

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACION**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**ESTRATEGIAS DE ATENCIÓN PARA MEJORAR  
LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA  
AGENCIA DEL BANCO DE LA NACIÓN DE LA  
PROVINCIA DE SAN IGNACIO 2017**

**PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER EN  
ADMINISTRACIÓN**

**Autor(es):**

**Serna Purizaca, Marleny**

**Yangua Elera, Inocenta Vilma**

**Asesor:**

**Alvarado Castillo, Wilder Ángel**

**Línea de Investigación:  
Gestión y Competitividad**

**Pimentel – Perú**

**2017**

# Índice

## Tabla de contenido

RESUMEN .....	9
CAPITULO I.....	11
I. INTRODUCCIÓN .....	20
1.1. Problema de Investigación .....	21
1.1.1 En el contexto Internacional: .....	21
1.1.2 En el contexto Nacional. ....	21
1.2 Justificación .....	22
1.3 Antecedentes de estudios: .....	22
1.3.1 En el contexto Internacional .....	22
1.4 Formulación del problema:.....	24
1.5 Objetivos de la investigación .....	25
1.5.1 Objetivo general .....	25
1.5.2 Objetivos específicos.....	25
1.6. Marco Metodológico.....	25
1.6.1. Tipo y diseño de investigación .....	25
1.6.1.1. Tipo. ....	25
1.6.1.2. Diseño .....	26
1.6.2. Población y muestra.....	26
1.6.3. Hipótesis .....	28
1.6.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	28
1.6.5. Técnicas de recolección de datos .....	28
1.6.6. Instrumentos de recolección de datos .....	29
1.6.7. Procedimiento para la recolección de datos.....	29
1.6.8. Análisis estadístico e interpretación de los datos .....	29
1.6.9. Principios éticos .....	29

1.7.	Marco Teórico .....	30
1.7.1.	Bases teórica científicas .....	30
	<b>CAPITULO II.....</b>	<b>31</b>
II.	<b>DESARROLLO .....</b>	<b>32</b>
2.1.	Variables .....	32
2.2.	Operacionalización.....	33
	<b>SATISFACCION DEL CLIENTES .....</b>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
2.3.	Análisis e interpretación de los resultados .....	36
2.3.1.	Resultados en tablas y gráficos .....	36
	<b>CAPITULO III.....</b>	<b>67</b>
III.	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>68</b>
3.1.	CONCLUSIONES .....	68
3.2.	RECOMENDACIONES .....	68
	<b>CAPITULO IV .....</b>	<b>70</b>
IV.	<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA ELABORAR LA TESINA.....</b>	<b>72</b>
	<b>Tabla 35. ....</b>	<b>72</b>
	<b>CAPITULO V .....</b>	<b>73</b>
V.	<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>74</b>

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. <b>Total de población entre mujeres y hombres</b> .....	26
<i>Tabla 2:</i> Estrategias de atención .....	34
<i>Tabla 3:</i> Satisfacción del cliente .....	35
<i>Tabla 4:</i> .....	36
Tabla 5: .....	37
Tabla 6: .....	38
Tabla 7: .....	39
Tabla 8: .....	40
Tabla 9: .....	41
Tabla 10: .....	42
Tabla 11: .....	43
Tabla 12: .....	44
Tabla 13. ....	45
Tabla 14: .....	46
Tabla 15. ....	47
<i>Tabla 16.</i> .....	48
<i>Tabla 17.</i> .....	49
Tabla 18. ....	49
Tabla 19. ....	50
Tabla 20. ....	51

<i>Tabla 21.</i> ....	52
Tabla 22. ....	53
Tabla 23. ....	54
Tabla 24. ....	55
Tabla 25. ....	56
Tabla 26. ....	57
Tabla 27. ....	58
Tabla 28. ....	59
Tabla 29. ....	60
Tabla 30. ....	61
<i>Tabla 31:</i> .....	62
Tabla 32. ....	63
<i>Tabla 33.</i> .....	64
Tabla 34. ....	65
Tabla 35. ....	72

## TABLAS DE FIGURA

- Figura 1: Según el cuadro estadístico se observa que el 5% de los colaboradores del Banco de la Nación de San Ignacio están totalmente de acuerdo y el 44% están en desacuerdo de que el servicio que brindan los trabajadores no es el adecuado. .... 36
- Figura 2: Según el cuadro estadístico se observa que el 6% están de acuerdo y un 38% en desacuerdo de que el servicio que brindan los trabajadores del Banco de la Nación no cubren sus expectativas. .... 37
- Figura 3: Según el cuadro estadístico se tiene que el 3% están en totalmente de acuerdo y un 41% están totalmente en desacuerdo que el servicio ofrecido por los colaboradores del Banco de la Nación no es de calidad. .... 38
- Figura 4: Se observa que un 2% están totalmente de acuerdo y un 40% están totalmente en desacuerdo a que los trabajadores del Banco de la Nación conocen sus necesidades y expectativas. .... 39
- Figura 5: En el nivel de la Dimensión Conocimientos de las necesidades y expectativas del cliente, de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta a los clientes muestra un 51% regular. .... 40*
- Figura 6: Se tiene según el cuadro estadístico que un 3% están totalmente de acuerdo y un 45% están totalmente en desacuerdo de que el servicio que se brinda en el Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio no está mejorando continuamente. .... 41
- Figura 7: Según la tabla estadística se afirma que un 3% están totalmente de acuerdo y un 44% están totalmente en desacuerdo a que se lleve a cabo una evaluación de desempeño en el Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio. .... 42*
- Figura 8: Se afirma en el cuadro estadístico mostrado que el 5% están de acuerdo y un 46% están totalmente desacuerdo de que los trabajadores del Banco de la Nación reciben capacitaciones para mejorar su calidad de atención. .... 43*
- Figura 9: En el nivel de la Dimensión flexibilidad y mejora continua, de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta a los clientes muestra un 64% regular. .... 44*
- Figura 10: En el cuadro estadístico se tiene que el 3% están totalmente de acuerdo y el 50 % están totalmente en desacuerdo de que los trabajadores*

*del Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio, estén capacitados para desempeñarse en su área. .... 45*

*Figura 11: Se tiene que el 3% están totalmente de acuerdo y un 48% de los colaboradores están totalmente en desacuerdo de que los trabajadores del Banco de la Nación están comprometidos con su trabajo. .... 46*

*Figura 12: Según el cuadro estadístico se puede apreciar que un 2% están totalmente en desacuerdo y un 46% están totalmente en desacuerdo de que los trabajadores del Banco de la Nación demuestran un clima de confianza y respeto favoreciendo el intercambio grupal. .... 47*

*Figura 13: En el nivel de la Orientación al trabajo y al cliente, de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta a los clientes muestra un 67% Bajo..... 48*

*Figura 14: En el nivel de la variable estrategias de atención de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta a los clientes muestra un 85% poco adecuado, 14% adecuado y 1% Muy adecuado. .... 49*

*Figura 15: Se puede apreciar en la siguiente tabla estadística de que 4% está en desacuerdo y el 64% están totalmente en desacuerdo con las instalaciones del local del Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio..... 50*

*Figura 16: Se aprecia en el cuadro estadístico que un 3% están de acuerdo y el 53% están en desacuerdo de que en el del Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio los usuarios brinden un buen servicio..... 51*

*Figura 17: En el cuadro estadístico siguiente se observa que un 3% están totalmente de acuerdo y un 39% están en desacuerdo con el desempeño de los empleados del Banco de la Nación. .... 52*

*Figura 18: Según el cuadro estadístico presentado se afirma que el 2 % están de acuerdo y un 58% están totalmente en desacuerdo de la comodidad del ambiente físico que tiene el Banco de la Nación..... 53*

*Figura 19: Según el cuadro estadístico presentado se afirma que el 1% están totalmente de acuerdo y un 43% están totalmente en desacuerdo de que el Banco de la Nación se identifica con ellos. .... 54*

*Figura 20: En el nivel de la Rendimiento percibido, de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta a los clientes muestra un 61% Bajo. .... 55*

*Figura 21: Se afirma en la tabla estadista que un 1% están totalmente de acuerdo y un 62% están totalmente en desacuerdo del esfuerzo que brindan los empleados del Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio. .... 56*

<i>Figura 22:</i> Según el cuadro estadístico se tiene que un 1%, están totalmente de acuerdo y un 55% están totalmente en desacuerdo de que el servicio que brinda el Banco de la Nación de la Provincia es la esperada. ....	57
<i>Figura 23:</i> En el nivel de la dimensión <i>Expectativas</i> , de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta a los clientes muestra un 63% Bajo. ....	58
<i>Figura 24:</i> Según el cuadro estadístico se tiene que el 2% están totalmente de acuerdo y un 62% están totalmente en desacuerdo y están insatisfechos con el servicio que presta el Banco de la Nación. ....	59
<i>Figura 25:</i> Se tiene que un 45% están totalmente en desacuerdo de recibir un buen servicio de parte de los empleados del Banco de la Nación. ....	60
<i>Figura 26:</i> Según el cuadro estadístico se tiene que el 6% están totalmente de acuerdo y un 41% están totalmente en desacuerdo con la atención que brindan los trabajadores del Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio. ....	61
<i>Figura 27:</i> Se puede observar que un 7% están totalmente de acuerdo y un 58% están totalmente en desacuerdo y no les complace la cortesía de los empleados del Banco de la Nación. ....	62
<i>Figura 28:</i> En el cuadro estadístico se aprecia que un 4% están totalmente de acuerdo y un 57% están totalmente en desacuerdo y no les complace la atención que brindan los empleados del Banco de la Nación. ....	63
<i>Figura 29:</i> En el nivel de la dimensión <i>de satisfacción</i> , de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta a los clientes muestra un 69% Bajo. ....	64
<i>Figura 30:</i> En el nivel de la variable <i>Satisfacción del cliente</i> de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta a los clientes muestra un 78% Poco adecuado y un 19% Adecuado y 3% Muy adecuado. ....	65
<i>Figura 31:</i> Encuestando a los clientes del banco de la nación de san Ignacio. ....	84
<i>Figura 32 :</i> Realizando encuestas a los clientes del Banco de la Nación de san Ignacio. ....	84
<i>Figura 33:</i> <i>Clientes en el Banco de la Nación de san Ignacio.</i> .....	85
<i>Figura 34:</i> <i>Inmensas colas en el Banco de la Nación de san Ignacio</i> .....	86

## RESUMEN

El presente estudio evalúa las estrategias de la atención para mejorar la satisfacción de los clientes del Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio, la metodología aplicada fue el diseño no experimental, se elaboró y aplicó una encuesta a los clientes del Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio. Por otro lado se realizó la situación problemática del cual diversos autores dieron su respectiva opinión sobre las estrategias de atención para mejorar la satisfacción de los clientes, también en la formulación del problema se evaluó aplicar estrategias de atención para mejorar la satisfacción de los clientes de la Agencia del Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio, en cuanto a la justificación se consideró llevar a cabo el estudio de este problema porque ambas variables son necesarias. En cuanto a los objetivos propuestos se consideró el objetivo general quien nos permitió determinar la relación entre las estrategias de atención y la satisfacción de los clientes de la agencia del Banco de la Nación de la Provincia San Ignacio 2017, para el Marco teórico se ha citado aportes de autores de varias tesis. El muestreo considerado fue de la población en la zona urbana de la Provincia de San Ignacio de 2990, hombres y mujeres de las edades de 20 a 70 años, generando entre la estrategias de atención un 55% en desacuerdo de que el servicio que brindan los trabajadores no es el adecuado y un 50% en desacuerdo con la atención que brindan los trabajadores del Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio.

Concluyendo de esta manera que los elementos débiles son la mala atención y la insatisfacción de los clientes.

### PALABRAS CLAVES:

Estrategias de atención, Satisfacción al cliente.



# **CAPITULO I**

## I. INTRODUCCIÓN

El Presente Proyecto de Investigación Titulado “Estrategias de la atención para mejorar la satisfacción de los clientes del Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio 2017”, tiene a bien dar a conocer a nuestros lectores lo importante que es brindar una buena atención ya que es la pieza importante dentro de una organización y por ende el logro de la satisfacción de los clientes. Aquí se plasma los aportes que cada uno de los autores tienen acerca de este tema como son las estrategias de atención y la satisfacción del cliente. Se menciona lo siguiente:

Información General. Se refiere a datos generales como El nombre de nuestro proyecto se “Estrategias de la atención para mejorar la satisfacción de los clientes del Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio 2017”, y datos de autores y asesores.

Capitulo I. Planteamiento del problema. Se determina la realidad problemática, identificando el problema, indicando la justificación para indicar la importancia del proyecto de investigación.

Nuestros objetivos nos permiten determinar la relación entre las estrategias de atención y la satisfacción de los clientes así como diseñar estrategias de atención que ayuden a la satisfacción del cliente.

Marco metodológico. En el marco metodológico indicamos los instrumentos estadísticos que nos orientan en el establecimiento de la muestra de la población a investigar.

Capitulo III. En el marco administrativo hemos tenido en cuenta el cronograma de actividades y el presupuesto en donde indica todos los gastos que vamos a tener durante la ejecución de esta tesina. Se culmina con las referencias bibliográficas de los autores, diversos libros, tesis, revistas y paginas web, como diversos anexos.

## **1.1. Problema de Investigación**

### **1.1.1 En el contexto Internacional:**

Según (Paredes, 2011) indica que en la empresa La Raíz del Jeans la satisfacción al cliente no es adecuada ya que eso le he provocado una baja rentabilidad al no contar con un producto de calidad para ofrecerles a sus clientes, lo cual origina una pérdida de clientes masiva para la empresa.

Según (Molina, 2013) señala que en la empresa Narcis Supermercados no existe una óptima satisfacción al cliente debido a que no cuentan con servicios de calidad personalizados con los consumidores, lo que podría tener como consecuencia que la empresa no pueda conseguir el nivel de ventas, ni la cantidad de clientes indispensables para que pueda continuar dentro del mercado.

Según (Alvarez, 2012) “Satisfacción de los clientes y usuario con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales”. Mantiene como conclusión que

El usuario entiende que la distribución de los productos se sobrepone con respecto a “Fiabilidad”, debido a que el costo de lo ofertado es muy bueno, concluyendo finalmente que los descuentos y los cupos son precisamente explicados. El usuario entiende que la distribución de los productos se sobrepone con respecto a “Interacción Personal”, precisan que los trabajadores de PDVAL trabajan de buena manera, por lo que los usuarios se sienten tranquilos y están seguros que podrían ayudarlos en cualquier momento y así poder orientarlos en cualquier producto (p.98).

### **1.1.2 En el contexto Nacional.**

Según (zegarra, 2013) señala que la empresa Muchik Tours S.A.C. , no brinda una adecuada atención al cliente, para esto

está proponiendo que se realice una gestión de calidad, adoptando los actuales modelos que permita a la empresa lograr competitividad, eficiencia y eficacia en su desarrollo, y como conclusión primordial el logro de la satisfacción de sus clientes.

Según. (Subauste, 2013) Chimbote. Comenta que en la empresa EMEPA CAÑETE S.A. , para exista una buena atención al cliente, es necesario contar con un adecuado clima laboral, motivar constantemente a sus colaboradores, para que así cada colaborador se sienta identificado con su empresa u organización y pueda lograr las metas y objetivos trazados.

## **1.2 Justificación**

Se justifica llevar a cabo el estudio de este problema porque el la satisfacción del cliente es un importante aspecto de la gestión empresarial en toda organización.

Este estudio se realizara con la finalidad determinar la relación entre las estrategias de atención y la satisfacción de los clientes de la agencia del Banco de la Nación de la Provincia San Ignacio 2017 y ponerlas en práctica.

Así mismo el estudio de la aplicación de estrategias de atención y la satisfacción de los clientes resultan muy interesantes ya que permiten poder mejorar la calidad de atención y la satisfacción de los clientes, ya que ambos componentes constituyen un instrumento de indagación, que funciona bajo la premisa de que se generen beneficios cuando se implementan acciones correctivas en los aspectos que lo requieren.

## **1.3 Antecedentes de estudios:**

### **1.3.1 En el contexto Internacional**

Según (Sandoval, 2014) En su tesis “Calidad de servicio y nivel de satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Sanagorán 2012” menciona que, los factores determinantes respecto a la calidad de servicio, dependen del ajuste entre la gestión de dicho servicio y las expectativas del cliente o usuario; lo que supone en definitiva, una comparación entre el servicio esperado y el servicio recibido. Por otra parte considera que la calidad de servicio percibida es un antecedente de la satisfacción. Al igual que la calidad, la satisfacción es un concepto complejo y multidimensional compuesto de varios factores, basados en diferentes experiencias con los empleados que presentan el servicio y con otros elementos tangibles e intangibles.

Según (Reyes, 2014)“Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la Asociación Share, sede Huehuetenango”, empleando el tipo de investigación descriptiva. Mantiene como conclusión que

Para garantizar un servicio de calidad hacia sus clientes la asociación SHARE visualiza como características una buena atención, gentileza, calidez, lo cual le ha permitido mantener un bienestar del cliente aceptable. Se pudo comprobar que el nivel de satisfacción de los clientes en relación a la calidad del servicio el 72% demostró que la considera como buena. Indicando que la asociación SHARE realiza la medición de satisfacción del cliente a través de una firma a cada 6 meses por el alto costo que significa dicha contratación quien utiliza boletas de servicio para los clientes internos y externos específicamente (pp.117-118).

### **En el contexto Nacional**

Según (Burga Casanova, 2010) **En su tesis: “ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA SATISFACCION DEL CLIENTE”.**

Destaco lo siguiente: El tener un buen nivel de satisfacción de las expectativas hace suponer que se está generando un buen vínculo entre la realidad y la satisfacción del cliente.

A pesar de tener una buena imagen de la calidad del personal de ventanilla, se aprecia que no es suficiente para alcanzar altos estándares de calidad de atención al cliente. Lo que al parecer puede ser una contradicción en realidad lo que muestra es que a pesar de tener personal idóneo y capacitado para cada uno de los puestos, hay otros factores que desmerece la calidad de servicio.

Según (Gutierrez Castillo, 2010) **En su tesis “PROPUESTA PARA MEJORAR EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA MOVISTAR DE LA CIUDAD DE TRUJILLO”**

Destaco lo siguiente: Los clientes de la empresa movistar-agencia están satisfechos con el servicio de atención al cliente, pero existe un 43% y 8% de clientes pocos satisfechos respectivamente por lo cual se deben mejorar y superar las debilidades que presenta esta empresa para mejorar el nivel de servicio midiendo de manera permanente el nivel de satisfacción de los clientes.

Los factores que inciden en la percepción por parte de los clientes de la empresa movistar, de la regular calidad de servicio de atención que ofrece la plataforma de atención al cliente radica un porcentaje considerable en la atención del personal del área de estudio que por falta de capacitación adecuada y motivación en el puesto no brindan un servicio esperado y la información oportuna por lo que se debe enfocar principalmente una mejora continua hacia los empleados acompañado de la motivación interna y un clima laboral adecuado.

#### **1.4 Formulación del problema:**

¿De qué manera las estrategias de atención se relacionan con la satisfacción de los clientes de la Agencia del Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio 2017?

## **1.5 Objetivos de la investigación**

### **1.5.1 Objetivo general**

Determinar la relación entre las estrategias de atención y la satisfacción de los clientes de la agencia del Banco de la Nación de la Provincia San Ignacio 2017

### **1.5.2 Objetivos específicos**

- a) Diseñar estrategias de atención que ayuden a la satisfacción del cliente de la agencia del Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio 2017.
- b) Proponer estrategias de atención para mejorar la satisfacción de los clientes del banco de la Nación de la provincia de San Ignacio 2017.
- c) Analizar las estrategias de atención de la agencia del Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio 2017
- d) Identificar las estrategias de atención y la satisfacción de los clientes de la agencia del Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio 2017.
- e) Determinar la situación actual de las estrategias de atención y satisfacción de los clientes en el Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio 2017
- f) Validar estrategias de atención para mejorar la satisfacción de los clientes del banco de la Nación de la provincia de San Ignacio 2017.

## **1.6. Marco Metodológico**

### **1.6.1. Tipo y diseño de investigación**

#### **1.6.1.1. Tipo.**

No experimental porque se basa fundamentalmente en la observación de tal y como se dan en su contexto natural para analizarlos con posterioridad, aplicando estrategias de atención para lograr la satisfacción de los clientes de la agencia del Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio.

### 1.6.1.2. Diseño

El diseño de exploración del cual se ha hecho uso es el de carácter no experimental, lo cual procedió a la elaboración y aplicación de una encuestas a los clientes de la agencia del Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio.

### 1.6.2. Población y muestra

Población: El Distrito de San Ignacio cuenta con una población en la zona urbana de 11266 habitantes. De los cuales se tiene que la población de hombres y mujeres de las edades de 20 a 70 años es de 2990, que vendría hacer la población objetivo.

Para la obtención de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

*Tabla 1. Total de población entre mujeres y hombres*

MUJERES	TOTAL	HOMBRES	TOTAL
20 a 24 años	483	20 a 24 años	510
25 a 29 años	518	25 a 29 años	449
30 a 34 años	371	30 a 34 años	399
35 a 39 años	380	35 a 39 años	370
40 a 44 años	319	40 a 44 años	343
45 a 49 años	270	45 a 49 años	270

años			
50 a 54 años	170	50 a 54 años	245
55 a 59 años	127	55 a 59 años	170
60 a 64 años	110	60 a 64 años	129
65 a 70 años	132	65 a 70 años	230
<b>Total</b>	<b>2 880</b>	<b>Total</b>	<b>3 105</b>

## TASAS

TOTAL MUJERES (100%)	PORCENTAJE	TOTAL
2,880	51%	1,469

TOTAL HOMBRES (100%)	PORCENTAJE	TOTAL
3,105	49%	1,521

### Muestra:

Donde:

N= 2 990

Z= 1.64

p= 0.7

q= 0.3

e= 5% (0.05)

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2(N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

$$N = \frac{2990 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.5^2 \times 2990 - 1 + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

N= 341 clientes

La muestra fue conformada por 341 usuarios comprendida entre las edades 20 a 70 años de edad.

### **1.6.3. Hipótesis**

Las estrategias de atención influyen positivamente en la satisfacción de los clientes de la agencia del Banco de la Nación de la Provincia San Ignacio.

### **1.6.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Se diseñó una encuesta constituida por 38 preguntas, de las cuales se extraen conclusiones en las que se aplican; o se examinan casos particulares sobre la base de las afirmaciones generales y de los usuarios presentados y así poder realizar potenciales recomendaciones

### **1.6.5. Técnicas de recolección de datos**

Para el desarrollo de esta investigación se emplearon las siguientes técnicas:

#### **CUESTIONARIO:**

Se presentarán las preguntas a aplicar y así nos permitirá coordinar con los encuestados el día y la hora en el que se pueda contar con su apoyo para poderlos evaluar. Así mismo se aplicara tres cuestionarios para evaluar las dos variables: clima organizacional y desempeño laboral.

#### **ESCALA DE OPINIONES:**

Se contará con la participación de 4 colaboradores que laboran en

el Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio y 341 usuarios.

En este sentido se evaluará a una muestra comprendida entre las edades de 20 a 70 años de edad y luego se determinarán los resultados específicos.

#### **1.6.6. Instrumentos de recolección de datos**

La encuesta contiene con 38 ítems (cuestionario)

#### **1.6.7. Procedimiento para la recolección de datos**

Se gestionó la autorización mediante documentos formales y entrevistas a los funcionarios del Banco de la Nación y usuarios de la zona urbana de San Ignacio, por ello nos dieron facilidades aceptando nuestra propuesta de estudio.

Se procedió al diseño de la encuesta tomando en consideración el nivel cultural de la población, ideología y contenidos temáticos de la variable a investigar.

Al final se aplicó los instrumentos de medición, analizando los datos obtenidos en programas estadísticos.

#### **1.6.8. Análisis estadístico e interpretación de los datos**

El análisis será a través del programa Microsoft Excel 2010 que nos permitirá procesar la información de los datos obtenidos, y los resultados en gráficos.

#### **1.6.9. Principios éticos**

En nuestro estudio sea empleado la:

**Veracidad.**- Se ha profesado en todo momento la verdad gracias a los aportes de los funcionarios de la agencia del Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio.

**Confiable.-** Se han utilizado fuentes confiables que han permitido la elaboración del presente proyecto documentos como (MOF- Página del Banco de la Nación). Así como también se ha contado con los aportes de los cuatro funcionarios de la entidad Bancaria Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio. Como son: Recibidor Pagador, Administrador, Cajero y los 341 usuarios de la Provincia de San Ignacio, comprendidas entre las edades de 20 a 70 años de edad.

**Validez externa:**

Se han utilizado Fuentes del (MOF) Manual de Organización y Funciones del Banco de la Nación ya que es un documento que determina las diferentes funciones de cada trabajador (Administrador Cajero y Recibidor Pagador), lo cual deben ser cumplidas por cada trabajador y deben ser actualizadas. Así como página web del Banco de la Nación y opiniones de los usuarios de la entidad bancaria.

**1.7. Marco Teórico**

**1.7.1. Bases teórica científicas**

Para (Zeithaml, 2009) La satisfacción del cliente está influida por características específicas del producto o servicio, la percepción calidad-precio. También influyen el estado de ánimo del cliente y factores situacionales como las opiniones de personas cercanas al cliente. Asimismo mencionan que la satisfacción significa la evaluación del cliente de un servicio en función de si este ha cumplido o no sus necesidades o expectativas.

Para (P & K, 2010) La satisfacción es una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previos. Si os resultados son inferiores a las expectativas, el

cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado.

(Serna, 2006), distingue que el servicio al cliente es intangible, es decir que no se puede percibir con los sentidos. Adicionalmente establece que éste es perecedero debido a que el servicio al cliente se produce y consume inmediatamente.

(Gomez, 2009), indica que en la atención al cliente participan varios elementos: el cliente, el personal de contacto, el soporte físico o local y la exhibición. El personal de contacto es quien se enfrenta a las diferentes situaciones con el cliente que se conocen como los momentos de verdad y el servicio mismo. Con estos cuatro elementos mencionados interactúan de una manera simultánea: el sistema de organización interna y los demás clientes.

# **CAPITULO II**

## **II. DESARROLLO**

### **2.1. Variables**

- **Independiente:**

  - Estrategias de atención**

  - Es el que ofrece una empresa para relacionarse con sus clientes.

  - Es aquel servicio que prestan y proporcionan las empresas de servicios o que comercializan productos, entre otras, a sus clientes para comunicarse directamente con ellos. En caso que estos necesiten manifestar reclamos, sugerencias, plantear inquietudes sobre el producto o servicio en cuestión, solicitar información adicional, solicitar

servicio técnico, entre las principales opciones y alternativas que ofrece este sector o área de las empresas a sus consumidores, los clientes de una empresa deberán comunicarse con este servicio.

- **Dependiente:**

- Satisfacción de los clientes**

- Se refiere al nivel de conformidad de la persona cuando realiza una compra o utiliza un servicio. La lógica indica que, a mayor satisfacción, mayor posibilidad de que el cliente vuelva a comprar o a contratar servicios en el mismo establecimiento.

## **2.2. Operacionalización**

Tabla 2: Estrategias de atención

<b>Variable Independiente</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b>	<b>Índice</b>
<b>ATENCION AL CLIENTE</b> Es el que ofrece una empresa para relacionarse con sus clientes.	.Conocimientos de las necesidades y expectativas del cliente	.Percepción directa	Encuesta	1,2
		.empresa		3,4
	.flexibilidad y mejora continua	.Programas de atención al cliente		5
		.Percepción del consumidor		6,7
	.Orientación al trabajo y al cliente	.Atención directa		8
		.Integración		9,10

Tabla 3: Satisfacción del cliente

Variable Independiente	Dimensiones	Indicadores	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	Índice
<b>SATISFACCION DEL CLIENTES</b> Se refiere al nivel de conformidad de la persona cuando realiza una compra o utiliza un servicio	.Rendimiento percibido	.Resultados	Encuesta de likert	11,12
		.Desempeño		13
		.Percepción		14,15
	.Las Expectativas	.Motivación		16
		.Expectativas		17
	.Niveles de satisfacción	.Insatisfacción		18
		.Satisfacción		19,20
		.Complacencia		21,22

## 2.3. Análisis e interpretación de los resultados

### 2.3.1. Resultados en tablas y gráficos

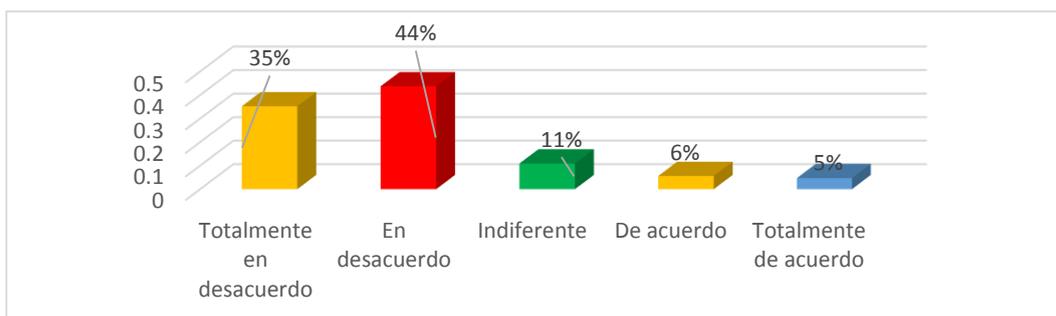
Tabla 4:

Usted cree que el servicio que brindan los trabajadores del Banco de la Nación es el adecuado

<i>RESPUESTA</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
Totalmente en desacuerdo	120	35.2
En desacuerdo	149	43.7
Indiferente	37	10.9
De acuerdo	19	5.6
Totalmente de acuerdo	16	4.7
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Elaboración Propia

*Usted cree que el servicio que brindan los trabajadores del Banco de la Nación es el adecuado.*



*Figura 1:* Según el cuadro estadístico se observa que el 5% de los colaboradores del Banco de la Nación de San Ignacio están totalmente de acuerdo y el 44% están en desacuerdo de que el servicio que brindan los trabajadores no es el adecuado.

Tabla 5:

Considera que el servicio que brindan los trabajadores del Banco de la Nación cubre sus expectativas

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Totalmente en desacuerdo	63	18.5
En desacuerdo	129	37.8
Indiferente	93	27.3
De acuerdo	21	6.2
Totalmente de acuerdo	35	10.3
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100.0</b>

Fuente Elaboración Propia

Considera que el servicio que brindan los trabajadores del Banco de la Nación cubre sus expectativas

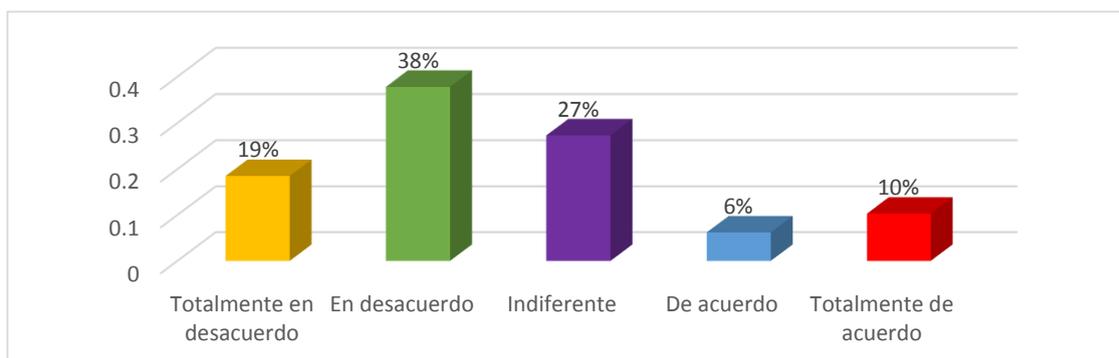


Figura 2: Según el cuadro estadístico se observa que el 6% están de acuerdo y un 38% en desacuerdo de que el servicio que brindan los trabajadores del Banco de la Nación no cubre sus expectativas.

Tabla 6:

Considera que el servicio ofrecido por el Banco de la Nación es de calidad.

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Totalmente en desacuerdo	140	41.1
En desacuerdo	100	29.3
Indiferente	66	19.4
De acuerdo	25	7.3
Totalmente de acuerdo	10	2.9
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Elaboración Propia

Considera que el servicio ofrecido por el Banco de la Nación es de calidad

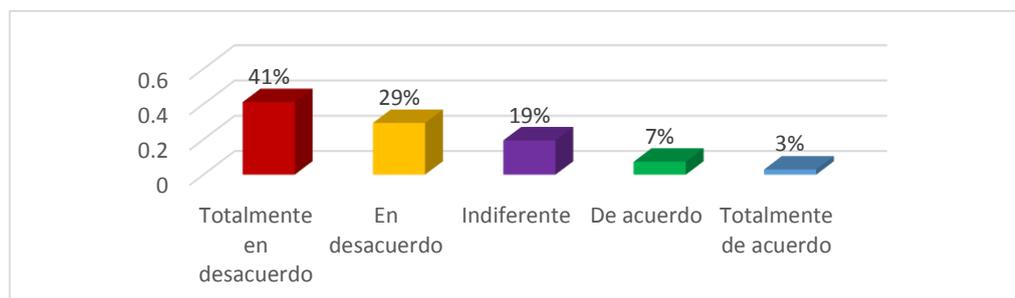


Figura 3: Según el cuadro estadístico se tiene que el 3% están en totalmente de acuerdo y un 41% están totalmente en desacuerdo que el servicio ofrecido por los colaboradores del Banco de la Nación no es de calidad.

Tabla 7:

Considera que los trabajadores del Banco de la Nación conocen sus necesidades y expectativas

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Totalmente en desacuerdo	135	39.6
En desacuerdo	103	30.2
Indiferente	66	19.4
De acuerdo	29	8.5
Totalmente de acuerdo	8	2.3
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Elaboración Propia

Considera que los trabajadores del Banco de la Nación conocen sus necesidades y expectativas

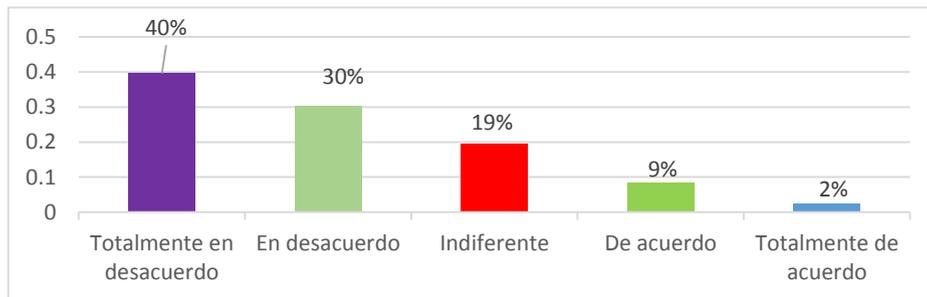


Figura 4: Se observa que un 2% están totalmente de acuerdo y un 40% están totalmente en desacuerdo a que los trabajadores del Banco de la Nación conocen sus necesidades y expectativas.

Tabla 8:

Dimensión Conocimientos de las necesidades y expectativas del cliente

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bajo	164	48.1
Regular	175	51.3
Alto	2	0.6
	341	100.0

Fuente: Elaboración Propia

Dimensión Conocimientos de las necesidades y expectativas del cliente

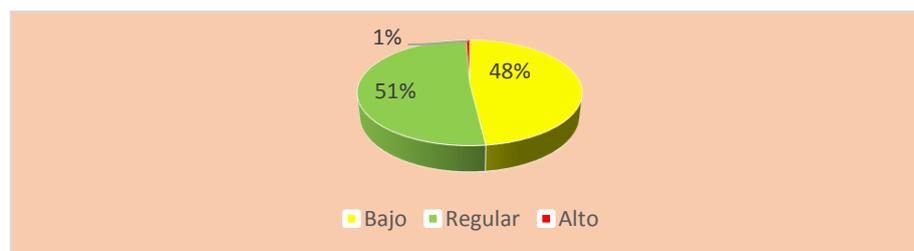


Figura 5: En el nivel de la Dimensión Conocimientos de las necesidades y expectativas del cliente, de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta a los clientes muestra un 51% regular.

Tabla 9:

Considera que el servicio que se brinda en el Banco de la Nación está mejorando continuamente

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Totalmente en desacuerdo	153	44.9
En desacuerdo	77	22.6
Indiferente	78	22.9
De acuerdo	23	6.7
Totalmente de acuerdo	10	2.9
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Elaboración Propia

Considera que el servicio que se brinda en el Banco de la Nación está mejorando continuamente

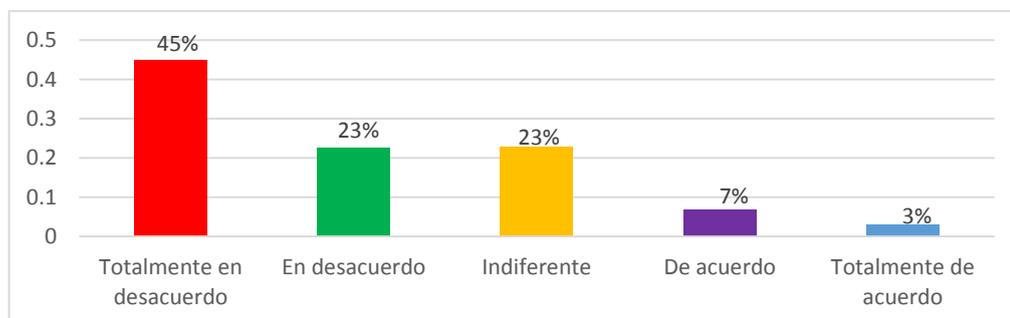


Figura 6: Se tiene según el cuadro estadístico que un 3% están totalmente de acuerdo y un 45% están totalmente en desacuerdo de que el servicio que se brinda en el Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio no está mejorando continuamente.

Tabla 10:

Cree usted que se lleva a cabo una evaluación de desempeño en el Banco de la Nación.

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Totalmente en desacuerdo	150	44.0
En desacuerdo	69	20.2
Indiferente	87	25.5
De acuerdo	25	7.3
Totalmente de acuerdo	10	2.9
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Elaboración Propia

Cree usted que se lleva a cabo una evaluación de desempeño en el Banco de la Nación.

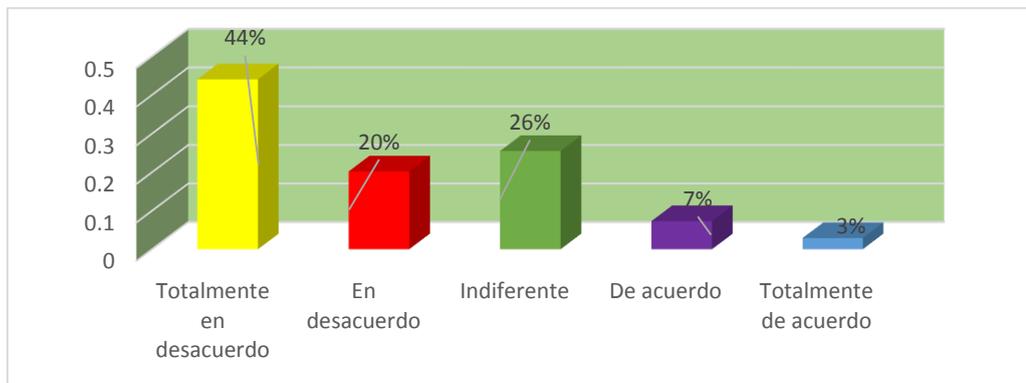


Figura 7: Según la tabla estadística se afirma que un 3% están totalmente de acuerdo y un 44% están totalmente en desacuerdo a que se lleve a cabo una evaluación de desempeño en el Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio.

Tabla 11:

Considera que los trabajadores del Banco de la Nación reciben capacitaciones para mejorar su calidad de atención

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Totalmente en desacuerdo	155	45.5
En desacuerdo	106	31.1
Indiferente	52	15.2
De acuerdo	18	5.3
Totalmente de acuerdo	10	2.9
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Elaboración Propia

Considera que los trabajadores del Banco de la Nación reciben capacitaciones para mejorar su calidad de atención

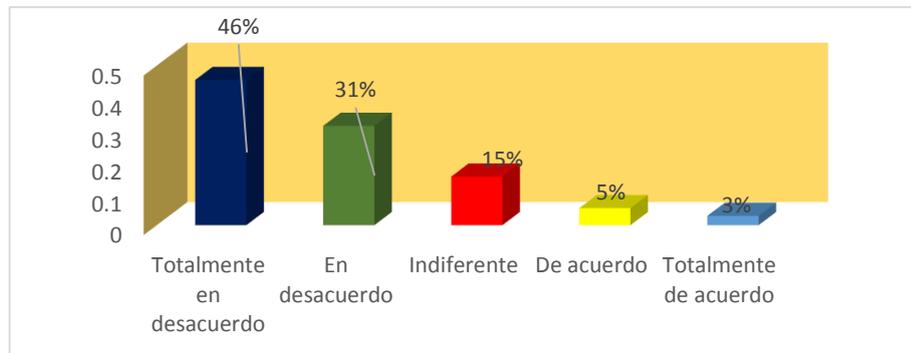


Figura 8: Se afirma en el cuadro estadístico mostrado que el 5% están de acuerdo y un 46% están totalmente desacuerdo de que los trabajadores del Banco de la Nación reciben capacitaciones para mejorar su calidad de atención.

Tabla 12:

Dimensión flexibilidad y mejora continua.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bajo	217	63.6
Regular	121	35.5
Alto	3	0.9
TOTAL	341	100.0

Fuente: Elaboración Propia

Dimensión flexibilidad y mejora continua.

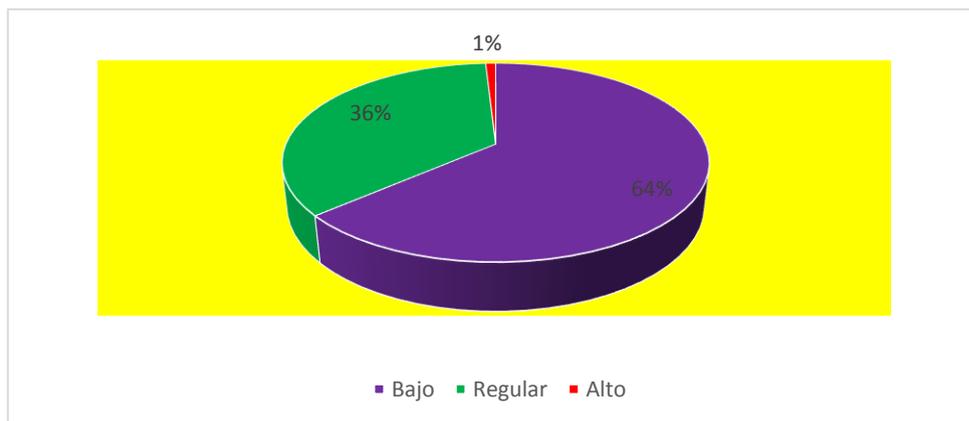


Figura 9: En el nivel de la Dimensión flexibilidad y mejora continua, de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta a los clientes muestra un 64% regular.

Tabla 13.

Considera que los trabajadores del Banco de la Nación están capacitados para desempeñarse en su área.

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Totalmente en desacuerdo	172	50.4
En desacuerdo	90	26.4
Indiferente	49	14.4
De acuerdo	21	6.2
Totalmente de acuerdo	9	2.6
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Elaboración Propia

Considera que los trabajadores del Banco de la Nación están capacitados para desempeñarse en su área

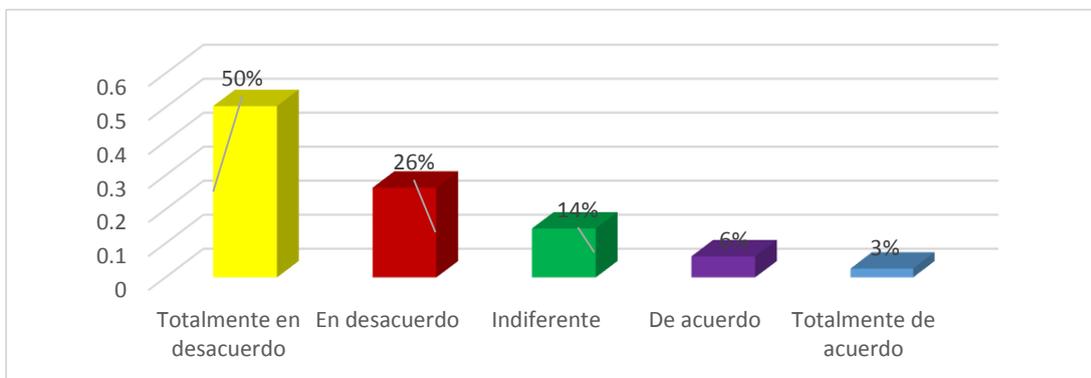


Figura 10: En el cuadro estadístico se tiene que el 3% están totalmente de acuerdo y el 50 % están totalmente en desacuerdo de que los trabajadores del Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio, estén capacitados para desempeñarse en su área.

Tabla 14:

Siente que los trabajadores del Banco de la Nación están comprometidos con su trabajo.

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Totalmente en desacuerdo	162	47.5
En desacuerdo	120	35.2
Indiferente	20	5.9
De acuerdo	30	8.8
Totalmente de acuerdo	9	2.6
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Elaboración Propia

Siente que los trabajadores del Banco de la Nación están comprometidos con su trabajo.

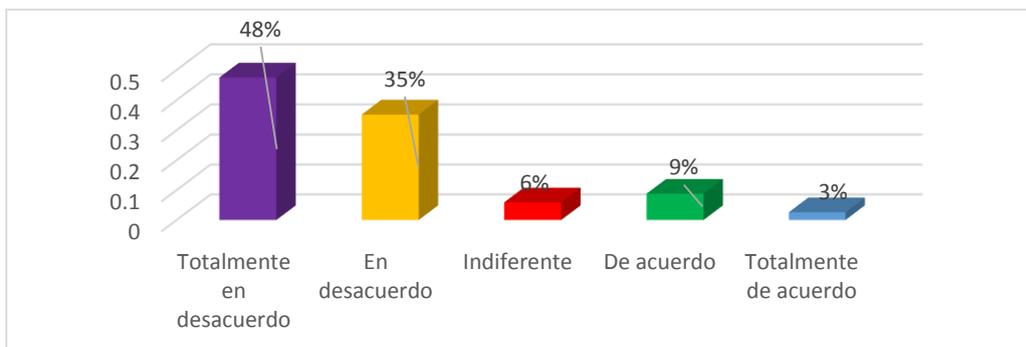


Figura 11: Se tiene que el 3% están totalmente de acuerdo y un 48% de los colaboradores están totalmente en desacuerdo de que los trabajadores del Banco de la Nación están comprometidos con su trabajo.

Tabla 15.

Considera que los trabajadores del Banco de la Nación demuestran un clima de confianza y respeto favoreciendo el intercambio grupal.

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Totalmente en desacuerdo	157	46.0
En desacuerdo	86	25.2
Indiferente	31	9.1
De acuerdo	59	17.3
Totalmente de acuerdo	8	2.3
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100.0</b>

Fuente elaboración propia

Considera que los trabajadores del Banco de la Nación demuestran un clima de confianza y respeto favoreciendo el intercambio grupal.

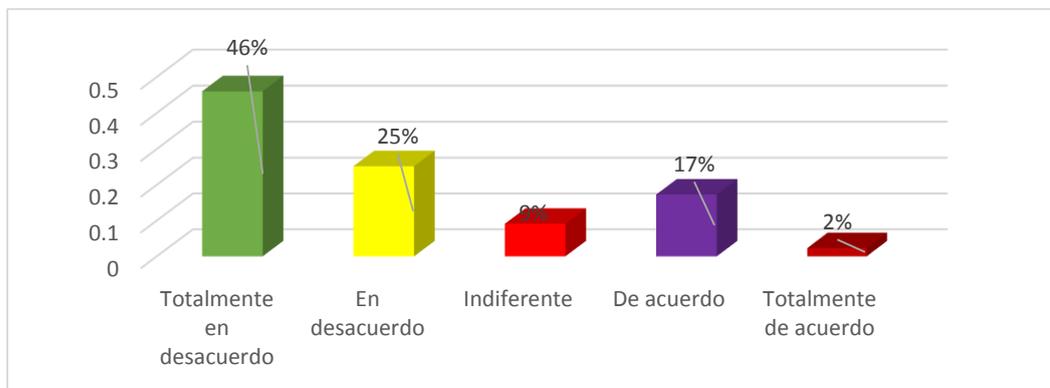


Figura 12: Según el cuadro estadístico se puede apreciar que un 2% están totalmente de acuerdo y un 46% están totalmente en desacuerdo. de que los trabajadores del Banco de la Nación demuestran un clima de confianza y respeto favoreciendo el intercambio grupal.

Tabla 16.

Dimensión Orientación al trabajo y al cliente

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bajo	228	66.9
Regular	101	29.6
Alto	12	3.5
TOTAL	341	100.0

Fuente: Elaboración Propia

Dimensión Orientación al trabajo y al cliente

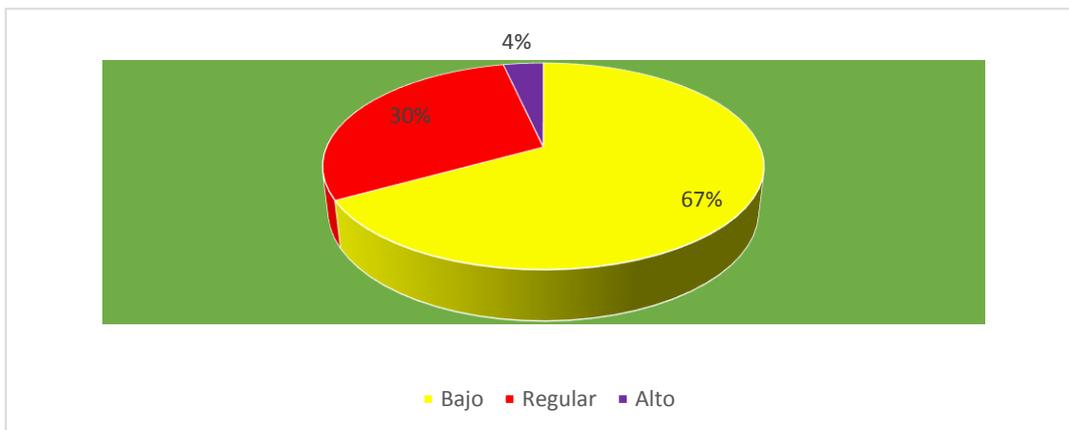


Figura 13: En el nivel de la Orientación al trabajo y al cliente, de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta a los clientes muestra un 67% Bajo.

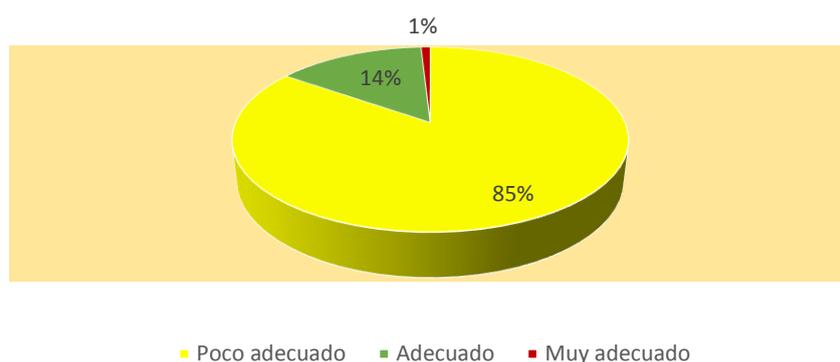
Tabla 17.

Variable estrategias de atención

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Poco adecuado	289	84.8
Adecuado	49	14.4
Muy adecuado	3	0.9
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Elaboración Propia

Variable estrategias de atención



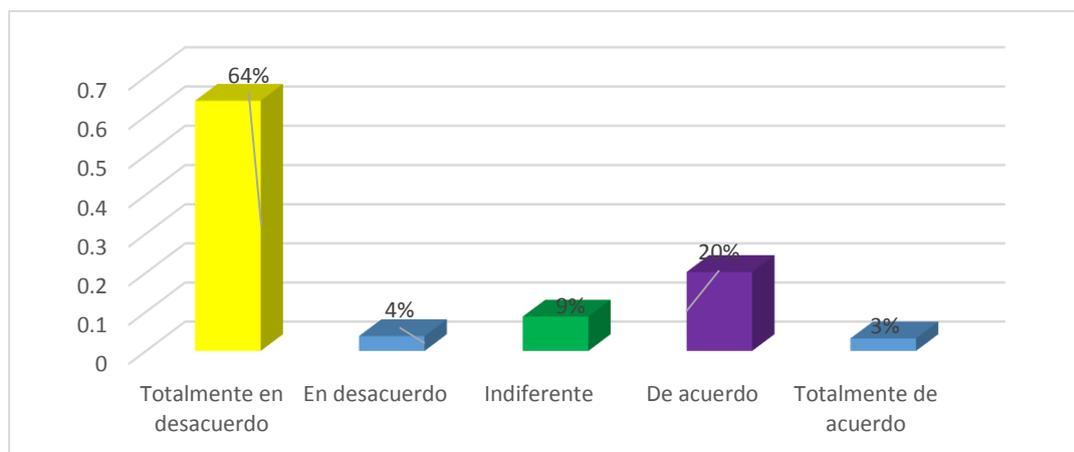
	<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<i>Figura datos adecu</i>	Totalmente en desacuerdo	218	63.9
	En desacuerdo	13	3.8
	Indiferente	30	8.8
	De acuerdo	69	20.2
	Totalmente de acuerdo	11	3.2
	<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100.0</b>

a Fuente: Elaboración Propia

Tabla 18.

Se  
n  
a  
s  
n  
t

*Se siente a gusto con las instalaciones del local del Banco de la Nación.*



*Figura 15:* Se puede apreciar en la siguiente tabla estadística de que 4% está en desacuerdo y el 64% están totalmente en desacuerdo con las instalaciones del local del Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio.

*Tabla 19.*

El servicio brindado es el adecuado para los usuarios del Banco de la Nación.

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Totalmente en desacuerdo	81	23.8
En desacuerdo	181	53.1
Indiferente	47	13.8
De acuerdo	11	3.2
Totalmente de acuerdo	21	6.2
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100.0</b>

El servicio brindado es el adecuado para los usuarios del Banco de la Nación

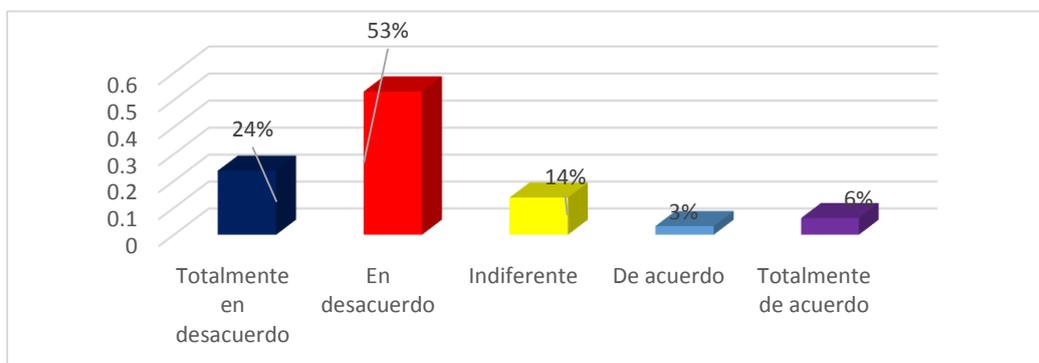


Figura 16: Se aprecia en el cuadro estadístico que un 3% están de acuerdo y el 53% están en desacuerdo de que en el del Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio los usuarios brinden un buen servicio.

Tabla 20.

Se siente conforme con el desempeño de los empleados del Banco de la Nación.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente en desacuerdo	95	27.9
En desacuerdo	132	38.7
Indiferente	74	21.7
De acuerdo	29	8.5
Totalmente de acuerdo	11	3.2
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Elaboración Propia

Se siente conforme con el desempeño de los empleados del Banco de la Nación

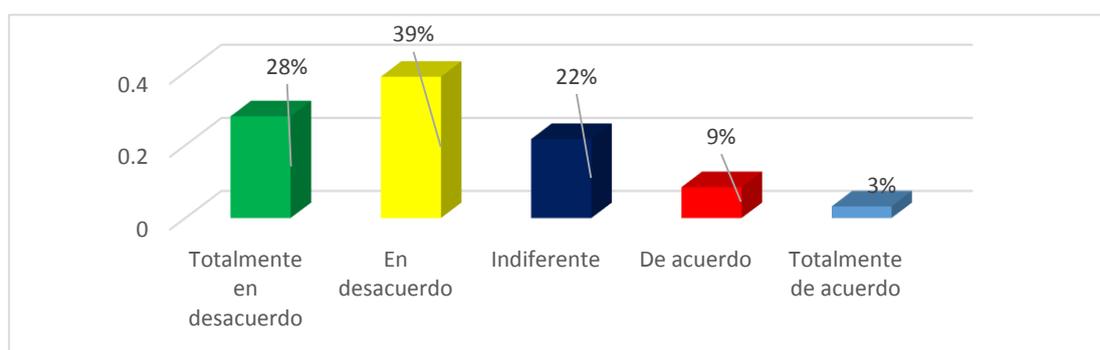


Figura 17: En el cuadro estadístico siguiente se observa que un 3% están totalmente de acuerdo y un 39% están en desacuerdo con el desempeño de los empleados del Banco de la Nación.

Tabla 21.

Me siento cómodo con el ambiente físico que tiene el Banco de la Nación

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente en desacuerdo	197	57.8
En desacuerdo	94	27.6
Indiferente	27	7.9
De acuerdo	8	2.3
Totalmente de acuerdo	15	4.4
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100.0</b>

Me siento cómodo con el ambiente físico que tiene el Banco de la Nación.

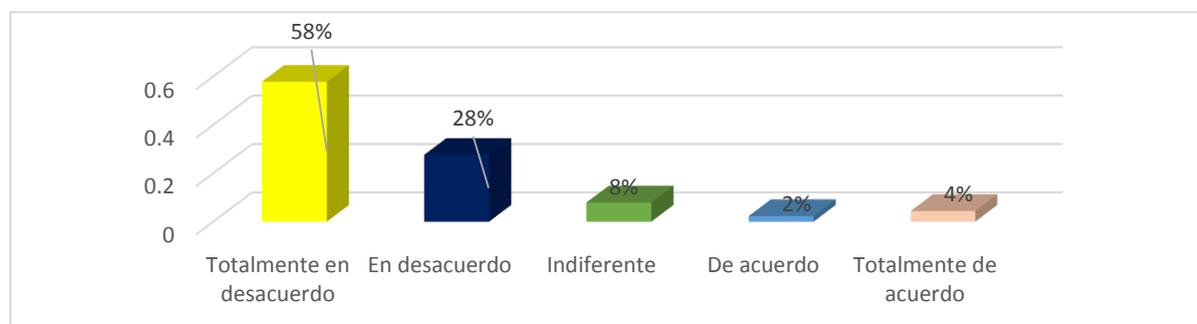


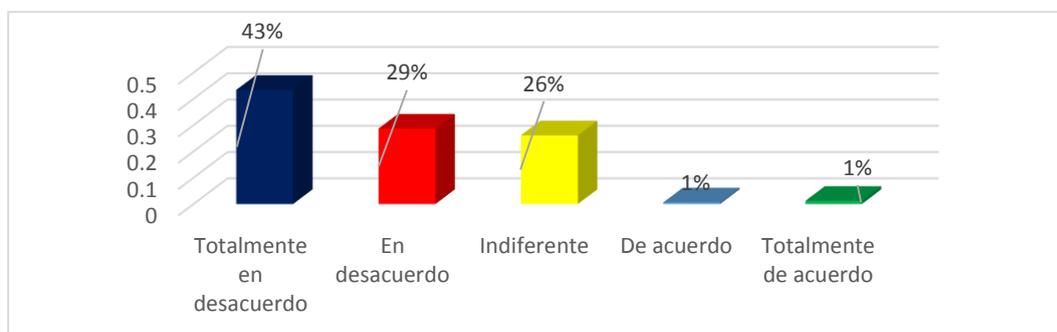
Figura 18: Según el cuadro estadístico presentado se afirma que el 2 % están de acuerdo y un 58% están totalmente en desacuerdo de la comodidad del ambiente físico que tiene el Banco de la Nación.

Tabla 22.

Siente que el Banco de la Nación se identifica con usted.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente en desacuerdo	148	43.4
En desacuerdo	98	28.7
Indiferente	89	26.1
De acuerdo	2	0.6
Totalmente de acuerdo	4	1.2

*Siente que el Banco de la Nación se identifica con usted*



*Figura 19:* Según el cuadro estadístico presentado se afirma que el 1% están totalmente de acuerdo y un 43% están totalmente en desacuerdo de que el Banco de la Nación se identifica con ellos.

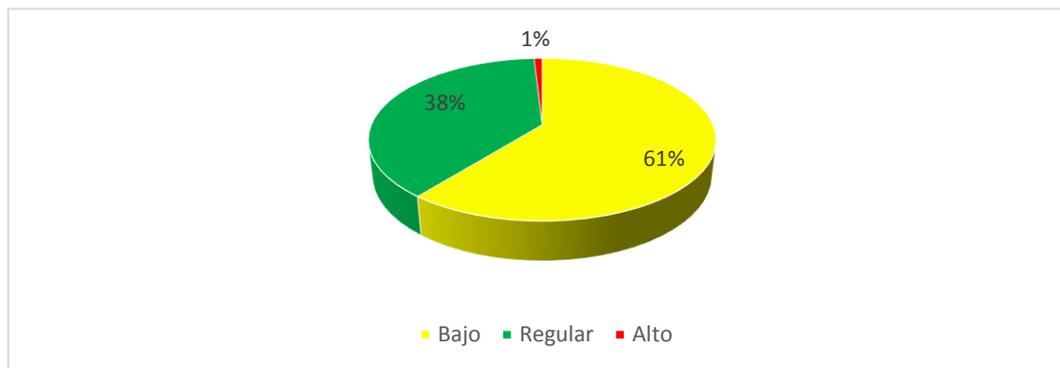
*Tabla 23.*

Dimensión Rendimiento percibido

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bajo	207	60.7
Regular	131	38.4
Alto	3	0.9
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100.0</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

### Dimensión Rendimiento percibido



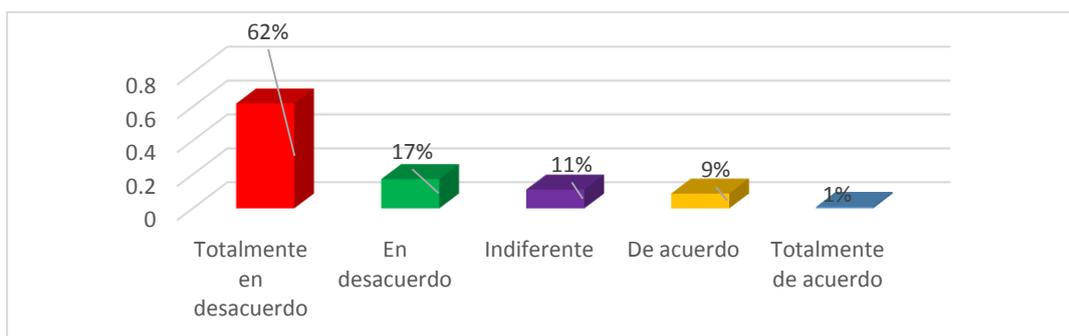
*Figura 20:* En el nivel de la Rendimiento percibido, de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta a los clientes muestra un 61% Bajo.

*Tabla 24.*

Valoro el esfuerzo que brindan los empleados del Banco de la Nación.

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Totalmente en desacuerdo	211	61.9
En desacuerdo	59	17.3
Indiferente	38	11.1

*Valoro el esfuerzo que brindan los empleados del Banco de la Nación*



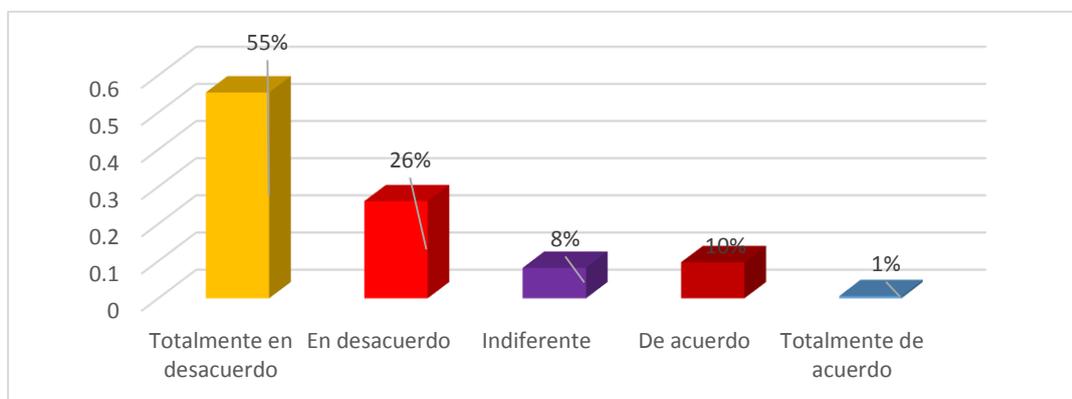
*Figura 21:* Se afirma en la tabla estadística que un 1% están totalmente de acuerdo y un 62% están totalmente en desacuerdo del esfuerzo que brindan los empleados del Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio.

*Tabla 25.*

El servicio que brinda el Banco de la Nación es la esperada.

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Totalmente en desacuerdo	189	55.4
En desacuerdo	89	26.1
Indiferente	28	8.2
De acuerdo	33	9.7
Totalmente de	2	0.6

*El servicio que brinda el Banco de la Nación es la esperada.*



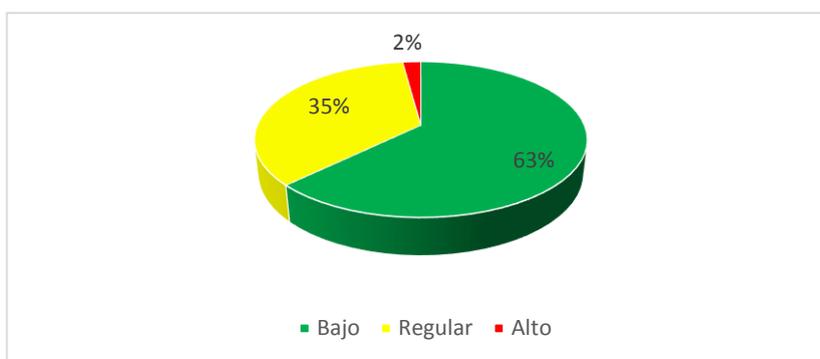
*Figura 22:* Según el cuadro estadístico se tiene que un 1%, están totalmente de acuerdo y un 55% están totalmente en desacuerdo de que el servicio que brinda el Banco de la Nación de la Provincia es la esperada.

*Tabla 26.*

Dimensión Las Expectativas.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bajo	214	62.8
Regular	120	35.2
Alto	7	2.1
TOTAL	341	100.0

*Dimensión Las Expectativas*



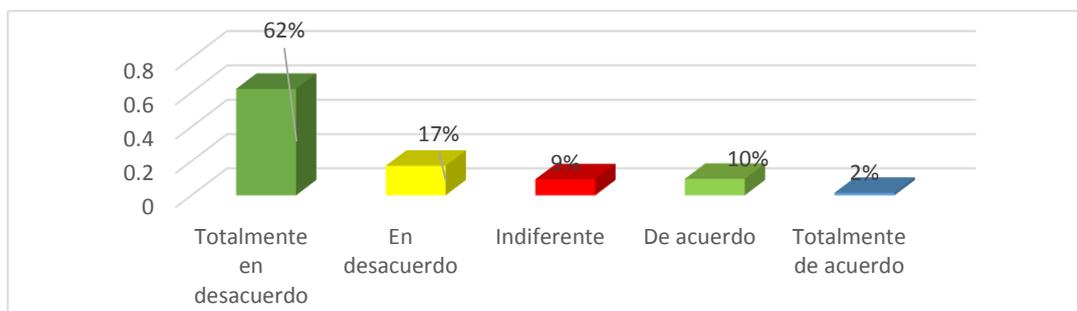
*Figura 23:* En el nivel de la dimensión *Expectativas*, de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta a los clientes muestra un 63% Bajo.

*Tabla 27.*

Me siento insatisfecho con el servicio que presta el Banco de la Nación

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Totalmente en desacuerdo	212	62.2
En desacuerdo	59	17.3
Indiferente	32	9.4
De acuerdo	33	9.7
Totalmente de acuerdo	5	1.5

*Me siento insatisfecho con el servicio que presta el Banco de la Nación.*



*Figura 24:* Según el cuadro estadístico se tiene que el 2% están totalmente de acuerdo y un 62% están totalmente en desacuerdo y están insatisfechos con el servicio que presta el Banco de la Nación.

*Tabla 28.*

Siento que recibo un buen servicio de parte de los empleados del Banco de la Nación.

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Totalmente en desacuerdo	154	45.2
En desacuerdo	106	31.1
Indiferente	59	17.3
De acuerdo	21	6.2

Siento que recibo un buen servicio de parte de los empleados del Banco de la Nación

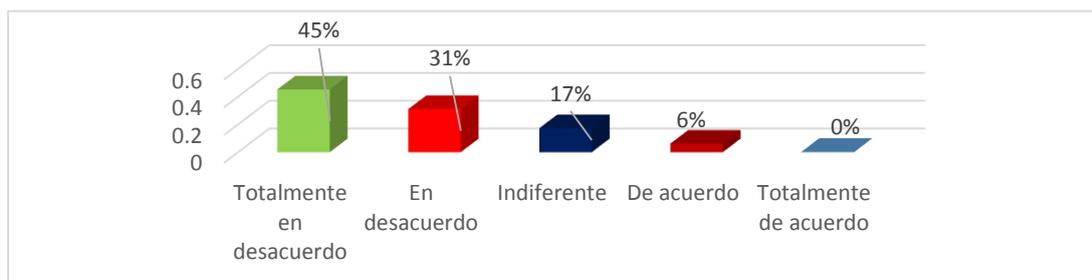


Figura 25: Se tiene que un 45% están totalmente en desacuerdo de recibir un buen servicio de parte de los empleados del Banco de la Nación.

Tabla 29.

Estoy satisfecho con la atención que brindan los trabajadores del Banco de la nación.

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Totalmente en desacuerdo	139	40.8
En desacuerdo	139	40.8
Indiferente	24	7.0
De acuerdo	20	5.9

Estoy satisfecho con la atención que brindan los trabajadores del Banco de la nación.

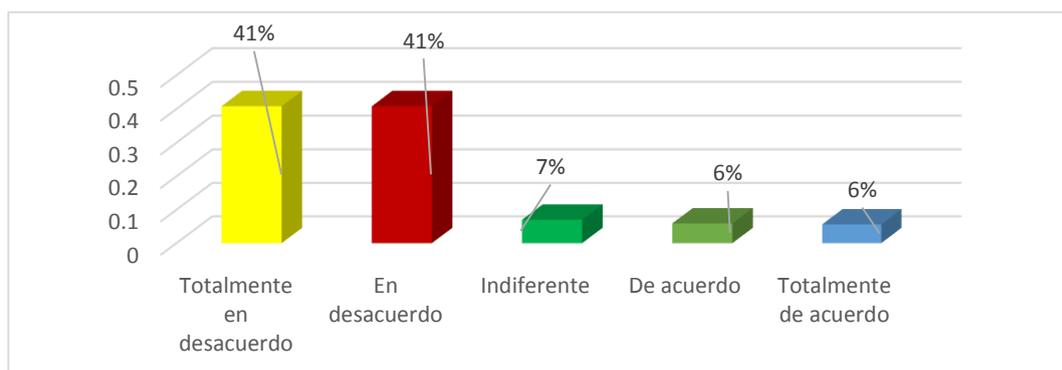


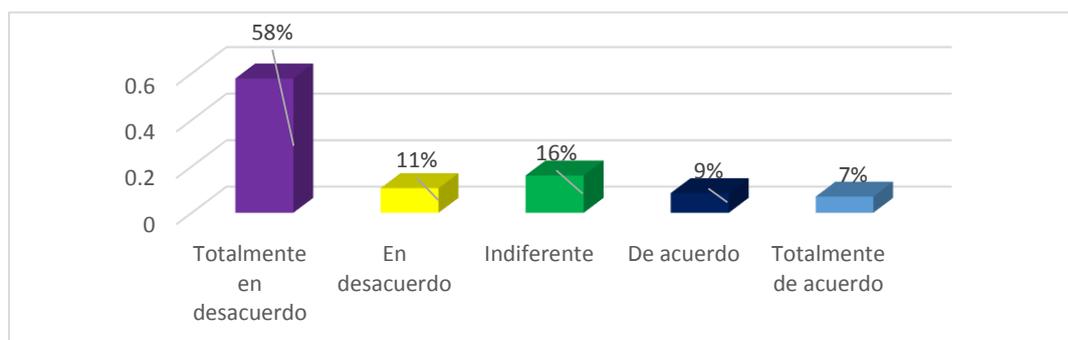
Figura 26: Según el cuadro estadístico se tiene que el 6% están totalmente de acuerdo y un 41% están totalmente en desacuerdo con la atención que brindan los trabajadores del Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio.

Tabla 30.

Me complace la cortesía de los empleados del Banco de la nación.

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Totalmente en desacuerdo	197	57.8
En desacuerdo	36	10.6
Indiferente	55	16.1
De acuerdo	29	8.5

*Me complace la cortesía de los empleados del Banco de la nación.*



*Figura 27:* Se puede observar que un 7% están totalmente de acuerdo y un 58% están totalmente en desacuerdo y no les complace la cortesía de los empleados del Banco de la Nación.

*Tabla 31:*

*Me complace la atención que brindan los empleados del Banco de la nación*

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Totalmente en desacuerdo	195	57.2
En desacuerdo	53	15.5
Indiferente	66	19.4
De acuerdo	12	3.5
Totalmente de	15	4.4

Me complace la atención que brindan los empleados del Banco de la nación

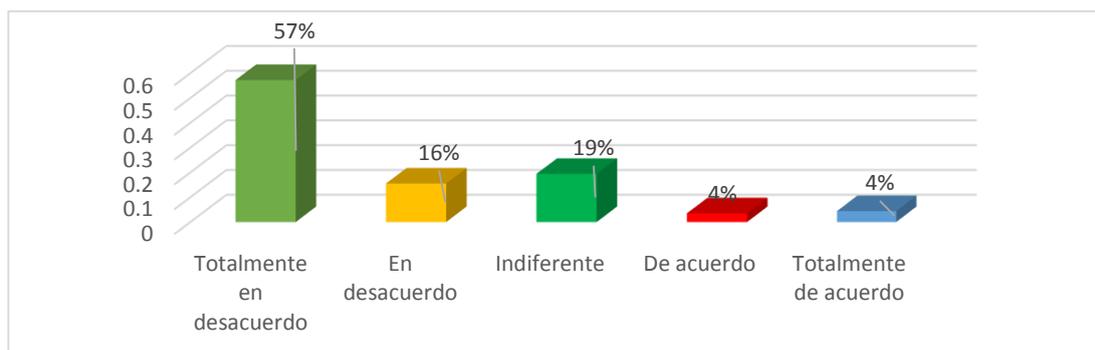


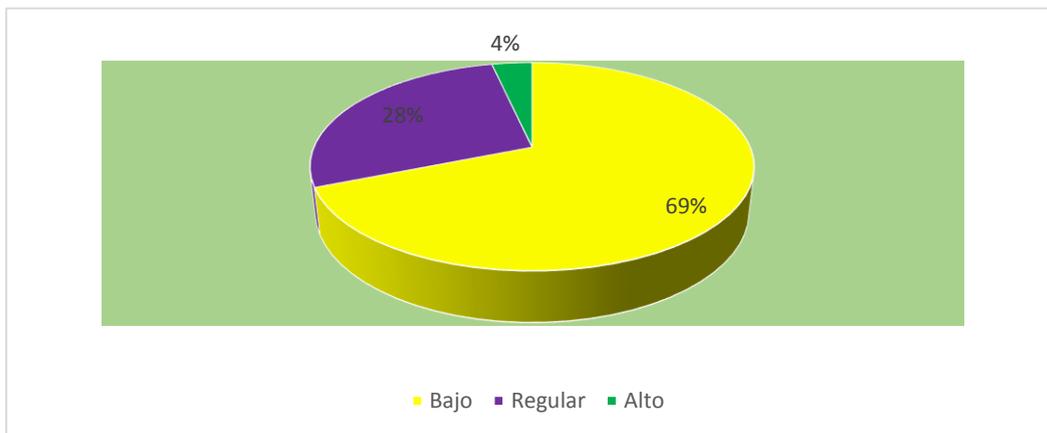
Figura 28: En el cuadro estadístico se aprecia que un 4% están totalmente de acuerdo y un 57% están totalmente en desacuerdo y no les complace la atención que brindan los empleados del Banco de la Nación.

Tabla 32.

Dimensión Niveles de satisfacción.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bajo	235	68.9
Regular	94	27.6
Alto	12	3.5

*Dimensión Niveles de satisfacción*



*Figura 29:* En el nivel de la dimensión *de satisfacción*, de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta a los clientes muestra un 69% Bajo.

*Tabla 33.*

Variable satisfacción del cliente.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Poco adecuado	267	78.3
Adecuado	65	19.1
Muy adecuado	9	2.6
TOTAL	341	100.0

Fuente: Elaboración Propia

variable satisfacción del cliente

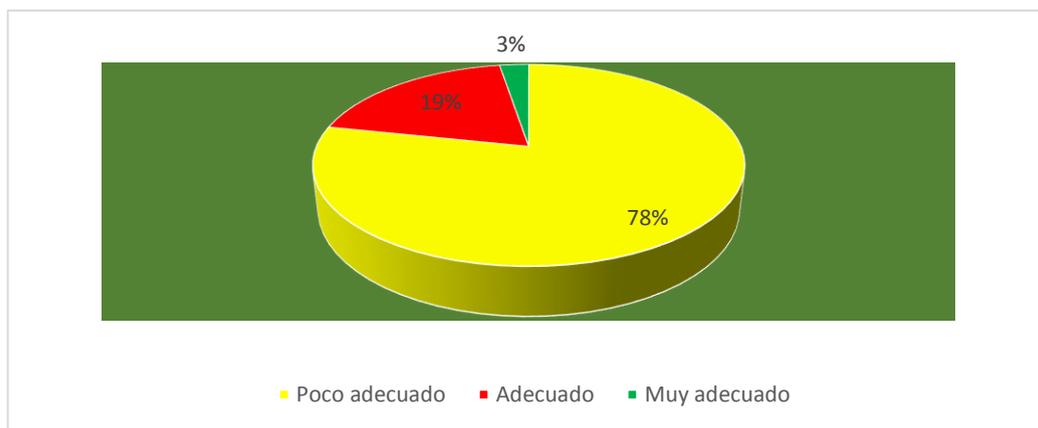


Figura 30: En el nivel de la variable Satisfacción del cliente de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta a los clientes muestra un 78% Poco adecuado y un 19% Adecuado y 3% Muy adecuado.

Tabla 34.

Cruce de variables.

		Satisfaccion del cliente			Total	
		Bajo	regular	alto		
Atencion al cliente	malo	Observed	<b>228</b>	<b>55</b>	<b>6</b>	289
		% of row	78.9%	19.0%	2.1%	100.0%
	regular	Observed	<b>38</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	49
		% of row	77.6%	18.4%	4.1%	100.0%
	bueno	Observed	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	3
		% of row	33.3%	33.3%	33.3%	100.0%
Total	Observed	267	65	9	341	
	% of row	78.3%	19.1%	2.6%	100.0%	

12.57 chi-square

4 df

.0136 p-value

.192 Phi coefficient

.189 Coefficient of Contingency

.136 Cramér's V

Fisher Exact Probability can only be calculated for a 2 x 2 table.

Interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos y la prueba analizada de interpretación de variables chi cuadrado se observa que la atención si influye en la satisfacción al cliente, obteniendo un nivel de significación menor a 0.05 ( $T < 0.05$ ).

# **CAPITULO III**

### **III. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **3.1. CONCLUSIONES**

Se ha determinado como conclusiones las siguientes:

Que es necesario aplicar estrategias de atención y así mejorar la satisfacción de los clientes del Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio, ya que aún existe un buen porcentaje de clientes que están totalmente en desacuerdo por la atención brindada, según tabla 4

Que el problema existente es estrés, recarga de trabajo y ambientes reducidos, que no brindan una mayor facilidad y fácil acceso para el desarrollo de sus actividades encomendadas.

Así mismo otro problema latente es la falta de personal y la apertura de nuevas ventanillas lo que permitirá una rapidez de la atención y por ende la satisfacción al cliente de la Agencia del Banco de la Nación. Según la tabla N° 29

Según las encuestas realizadas se concluye que hay insatisfacción por parte de los clientes de la Agencia del Banco de la Nación y que es necesario aplicar estrategias de atención para lograr que los clientes se encuentren plenamente satisfechos y así lograr cubrir sus expectativas. Según las tabla N° 24

#### **3.2. RECOMENDACIONES**

Se propone que el Administrador del Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio, ponga en práctica las estrategias planteadas y así puedan brindar una mejor calidad del servicio y por ende el logro de la satisfacción de los clientes.

Se recomienda tener en cuenta cada dimensión: en los niveles de satisfacción: la Insatisfacción ya que los usuarios en la fecha

no se sienten satisfechos con el servicio que prestan los colaboradores en el Banco de la Nación, debido a la recarga de trabajo, estrés y a la demanda existente.

En flexibilidad y mejora continua se debe capacitar, recibir talleres de atención al cliente y así mejorar la atención a los usuarios y así tener en cuenta la rapidez de la atención por existir usuarios impacientes en el Banco de la Nación de la Provincia de San Ignacio.

Se recomienda ejecutar estas recomendaciones, ponerlas en práctica y lograr la satisfacción del cliente.

# **CAPITULO IV**



#### IV. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA ELABORAR LA TESINA

Tabla 35.

ACTIVIDADES DIARIAS	SEPTIEMBRE 2017															A CARGO				
	1 SEMANA							2 SEMANAS							3 SEMANAS					
	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L		M	M	J	V
<b>INICIO</b>																				
Redacción del Título																				Autores tesina
Esquema del proyecto de investigación																				Autores tesina
elementos del proyecto																				Autores tesina
Objetivos de la investigación																				Autores tesina
Justificación e importancia																				Autores tesina
<b>DESARROLLO</b>																				Autores tesina
Revisión bibliografía																				Autores tesina
Elaboración del marco teórico																				Autores tesina
Elaboración de instrumentos																				Autores tesina
prueba de instrumentos																				Autores tesina
Recolección de datos																				Autores tesina
Procesamiento de datos																				Autores tesina
Análisis de Datos																				Autores tesina
<b>CIERRE</b>																				Autores tesina
Transcripción y entrega de trabajo final																				Autores tesina

Observaciones: se ha destinado 6 horas diarias de investigación del trabajo de la tesina

# **CAPITULO V**

## V. REFERENCIAS

- Alvarez, G. (2012). *Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales (tesis de postgrado)*. Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela. . Venazuela.
- Burga Casanova, A. D. (2010). *Estrategias para mejorar la satisfacción del cliente (Universidad Nacional de Trujillo)*. Trujillo.
- Castillo, & Diaz. (2012). *La Calidad en el Servicio al Cliente del Restaurante Terraza 282, Ubicado en la Delegación Cuauhtémoc, D.F. (Proyecto de Investigación)*. Instituto Politécnico Nacional. Mexico.
- Cruzado, P. M. (2012). *Influencia del clima organizacional en los niveles de satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa se seguridad SEGUROC S.A., TRUJILLO –AÑO 2012. Tesis para optar el grado de Licenciatura de Trabajo Social. Universidad Nacional de Trujillo. Perú.* Trujillo.
- Gomez. (2009). *PROPUESTA DE MEJORAS DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LAS ENTIDADES FINANCIERAS . BOGOTÁ D.C - COLOMBIA .*
- Guerrero, & Velasco. (2012). *.Relacionar la calidad de servicio al cliente y las ventas en el Recreo Campestre las Pirkas Distrito Jayanca; Provincia Lambayeque 2012. (Tesis para optar el título de Licenciado en Administración)*. Universidad Señor de Sipan, Perú. *Revista de los profesí.* Lambayeque.
- Gutierrez Castillo, S. D. (2010). *Propuesta para mejorar el servicio de atención al cliente en la empresa Movistar de la ciudad de trujillo(Universidad Privada Antenor Orrego)*. Trujillo. Obtenido de [http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/349/1/VELA RAFAEL CALIDAD SERVICIO CLIENTE VENTAS pdf](http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/349/1/VELA%20RAFAEL%20CALIDAD%20SERVICIO%20CLIENTE%20VENTAS.pdf)
- Molina. (2013). *Los servicios personalizados y su influencia en la satisfacción de los clientes en el Supermercado Narcis de la ciudad de Latacunga. (Pre grado)*. Latacunga. Obtenido de Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/3293>
- Morales, G. G. (2010). *Relación entre clima organizacional y desempeño laboral del personal operativo en una dependencia gubernamental. .* Mexico.
- Moreno. (2012). *investigo acerca de la satisfacción del cliente en el restaurante*

*la cabaña de don parce en la ciudad de piura, Perú, Piura.*

P, K., & K, Y. K. (2010). *Satisfacción del cliente 3° ed. edit. Pearson.* Mexico.

Paredes. (2011). *La Calidad del Producto y su incidencia en la Satisfacción de los Clientes de la Empresa La Raíz del Jean de la ciudad de Pelileo. (Pre grado).* Pelileo. Obtenido de Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/1079>.

(2010 (Universidad Privada Antenor Orrego)). *Propuesta para mejorar el servicio de atención al cliente en la empresa Movistar de la ciudad de Trujillo.* Trujillo. Obtenido de [http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/349/1/VELA RAFAEL CALIDAD SERVICIO CLIENTE VENTAS. PDF](http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/349/1/VELA%20RAFAEL%20CALIDAD%20SERVICIO%20CLIENTE%20VENTAS.PDF)

Reyes, s. (2014). *Calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la Asociación Share, sede Huehuetenango (tesis de grado).* Universidad Rafael Landívar. . Guatemala.

Sandoval, A. &. (2014). *Calidad de servicio y nivel de satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Distrital de Sanagorán - 2012.* . Sanagorán.

Serna. (2006). *PROPUESTA DE MEJORAS DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LAS ENTIDADES FINANCIERAS .* BOGOTÁ D.C - COLOMBIA .

Subauste. (2013). *Clima laboral en el área de calidad de servicio de Emapa Cañete 2013 – San Vicente de cañete. (Pre grado).* Chimbote. Obtenido de Obtenido de <http://es.slideshare.net/rosasubauste2013/proyecto-detesis-clima-laboral-en-el-area-de-atencion-al-cliente-deemapacaete-2013-san-vicente-de-caete-28899829>.

zegarra. (2013). *Influencia de la gestión de calidad del servicio en la satisfacción del cliente del Operador Turístico Muchik Tours S.A.C. en el distrito de Trujillo en el periodo 20122013. (Pre grado).* Trujillo. Obtenido de Obtenido de <http://dspace.unitru.edu.pe/xmlui/handle/123456789/473>.

Zeithaml, V. A. (2009). *Marketing de Servicios. Mexico D.F.: McGraw-Hill.* . Mexico.

# **ANEXOS**

**INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS**

<b>NOMBRE DEL JUEZ</b>		Wilder Angel Alvarado Castillo
	<b>PROFESIÓN</b>	Licenciado en Estadística
	<b>ESPECIALIDAD</b>	Magister en ciencias
	<b>EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)</b>	19 años
	<b>CARGO</b>	Docente Universitario
ESTRATEGIAS DE ATENCION PARA MEJORAR LA SATISFACCION DE LOS CLIENTES EN LA AGENCIA DEL BANCO DE LA NACION DE LA PROVINCIA DE SAN IGNACIO 2017.		
<b>DATOS DE LOS TESISISTAS</b>		
<b>NOMBRES</b>	<p>SERNA PURIZACA MARLENY</p> <p>YANGUA ELERA INOCENTA VILMA</p>	
<b>ESPECIALIDAD</b>	ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN	
<b>INSTRUMENTO EVALUADO</b>	Cuestionario	
<b>OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION</b>	<b><u>GENERAL</u></b>	
	<p>Determinar la relación entre las estrategias de atención y la satisfacción de los clientes de la Agencia del Banco de la Nación de la Provincia san Ignacio 2017.</p>	
	<b><u>ESPECÍFICOS</u></b>	
	<p>Diseñar estrategias de atención que ayuden a la satisfacción del cliente de la agencia del Banco de la nación de la Provincia de San Ignacio 2017.</p>	

	<p>Proponer estrategias de atención para mejorar la satisfacción de los clientes del banco de la nación de la provincia de san Ignacio 2017.</p>
<p>EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS</p>	
<p><b>DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO</b></p>	<p>El instrumento consta de 22 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.</p>
<p><b>INSTITUCIONES FINANCIERAS</b></p>	
<p>1. ¿Usted cree que el servicio que brindan los trabajadores del Banco de la Nación es el adecuado?</p> <p>a. Totalmente en desacuerdo b. En Desacuerdo c. Indiferente d. De acuerdo e. Totalmente de acuerdo</p>	<p style="text-align: right;">TA( x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>2. ¿Considera que el servicio que brindan los trabajadores del Banco de la Nación cubre sus expectativas?</p> <p>a. Totalmente en desacuerdo b. En Desacuerdo c. Indiferente d. De acuerdo e. Totalmente de acuerdo</p>	<p style="text-align: right;">TA( x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>3. ¿Considera que el servicio ofrecido por el Banco de la Nación es de calidad?</p> <p>a. Totalmente en desacuerdo b. En Desacuerdo c. Indiferente d. De acuerdo e. Totalmente de acuerdo</p>	<p style="text-align: center;">TA( x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>4. ¿Considera que los trabajadores del Banco de la Nación conocen sus necesidades y expectativas?</p> <p>a. Totalmente en desacuerdo b. En Desacuerdo c. Indiferente d. De acuerdo e. Totalmente de acuerdo</p>	<p style="text-align: center;">TA( x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>5. ¿Considera que el servicio que se brinda en el Banco de la Nación está mejorando continuamente?</p> <p>a. Totalmente en desacuerdo b. En Desacuerdo c. Indiferente d. De acuerdo e. Totalmente de acuerdo</p>	<p style="text-align: center;">TA( x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>6. ¿Cree usted que se lleva a cabo una evaluación de desempeño en el Banco de la Nación?</p> <p>a. Totalmente en desacuerdo b. En Desacuerdo c. Indiferente d. De acuerdo e. Totalmente de acuerdo</p>	<p style="text-align: center;">TA( x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>7. ¿Considera que los trabajadores del Banco de la</p>	<p style="text-align: center;">TA( x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p>

<p>Nación reciben capacitaciones para mejorar su calidad de atención?</p> <p>a. Totalmente en desacuerdo b. En Desacuerdo c. Indiferente d. De acuerdo e. Totalmente de acuerdo</p>	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>8. ¿Considera que los trabajadores del Banco de la Nación están capacitados para desempeñarse en su área?</p> <p>a. Totalmente en desacuerdo b. En Desacuerdo c. Indiferente d. De acuerdo e. Totalmente de acuerdo</p>	<p style="text-align: right;">TA( x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>9. ¿Siente que los trabajadores del Banco de la Nación están comprometidos con su trabajo?</p> <p>a. Totalmente en desacuerdo b. En Desacuerdo c. Indiferente d. De acuerdo</p> <p style="padding-left: 40px;">e. Totalmente de acuerdo</p>	<p style="text-align: right;">TA( x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>10. ¿Considera que los trabajadores del Banco de la Nación demuestran un clima de confianza y respeto favoreciendo el intercambio grupal?</p> <p>a. Totalmente en desacuerdo b. En Desacuerdo c. Indiferente d. De acuerdo e. Totalmente de acuerdo</p>	<p style="text-align: right;">TA( x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>11. ¿Se siente a gusto con las instalaciones del local del Banco</p>	<p style="text-align: right;">TA( x )      TD( )</p>

<p>de la Nación?</p> <p>a. Totalmente en desacuerdo b. En Desacuerdo c. Indiferente d. De acuerdo e. Totalmente de acuerdo</p>	<p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>12. ¿El servicio brindado es el adecuado para los usuarios del Banco de la Nación?</p> <p>a. Totalmente en desacuerdo b. En Desacuerdo c. Indiferente d. De acuerdo e. Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA( x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>13. ¿Se siente conforme con el desempeño de los empleados del Banco de la Nación?</p> <p>a. Totalmente en desacuerdo b. En Desacuerdo c. Indiferente d. De acuerdo e. Totalmente de acuerdo)...</p>	<p>TA( x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>14. ¿Me siento cómodo con el ambiente físico que tienen el Banco de la Nación?</p> <p>a. Totalmente en desacuerdo b. En Desacuerdo c. Indiferente d. De acuerdo e. Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA( x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>15. ¿Siente que el Banco de la Nación se identifica con usted?</p> <p>a. Totalmente en desacuerdo b. En Desacuerdo c. Indiferente d. De acuerdo e. Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA( x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>16. ¿Valoro el esfuerzo que brindan los empleados del Banco de la Nación?</p>	<p>TA( x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p>

<p>a. Totalmente en desacuerdo  b. En Desacuerdo  c. Indiferente  d. De acuerdo  e. Totalmente de acuerdo</p>	<hr/> <hr/> <hr/>
<p>17. ¿El servicio que brinda el Banco de la Nación es la esperada?</p> <p>a. Totalmente en desacuerdo  b. En Desacuerdo  c. Indiferente  d. De acuerdo  e. Totalmente de acuerdo</p>	<p style="text-align: center;">TA( x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>18. ¿Me siento insatisfecho con el servicio que presta el Banco de la Nación?</p> <p>a. Totalmente en desacuerdo  b. En Desacuerdo  c. Indiferente  d. De acuerdo  e. Totalmente de acuerdo</p>	<p style="text-align: center;">TA( x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>19. ¿Siento que recibo un buen servicio de parte de los empleados del Banco de la Nación?</p> <p>a. Totalmente en desacuerdo  b. En Desacuerdo  c. Indiferente  d. De acuerdo  e. Totalmente de acuerdo</p>	<p style="text-align: center;">TA( x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>20. ¿Estoy satisfecho con la atención que brindan los trabajadores del Banco de la nación?</p> <p>a. Totalmente en desacuerdo  b. En Desacuerdo  c. Indiferente  d. De acuerdo  e. Totalmente de acuerdo</p>	<p style="text-align: center;">TA( x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/> <hr/>
<p>21. ¿Me complace la cortesía</p>	<p style="text-align: center;">TA( x )      TD( )</p>

<p>de los empleados del Banco de la nación?</p> <p>a. Totalmente en desacuerdo</p> <p>b. En Desacuerdo</p> <p>c. Indiferente</p> <p>d. De acuerdo</p> <p>e. Totalmente de acuerdo</p>	<p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>22. ¿Me complace la atención que brindan los empleados del Banco de la nación?</p> <p>a. Totalmente en desacuerdo</p> <p>b. En Desacuerdo</p> <p>c. Indiferente</p> <p>d. De acuerdo</p> <p>e. Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA( x )      TD( )</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p><b>1. PROMEDIO OBTENIDO:</b></p>	<p>Nº TA _____ Nº TD _____</p>
<p><b>2. COMENTARIO GENERALES :</b></p>	
<p><b>3. OBSERVACIONES :</b></p>	

  
 12. INDIKARCEL ARRABADO-ESTRILLO  
 Nº CUÉSPRE 1588  
 Calle 5200 de las Torres del Pinar

*Aplicación de la Encuesta*



*Figura 31:* Encuestando a los clientes del banco de la nación de san Ignacio.

*Aplicación de la Encuesta*



*Figura 32 :* Realizando encuestas a los clientes del Banco de la Nación de san Ignacio.

## Aplicación de la Encuesta



*Figura 33: Clientes en el Banco de la Nación de san Ignacio.*

Aplicación de la encuesta



Figura 34: Inmensas colas en el Banco de la Nación de san Ignacio

USS | UNIVERSIDAD  
SEÑOR DE SIPÁN

DECLARACIÓN JURADA

DATOS DEL AUTOR:

Autor

Autores

Yangua Elera Inocenta Vilma

Apellidos y nombres

46742838

DNI N°

2151811312

Código N°

Presencial

Modalidad de estudio

Serna Punzaca Mariery

Apellidos y nombres

03853566

DNI N°

2151810769

Código N°

Presencial

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

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

1. Soy autor o autores del proyecto e informe de investigación titulado

Estrategias de atención para mejorar la satisfacción de los clientes en la agencia del Banco de la Nación de la Provincia de san Ignacio 2017

La misma que presento para optar el grado de:

FORMATO N° T1-CI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES)  
(LICENCIA DE USO)

Pimentel, 30 de Noviembre del 2017

Señores  
Centro de Información  
Universidad Señor de Sipán  
Presente. -

Los suscritos:

SERNA PURIZACA MARLENY, con DNI: 03853566.

YANGUA ELERA INOCENTA VILMA, con DNI: 46742838.

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

**ESTRATEGIAS DE ATENCIÓN PARA MEJORAR LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA AGENCIA DEL BANCO DE LA NACIÓN DE LA PROVINCIA DE SAN IGNACIO 2017.**, presentado y aprobado en el año 2017 como requisito para optar el título de Licenciado, 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.



“AÑO DEL DIALOGO Y DE LA RECONCILIACIÓN NACIONAL”

## **CONSTANCIA DE ACREDITACIÓN DE TESIS**

EL GERENTE GENERAL DEL BANCO DE LA NACIÓN DE LA PROVINCIA DE SAN GNACIO, POR MEDIO DEL PRESENTE,

### **HACE CONSTAR:**

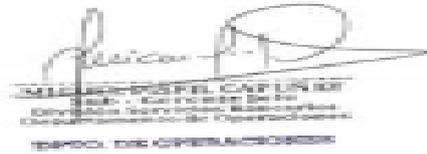
Que, las alumnas Marleny Serna Purizaca, identificada con DNI N° 03853566 y Yangua Elera Inocenta Vilma, identificada con DNI N°. 46742838, han desarrollado la Tesis Titulada “ ESTRATEGIAS DE ATENCION PARA MEJORAR LA SATISFACCION DE LOS CLIENTES EN LA AGENCIA DEL

BANCO DE LA NACION DE LA PROVINCIA DE SAN IGNACIO 2017”.

Por lo que firmo la presente en señal de aceptación y para los fines que estimen por conveniente.

San Ignacio, 25 de Enero del 2018

Atentamente.



MANUEL JOSÉ PÉREZ, CAJALUNDO  
DIRECTOR GENERAL DE ADMINISTRACIÓN Y OPERACIONES  
BANCO DE LA NACIÓN DE LA PROVINCIA DE SAN IGNACIO