madrid, España: Alianza Universidad.
- Krajewski, L., Ritzman, L. & Gonzáles, A. (2000). *Administración de operaciones : estrategia y análisis*. México : Pearson Educación.
- Liza, C., & Siancas, C. (2016). *Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo, 2016*. (Tesis de Maestría). Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú.
- Pizarro, G. (2010). *Incidencia de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente, en el banco de crédito del Perú de la ciudad de Tacna, oficina Bolognesi, en el periodo 2008 y 2009*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, Tacna, Perú.
- Thompson, I. (2006). *Satisfacción del cliente*. Recuperado de ithompson@promonegocios.net

ANEXOS

ANEXO N° 1. Imágenes de reportes de satisfacción BCP.

1CMP - Reporte de Satisfacción al 30 de Enero

Resultado Generales Detalle: EENN BEX y PYME

				CUMPLIMIENTO (%)			
CODSUCAGE	AGENCIA	AREA	REGION	C_AGENCIA	CUMPL_EXPAGE	CUMPL_VENTANILLA	CUMPL_PLATAFORMA
570000	TRUJILLO	PROVINCIAS 1	NORTE 1	111%	112%	120%	97%

Detalle de Encuestas Ventanilla		Detalle de Encuestas Plataforma	
META	87	66%	
VENTANILLA			
Encuesta_Ventanilla	T2B_Ventanilla	B2B_Ventanilla	
TOTAL_ENCUESTA_VENT	T2B_VENT	B2B_VENT	
51	82%	2%	

1CMP - Reporte de Satisfacción al 28 de Febrero

				CUMPLIMIENTO (%)		
CODSUCAGE	AGENCIA	AREA	REGION	C_AGENCIA	CUMPL_EXPAGE	CUMPL_VENTA
570000	TRUJILLO	PROVINCIAS 1	NORTE 1	114%	114%	117%

Detalle de Encuestas Ventanilla			
META	13,2	66%	
VENTANILLA			
Encuesta_Ventanilla	T2B_Ventanilla	B2B_Ventanilla	
TOTAL_ENCUESTA_VENT	T2B_VENT	B2B_VENT	
87	79%	1%	

1CMP - Reporte de Satisfacción al 27 de Marzo

Resultado Generales Detalle: EENN BEX y PYME

INDICE

				CUMPLIMIENTO (%)			
CODSUCAGE	AGENCIA	AREA	REGION	C_AGENCIA	CUMPL_EXPAGE	CUMPL_VENTANILLA	CUMPL_PLATAFORMA
570000	TRUJILLO	PROVINCIAS 1	NORTE 1	110%	108%	111%	103%

Detalle de Encuestas Ventanilla			
META	22,9	66%	
VENTANILLA			
Encuesta_Ventanilla	T2B_Ventanilla	B2B_Ventanilla	
TOTAL_ENCUESTA_VENT	T2B_VENT	B2B_VENT	
151	75%	4%	

Reporte de Satisfacción al 30 de Abril

				CUMPLIMIENTO (%)		
AGENCIA	AREA	REGION	C_AGENCIA	CUMPL_EXPAGE	CUMPL_VENTANILLA	CUMPL_PLATAFORMA
TRUJILLO	PROVINCIAS 1	NORTE 1	109%	113%	110%	

60

VENTANILLA			
Ventanilla	T2B_Ventanilla	B2B_Ventanilla	
TOTAL_ENCUESTA_VENT	T2B_VENT	B2B_VENT	
8	86%	7%	

Reporte de Satisfacción al 31 de Mayo

AREA	AGENCIA	REGION	C_AGENCIA	CUMPL_EXPAGE	CUMPL_VENTANILLA	CUMPLIMIENTO (%)
PROVINCIAS 1	TRUJILLO	NORTE 1	112%	116%	115%	

1,694

VENTANILLA		
CUESTA_VENT	T2B_VENT	B2B_VENT
116	79%	3%

MP - Reporte de Satisfacción al 30 de Junio

Resultado
Detalle EENN
BEX y PYME

INDICE

AREA	AGENCIA	REGION	C_AGENCIA	CUMPL_EXPAGE	CUMPL_VENTANILLA	CUMPL_PLATAFORMA	CUMPL_BEX	CUMPLIMIENTO (%)
PROVINCIAS 1	TRUJILLO	NORTE 1	116%	116%	116%	116%	120.00%	

136

VENTANILLA		
CUESTA_VENT	T2B_VENT	B2B_VENT
136	80%	3%

3CMP - Reporte de Satisfacción Preliminar al 30 de Julio

Resultado
Detalle EENN
BEX y PYME

INDICE

9,097

CODSUCAGE	AGENCIA	AREA	REGION	C_AGENCIA	CUMPL_EXPAGE	CUMPL_VENTANILLA	CUMPL_PLATAFORMA	CUMPL_BEX	CUMPL_PYME	EXPERIENCIA AGENCIA				
										TOTAL_ENCUESTA_AGE	T2B_AGE	T2B_VENT_EXP	T2B_PLAT_EXP	B2B_AGE
570000	TRUJILLO	PROVINCIAS 1	NORTE 1	109%	106%	89%	120%	120%	114%	23	74%	60%	88%	10%

3CMP - Reporte de Satisfacción Preliminar al 30 de Agosto

Resultado
Detalle EENN
BEX y PYME

INDICE

25,282

CODSUCAGE	AGENCIA	AREA	REGION	C_AGENCIA	CUMPL_EXPAGE	CUMPL_VENTANILLA	CUMPL_PLATAFORMA	CUMPL_BEX	CUMPL_PYME	EXPERIENCIA AGENCIA				
										TOTAL_ENCUESTA_AGE	T2B_AGE	T2B_VENT_EXP	T2B_PLAT_EXP	B2B_AGE
570002	TRUJILLO OPEN PLAZA	PROVINCIAS 1	NORTE 1	108%	107%	87%	108%	104%	104%	71	74%	68%	84%	8%

3CMP - Reporte de Satisfacción Preliminar al 27 de Septiembre

Resultado
Detalle EENN
BEX y PYME

INDICE

40,588

CODSUCAGE	AGENCIA	AREA	REGION	C_AGENCIA	CUMPL_EXPAGE	CUMPL_VENTANILLA	CUMPL_PLATAFORMA	CUMPL_BEX	CUMPL_PYME	EXPERIENCIA AGENCIA				
										TOTAL_ENCUESTA_AGE	T2B_AGE	T2B_VENT_EXP	T2B_PLAT_EXP	B2B_AGE
570000	TRUJILLO	PROVINCIAS 1	NORTE 1	108%	107%	104%	100%	120%	108%	140	74%	70%	73%	10%

4CMP - Reporte de Satisfacción al 30 de Octubre

				META	70%	67%	73%	65%	53%
				CUMPLIMIENTO (%)					
CODIGO AGENCIA	AGENCIA	AREA	REGION	GERENTE DE AGENCIA (Satisfacción)	SATISFACCIÓN AGENCIA	Satisfacción Agencia Ventanilla	Satisfacción Agencia Plataforma	SATISFACCIÓN BEX	SATISFACCIÓN PYME
57002	TRUJILLO OPEN PLAZA	PROVINCIAS 1	NORTE 1	73%	62%	85%	20%		95%

4CMP - Reporte de Satisfacción al 29 de Noviembre

				META	70%	67%	73%	65%	53%
				CUMPLIMIENTO (%)					
CODIGO AGENCIA	AGENCIA	AREA	REGION	GERENTE DE AGENCIA (Satisfacción)	SATISFACCIÓN AGENCIA	Satisfacción Agencia Ventanilla	Satisfacción Agencia Plataforma	SATISFACCIÓN BEX	SATISFACCIÓN PYME
57002	TRUJILLO OPEN PLAZA	PROVINCIAS 1	NORTE 1	100%	100%	99%	100%		100%

4CMP - Reporte de Satisfacción al 31 de Diciembre

				META	70%	67%	73%	65%	53%
				CUMPLIMIENTO (%)					
CODIGO AGENCIA	AGENCIA	AREA	REGION	GERENTE DE AGENCIA (Satisfacción)	SATISFACCIÓN AGENCIA	Satisfacción Agencia Ventanilla	Satisfacción Agencia Plataforma	SATISFACCIÓN BEX	SATISFACCIÓN PYME
57002	TRUJILLO OPEN PLAZA	PROVINCIAS 1	NORTE 1	98%	98%	97%	95%		99%

ANEXO N° 2. Tabla 2 Avance de las dimensiones calificadas por los clientes como Totalmente satisfechos y Muy satisfechos.

Tabla 4 Avance de las Dimensiones Mejor Evaluadas por Clientes T2B

Se muestra el alcance que ha tenido cada dimensión en la valoración de los clientes para la satisfacción de atención por cada mes.

<u>Periodo</u>	<u>Tiempo de Espera</u>	<u>Solución de Problemas</u>	<u>Desempeño del Pds</u>	<u>Comodidad de Agencia</u>	<u>TOTAL</u>
ENERO-18	40%	4%	28%	8%	79%
FEBRERO-18	29%	6%	24%	15%	74%
MARZO-18	27%	6%	24%	6%	63%
ABRIL-18	28%	8%	30%	8%	73%
MAYO-18	37%	8%	25%	10%	79%
JUNIO-18	31%	12%	35%	0%	77%
JULIO-18	38%	6%	13%	0%	56%
AGOSTO-18	30%	7%	41%	0%	77%
SETIEMBRE-18	36%	2%	27%	9%	75%
OCTUBRE-18	34%	3%	31%	9%	78%
NOVIEMBRE-18	26%	9%	23%	0%	57%
DICIEMBRE-18	20%	9%	24%	7%	60%
ENERO-19	40%	12%	19%	2%	73%
FEBRERO-19	40%	0%	16%	4%	60%
MARZO-19	29%	8%	34%	1%	72%

Nota: La abreviación de Pds, hace referencia a los Promotores de Servicio que se encuentran en ventanillas en atención directa con el cliente.

ANEXO N° 3. Tabla 3 Avance de las dimensiones calificadas por los clientes como poco satisfechos y nada satisfechos.

Tabla 5 Avance de las Dimensiones con Menor Calificación por los Clientes B2B.

Se muestra el avance de las dimensiones de satisfacción para la cuales el cliente a determina su bajo nivel de calificación.

<u>Periodo</u>	<u>Tiempo de Espera</u>	<u>Solución de Problemas</u>	<u>Desempeño del Pds</u>	<u>Comodidad de Agencia</u>	<u>TOTAL</u>
ENERO-18	11%	6%	0%	4%	21%
FEBRERO-18	12%	6%	3%	6%	26%
MARZO-18	12%	9%	6%	10%	37%
ABRIL-18	10%	8%	5%	5%	28%
MAYO-18	8%	1%	1%	10%	21%
JUNIO-18	4%	12%	4%	4%	23%
JULIO-18	13%	19%	6%	6%	44%
AGOSTO-18	7%	7%	5%	5%	23%
SEPTIEMBRE-18	7%	5%	7%	7%	25%
OCTUBRE-18	6%	9%	6%	0%	22%
NOVIEMBRE-18	14%	17%	11%	0%	43%
DICIEMBRE-18	11%	9%	9%	11%	40%
ENERO-19	12%	8%	4%	4%	27%
FEBRERO-19	20%	12%	8%	0%	40%
MARZO-19	13%	11%	1%	2%	28%

Nota: La abreviación de Pds, hace referencia a los Promotores de Servicio que se encuentran en ventanillas en atención directa con el cliente.

ANEXO N° 4. Tabla 4 Recolección de datos generales de satisfacción según la cantidad de encuestas con mayor y menor calificación.

MES	RESULTADO GENERAL DE SATISFACCION		T2B CALIFICACIONES CON 5 Y 4				B2B CALIFICACIONES CON 3; 2 Y 1			
	ALCANCE	ENCUESTAS	TIEMPO DE ESPERA	SOLUCION DE PROBLEMAS	DESEMPEÑO DEL PDS	COMODIDAD EN LA AGENCIA	TIEMPO DE ESPERA	SOLUCION DE PROBLEMAS	DESEMPEÑO DEL PDS	COMODIDAD EN LA AGENCIA
Ene-18	120%	53	21	2	15	4	6	3	0	2
Feb-18	117%	34	10	2	8	5	4	2	1	2
Mar-18	111%	67	18	4	16	4	8	6	4	7
Abr-18	110%	40	11	3	12	3	4	3	2	2
May-18	115%	73	27	6	18	7	6	1	1	7
Jun-18	116%	26	8	3	9	0	1	3	1	1
Jul-18	89%	16	6	1	2	0	2	3	1	1
Ago-18	97%	44	13	3	18	0	3	3	2	2
Sep-18	104%	44	16	1	12	4	3	2	3	3
Oct-18	85%	32	11	1	10	3	2	3	2	0
Nov-18	99%	35	9	3	8	0	5	6	4	0
Dic-18	97%	55	11	5	13	4	6	5	5	6
Ene-19	107%	52	21	6	10	1	6	4	2	2
Feb-19	104%	25	10	0	4	1	5	3	2	0
Mar-19	103%	83	24	7	28	1	11	9	1	2

Tabla 6 Recolección de datos generales de satisfacción según la cantidad de encuestas con mayor y menor calificación.

ANEXO N° 5. Recolección de datos generales de satisfacción según la cantidad de encuestas con mayor y menor calificación expresados en porcentajes.

Tabla 7 Recolección de datos generales de satisfacción según la cantidad de encuestas con mayor y menor calificación expresados en porcentajes

MES	RESULTADO GENERAL DE SATISFACCION			T2B CALIFICACIONES CON 5 Y 4				B2B CALIFICACIONES CON 3; 2 Y 1				
	ALCANCE	ENCUESTAS	TIEMPO DE ESPERA	SOLUCION DE PROBLEMAS	AMABILIDAD	COMODIDAD EN LA AGENCIA	TOTAL	TIEMPO DE ESPERA	SOLUCION DE PROBLEMAS	AMABILIDAD	COMODIDAD EN LA AGENCIA	TOTAL
Ene-18	120%	53	40%	4%	28%	8%	79%	11%	6%	0%	4%	21%
Feb-18	117%	34	29%	6%	24%	15%	74%	12%	6%	3%	6%	26%
Mar-18	111%	67	27%	6%	24%	6%	63%	12%	9%	6%	10%	37%
Abr-18	110%	40	28%	8%	30%	8%	73%	10%	8%	5%	5%	28%
May-18	115%	73	37%	8%	25%	10%	79%	8%	1%	1%	10%	21%
Jun-18	116%	26	31%	12%	35%	0%	77%	4%	12%	4%	4%	23%
Jul-18	89%	16	38%	6%	13%	0%	56%	13%	19%	6%	6%	44%
Ago-18	97%	44	30%	7%	41%	0%	77%	7%	7%	5%	5%	23%
Sep-18	104%	44	36%	2%	27%	9%	75%	7%	5%	7%	7%	25%
Oct-18	85%	32	34%	3%	31%	9%	78%	6%	9%	6%	0%	22%
Nov-18	99%	35	26%	9%	23%	0%	57%	14%	17%	11%	0%	43%
Dic-18	97%	55	20%	9%	24%	7%	60%	11%	9%	9%	11%	40%
Ene-19	107%	52	40%	12%	19%	2%	73%	12%	8%	4%	4%	27%
Feb-19	104%	25	40%	0%	16%	4%	60%	20%	12%	8%	0%	40%
Mar-19	103%	83	29%	8%	34%	1%	72%	13%	11%	1%	2%	28%

ANEXO N° 6. Ejemplos de encuesta para conocer el nivel de satisfacción en agencia y ventanilla de la oficina sucursal Trujillo del Banco de Crédito del Perú.

A. ¿Qué tan satisfecho te sentiste con tu última visita a la Agencia (Nombre de la agencia) el día.....?

- 1º. Nada satisfecho
- 2º. Poco satisfecho
- 3º. Satisfecho
- 4º. Muy satisfecho
- 5º. Totalmente satisfecho

B. (Resp. 1,2,4 y 5) ¿Por qué te sentiste (Respuesta anterior) en tu última visita a la Agencia (Nombre Agencia)? // (Resp. 3) ¿Qué nos recomendarías para que en tu próxima visita te sientas Totalmente Satisfecho?

.....
.....

C. (Resp. 1,2,4 y 5)¿Qué tan satisfecho estás con la atención que te brindamos en la (VENTANILLA / PLATAFORMA) de la Agencia (Nombre de la Agencia)?

- 1º. Nada satisfecho
- 2º. Poco satisfecho
- 3º. Satisfecho
- 4º. Muy satisfecho
- 5º. Totalmente satisfecho

D. De las siguientes características cual tuvo mayor impacto para su respuesta anterior (Pregunta C):

- 1º. Tiempo de espera,
- 2º. Solución de problemas,
- 3º. Desempeño del promotor de Servicios,
- 4º. Comodidad de la agencia.

ANEXO N° 7. Ejemplos de comentarios de clientes realizados a encuestas de satisfacción periodo Enero 2018 a Marzo 2018.

EVALUACION	COMENTARIO	FECHA_ENCUESTA
4	No me gustó que me ofrezcan seguros insistentemente	15/03/2018
3	... + personal para atender...!!!	16/03/2018
4	Porque la atención fue rápida y me ayudaron con algunas dudas que tenía	29/01/2018
ç	Si	10/03/2018
4	BUENA ATENCION	12/01/2018
4	Por el tipo de atención que me dieron	13/03/2018
5	Me atendieron bien	01/03/2018
5	buena atencion	18/01/2018
3	Que cada vez que uno retira o reciba dinero no haya mucho descuento	06/03/2018
5	Me brindaron toda la atencion que necesite	17/02/2018
4	Porque la señorita que me atendió fue muy rápida para dar solución a mi interrogante	21/02/2018
2	Estoy solicitando desde hace un mes copia del voucher por compra de deuda a saga porque tengo un saldo a favor y me piden este documento para retirar el ..	05/01/2018
5	..	16/02/2018
5	Por la atención que recibí del personal, y la rapidez y seguridad que realizaron la operación que realice.	29/03/2018
5	Fui atendido en forma rápida y muy buena	04/01/2018
4	se cumple con mis expectativas de rapidez y buena atención	14/02/2018
4	demasiado aire acondicionado ...	28/03/2018
2	La atención en el agente es muy seria, no saluda y no agradece.	24/03/2018
4	ME BRINDARON UNA BUENA ATENCION PORQUE SOLICITE UNA NUEVA TARJETA DE DEBITO POR MOTIVOS DE PERDIDA ME DIERON TODAS LAS FACILIDADES DEL CASO MUCHAS	01/03/2018
5	Por la rapidez de la atención	26/03/2018
2	Porque no hay un orden .	06/03/2018
3	QUE TODAS LAS VENTANILLAS ESTUVIERAN CON PERSONAL, ASI SE AVANZARIA EN LA ATENCION AL CLIENTE Y UNO NO SE DEMORARIA TANTO ES DEMASIADO ESPERAR MAS	04/01/2018
4	Fueron atentos y cordiales con su atención. Felicito a la Srta. Karen Burgos por su amabilidad y eficiencia.	05/01/2018
4	POR LA ATENCION RECIBIDA	09/03/2018
3	QUE SE SIENTA LA SINCERIDAD EN LA ATENCION, NO SOLO ES CUMPLIR POR CUMPLIR O ATENDER POR ATENDER	16/02/2018
5	rapidez y amabilidad en la tencion.	10/01/2018
3	Que no demoren mucho	21/03/2018
5	atencion rápida y eficaz. Personal amable.	13/03/2018
3	Que al retirar cantidades fuertes de dinero en efectivo nos brinden alternativas para retirarlo como por ejemplo varios sobres para repartirlos en	07/03/2018
4	resolvi el motivo de mi visita	26/03/2018
5	Por que me atendieron muy bien y Rápido	16/03/2018
4	Fui atendido muy cordialmente.	16/01/2018
5	Por la rapidez de la atención. No había casi nada de cola. Entre y salí rápidamente	06/03/2018
5	La atención fue rápida y amable	26/03/2018
3	el control y atencion preferencial para movimientos de los preferenciales , a veces llevan encargos y realizan mas de 5 operaciones. se debe usar y no	10/03/2018
3	Explicar mucho mejor las cosas	24/02/2018

ANEXO N° 8. Ejemplos de comentarios de clientes realizados a encuestas de satisfacción periodo Abril 2018 a Junio 2018.

EVALUACION	COMENTARIO	FECHA_ENCUESTA
3	Mas informacion	13/06/2018
5	Por que la srta. que me atendió fue cordial y atenta y wiciente en el tiwmpo v operaciones realixadas. La persona estuvo bien capacitada realice un retiro	05/06/2018
5	Me absolvieron mis consultas y me atendieron muy amablemente	07/06/2018
5	buen trato y amable	09/06/2018
3	hay mucha gente que esta mirando sin hacer nada hay que tener cuidado	15/06/2018
5	PORQUE ME ATENDIERON RAPIDO , NO HABIA MUCHA COLA	04/06/2018
3	Por ahora nada	11/06/2018
4	Me atendieron bien, sin embargo a pesar de ser cliente BCP, no accedí a un préstamo solicitado. Gracias	17/06/2018
4	BUENA ATENCION	28/06/2018
5	pude realizar con exito mis operaciones	27/06/2018
5	Exce Servicio	07/06/2018
3	Mejor trato y paciencia al cliente.	13/06/2018
4	Por la rápida atención a sus clientes	08/06/2018
3	Nada.	07/06/2018
5	Por que me atendieron de forma muy eficaz y atendieron a mis consultas	12/06/2018
4	porq me atendieron bien	14/06/2018
3	Que la atencion mediante los telefono sea de manera efectiva y no dejar en espera innecesaria	07/06/2018
4	Porque la atención fue mas o menos cordial	11/06/2018
5	Por la atención brindada que me otorgaron	05/06/2018
5	Por la buena atención del termina lista	06/05/2018
5	Por la atención correcta y cortes de su colaborador	19/05/2018
5	Por su confianza y el buen trato ke me dio como usuario	17/05/2018
4	Creo que me favporeció el horario, la atención fue muy rápida y el personal que me atendió fue muy amable.	21/05/2018
5	Atención rápida	21/05/2018
4	Buena atención	05/05/2018
5	servicio rapido	25/05/2018
4	La señorita que me atendio fue muy amable.	25/05/2018
5	La atencion fue buena y se me resolvió todas mis dudas y sobre todo la atencion de la srta fue clara v precisa	19/05/2018
5	Me atendieron rapido y sin ningun problema.	17/05/2018
5	rapida y buena atención...	20/05/2018
5	Muy buena atención. Sin mucha demora	30/05/2018
4	Atencion rapida, clara y eficaz	28/05/2018
4	Porque la atención fue rápida.	25/05/2018
5	Por la atención y la rapidez del servicio	07/05/2018
3	Que en ventanilla se pueda ver los movimientos de la tarjeta	30/05/2018
4	Porque la atención fue bastante rápida lo q no se ve en otras agencias	06/05/2018

ANEXO N° 9. Ejemplos de comentarios de clientes realizados a encuestas de satisfacción periodo Julio 2018 a Setiembre 2018.

EVALUACION	COMENTARIO	FECHA_ENCUESTA
3		24/08/2018
3	Que el Banco se interese en optimizar sus servicios y en mejorar el rendimiento económico de los ahorros de sus clientes.	18/07/2018
4	La facilidad que me dieron para un préstamo y en tiempo corto.	07/07/2018
4	Atencion rapida	07/07/2018
3	Que la atención sea más rápida, comprendo que quieren vender sus productos y seguros pero los ventanilleros utilizan mucho tiempo explicando sus productos de seguros a cada cliente demorando la	02/08/2018
4	Porque me atendieron rápido debido a que hubieron pocos clientes en esa hora	26/07/2018
3	MAS DINAMISMO EN SUS ATENCIONES	26/07/2018
5	Por su buena y rápida atención	13/07/2018
4	XQUE LA ATENCION EN VENTANILLA FUE BUENA...CORDIAL.....PERO EL TIEMPO QUE SE PIERDE ES TODAVIA LARGO PARA QUE ME ATIENDAN	06/07/2018
5	Trato cordial, rapidez	19/07/2018
3	mas cordialidad y mejorar la atencion por parte del personal de atencion en caja en cada diferente tramite a realizar. no hace falta que esten sonriendo sino que faciliten el tramite a realizar.	18/07/2018
3	Agilizar la atención en cajas de pago	08/09/2018
5	Buena atención y de manera rápida	21/09/2018
2	Porque deseaba retirar dinero del cajero y la suma deseada excedía el monto que se puede retirar por cajero. fui al counter y al retirar el dinero me cobraron y eso teniendo derecho a una transacción gratis en el	22/09/2018
5	fui atendida inmediatamente no espere, el agente que me atendió fue muy amable	16/09/2018
5	Por atención y por la ubicación de la agencia, por la cantidad de terminalistas y asesores de servicios que hay.	07/09/2018
3	.	14/09/2018
3	Los chicos que trabajan en ventanilla que tengan más cuidado con las tarjetas que te solicitan porque deje olvidado una allí y tuve que solicitar otra	21/09/2018
5	La atención fue muy buena y muy rápida	05/09/2018
5	POR LA RAPIDEZ Y LA AMABILIDAD DE SU PERSONAL	21/09/2018
3		11/07/2018
1	Porque solicité sencillo en billetes de 10 y de 20 y la respuesta fue negativa porque supuestamente no tenía	08/07/2018
5	FELIZMENTE ME ATENDIERON RAPIDO Y CON TODA LA CORTESÍA O AMABILIDAD...	03/08/2018
5	Rápida atención y amabilidad	26/07/2018
3	mas rapidez en los personal cajeros	09/07/2018
4	atención rápida	16/07/2018
2	No me dieron mayor Información a la Consulta realizada	31/07/2018
4	La espera no fue mucha	20/07/2018
5	No demoré esperando y me atendieron amablemente.	20/08/2018
3	Una persona no tan seria	21/08/2018
5	excelente apoyo en mis consultas por parte de una Srta. muy educada y eficiente. GRACIAS	16/08/2018
4	resolvieron mi problema.. pero no me avisaron del embargo a mi cuenta	21/08/2018
3	que capaciten mas a sus empleados, estaba muy nervioso el chico que me atendio y estaba yo apurada y tuve que tener mucha paciencia con el	13/08/2018
5		05/08/2018
4	LA ATENCION FUE RAPIDA.	23/08/2018
3	Mejor servicio, mayor rapidez en los cajeros en especial los multifuncion.	18/08/2018

ANEXO N° 10. Ejemplos de comentarios de clientes realizados a encuestas de satisfacción periodo Octubre 2018 a Diciembre 2018.

EVALUACION	COMENTARIO	FECHA_ENCUESTA
5	La señorita que me atendió fue muy amable y tuvo mucha paciencia porque no encontraba mi tarjeta	21/10/2018
4	Buena información, rápida y eficaz.	02/10/2018
5	Muy bien todo perfecto	19/10/2018
3	mayor calidez en la atencion	18/10/2018
5	Ambos cajeros donde debí depositar estaban desconpuestos a las siete de la noche, constantemente sucede en esa zona y me genera gastos de movilidad constantemente. me voy con la pena de no poder	15/10/2018
5	Porque su atención fue excelente	24/10/2018
5	Por la buena atencion y la rapidez que me atendieron lo que si me molesto mucho es la actitud de un vigilante en la agencia el porvenir hace dos semanas desafiante querer atender a un cliente ese señor esta	26/10/2018
5	Por la buena atencion	08/10/2018
4	por que hay orden en las colas, rapidez en la atención y cordialidad con los vigilantes.	24/10/2018
5		02/10/2018
5		23/10/2018
5	Me atendieron con amabilidad y eficiencia	16/10/2018
4	La atención fue rápida y cordial	18/10/2018
5	La Srta. que me atendió fue muy cordial.	29/10/2018
3	Que los asesores brinden más información al cliente.	14/10/2018
5	Porque me atendieron amablemente y resolvieron mis dudas.	30/10/2018
5	excelente atención y resolución de todas mis dudas	03/10/2018
4	me atendieron rapido	19/10/2018
5	Muy buena atención y orientacion	06/10/2018
3	Especializar más a las personas encargadas	29/10/2018
5	por la rapidez y el desembolbamiento de las personas que me atendieron	16/10/2018
4	Rapidez en la atencion	19/10/2018
2	Porque estuve depositando 10 mil soles en billetes de 50 por cajero y la gente comenzó a gritarme que me anure. no terminé mi operación porque el cajero dejó de funcionar. lo hice luego por ventanilla ahí sí fui bien	03/10/2018
3		30/10/2018
3	No tener que hacer cola	07/10/2018
2	había varias cajas vacías sin personal y la cola esta muy grande..	20/10/2018
5	La atención fue cordial y paciente.	22/10/2018
4	En la atención todo bien hasta que me preguntaron si deseaba activar un seguro.... Pienso que primero deberían preguntar si tiene tiempo para informar algo adicional.	29/10/2018
5	Por la buena atención que recibí.	24/10/2018

ANEXO N° 11. Ejemplos de comentarios de clientes realizados a encuestas de satisfacción periodo Enero 2019 a Marzo 2019.

EVALUACION	COMENTARIO	FECHA_ENCUESTA
4	Atendieron amablemente.	28/03/2019
5	Buena atención y rapidez	05/03/2019
3		04/03/2019
4	Recibí información necesaria y rápida.	06/01/2019
5	Por que la persona que me atendió, fue muy amable y muy risueña, se le noto dispuesta a ayudarme en mis operaciones bancarias.	12/01/2019
5		02/03/2019
4	Me atendieron bien.. No tan rápido porque habia cola en Bex. Y al final me ofrecieron un seguro de tarjetas que me parece esta demás.	15/03/2019
3	En mi opinión que se este más atento en cuanto la atención al servicio, y que el un cajero automático pueda dar vuelto en monedas.	15/03/2019
5		04/01/2019
5	Por atencion muy esmerada y muy rapida	13/02/2019
3		15/03/2019
3	Nada, porque mi total satisfacción no va por la atención en ventanilla o algo por el estilo	18/03/2019
5	Diligente y muy amable	19/03/2019
5	porque mi sectorista fue muy amable conmigo y sobre todo me oriento bien sobre una consulta	16/01/2019
4	Atención adecuada, pero no excelente	05/03/2019
5	aire acondicionado, rapida atencion	05/03/2019
2	Porque tuve ir personalmente al banco hacer un pago, ya que no permitieron a un familiar hacerlo. según la persona que lo atendió le dijo que el estado de	16/01/2019
5	Porque me atendieron bien y rapido.	04/01/2019
5	Porque la señorita Betty me atendió muy bien y supo explicarme a detalle todas mis dudas	07/03/2019
3	Q nos atiendan segun la llegada ho el orden loguico	20/03/2019
3	Darle mantenimiento al cajero multifuncion, fuera de horas de oficina.	18/03/2019
5	Xq fue muy buena la atención	21/03/2019
5	Me atendieron muy bien y sin demora	15/01/2019
4	La atención fue rápida y adecuada.	08/01/2019
4	Porq la señorita q me atendió fue muy amable	09/03/2019
3	Más prontitud en la atención	29/03/2019
3	Zona para sentarse, un área por ejemplo para tomar un café o agua.	27/03/2019
5	me atendieron amablemente	10/01/2019
4	HAY BASTANTE AMABILIDAD	18/01/2019
5	Porque me ayudaron en mis pagos y consultas	07/01/2019
3		03/03/2019
5	Ok fue muy bueno la atención del personal del Bcp ok	28/03/2019
5		30/03/2019
2	Pues no pude conseguir una poliza de venta de acciones del 2018	11/03/2019
4	Por la atencion q.brinda la persona q atiende	07/03/2019
4	Por la atención fue grata , rápida y sin complicaciones	03/03/2019

ANEXO N° 12. Tips de Gestión de Experiencia del BCP. Según su Metodología Feliz de ayudarte.

Feliz de ayudarte

¿Quieres saber cómo mejorar tus resultados del Reporte de Satisfacción?

Sigamos sumando Clientes Contentos con estos tips que te ayudarán a gestionar la Experiencia del Cliente:

- Canal Ventanilla
- Canal Plataforma
- Guía de Agencia
- Ejecutivo PyME
- EENN BEX
- EENN BEC
- Banca por Teléfono

>BCP<

Ventanilla Atributos de Satisfacción

El tiempo de espera en la cola	El interés que mostraron en ayudarte	La solución a sus necesidades	La claridad de la información recibida
<p>Si el cliente ha tenido una larga espera o considera que ha esperado mucho tiempo, pídele disculpas por ello.</p> <p>Si ha hecho la cola incorrecta, aténdelo y recuérdale la cola correcta para la siguiente ocasión.</p> <p>Si el cliente desea hacer una operación derivable a Canales Alternativos, aténdelo y al final de la atención recuérdale que puede hacer uso de otros canales. En caso no sepa realizarla, coméntele que el Guía de Agencia con mucho gusto lo guiará.</p> <p>Aunque la Agencia esté llena, evita atender de manera apurada a los clientes. Bríndale una atención esmerada y dedicada a cada uno.</p>	<p>Pregunta al cliente en qué lo puedes ayudar.</p> <p>Escucha atentamente al cliente y asegúrate de entender su necesidad, evita interrumpirlo. Reconfirma la operación que quiere realizar.</p> <p>Si debes interrumpir la atención, pedir un visto al SPO o levantarte tu sitio, discúlpate con el cliente y explica brevemente por qué debes hacerlo.</p>	<p>Resume brevemente la operación realizada para asegurar que estás solucionando la necesidad del cliente.</p> <p>Pregunta al cliente si hay algo más en lo que lo puedes apoyar.</p> <p>Si el cliente desea realizar una operación que no corresponde a Ventanilla, orientalo hacia el canal correcto.</p> <p>Sé proactivo en la orientación y ofrecimiento de productos y servicios del Banco, para que el cliente tenga a la mano toda la información que necesita. Sin embargo, no insistas en la adquisición de los mismos.</p>	<p>Dirigete al cliente con un lenguaje sencillo y claro. Evita usar jergas bancarias y, si debes hacerlo, menciona el término y luego explícalo.</p> <p>Fíjate en el lenguaje corporal del cliente y en la mirada para identificar si está comprendiendo lo que le comunicas. Confirma si tiene alguna duda.</p> <p>Si el cliente no entiende lo que le estás comunicando modifica la forma hacerlo y emplea otras palabras, y/o haz uso de recursos gráficos.</p> <p>Infórmate constantemente a través de los boletines periódicos, sobre cambios, mejoramiento de productos y servicios que ofrece el Banco.</p>



Accede a todas las actividades que te ayudarán a desarrollar y mejorar los atributos de satisfacción en agencia y así seguir sorprendiendo a nuestros clientes con una Experiencia iWOW!

	 Capacidad de Solución	 Cordialidad en Agencia	 Tiempo de espera	 Comodidad en Agencia
Celebremos juntos - Nuevo Contenido				
¡Actívalo ya!				
Formulemos el nuevo servicio				
No coberto en el BCP - Nuevo Contenido				
El día de la Experiencia - Nuevo Contenido				
Sofelillo en Cajeros				
La Hora iWOW				
Ventanilla Especializada				
La espera que No Desespero				
Atiéndelo tú - Nuevo Contenido				
Bienvenida iWOW				
Aprende contigo				
Reconocimientos iWOW				
Workshop SOS para iDAg - Nuevo Contenido				
El primer producto con Ahorros				
Créditos BCP que cumplen planes				