UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA MEJORAR EL NIVEL DE ATENCIÓN A LOS CLIENTES EXTERNOS EN CAJA PIURA SUCURSAL BAMBAMARCA, 2016.

PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN

Autores:
Gálvez Cercado Elva
Villena Bances Maritza Yovani

Asesor:
MBA. Ricardo Rivera Tantachuco

Línea de Investigación:
Marketing

Pimentel – Perú
2017

RESUMEN

Los planes de marketing estratégico representan un proceso de investigación y enseñanza del mercado, con el propósito de detectar ocasión favorable que ayuden a las organizaciones a complacer las necesidades de los clientes de un aspecto más óptimo y eficiente, que el resto de la competencia. El título de investigación es proponer un plan de marketing para mejorar la atención al cliente en la Caja Piura sucursal-Bambamarca, el método de investigación es inductivo, el diseño de investigación es no experimental con abordaje metodológico descriptivo transversal, la técnica para el acopio de datos es una búsqueda y el instrumento utilizado es un cuestionario con preguntas de múltiple respuesta, la muestra está constituida por 326 usuarios de la caja Piura filial Bambamarca, la hipótesis propuesta: El plan de Marketing permitirá enriquecer el nivel de atención a los clientes externos de la empresa "CAJA PIURA" sucursal Bambamarca, las conclusiones obtenidas reflejan que la caja Piura filial de Bambamarca no ha logrado desarrollar un plan de marketing estratégico y esto ha generado que el servicio de la empresa hacia sus clientes tenga un nivel regular, se requiere implementar la propuesta para que la atención sea excelente y supere las expectativas del cliente en referencia a la atención brindada.

Palabras claves: Plan de marketing, estrategia y atención al cliente.

ÍNDICE

ÍNDICE 4

I.INTRODUCCIÓN: 5

1.1. Planteamiento del Problema: 5
1.2. Justificación e importancia de la investigación: 5
1.3. Antecedentes de Estudio: 6
1.3.1. A nivel Internacional: 6
1.3.2. A nivel Nacional: 8
1.4. Objetivos de la Investigación: 9
1.4.1. Objetivo General: 9
1.4.2. Objetivos específicos: 9
1.5. Alcance del Estudio 10
1.6. Teorías que Fundamentan el Estudio 10
1.6.1. Teorías del color: 10
1.6.2. Teoría del consumidor: 11
1.6.3. Teoría del mercado: 11
1.7. Marco metodológico: 11
1.7.1. Tipo y diseño de la investigación: 11
a. Tipo de investigación: 11
b. Diseño de investigación: 11
1.8. Población y Muestra: 12
1.8.1. Población: 12
1.8.2. Muestra: 12
1.8.3. Hipótesis: 12
II. DESARROLLO: 12

2.1. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos 12
2.2. Instrumentos de recolección de datos: 13
2.3. Procedimiento de recolección de datos: 13
III. CONCLUSIONES: 13

IV. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA ELABORAR LA TESINA: 14

V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 15

VI. ANEXOS: 16

I. INTRODUCCIÓN:

1.1. Planteamiento del Problema:

¿De qué manera la propuesta de un plan de marketing permitirá mejorar el nivel de atención a los consumidores externos en la empresa "CAJA PIURA" sucursal Bambamarca 2016?

1.2. Justificación e importancia de la investigación:

La mejor estrategia del mundo es definitivamente el buen servicio. Si se hace un inventario, se puede dar cuenta de que hay muchas formas en que una empresa u organización, de cualquier tipo, puede fallar.

En la última época el estado ha recurrido a las entidades financieras internacionales (IFI) con más continuidad para financiar su plan, requerir buenas asesorías para implementar reformas en sus modelos económicos y atención a sus clientes entre otros.

Hoy en día las organizaciones transnacionales necesitan grandes capitales para poder financiar sus proyectos. Por consiguiente, el servicio es parte integral de un plan de mercadeo y aunque en artículos se han descrito estrategias *de marketing*, de *merchandising*, de mercadeo y otras, la mejor herramienta sigue siendo el buen servicio al cliente para poder satisfacer sus necesidades acordes al servicio recibido.

A nivel nacional, puede ser imposible encontrar empresas con una buena orientación y servicio al cliente; pudiendo señalar que la atención al cliente es muy deficiente, en varias oportunidades se ha topado con la indiferencia o el maltrato de los vendedores por la mala atención en las tiendas o por teléfono, se ha realizado largas colas para llegar a una llamada plataforma de servicio en la que los consumidores son un número más. Es un público que está cansado de la mala atención que ha empezado a reaccionar reclamando para no dejarse atropellar. Ahora con nuevas empresas a nivel nacional, el cliente tiene más puntos de comparación y va dejando de ser pasivo para hacer reclamar y permanecer sus derechos y se está volviendo más exigente, en nuestro país al cliente le gustan las novedades y que les sorprendan, y están más preceptivos a valorar las nuevas experiencias en el servicio, agradecen y reconocen el buen trato que se le brinda a cada uno de ellos.

Además de las empresas a nivel local es necesario utilizar la táctica para corregir el nivel de servicio al consumidor, ya que actualmente por falta de capacitación el colaborador no tiene facilidad de trato para llegar al cliente y poder brindar un buen servicio.

La atención al cliente en Caja Piura es muy lenta, el horario de atención es hasta las 6.pm, si se llega a la misma hora se cierra la puerta, el vigilante retira a los clientes, teniendo que regresar al siguiente día a realizar su operación.

A pesar de haber aperturado oficinas especiales, no se soluciona el problema de la demanda de usuarios, los clientes no realizan operaciones en sus mismos lugares. Así mismo existe ausencia de personal en ventanillas, lo que hace que los clientes terminen haciendo varias colas y por mucho tiempo.

De lo percibido y vivido en la referida empresa, falta implementar un plan estratégico de mejora de atención al cliente en cuanto a brindarle seguridad, confianza y calidez, para así poder conocer la necesidad del cliente, por lo cual es necesario utilizar protocolos de atención y así minimizar la baja calidad de atención al cliente.

1.3. Antecedentes de Estudio:

1.3.1. A nivel Internacional:

Naudy, Q(2013) En su tesis titulada: "estrategias de marketing interno para el mejoramiento de la calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la empresa greif Venezuela" S.A" cuyo objetivo es proponer estrategias para la mejora de la calidad de servicio y satisfacción de los clientes, el tipo de investigación es proyectiva, el diseño de investigación es no experimental de campo, compuesta por una muestra de 20 personas, que permitan diseñar estrategias de marketing que contribuya el mejoramiento del servicio, satisfacción de los clientes, he incremento de las ventas. (Naudy, 2013).

Ortiz, H. (2015) En su tesis titulada “propuesta de mejoras del servicio al cliente en las entidades financieras, diseñar una propuesta de mejoramiento de la calidad en el servicio al cliente en Bancolombia S.A., Buenavista, que permita aumentar la participación en el mercado financiero por la preferencia y reconocimiento entre las entidades financieras del sector; logrando diferenciación entre las instituciones financieras por el excelente servicio brindado al cliente”. El modelo de estudios es de caso el diseño es no experimental, la muestra está constituida por 90 clientes de las entidades financieras, el procedimiento de recopilación de datos es una encuesta y la herramienta utilizada es cuestionario con preguntas cerradas, se concluye que perspectiva que presentan mayor porcentaje, evaluación negativa en la oficina son los periodos de espera, la rapidez en el servicio, seguido de la calidad de las respuestas en materia de satisfacción al cliente (Ortiz, 2015).

V. (2011) En su tesis titulada: “Servicio al cliente en las empresas de telefonía de la ciudad de Quetzaltenango” tiene como objetivo dar a conocer el interés de la importancia al cliente, para poder mejorar la prestación su servicio, y poder satisfacer las necesidades de los clientes. Para lograr una meta se aplicó un diseño descriptivo, como herramienta de recolección de datos se utilizó la recopilación de datos el cual se utilizaron 114 volantes de opiniones los clientes el cual estaba formado por 11 preguntas y una entrevista al administrador de agencia constituida por 10 preguntas cuyo objetivo de la empresa es la ventas y el servicio en donde la productividad se mide por la satisfacción a sus clientes y grado de calidad de servicio y mejores resultados (Alvarado, 2011).

1.3.2. A nivel Nacional:

Ortiz, G. (2015) En su tesis titulada. "Marketing relacional y la calidad del servicio en las empresas de transporte de pasajeros con ruta Andahuaylas – Lima, viceversa, 2014". Cuyo objetivo es analizar los aspectos reales que ocurren en diferentes áreas de la actividad económica de un sector o área específica, de tal manera que logren resultados eficaces que sean de verdadera utilidad encaminada hacia el bien común de las personas y el desarrollo del distrito, provincia, región y del país para medir el grado de relación La metodología de la investigación es de enfoque cuantitativo, el tipo de estudio es descriptivo con diseño no experimental. La técnica que se utilizó para la obtención de los datos es la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. La muestra fue de selección probabilística constituida por 20 y 115 pasajeros. Se concluye que el grado de relación entre el marketing relacional y la calidad del servicio (Mirian, 2015).

Roque, B (2016) En su estudio denominada "estrategias de gestión administrativa en mejora de la atención al cliente en la mype comercial San Martín, Chiclayo", su objetivo principal fue implementar un plan de estrategias de gestión administrativa que ayuden a la entidad Marketing relacional y la calidad del servicio al consumidor, también consiste en poner en práctica tanto habilidades personales como habilidades técnicas. Utilizó como instrumento la encuesta con Escala de Likert. Después de aplicado los instrumentos y la recolección de los datos, se pudo argumentar que las Estrategias de Gestión Administrativa van de la mano con la Atención al consumidor; facultando que todos los trabajadores de la entidad conozcan bien lo que quiere lograr, para que estos estén en las mejores condiciones para brindar buen servicio al consumidor. (Roque, 2016).

Miranda, B. (2013) En su investigación denominada: "mejoras en el proceso de atención al cliente de créditos pymes y el nivel de colocaciones de créditos en la agencia La Esperanza - Trujillo Edpyme Raíz en el periodo enero - octubre 2013" su finalidad fue determinar la evolución de atención al consumidor, incrementan las colocaciones de créditos; el tipo de investigación es descriptivo, el método empleada se basó en el trabajo de campo. El instrumento utilizado fue el temario dirigido a consumidores de la organización y otro dirigido al personal, el cual se consideró una prueba de 269 clientes y 11 trabajadores, Teniendo como hipótesis para mejorar la atención al cliente permitirán aumentar favorablemente el nivel de colocaciones de crédito PYME; concluimos que la atención al consumidor es dar todo de sí para satisfacer al cliente y se sienta confiable al momento de adquirir su producto. (Miranda, 2013).

Garcia l. (2011) en su tesis "calidad se servicio y satisfacción de los clientes Ripley Perú S.A.- agencia mal aventura plaza ", su objetivo principal es obtener la satisfacción al consumidor es esencial para las empresas, no importa el rubro al que pertenezca, ya no basta con llegar primero al mercado o con contar al artista de moda. Los tiempos han cambiado y con ellos la forma en la que los consumidores piensan y esto nos lleva a que hemos modificado sus hábitos de compra.

1.4. Objetivos de la Investigación:

1.4.1. Objetivo General:

Brindar un plan de marketing para optimizar la atención al cliente en la Caja Piura sucursal-Bambamarca 2016.

1.4.2. Objetivos específicos:

a. Identificar Determinar la situación actual de las estrategias de marketing en caja Piura sucursal Bambamarca 2016.

b. Determinar la situación actual del nivel de atención a los clientes externos en caja Piura Sucursal Bambamarca 2016.

c. Proponer un plan de estrategia de marketing para mejorar la atención a los clientes externos en caja Piura Sucursal Bambamarca 2016.

1.5. Alcance del Estudio

Nuestro presente trabajo de investigación sólo está referido al estudio de **Estrategias de Marketing para mejorar el nivel de atención a los clientes externos en Caja Piura sucursal Bambamarca, 2016**. Sirvió como base inicial para futuros emprendedores; que estuvo concentrada en una referencia, sobre todo como antecedente para posteriores averiguaciones específicamente relacionadas al tema tratado, permitió conocer más a fondo la realidad de nuestro personal de la ciudad de Bambamarca.

Escasa información bibliográfica la cual no nos permite hermanar información adecuada para el tema de indagación, ya que esto requiere de bastante información actualizada para poder hacer un análisis, más profundo de la investigación.

Poca disponibilidad de tiempo del personal de la Caja Piura para participar de la encuesta, debido al horario de trabajo lo que dificultó la recolección de datos completos y obtener la información adecuada.

1.6. Teorías que Fundamentan el Estudio

1.6.1. Teorías del color:

Los investigadores han desarrollado todo un campo de estudio dedicado a indagar acerca de los colores y la forma en que nos influyen. El marketing ha sacado gran provecho de esos estudios, utilizándolos para determinar qué tonalidades aplicar en productos, publicidad, sitios web y puntos de venta, entre otros, para influir en la decisión de compra de las personas y conseguir un incremento en las ventas.

1.6.2. Teoría del consumidor:

La empresa tiene la necesidad de identificar sus mercados, de conocer a sus clientes, de conocer sus necesidades y de conocer cómo se comportan para satisfacerlas, con el fin de orientar los esfuerzos de marketing de la empresa.

1.6.3. Teoría del mercado:

Stanton, Etzel y Walker, autores del libro "Fundamentos de Marketing", definen el mercado. (Para propósitos de marketing) como "las personas u organizaciones con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y voluntad de gastarlo"

1.7. Marco metodológico:

1.7.1. Tipo y diseño de la investigación:

a. Tipo de investigación:

El tipo de investigación es Descriptiva- Propositiva, porque se va a describir la situación de actual de la empresa, y propositiva porque se elaborará un plan de marketing para mejorar el nivel de atención a los clientes externos de la empresa “Caja Piura” Sucursal – Bambamarca.

b. Diseño de investigación:

El Diseño de investigación es no experimental debido a que en este trabajo de investigación no se va construir ninguna situación, sino que se va a proceder a observar situaciones ya existentes.

Transversal porque la investigación se llevará a cabo en un determinado momento del tiempo.

1.8. Población y Muestra:

1.8.1. Población:

Contamos con una población determinada de 2288 por los clientes externos en la empresa "Caja Piura" Sucursal – Bambamarca.

1.8.2. Muestra:

329 personas, las cuales son clientes, establecida por hombres y mujeres de las edades de 20 a 55 años de edad.

Se aplicó la fórmula para Población Finita: < 100,000 individuos

$$\boldsymbol{n = \frac{N \times Z_{\alpha}^{2} \times p \times q}{e^{2} \times (N-1) + Z_{\alpha}^{2} \times p \times q}}$$

$$\mathbf{n = \frac{2{,}197.40}{6.68} = 329}$$

1.8.3. Hipótesis:

La propuesta de un plan de Marketing permitirá mejorar el nivel de atención a los clientes externos de la empresa "CAJA PIURA" sucursal Bambamarca.

II. DESARROLLO:

2.1. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Encuesta:

Es una técnica que consiste en obtener información acerca de la muestra de estudio. La recopilación de la información se realizó mediante los ítems o preguntas con base a los indicadores que se han determinado en la operacionalización de las variables.

2.2. Instrumentos de recolección de datos:

El instrumento utilizado en la investigación es un cuestionario estructurado; consistente en un formato redactado el cual contiene 14 ítems para el variable plan de marketing y 14 ítems para la variable atención al cliente, teniendo en total 28 ítems.

2.3. Procedimiento de recolección de datos:

Se solicitó permiso al administrador de la financiera, quién aceptó satisfactoriamente, aplicando las encuestas a los clientes externos de la muestra señalada.

III. CONCLUSIONES:

La formulación de las estrategias de marketing si ayudarán a mejorar la atención al cliente debido que se realiza un enfoque sistémico orientado al marketing de la empresa de todas las áreas y unidades de la empresa.

La Caja Piura filial Bambamarca ha logrado desarrollar algunas estrategias de marketing tales como diversificación de productos, promociones y publicidad, pero no se ha logrado realizar ajustes de estas para un mayor beneficio de la entidad y de sus clientes.

La atención al cliente en la Caja Piura Filial Bambamarca refleja un nivel regular, debido que la empresa aplica ciertas estrategias de marketing, pero carece de un plan donde se especifique de manera clara y precisa las acciones a formular, implementar y ejecutar.

Se diseñó la propuesta del plan estratégico de marketing el cual contribuirá a mejorar la atención al cliente, siendo que los beneficios de su aplicación no se verán más que en el mediano y largo plazo.

IV. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA ELABORAR LA TESINA:

COD	ACTIVIDAD	FECHA Y SEMANA			
		1	**2**	**3**	**4**
1	Elaboración del proyecto	x			
2	Entrega del proyecto		x	x	
3	Ejecución del proyecto			x	
4	elaboración del informe de la tesina	x			X
5	Entrega de la tesina				X
6	Sustentación de la tesina				X

V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1517/1/184%20Ing.pdf

https://bibliovirtualujap.files.wordpress.com/2013/05/teg-010.pdf

https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&ved=0ahUKEwibmrqTscHVAhVLipQKHUSxCd8QFghBMAQ&url=http%3A%2F%2Frepository.lasalle.edu.co%2Fbitstream%2Fhandle%2F10185%2F2801%2FT11.11%2520A44d.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy&usg=AFQjCNEG3iiD9cL4ECtiJ2H1Qkbjmrt3eA

http://hdl.handle.net/10614/5037

https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjwhMakl8nVAhUG5YMKHRKeBQ0QFggqMAE&url=http%3A%2F%2Frepo.uta.edu.ec%2Fbitstream%2F123456789%2F11243%2F1%2F316%2520MKT.pdf&usg=AFQjCNEnmKXiAlTFhkxaZvfhUtMZb4Zhc w
http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/73

http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/3287
http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/4618

http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/986/1/SORIANO_JOSE_APLICACI%C3%93N_ESTRAT%C3%89GICA_MARKETING.pdf

http://tesis.unsm.edu.pe/jspui/handle/11458/322

VI. ANEXOS:

ENCUESTA DIRIGIDA AL ADMINISTRADOR DE LA CAJA PIURA SUCURSAL –BAMBAMARCA.

OBJETIVO: Recopilar información para Proponer un plan de marketing que permita mejorar la atención al cliente en la Caja Piura sucursal-Bambamarca 2017; por lo que se solicita de manera cordial, responda de forma objetiva los siguientes ítems. La información suministrada será utilizada únicamente con fines de investigación y académicos.

Nombre: _____

Edad: _____

Sexo: _____

Cargo: _____

Condición laboral: _____

Tiempo de servicio: _____ años _____ meses

MARQUE CON UNA (X) LA OPCION DE RESPUESTA QUE CREA CONVENIENTE

I. CUESTIONARIO DE PLAN DE MARKETING

N°	ITEMS	ALTERNATIVA DE RESPUESTA				
		MUY DE ACUERDO	DE ACUERDO	ACUERDO NI EN	DESACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
1	¿La empresa cuenta con reconocido prestigio?					
2	¿Cuentan con variedad de productos?					
3	¿Los ahorros de sus clientes son garantizados por entes públicos superiores?					
4	¿Cree usted que se brinda calidad de servicio a sus clientes?					
5	¿La tasa de interés por préstamo es menor a					

	la de la competencia?					
6	¿La tasa de interés por ahorro es mayor a la de la competencia?					
7	¿Existen cobros adicionales por préstamos o ahorros de sus clientes?					
8	¿Ante dificultades de pago de sus clientes, tienen facilidades para cancelarlos?					
9	¿Existen sucursales en diversas partes de la provincia?					
10	¿Cuentan con cajeros automáticos en diferentes lugares de la provincia?					
11	¿La ubicación de la organización es estratégica?					
12	¿Cuentan con estrategias de medios para publicitarse?					
13	¿Otorgan promociones a sus clientes?					
14	¿A sus clientes les brindan obsequios?					

ENCUESTA DIRIGIDA AL CLIENTE EXTERNO DE LA CAJA PIURA SUCURSAL –

BAMBAMARCA.

OBJETIVO: Recopilar información para Proponer un plan de marketing que permita mejorar la atención al cliente en la Caja Piura sucursal-Bambamarca 2017; por lo que se solicita de manera cordial, responda de forma objetiva los siguientes ítems. La información suministrada será utilizada únicamente con fines de investigación y académicos.

Nombre: _____

Edad: _____

Sexo: _____

Condición laboral: _____

II. CUESTIONARIO DE ATENCION AL CLIENTE

N°	ITEMS	ALTERNATIVAS DE RESPUESTAS				
		SIEMPRE	LA MAYORÍA DE VECES SI	SI ALGUNAS VECES NO	LA MAYORÍA DE VECES NO	NUNCA
1	¿Se le atendido de acuerdo la hora programada?					
2	¿Recibe orientación adecuada y precisa de los productos ofrecidos?					
3	¿Existen guías, volantes o folletos que le brindan información a conocer más acerca de los productos?					
4	¿Está de acuerdo con el tiempo utilizado para su atención?					

5	¿Se resuelve sus quejas y reclamos?					
6	¿Los procedimientos utilizados para su satisfacción son satisfactorios y mínimos?					
7	¿La atención brindada es rápida?					
8	¿Se le atiende según programación y orden de llegada?					
9	¿Cree usted que el cliente se siente satisfecho con su atención?					
10	¿Es amable y cordial el personal al momento de atenderle?					
11	¿La CMAC PIURA SAC cuenta con personal suficiente y atento para su atención?					
12	¿Los trabajadores prestan atención cuando usted les habla?					
13	¿Las instalaciones de la CMAC PIURA SAC son cómodas y limpias?					
14	¿La presentación del personal es formal?					

Muchas gracias.

Foto 01: Juicio de expertos:

USS | UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

JUICIO DE EXPERTOS 1

NOMBRE : SINTIA LIZET HERNANDEZ GARCIA

TITULO O GRADO ACADEMICO: LICENCIADO EN ADMINISTRACION

		4	3	2	1		
N	**variable /Dimensión/indicador/ item/ alternativa**	**Excelente**	**Buena**	**Regular**	**Inadecuada**		
1	consistencia interna		X				
2	Las motivaciones.		X				
3	Las problematizaciones.			X			
4	Gramatica		X				
5	Relevancia		X				
	TOTAL	0	4	1	0		
	LIKER:	0	12	2	0	**14**	**BUENA:**

MÁXIMO:	20
MÍNIMO:	5
MEDIO:	12.5

DISTANCIA:	15
INTERVALO:	3.75

ESCALA CUALICUANTITATIVA

5.00	8.75	INADECUADA:
8.76	12.51	REGULAR:
12.52	16.27	BUENA:
16.28	20.00	EXCELENTE:

Lic. Adm. Hernández García Sintia
CLAD 14673

Foto 02: Juicio de expertos

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

JUICIO DE EXPERTOS 2

NOMBRE : EBER ELÍ CRUZADO DÍAZ

TITULO O GRADO ACADEMICO: LICENCIADO EN ADMINISTRACION

		4	3	2	1		
N	variable /Dimensión/indicador/ item/ alternativa	Excelente	Buena	Regular	Inadecuada		
1	Consistencia interna		X				
2	Las motivaciones.	X					
3	Las problematizaciones.			X			
4	Gramática		X				
5	Relevancia		X				
	TOTAL	1	3	1	0		
	LIKER:	4	9	2	0	15	BUENA:

MÁXIMO:	20
MÍNIMO:	5
MEDIO:	12.5

DISTANCIA:	15
INTERVALO:	3.75

ESCALA CUALICUANTITATIVA

5.00	8.75	INADECUADA:
8.76	12.51	REGULAR:
12.52	16.27	BUENA:
16.28	20.00	EXCELENTE:

Coopac NSR
AGENCIA BAMBAMARCA

Lic. Eber Elí Cruzado Díaz
ADMINISTRADOR

Foto 03: Juicio de expertos

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

JUICIO DE EXPERTOS 3

NOMBRE : EDINSON HENRY CARUAJULCA CORONEL

TITULO O GRADO ACADEMICO: LICENCIADO EN ADMINISTRACION

		4	3	2	1		
N	**variable /Dimensión/indicador/ item/ alternativa**	**Excelente**	**Buena**	**Regular**	**Inadecuada**		
1	consistencia interna		X				
2	Las motivaciones.	X	X				
3	Las problematizaciones.			X			
4	Gramatica		X				
5	Relevancia				X		
	TOTAL	1	3	1	1		
	LIKER:	4	9	2	1	**16**	**BUENA:**

MÁXIMO:	20
MÍNIMO:	5
MEDIO:	12.5

DISTANCIA:	15
INTERVALO:	3.75

ESCALA CUALICUANTITATIVA

5.00	8.75	INADECUADA:
8.76	12.51	REGULAR:
12.52	16.27	BUENA:
16.28	20.00	EXCELENTE:

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUALLANCA-BAMBAMARCA
Lic. Henry Caruajulca Coronel
RESPONSABLE PADRÓN NOMINAL

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE INFORME DE INVESTIGACIÓN

Yo, MBA. Ricardo Rivera Tantachuco, docente de la asignatura de Investigación II de la EAP de Administración y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° 1742 - 2016/0983-USS, presentada por el (los) estudiante(s) Gálvez Cercado Elva y Villena Bances Maritza Yovani, titulada Estrategias de Marketing para mejorar el nivel de atención a los clientes externos en Caja Piura sucursal Bambamarca, 2016.

Puedo constar que la misma tiene un índice de similitud del 19% verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el programa Turnitin.

Por lo que concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la Resolución Rectoral N° 007-2017/USS, que aprueba las políticas para evitar plagio y uso de turnitin en la USS, para el año 2017.

Pimentel, 06 de octubre de 2017

Rivera Tantachuco Ricardo
DNI N° 17634312

Nota. Autorizado por el Señor Decano de la FACEM: 27-03-2017-(trámite documentario)

Estrategias de marketing para mejorar el nivel de atención a los clientes externos en Caja Piura Sucursal Bambamarca 2016

INFORME DE ORIGINALIDAD

19%	20%	0%	15%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	3%
2	repositorio.unajma.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	Submitted to Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid Trabajo del estudiante	1%
4	www.cedet.edu.ar Fuente de Internet	1%
5	issuu.com Fuente de Internet	1%
6	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	1%
7	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
8	Submitted to Universidad Catolica Los Angeles	

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FORMATO Nº T1-CI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES)

(LICENCIA DE USO)

Pimentel, 09 de febrero del 2017

Señores
Centro de Información
Universidad Señor de Sipán
Presente. -

Los suscritos:

CERCADO GALVEZ ELVA, con DNI: 46679601.

VILLENA BANCES MARITZA YOVANI, con DNI: 46197041.

En mí (nuestra) calidad de autor (es) exclusivo (s) del trabajo de grado titulado:

ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA MEJORAR EL NIVEL DE ATENCIÓN A LOS CLIENTES EXTERNOS EN CAJA PIURA SUCURSAL BAMBAMARCA 2016, presentado y aprobado en el año 2017 como requisito para optar el Grado de Bachiller de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la Escuela Académico Profesional de Administración por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) al Centro de Información de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi (nuestro) trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en la página Web del Centro de Información, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo Nº 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
CERCADO GALVEZ ELVA	46679601.	
VILLENA BANCES MARITZA YOVANI	46197041	

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

DECLARACIÓN JURADA

DATOS DEL AUTOR: Autor [ ] Autores [x]

Gálvez Cercado Elva

Apellidos y nombres

46679601	2151810680	Presencial
DNI N°	Código N°	Modalidad de estudio

Villena Bances Maritza Yovani

Apellidos y nombres

46197041	2151810809	Presencial
DNI N°	Código N°	Modalidad de estudio

Administración

Escuela académico profesional

Ciencias Empresariales

Facultad de la Universidad Señor de Sipán

Ciclo X

DATOS DE LA INVESTIGACIÓN

Proyecto de investigación [ ] Informe de investigación [x]

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

1. Soy autor o autores del proyecto e informe de investigación titulado **Estrategias de Marketing para Mejorar el Nivel de Atención a los Clientes Externos en Caja Piura Sucursal Bambamarca 2016.**
   La misma que presento para optar el grado de

   Bachiller en Administración
2. Que el proyecto y/o informe de investigación citado, ha cumplido con la rigurosidad científica que la universidad exige y que por lo tanto no atentan contra derechos de autor normados por Ley.
3. Que no he cometido plagio, total o parcial, tampoco otras formas de fraude, piratería o falsificación en la elaboración del proyecto y/o informe de tesis.
4. Que el título de la investigación y los datos presentados en los resultados son auténticos y originales, no han sido publicados ni presentados anteriormente para optar algún grado académico previo al título profesional.

Me someto a la aplicación de normatividad y procedimientos vigentes por parte de la UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN y ante terceros, en caso se determinara la comisión de algún delito en contra de los derechos del autor.

Gálvez Cercado Elva
DNI N° 46679601

Villena Bances Maritza Yovani
DNI N° 46197041