



**REPÚBLICA DE PANAMÁ
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
FACULTAD DE CIENCIAS LOGÍSTICAS**

**LA ATENCION AL CLIENTE EN EL SECTOR BANCARIO EN LA ZONA DE
PANAMÀ METRO DE LA CIUDAD DE PANAMÀ DEL AÑO 2020**

**PROYECTO DE TRABAJO PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADO EN
INGENERÍA INDUSTRIAL CON ÉNFASIS EN GESTIÓN DE OPERACIONES**

Tutora: Mercedes Villavicencio

Autores: Nayubel Daimar Cádiz

Ariel de Jesús Alvarado Lasso

Ciudad de Panamá, septiembre 2020



REPÚBLICA DE PANAMÁ
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
FACULTAD DE CIENCIAS LOGÍSTICAS

**LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL SECTOR BANCARIO EN LA ZONA DE
PANAMÀ METRO DE LA CIUDAD DE PANAMÀ**

**PROYECTO DE TRABAJO PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADO EN
INGENERIA INDUSTRIAL CON ÉNFASIS EN GESTIÓN DE OPERACIONES**

Autores: Nayubel Daimar Cádiz

Ariel de Jesús Alvarado Lasso

Ciudad de Panamá, septiembre 2020



**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
FACULTAD DE INGENIERIA**

INFORME DE ACTIVIDADES DE TUTORÍA

Estudiantes: Nayubel Daimar Cadiz |

Ariel de Jesús Alvarado Lasso

Tutor (a): Prof. Mercedes Villavicencio Cédula de identidad

Correo electrónico del participante:

Título tentativo del trabajo de grado (TG):

LA ATENCION AL CLIENTE EN EL SECTOR BANCARIO EN LA ZONA DE PANAMÀ METRO DE LA CIUDAD DE PANAMÀ.

SESIÓN	FECHA	HORA REUNIÓN.	ASPECTO TRATADO	OBSERVACIÓN
1	29-5-2020	11 am	Tema Inicial	Aspectos relevantes del tema.
2	05-06-2020	11 am	Organización del tema	Objetivos generales y específicos.
3	09-06-2020	10 am	Capítulo I	Variables, dimensiones, indicadores.
4	11-06-2020	10 am	Capitulo II	Encuestas, operacionalización de las variables.
5	17-06-2020	10 am	Correcciones del Capítulo II	Cuadro operacionalizacion
6	26-06-2020	10 am	Organización de las encuestas	Correcciones y realización de la encuesta.
7	03-07-2020	11 am	Revisión de la encuesta y las graficas	Organización de las gráficas y objetivos.
8	10-07-2020	11 am	Revisión de bases teóricas	Redacción de las

				bases teóricas.
--	--	--	--	-----------------

Título definitivo:

LA ATENCION AL CLIENTE EN EL SECTOR BANCARIO EN LA ZONA DE PANAMÁ METRO DE LA CIUDAD DE PANAMÀ.

Comentarios finales acerca de la investigación: Declaramos que las especificaciones anteriores representan el proceso de dirección del trabajo de grado arriba mencionado.

Firma

Firma

Estudiante

Estudiante

Firma

Tutor



Ciudad de Panamá, 12 de julio de 2020

Profesor (a)

Nagib Yassir

Coordinador Comité de Titulación de Estudio de Licenciatura.

Presente

En mi carácter de tutor del trabajo de Grado presentado por el Bachiller Nayubel Cadiz, documento de identidad Nro. _____ y el Bachiller Ariel de Jesús Alvarado Lasso documento de identidad Nro. _____ para optar por al grado: LICENCIADO EN INGENIERIA INDUSTRIAL CON ENFASIS EN GESTION DE OPERACIONES, considero que el trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido la presentación pública y evaluación por parte del Jurado examinador que se designe.

Atentamente,

Prof. Mercedes Villavicencio

Documento de identidad Nro. _____

DEDICATORIA

Gracias Dios en principio pero también este trabajo lo dedico a mi familia por el apoyo que me han dado desde el inicio de esta nueva etapa, y han sido mi motivo para culminar la universidad a pesar de las dificultades que surgieron durante este proceso y a lo largo del camino, siempre fueron mis fuerzas y motivaciones para lograr una de mis metas, también quiero darle las gracias infinitas a todas aquellas personas que me ayudaron a lo largo de mi carrera para llegar a conseguir el título de Licenciado en Ingeniería Industrial con énfasis en Gestión de Operaciones.

Nayubel Daimar Cadiz

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico principalmente a Dios por bendecir a mi familia, no desampararme y enseñarme lo lindo que es la vida, a mis padres Yariela Lasso y Eliseo Pinzón que siempre han estado conmigo en las buenas y en las malas, enseñándome buenos valores y siendo la razón por la cual cada día lucho por ser una mejor persona, a mis abuelos Reina Coronado y Marcelino Lasso quienes me han enseñado que todo en la vida es una sacrificio y que cada sacrificio al final trae su recompensa.

A mi hermano por el cariño y apoyo incondicional que siempre me ha brindado, a mis tíos Yamileth Lasso y Marcelino Lasso con los cuales he contado en cada momento de mi vida y a toda mi familia por siempre creer en mí.

Ariel de Jesús Alvarado Lasso

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a Dios quien con su bendición llena siempre nuestras vidas y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A toda mi familia por estar siempre presente.

Agradecemos a nuestros profesores de Ingeniería Industrial de la Universidad Internacional de Ciencias y Tecnología, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de nuestra profesión, de manera especial, a la Magister Sorayda Rincón (Asesora) y la Doctora Mercedes Villavicencio (Tutora) de nuestra tesis quienes nos guiaron con su paciencia y rectitud como docentes y a la entidad bancaria Banesco S.A. por su valioso aporte a nuestra investigación.



REPUBLICA DE PANAMÁ
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
FACULTAD DE INGENIERÍAS

LA ATENCION AL CLIENTE EN EL SECTOR BANCARIO EN LA ZONA DE PANAMÀ METRO DE LA CIUDAD DE PANAMÁ

Autores: Nayubel Daimar Cadiz

Ariel de Jesús Alvarado Lasso

Tutor (a): Mercedes Villavicencio

Año: 2020

RESUMEN

En el presente trabajo, se realizó una serie de análisis para entender la atención al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá metro de la ciudad de Panamá. Los clientes de las entidades financieras desean que se brinde toda la información necesaria con respecto a los productos y servicios que ofrecen, y que esta sea de una manera veraz, y que logren cubrir sus expectativas, es por ello que los asesores comerciales quienes son los que tienen un contacto directo con los usuarios y/o clientes, deben contar con las herramientas y conocimiento necesario para desempeñar su labor de manera óptima y eficaz, tal vez no enfocándose solo en el cumplimiento de metas, si no que su principal objetivo sea la buena atención al cliente, pero esto no solo aplica para el área comercial, si no que tanto el área de servicios, soporte, tecnología y negocios deben tener claro cómo realizar o atender cada uno de los requerimientos solicitados por los clientes, asimismo se debe tener en cuenta que todas las personas que laboran en la entidad y que tienen contacto con el cliente no solo deben conocer de sus áreas, sino que adicionalmente conozca a quién se puede dirigir el requerimiento que tiene el cliente en caso de no poderlo solucionar. Todo esto se obtiene manejando un excelente canal de comunicación donde se logre la sinergia entre todas las áreas de la entidad y se cree una cultura de servicio de atención al cliente. Buscando siempre cumplir con las expectativas del consumidor financiero y de esta manera lograr que se fidelicen con la entidad.

Descriptor: Estrategia didáctica, lectura, escritura, aprendizaje.



**REPUBLIC OF PANAMA
INTERNATIONAL UNIVERSITY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY
FACULTY ENGINEERING**

**CUSTOMER SERVICE IN THE BANKING SECTOR IN THE PANAMÁ METRO
AREA OF THE CITY OF PANAMÁ**

Author: Ariel de Jesús Alvarado Lasso
Nayubel Daimar Cadiz

Tutor: Mercedes Villacencio

Year: 2020

ABSTRAC

In the present work, a series of analyzes was carried out to understand customer service in the banking sector in the Panama metro area of Panama City. Customers of financial institutions want to provide all the necessary information regarding the products and services they offer, and that this is in a truthful way, and that they meet their expectations, that is why the commercial advisers who are the Who have a direct contact with the users and / or clients, must have the tools and knowledge necessary to perform their work in an optimal and efficient way, perhaps not focusing only on the fulfillment of goals, but that its main objective is the Good customer service, but this not only applies to the commercial department, but also that the service, support, technology and business department must be clear how to perform or meet each of the requirements requested by customers, also in mind that all the people who work in the entity and who have contact with the client must not only know about their departments, but also know who You can directed the requirement that the client has in case he can not solve it. All this is obtained by managing an excellent communication channel where synergy between all departments of the entity is achieved and a culture of customer service is created. Always seeking to meet the expectations of the financial consumer and in this way to ensure that they are loyal to the entity.

Descriptors: Didactic strategy, reading, writing, learning.

ÍNDICE GENERAL

	Páginas
PORTADA	1
PORTADA INTERNA	2
INFORME ACTIVIDADES DE TUTORÍA	3
CARTA DEL TUTOR	5
DEDICATORIA	6
AGRADECIMIENTO	8
RESUMEN	9
INTRODUCCIÓN	13
CAPÍTULOS	
I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	14
1.1 Planteamiento del Problema.....	14
1.2 Formulación del Problema.....	14
1.3 Objetivos de la Investigación.....	14
1.3.1 Objetivo general.....	14
1.3.2 Objetivos específicos.....	14
1.4 Justificación.....	15
1.5 Limitaciones.....	16
II. MARCO TEÓRICO	18
2.1 Antecedentes del estudio.....	18
2.2 Bases Teóricas.....	20
2.3 Definición de términos básicos.....	21
2.4 Operacionalización de la variable.....	23
2.5 Reseña de la institución bancaria.....	25
III. MARCO METODOLÓGICO	26
3.1 Tipos de investigación.....	26
3.2 Paradigma.....	26
3.3 Diseño de la investigación.....	26
3.4 Población y muestra.....	26
3.5 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos o información.....	27

IV. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	29
4.1 Presentación de los resultados.....	29
4.2 Análisis de los resultados	43
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	45
VII. REFERENCIAS DE FUENTES DE INFORMACIÓN	48
VIII. ANEXOS	51
No. 1 Formato de validez de los expertos.....	51
No. 2 Cuestionario de entrevista.....	69

INTRODUCCIÓN

Tomando en cuenta que en Panamá se enfrentan a una fuerte competitividad debido a que existen distintas instituciones bancarias que prestan los mismos servicios dentro del mercado, así las instituciones bancarias se preocupan por el servicio al cliente que puedan brindar.

Las instituciones bancarias es un lugar con un alto nivel de clientes, los bancos están concentrados en un marco cada vez más competitivos y deben de brindar distintos servicios al cliente logrando obtener su atención hacia la empresa. La importancia de esta investigación es identificar y centrar el servicio que los clientes deseen y puedan necesitar siendo ellos la clave del éxito para las agencias bancarias, a la vez para que estas instituciones alcancen la competitividad, será necesario prestar un servicio de calidad que permite incrementar las expectativas de los clientes y agencias.

Así mismo el objetivo de esta investigación, es dar a conocer a la institución bancaria la importancia del servicio. Se facilitará por medio de un modelo que describa los servicios al cliente que se deben brindar en las agencias bancarias, identificando errores que actualmente existen en la empresa y empleados relativos al servicio al cliente, así mismo se propone una mejora para el funcionamiento del personal. Siendo el servicio el que ligará a la empresa con sus clientes así poder adecuar una relación interpersonal establecida entre la empresa y el cliente para poder lograr un servicio eficiente y eficaz. Para lograr el objetivo trazado, se desarrolló el presente trabajo de investigación de tipo descriptivo

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del Problema

Hay que estar claro que el cliente es el que valora el producto o el servicio que brinda la empresa según la atención que este reciba, donde cualquier sugerencia o consejo es fundamental para la mejora. Las exigencias del cliente orientan a la estrategia del banco con respecto a la producción de bienes y servicios.

La mayoría de las veces los clientes quieren realizar algún tipo de contacto con las entidades bancarias ya sea por medio presencial, telefónico o por medio de la computadora, donde estos se encuentran con un mala atención donde a veces terminan ofreciéndoles algún producto o servicio que no cumplen con las expectativas del cliente, o se encuentran demoras en obtener una respuesta o porque la persona con la que tienen el contacto no cuenta con el conocimiento o experiencia suficiente para resolver la inquietud y empiezan a transferir al área que estos creen que pueden brindar una solución generando un desgaste al consumidor. Esto genera una experiencia o imagen poco favorable, llevándose una percepción negativa, lo que desfavorece la reputación de la entidad bancaria y hace que surjan quejas ya sea en sus productos, servicios, atención, medios para realizar pagos y los tiempos de respuestas.

1.2 Formulación del Problema

Toda acción en el momento de brindar la atención al cliente sobre los servicios que el banco presenta debe estar dirigida a lograr la satisfacción en el cliente. Esta satisfacción debe garantizarse en cantidad calidad, tiempo y precios.

Hay que tener en cuenta que hoy en día las personas se informan más al momento de comprar o adquirir un servicio, donde se han vuelto más exigentes, esto debido a que ahora cuentan a su alcance con herramientas tecnológicas que les permiten hacer comparaciones antes, durante y después de adquirir un producto o servicio.

¿Cómo es la atención al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo general

Analizar la atención al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.

1.3.2 Objetivos específicos

1. Determinar la velocidad de respuesta al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.
2. Identificar la comunicación con el cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.
3. Describir la cortesía con los clientes en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.
4. Determinar la confiabilidad de los clientes en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.

1.4 Justificación

El impacto de la atención al cliente, en la reputación de una empresa u organización es indudable. También lo es cuando se busca la perdurabilidad y diferenciación en un mercado tan competitivo.

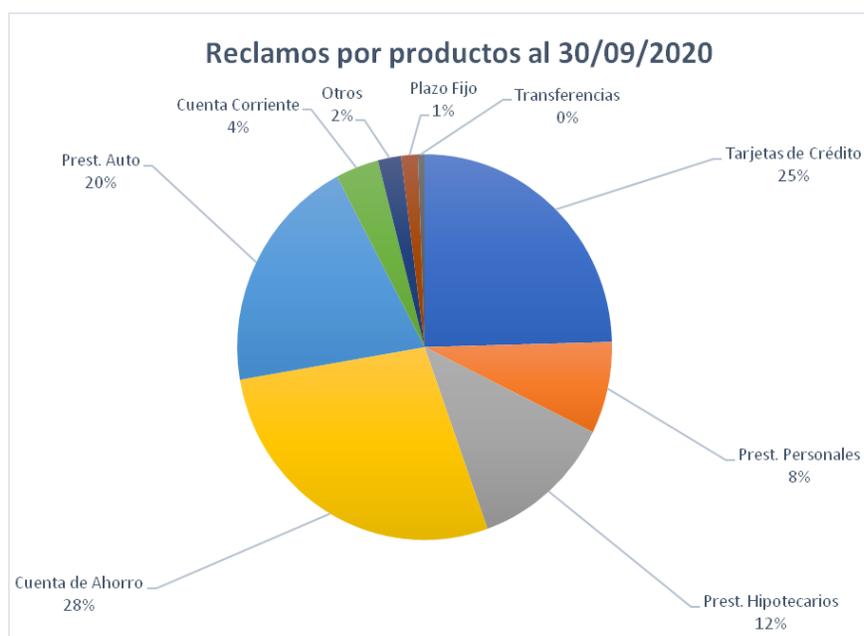
La atención al cliente debe contemplar capacidad de respuesta, cortesía, accesibilidad, fiabilidad, una infraestructura acorde para cumplir con los requerimientos de los procesos y equipos adecuados. También eficiencia, velocidad de respuesta, atención al detalle, confianza, suministro de información, seguimiento, teniendo como protagonista la actitud del empleado hacia el cliente en función de la amabilidad, el respeto y la cortesía.

Producto de la pandemia por la que atraviesan muchos países, se ha visto afectada la situación económica en Panamá, lo cual ha llevado a que los clientes se vean afectados en sus compromisos con las entidades bancarias, teniendo las mismas que aportar soluciones útiles y realistas, para lo cual las entidades han llevado a cabo evaluaciones profundas, con el propósito de asegurar que se están tomando decisiones correctas en estos momentos inéditos que nos ha tocado vivir. La atención al cliente juega un papel muy importante, puesto que los clientes necesitan ser orientados de cómo hacerle frente a sus compromisos financieros a través del formulario que se ha dispuesto para esto.

Es por este motivo que la presente investigación tiene por objetivo analizar la atención al cliente en el sector bancario, buscando conjunto de varios factores entre el área comercial y las demás áreas. Para así lograr mantener y retener a los clientes actuales con una consecuencia de atraer a nuevos clientes beneficiando a la sociedad y la empresa con nuestro estudio.

Para las sucursales de la entidad bancaria Banesco S.A. ubicadas en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá, permitiendo mejorar su desarrollo y crecimiento en el sector bancario. Así mismo mejorando su competitividad al generar mayor rentabilidad y una posible disminución en sus costos.

Grafica de Opinión:



1.5 Limitaciones

Producto de la pandemia que ha afectado a muchos países, las autoridades de salud en Panamá han tomado medidas preventivas y de contención, ante la llegada del Coronavirus (COVID-19). Es por este motivo que el trabajo de investigación se ha visto limitado.

La investigación se realiza en una sola entidad bancaria en la zona de Panamá Metro, donde solo se pudo realizar las pruebas en dos sucursales de Banesco S.A. a causa de las medidas de prevención.

Producto de la cuarentena por género, el equipo de trabajo no pudo realizarles las encuestas a los clientes que visitaron estas dos sucursales, debido que se procedió a

enviar por correo electrónico las encuestas a los gerentes de estas dos sucursales de Banesco S.A. para que estos pudieran efectuarles las encuestas a los clientes.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del estudio

Panamá es un país de servicios, pero lastimosamente el país se ha acostumbrado a tener la percepción de contar con una mala calidad de atención al cliente, ya sea por falta de visión empresarial, por falta de disposición del trabajador o por falta de cultura general.

Gracias a los artículos de investigaciones de la atención al cliente se puede mejorar muchos servicios que las empresas ofrecen, para que la atención que los colaboradores les brindan a los clientes sea de manera efectiva. Estos artículos sirven de gran ayuda porque son una de las formas más habituales que se emplea para comunicar los hallazgos o resultados originales del proyecto de investigación para conocer el proceso seguido en la obtención de estos.

Mc. Gregor (2007) en el artículo titulado los campeones del servicio al cliente, escrito en la revista Business Week; indica que, en el primer ranking de los mejores proveedores de servicio al cliente, de Business Week, no sólo se busca a los campeones del servicio, sino sus técnicas, estrategias y herramientas. La lista resultante contiene a varias leyendas del servicio, como la compañía No. 1, la aseguradora USAA, que desde hace tiempo es famosa por la manera como trata a sus clientes.

La mayoría de las compañías entran en uno de los siguientes tres campos: Innovadores dentro de la industria, como Washington Mutual Inc., que le ofrecen alternativas al cliente en áreas plagadas de malos servicios. Algunas de las compañías, como Publix Super Markets Inc., consideran que la atención al cliente es un principio fundamental. Finalmente, hay una serie de marcas de lujo, como Lexus, para las cuales el servicio personalizado es parte del precio.

A pesar de las diferencias, la mayoría de las compañías comparten algunos rasgos importantes. Hacen énfasis no sólo en la lealtad del cliente sino, además, en la del empleado, de modo que tratan de mantener a su gente contenta. Desde 1984, por

ejemplo, Wegmans, ha destinado un total de US\$ 59 millones en becas escolares para 19,000 empleados.

Martínez (2007) en el artículo consideraciones teóricas sobre atención al cliente, se refiere a lo siguiente:

“El cliente es el núcleo en torno al cual debería girar siempre la política de cualquier empresa. Superadas las teorías que sitúan el producto como eje central, se impone un cambio radical en la cultura de las empresas hacia la retención y fidelización del cliente, concebido éste como el mayor valor de las organizaciones y ante el que se supeditan todos los procesos, incluidos los referentes a la fabricación y selección de los productos y servicios que se ofertan y, por supuesto, la relación con el cliente”.

En cuanto al cliente y su relación con la empresa:

- Son las personas más importantes para cualquier organización.
- Un cliente no depende de usted, es usted quien depende del cliente.
- Un cliente no interrumpe su trabajo, sino que es la finalidad de este.
- No le está haciendo ningún favor al servirle, sino que ese es su obligación.
- Son seres humanos llenos de necesidades y deseos. Su labor es satisfacerlos. Merecen el trato más amable y cortés.
- Representan el fluido vital de la organización, sin ellos la organización no tendría razón de ser.

Kotler y Keller (2006) indican que existen diversos beneficios que toda empresa u organización pueden obtener al lograr las satisfacciones de sus clientes, estos pueden ser resumidos en tres beneficios:

El primer beneficio dice que un cliente satisfecho por lo general, vuelve a comprar, por lo tanto la empresa tienen como beneficio su lealtad y por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro.

El segundo beneficio indica que si un cliente está satisfecho les comunicará a otros sus experiencias positiva con un producto o una buena atención. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocido.

El tercer beneficio habla que si un cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado.

2.2 Bases Teóricas

Según el autor Serna (2006) define que la atención al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. De esta definición deducimos que la atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa.

Paz (2005) también define que la atención al cliente son todas las actividades que ligan a la empresa con sus clientes. La atención al cliente no es una decisión optativa sino un elemento imprescindible para la existencia de la empresa y constituyen el centro de interés fundamente y la clave de su éxito o fracaso, la atención al cliente es algo que podemos mejorar si queremos hacerlo.

Pérez (2006) define al cliente como la persona que representa el papel más importante en la organización, pues quien demanda de la empresa los bienes y servicios que necesita y luego es quien valora los resultados. Se trata de la persona que recibe los productos o servicios en el intento que hace la empresa de satisfacer sus necesidades y de cuya aceptación depende su permanencia en el mercado, el cliente es definido como la razón de existir de nuestro negocio.

De acuerdo con el grado de satisfacción que manifiestan los clientes por la atención recibida, se plantea diferentes niveles de intensidad en las relaciones entre el cliente y la organización. De esta forma se entenderá que haya compradores, cliente frecuente y clientes fidelizados.

No obstante cuando se habla de cliente no se incluye únicamente aquel que compra un producto. En una empresa que proporciona excelencia en la atención al cliente, todos son productos, todos son clientes, todos son proveedores; todas las personas que la conforman son la base de la satisfacción dentro de la calidad y atención.

Oliva (2008) explica que sin clientes no hay empresa por tanto el cliente es el punto de partida de una estrategia de atención, el objetivo de esto debe ser, mantener a los

clientes actuales y atraer a los clientes potenciales que son aquellos que no son clientes de la empresa, pero podrían llegar a serlo, es fundamental seguir sus necesidades.

2.3 Definición de términos básicos

Atención: acto que muestra que se está atento al bienestar o seguridad de una persona o muestra respeto, cortesía o afecto hacia alguien.

Cliente: persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa, especialmente la que lo hace regularmente.

Problema: cuestión que se plantea para hallar un dato desconocido a partir de otros datos conocidos, o para determinar el método que hay que seguir para obtener un resultado dado.

Investigación: es una actividad orientada a la obtención de nuevos conocimientos y su aplicación para la solución a problemas o interrogantes de carácter científico.

Objetivo: que hace juicios de valor atendiendo a los hechos y la lógica, y no a los propios sentimientos o sensaciones.

Estudio: obra o trabajo en el que se estudia o se investiga un asunto o una cuestión o se reflexiona sobre él.

Justificación: es la parte del saber del conocer y de la ciencia que se ocupa del apoyo o respaldo que avanza a favor de una creencia.

Antecedentes: cosa, hecho o circunstancia que es anterior a otra semejante o de su misma clase, a la que condiciona, influye o sirve de ejemplo.

Teoría: conjunto de reglas, principios y conocimientos acerca de una ciencia, una doctrina o una actividad, prescindiendo de sus posibles aplicaciones prácticas.

Variable: las variables, son los conceptos que forman enunciados de un tipo particular denominado hipótesis.

Comunicación: es la acción consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir información u opiniones distintas.

Cortesía: demostración, acto o cosa con que se manifiesta amabilidad y buena educación.

Confiabilidad: es una propiedad psicométrica que hace referencia a la ausencia de errores de medida, o lo que es lo mismo, al grado de consistencia y estabilidad.

Dimensión: tamaño o extensión de una cosa, en una o varias magnitudes, por las cuales ocupa mayor o menor espacio.

Indicador: dato o información que sirve para conocer o valorar las características y la intensidad de un hecho o para determinar su evolución futura.

Observación: acción de observar o mirar algo o a alguien con mucha atención y detenimiento para adquirir algún conocimiento sobre su comportamiento o sus características.

Paradigma: conjunto de unidades que pueden sustituir a otra en un mismo contexto porque cumplen la misma función.

Diseño: actividad creativa que tiene por fin proyectar objetos que sean útiles y estéticos.

Población: conjunto de seres vivos de la misma especie que habitan en un lugar determinado.

Instrumento: es la herramienta utilizada por el investigador para recolectar la información de la muestra seleccionada y poder resolver el problema de la investigación.

Técnica: conjunto de procedimientos o recursos que se usan en un arte, en una ciencia o en una actividad determinada, en especial cuando se adquieren por medio de su práctica y requieren habilidad

Información: un conjunto organizado de datos procesados que constituyen un mensaje que cambia el estado de conocimiento del sujeto o sistema que recibe dicho mensaje.

Cuestionario: es una herramienta de investigación que consiste en una serie de preguntas y otras indicaciones con el propósito de obtener información de los consultados.

2.4 Operacionalización de la variable

Objetivo General

Analizar la atención al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá, buscando conjunto de varios factores entre el área comercial y las demás áreas.

Objetivo Específico	Variable	Dimensión	Indicador	ITEM	Instrumento/ Técnicas de análisis
Identificar la comunicación con el cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro en la ciudad de panamá.	Atención al cliente	Comunicación	Accesibilidad a la posición bancaria.	1, 4, 10, 12, 16, 23, 25.	Cuestionario de entrevista.
Describir la cortesía con los clientes en los sectores bancarios en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.		Cortesía	Volumen de errores cometidos y su rectificación.	8, 13, 19, 22	Cuestionario de entrevista.
Determinar la confiabilidad de los clientes en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.		Confiabilidad	Asistencia de los gestores bancarios.	5, 6, 9, 11, 14, 15, 20, 24	Cuestionario de entrevista.
Determinar la velocidad de respuesta al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá.		Velocidad de respuesta	Costo, producción. Productividad, productos.	2, 3, 7, 17, 18, 21.	Cuestionario de entrevista.

2.5 Reseña de la institución bancaria

Banesco Panamá es una institución financiera panameña con sede social en Ciudad de Panamá. Se estableció en Panamá el 17 de noviembre de 1992 bajo el nombre de Banesco International Bank Inc. para operar bajo licencia internacional, como subsidiaria de Banesco Holding C.A., lo que le permitía hacer operaciones bancarias en ese país y el resto del mundo. En febrero de 2007 le fue autorizada por la Superintendencia de Bancos de Panamá la licencia general, pudiendo ofertar productos y servicios al mercado local.

En octubre de 2007, luego de obtener la licencia general, cambió su nombre a Banesco Panamá, S.A. e inició operaciones inaugurando de forma simultánea siete sucursales en la capital y el interior del país. En 2008 la compañía estableció Banesco Seguros Panamá. Siendo una estructura financiera totalmente autónoma (operativa y legalmente), que compete en el mercado panameño y forma parte de Banesco Corporación Holding Hispania, establecido y conformado en España.

Hoy en día cuenta con 23 sucursales a nivel nacional, más de 27 cajeros automáticos o ATM.

Banesco (Panamá), S.A., considerando las mejores prácticas internacionales y en cumplimiento de las regulaciones vigentes, procura en todo momento mantener un buen Gobierno Corporativo bajo estándares de ética, transparencia, responsabilidad social y lineamientos que parten de los Accionistas, Junta Directiva, Gerencia Superior, colaboradores, clientes, partes relacionadas y otros grupos de interés.

Valores:

Responsabilidad

Respondemos por nuestras tareas con precisión y pasión. Cumplimos con la palabra dada. Hacemos el mejor uso del tiempo. Damos lo mejor a toda persona.

Calidad

Hacemos cada tarea con el mayor cuidado. Nos proponemos ser los mejores. Nos esforzamos por superar las expectativas de nuestros interlocutores.

Confiabilidad

Decimos la verdad en toda circunstancia. Respondemos con sinceridad. Reconocemos nuestros errores. Pedimos ayuda cuando es necesario.

Innovación

Somos una organización con visión de futuro. Ofrecemos nuevas soluciones. Buscamos ideas y tecnologías que promuevan el cambio.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipos de investigación

La investigación realizada es de tipo descriptivo, ya que con la información obtenida, mediante las series de observaciones que vivimos a diario cuando vamos a una entidad bancaria nos ponemos a medir el tiempo de espera, la rapidez de atención y la calidad de atención.

Arias (2012) define la investigación descriptiva como la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere.

3.2 Paradigma

Cuantitativo

Sampieri (1991), usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

3.3 Diseño de la Investigación

Es un diseño de campo transeccional

Vara (2012) afirma que el diseño plantea una serie de actividades sucesivas y organizadas, que deben adaptarse a las particularidades de cada tesis y que indican los pasos y pruebas a efectuar y las técnicas a utilizar para recolectar y analizar los datos.

3.4 Población y muestra

Agencia Bancaria Banesco S.A.

Sucursales de Banesco S.A.	Total de la población de clientes dentro de estas dos sucursales
2	20

Sucursales de Banesco S.A.	Tamaño de la muestra de clientes dentro
----------------------------	---

	de estas dos sucursales.
2	10

Esta es la población de clientes que ingresaron en la agencia bancaria Banesco S.A., dentro de estas dos sucursales.

Para la siguiente investigación, vamos a determinar el tamaño de la muestra de tipo probabilístico, donde (López, 2010) explica que cada elemento del universo tiene una probabilidad conocida y no nula de figurar en la muestra, es decir, todos los elementos del universo pueden formar parte de la muestra.

En base al total de clientes dentro de estas dos sucursales de Banesco S.A., nuestro tipo de muestreo probabilístico será de tipo aleatorio simple. Según (López, 2010) muestreo aleatorio simple es la selección de la muestra se realiza en una sola etapa, directamente y sin reemplazamientos. Se aplica fundamentalmente en investigaciones sobre poblaciones pequeñas y plenamente identificables.

3.5 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos o información

Los instrumentos y técnicas de recolección a realizara por medio de la observación de datos a través de encuestas donde se procederá a la realización de un cuestionario para los clientes que visitaron las dos sucursales de Banesco S.A.

Soriano (1996) señala al referirse a las técnicas e instrumentos para recopilar información como la de campo, lo siguiente:

“Que el volumen y el tipo de información cualitativa y cuantitativa, que se recaben en el trabajo de campo deben estar plenamente justificados por los objetivos e hipótesis de la investigación, o de lo contrario se corre el riesgo de recopilar datos de poca o ninguna utilidad para efectuar un análisis adecuado del problema”.

Bunge (2007) define la observación a través de encuesta como el procedimiento empírico elemental de la ciencia que tiene como objeto de estudio uno o varios hechos, objetos o fenómenos de la realidad actual; por lo que en el caso de las ciencias naturales, cualquier dato observado será considerado como algo factual, verdadero o contundente; a diferencia, dentro de las ciencias sociales, el dato será el

resultado que se obtiene del proceso entre los sujetos y sus relaciones por lo que no es tan factual y pudiera ser subjetivo.

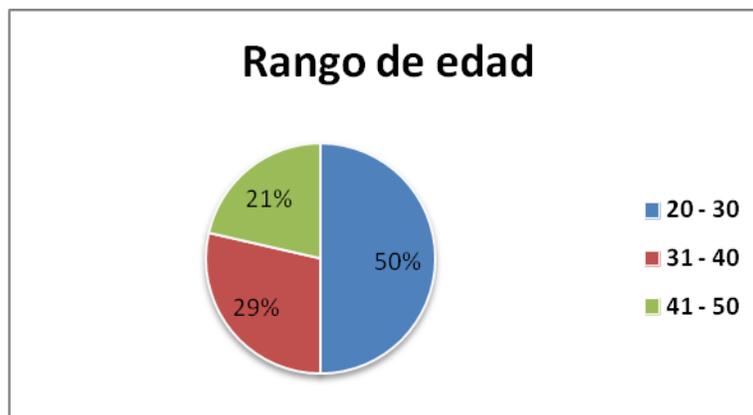
Balestrini (2002) explica que el cuestionario es considerado como un medio de comunicación escrito y básico, entre el encuestado y el encuestado, facilita traducir los objetivos y las variables de la investigación a través de una serie de preguntas muy particulares, previamente preparadas en forma cuidadosa, susceptibles de analizar con relación al problema estudiado.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

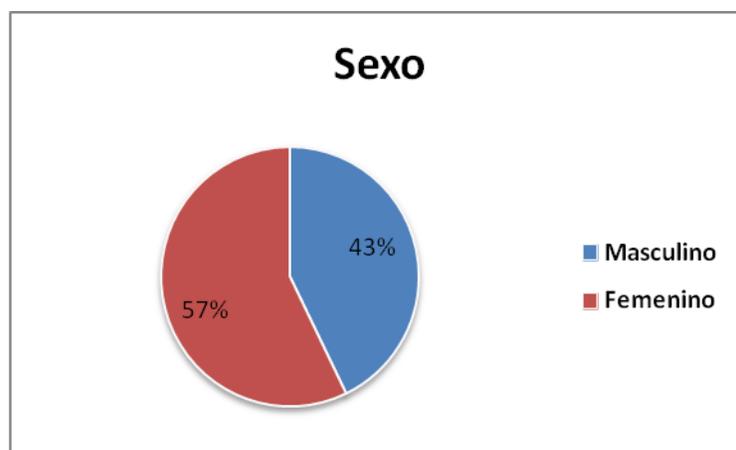
4.1 Presentación de los resultados

Ítem #1



El resultado de la grafica sobre el rango de edad de las personas que visitaron las diferentes sucursales de Banesco S.A., indica que el 50% de las personas se encuentran entre las edades de veinte y treinta años, donde estas personas tienen la mayor autoridad de decidir si la atención de nuestra entidad bancaria es buena o mala, y tienen también la autoridad de decidir si recomendarían nuestra entidad bancaria a las demás personas.

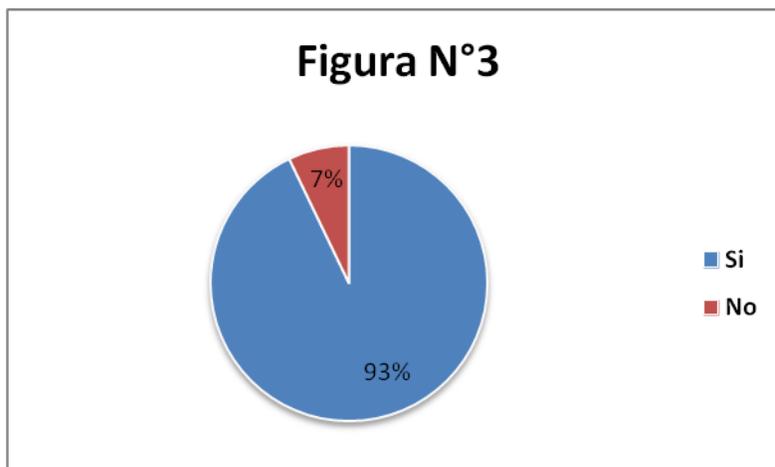
Ítem #2



El resultado de la grafica muestra que el 57% de las personas que llenaron las encuestas eran de género femenino, donde este género expresa más las opiniones que tienen sobre nuestra entidad bancaria. Si bien es cierto en un futuro esta variable puede aumentar o inclinarse hacia el género masculino.

Ítem #3

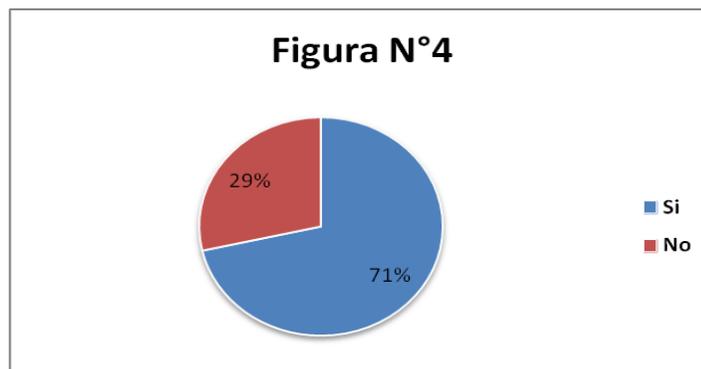
¿Es atractiva y cómoda la sucursal para los clientes?



El 93% de las personas encuestadas indican que las sucursales de Banesco S.A. son atractivas para los clientes, donde el cliente busca la cualidad de sentirse cómodo al momento de entrar a las instalaciones de Banesco S.A., generando buenas impresiones de nuestras instalaciones.

Ítem #4

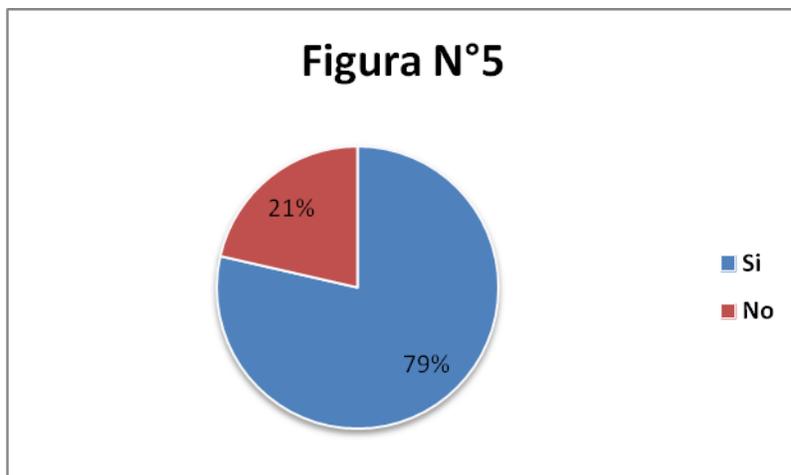
¿Los elementos materiales (folletos, estados de cuentas y otros) son visualmente atractivos para los clientes?



El resultado de la grafica expresa que el 71% de los clientes encuentran visualmente atractivo los elementos materiales de Banesco S.A., esto es bueno para la entidad bancaria porque se está cumpliendo con claridad, las expectativas que el cliente puede esperar al momento de elegir un elemento material en específico.

Ítem #5

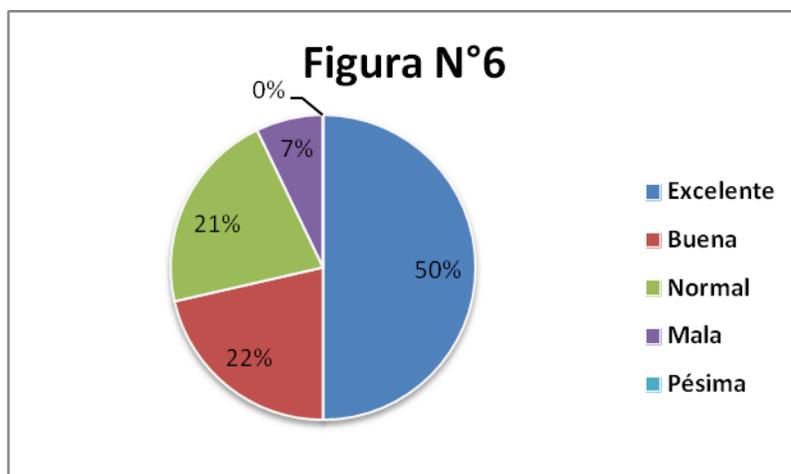
¿Cree Usted que la mayoría de los colaboradores que trabajan en la sucursal ofrecen una atención rápida a sus clientes?



El 73% de las personas encuestadas señalan que los colaboradores de Banesco S.A. ofrecen una atención rápida a los clientes que visitan las instalaciones. Este resultado es positivo para la entidad bancaria, porque se está cumpliendo con el objetivo de simplificar los procesos, reducir los trámites, evitar pasos incensarios y hacerles la vida más fácil a los clientes.

Ítem #6

¿Cómo ha sido su experiencia más reciente en Banesco S.A.?

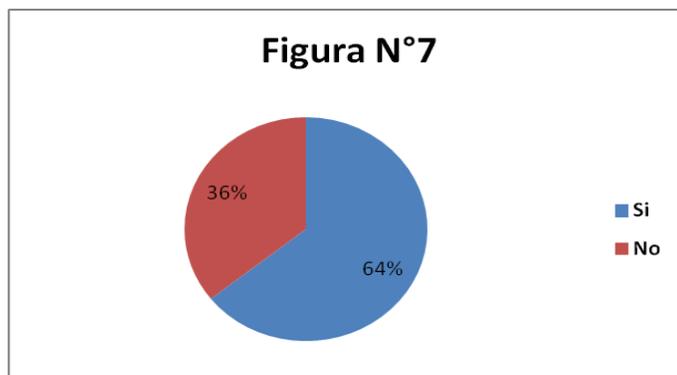


El 50% de los clientes indican que su experiencia más reciente en Banesco S.A. ha sido de forma excelente, esto indica que existe una buena confianza entre los clientes y la entidad bancaria, con el fin de brindar una atención consistente al

momento de necesitar ayudar y siempre dejando claro que Banesco S.A. estará ahí cuando los clientes necesiten ayuda.

Ítem #7

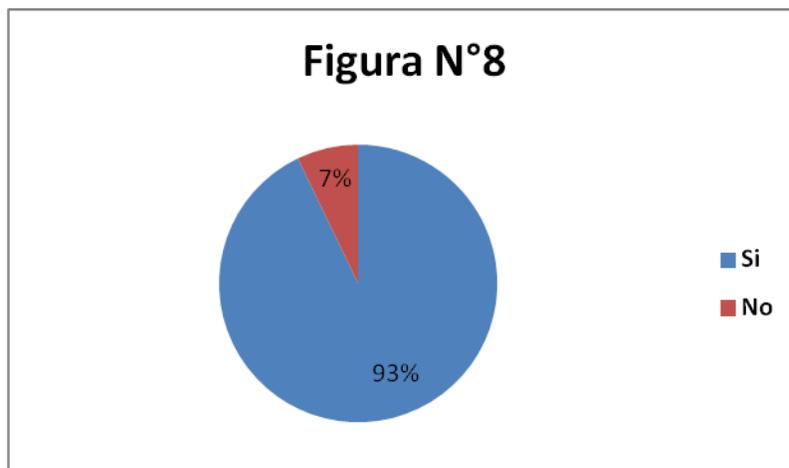
¿El banco posee las habilidades de procesar las transacciones fluidamente?



La gráfica muestra que el 64% de los clientes encuestados señalan que el banco cuenta con las habilidades de procesar las transacciones de forma fluida, haciendo saber a los clientes que Banesco S.A. brinda una total seguridad a sus clientes al momento de realizar cualquier tipo de transacciones.

Ítem #8

¿El call center de la sucursal es lo suficientemente agradable al contestar las llamadas de los clientes?

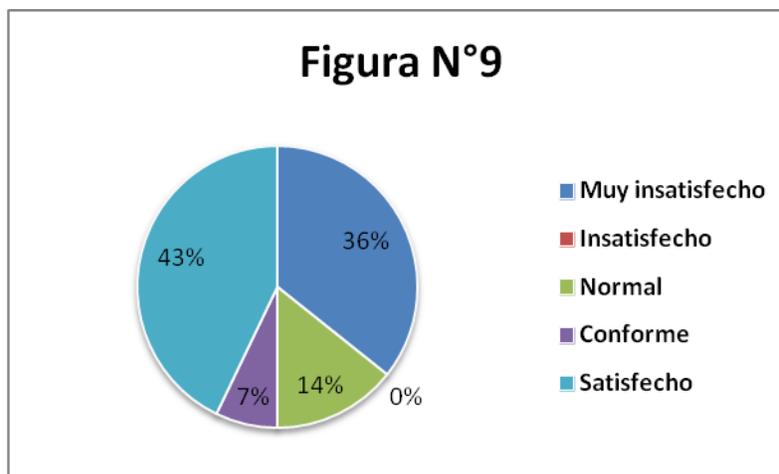


El resultado de la gráfica indica que el 93% de los clientes que fueron encuestados afirman que el call center de Banesco S.A. es lo suficientemente agradable al momento de atender a un cliente. Este resultado es muy importante dentro de la aérea de atención al cliente, debido a la integridad y a la interacción amistosa que los

colaboradores tienen con los clientes al momento de contestar las llamadas. La buena atención que brinda el call center de Banesco S.A. le ayuda a diferenciarse de las demás entidades bancarias.

Ítem #9

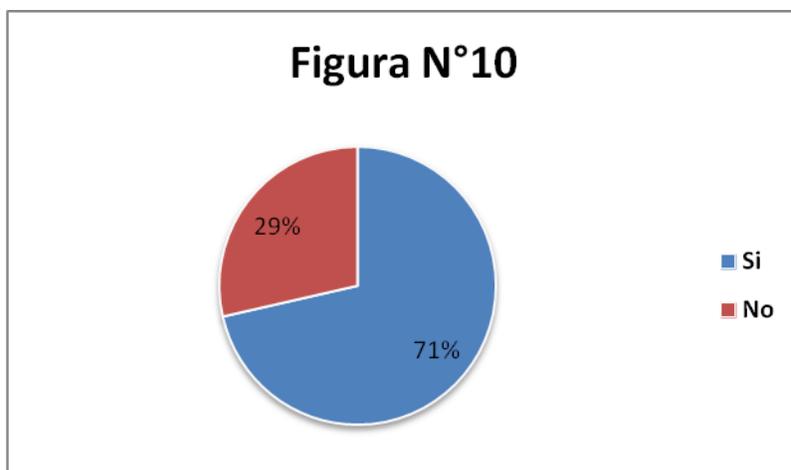
¿Qué tan satisfecho está usted con los productos y servicios que ofrece Banesco S.A.?



El resultado de esta grafica muestra que el 43% de los clientes se encuentran satisfecho con los productos y servicios que brinda la entidad bancaria, pero a solo siete puntos abajo se encuentra un 36% de clientes que se sienten muy insatisfecho con los productos y servicios que brinda la entidad bancaria. Esto indica que Banesco S.A. debe tomar cartas en el asunto por la sencilla razón de que la percepción de los clientes no se inclina para un lado en específico.

Ítem #10

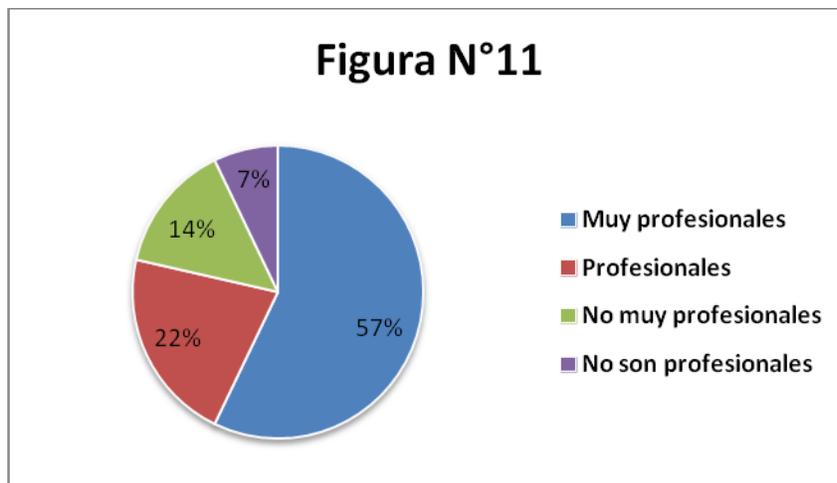
¿Los colaboradores de atención al cliente de Banesco S.A. escuchan su problema atentamente?



El 71% de los clientes afirman que los colaboradores de atención al cliente de Banesco S.A. escuchan sus problemas atentamente, esto indica que la atención al cliente de Banesco S.A. brinda una buena impresión a sus clientes, con el fin de hacerles saber que existe un compromiso total de entendimiento en sus gustos y necesidades.

Ítem #11

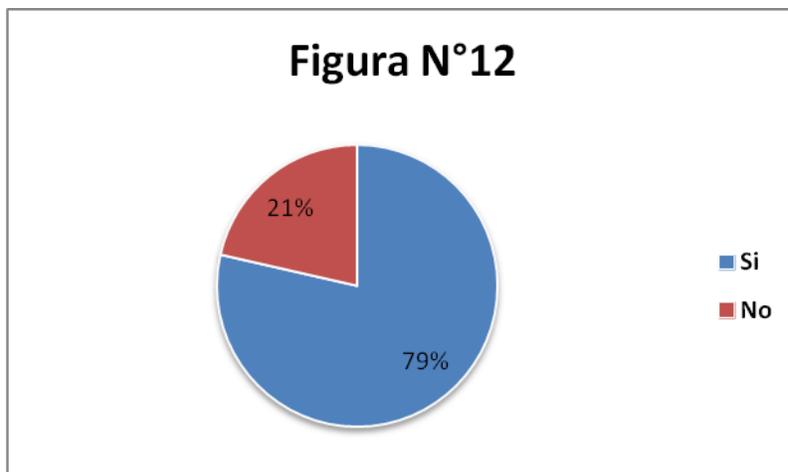
¿Cómo le parece el aspecto profesional de nuestros colaboradores?



El resultado de la gráfica señala que el 57% de los clientes indican que los colaboradores de Banesco S.A. son muy profesionales, donde estos resultados indican que los colaboradores de Banesco S.A. le dan mucha importancia sus imágenes profesionales y a sus valores personales, con el fin de reflejar las necesidades internas de cada uno, sus deseos y qué consideran importantes.

Ítem #12

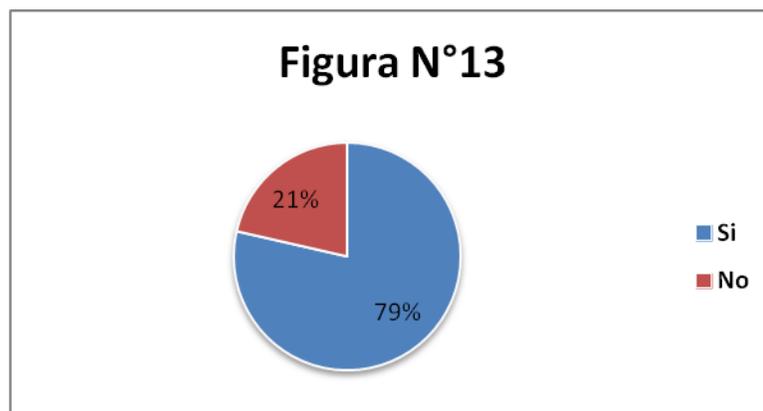
¿Las informaciones que brindan los colaboradores de atención al cliente son lo suficientemente claras para usted?



El 79% de los clientes encuestados afirman que las informaciones que brindan los colaboradores de Banesco S.A. son lo suficientemente claras para ellos, el porcentaje de esta encuesta indica que las informaciones brindadas por los colaboradores son totalmente fluidas, debido que el cliente entiende con rapidez la información brindada de manera que dicha información le sea útil al cliente en el momento de tomar una decisión

Ítem #13

¿Las formas de pago de nuestros productos y servicios son más aceptables que los de otros bancos?

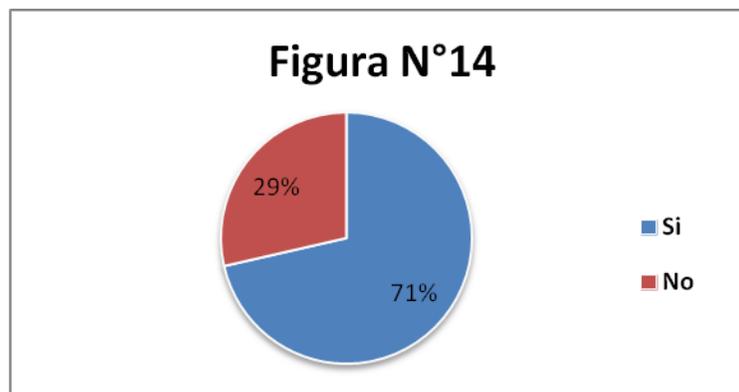


El resultado de la grafica expresa que el 79% de los clientes indican que las formas de pagos de los productos y servicios que ofrece Banesco S.A. a sus clientes son más aceptables que las otras entidades bancarias. Esto nos afirma que al igual con

las transacciones Banesco S.A. brinda un total aseguramiento y reaseguramiento a sus clientes, generando una alta seguridad orientado a ayudar al cliente.

Ítem #14

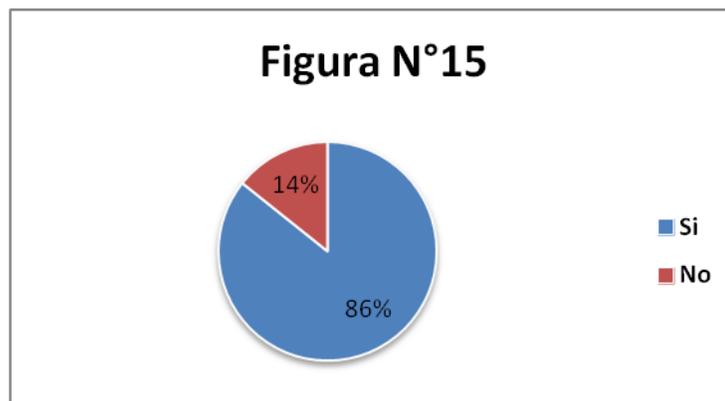
¿Recomendaría nuestro banco a otras personas?



El 71% de los clientes encuestados recomendarían la entidad bancaria a otras personas, este alto índice señala que existen clientes fieles hacia la entidad bancarias y también nos indica que muchas personas vuelven a Banesco S.A. porque han quedado satisfechos por sus servicios o por la atención recibida.

Ítem #15

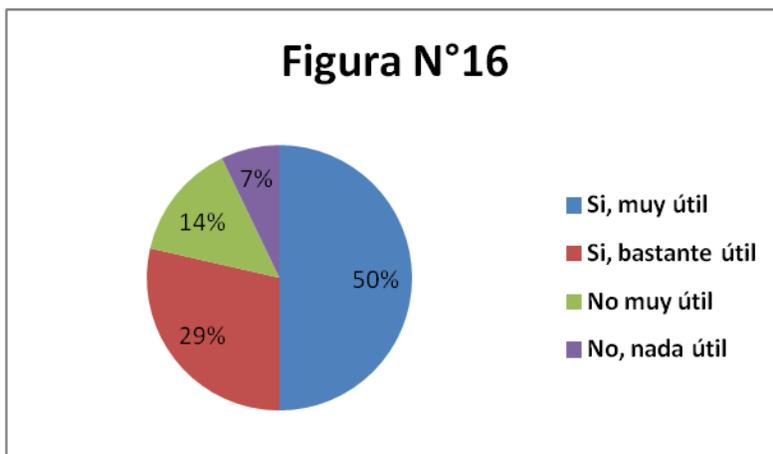
¿Siente que el trato que le brindan los colaboradores de Banesco S.A. es bueno?



La gráfica muestra un resultado del 86% de clientes encuestados que afirman que el trato que les brindan los colaboradores de Banesco S.A. es bueno. Además de afirmar que existe una buena actitud por parte de los colaboradores, también los colaboradores se sienten ansiosos por ayudar y estar dispuesta a atender a los clientes sin por excusas. Es decir, que el colaborador de Banesco S.A. siempre está preparado para cumplir y satisfacer las necesidades del cliente.

Ítem #16

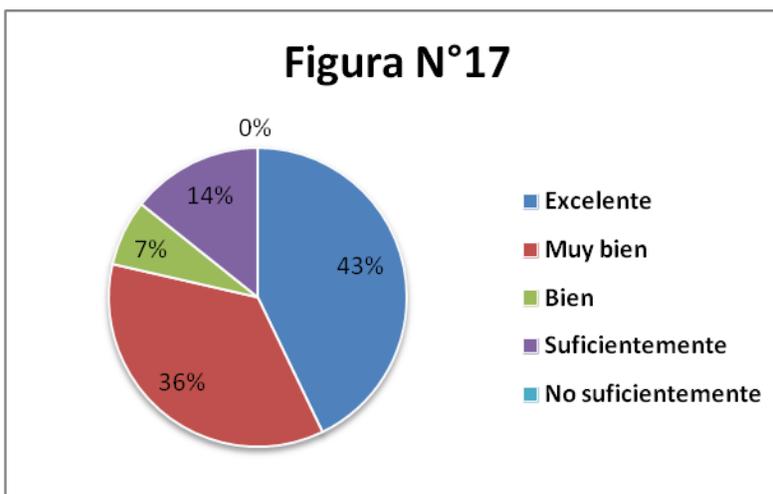
¿Nuestra atención al cliente fue útil para usted?



El 50% de los clientes entrevistados consideran que la atención al cliente que ofrecen los colaboradores de Banesco S.A. fue muy útil para ellos. Analizando los otros resultados se puede comprobar, que la información y el trato que los colaboradores les brindan a sus clientes crean una relación o una lealtad entre cliente, colaborador y entidad financiera.

Ítem #17

¿Cómo califica el servicio y atención que le brinda nuestro personal?

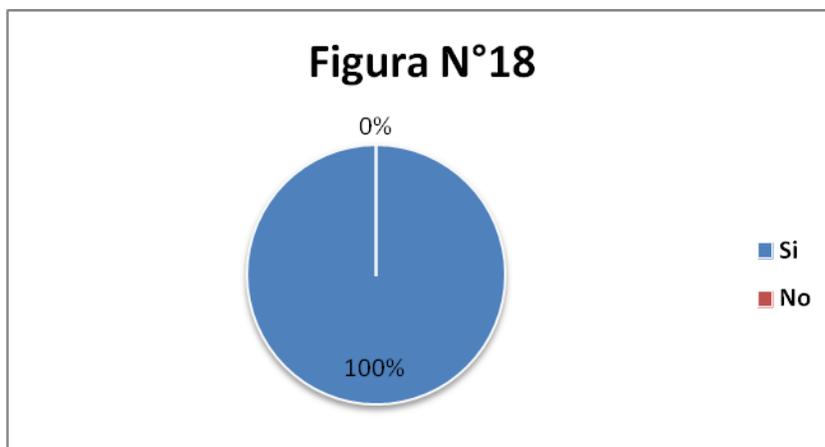


El resultado de la gráfica indica que un 43% de las personas entrevistadas califican de excelente el servicio y la atención que brinda Banesco S.A., donde el 36% también califica de manera positiva el servicio y atención que Banesco S.A. les brinda a sus clientes. Esto quiere decir que el equipo de trabajo de las diferentes

sucursales de Banesco S.A. están generando una buena publicidad ofreciéndoles un buen servicio y una buena atención a los clientes, debido a que los clientes satisfechos son el mejor medio de difundir información positiva sobre la entidad bancaria a otras personas.

Ítem #18

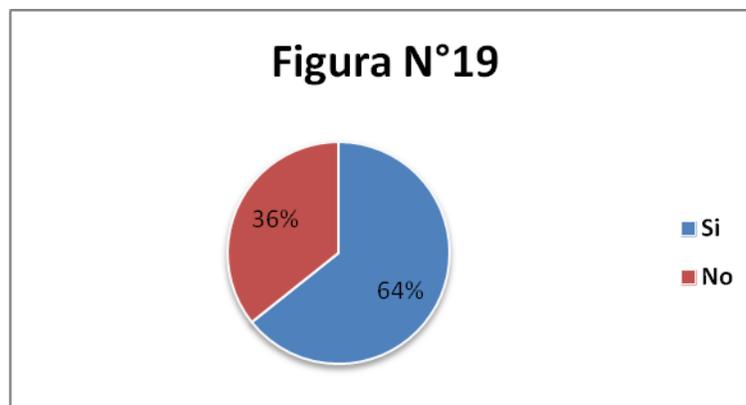
¿Cree usted que es fácil llegar a las instalaciones de nuestros bancos?



El 100 % de los clientes encuestados afirman que es fácil llegar a las diferentes sucursales de Banesco S.A., este claro resultado indica que es fácil localizar las diferentes sucursales de Banesco S.A., generando presencia ante la competencia, ya que los clientes se sentirán más atraídos por lo fácil que se les hace llegar a las distintas sucursales de Banesco S.A.

Ítem #19

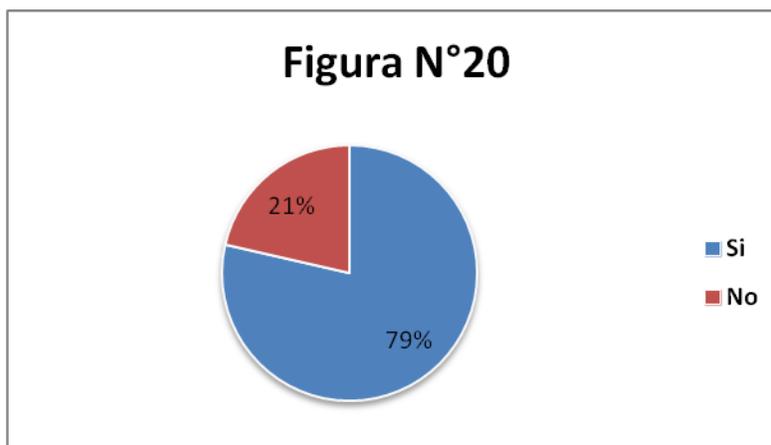
¿Considera usted correcto el tiempo que se tarda un cajero/a de Banesco S.A. cuando usted realiza un pago, un depósito o un retiro de dinero?



Un 64% de los clientes que llenaron las encuestas consideran correcto el tiempo que se tarda un cajero de Banesco S.A., esto quiere decir, que Banesco S.A. está valorando el tiempo de sus clientes brindándoles una atención rápida y eficiente, con el fin de evitar retrasos y pérdidas de tiempo que pueda afectar de forma importante la experiencia del cliente y la imagen de la entidad bancaria.

Ítem #20

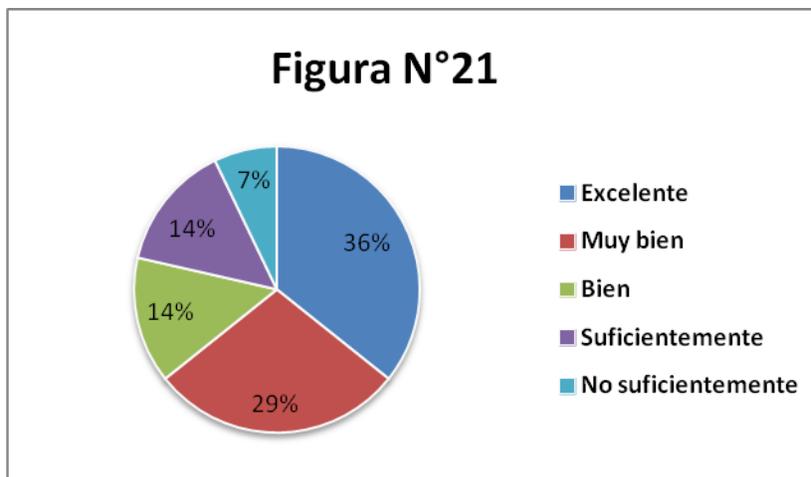
¿Banesco S.A. cumple con la promesa de servicios, es decir, cuando promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace?



La grafica indica que el 79% de los clientes encuestados afirman que la entidad bancaria Banesco S.A. cumple con sus promesas, donde esto es importante para la imagen de la entidad, debido que cumplir con las promesas genera confianza con el cliente para cualquier necesidad futura, con la certeza de que el cliente no perderá tiempo ni dinero.

Ítem #21

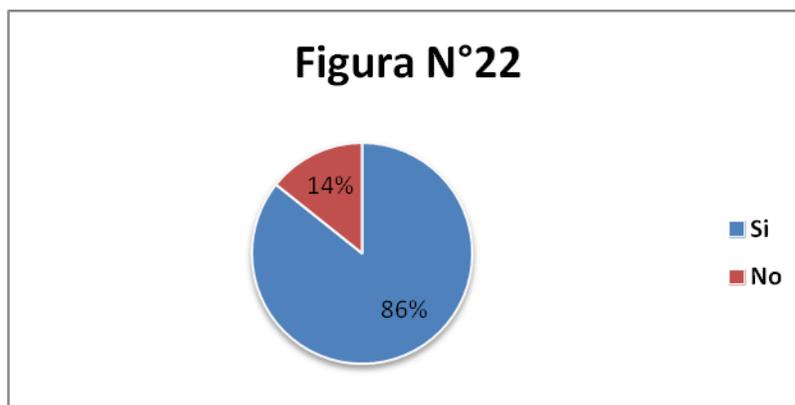
¿Frente a un problema, la gestión de nuestro personal para resolverle le resultado?



El 36% de los clientes encuestados consideran de manera excelente la gestión que realiza los colaboradores de Banesco S.A. al momento de resolver un problema. El resultado del segundo valor porcentual indica que existe una buena gestión al momento de resolver cualquier problema que el cliente presente, Banesco S.A. busca evitar pérdidas económicas, una mala reputación y pérdidas de clientes.

Ítem #22

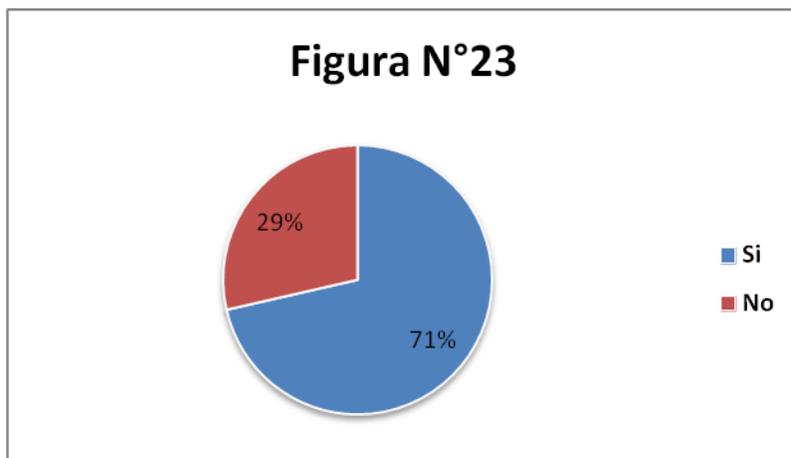
¿Banesco S.A les brinda una grata experiencia a los clientes que visitan o requieren por primera vez algún servicio?



El 86% de los clientes afirman que Banesco S.A. les brinda una grata experiencia a las personas que visitan sus sucursales por primera vez, esto quiere decir que Banesco S.A. cuenta con una buena estrategia para que la experiencia del cliente o de la persona que requieren por primera vez de sus servicios sea positiva, con el fin de cuidar la imagen, la autenticidad y la calidez que Banesco S.A. le transmite a sus clientes.

Ítem #23

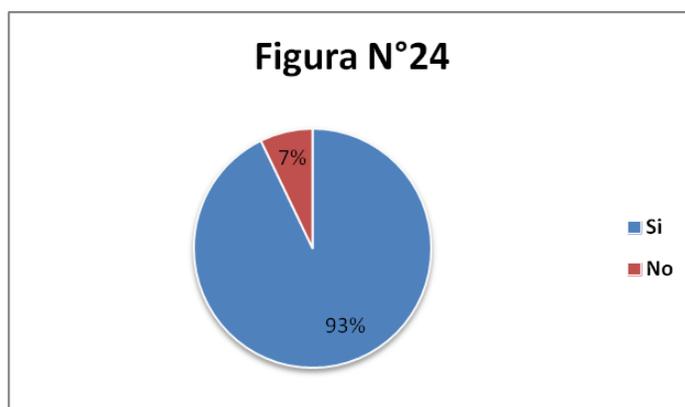
¿Cree usted que Banesco procura atender a los clientes en el menor tiempo posible?



El 71% de los clientes encuestados señalan que Banesco S.A. procura atender a los clientes en el menor tiempo posible, esto quiere decir que cada colaborador de Banesco S.A. respeta el tiempo del cliente haciendo todo lo posible para asegurarse de que el tiempo de sus clientes sea tratado como el más bienpreciado, con el fin de mostrarle a sus clientes que respetan su tiempo, incluso si en algunas veces no lo hacen bien.

Ítem #24

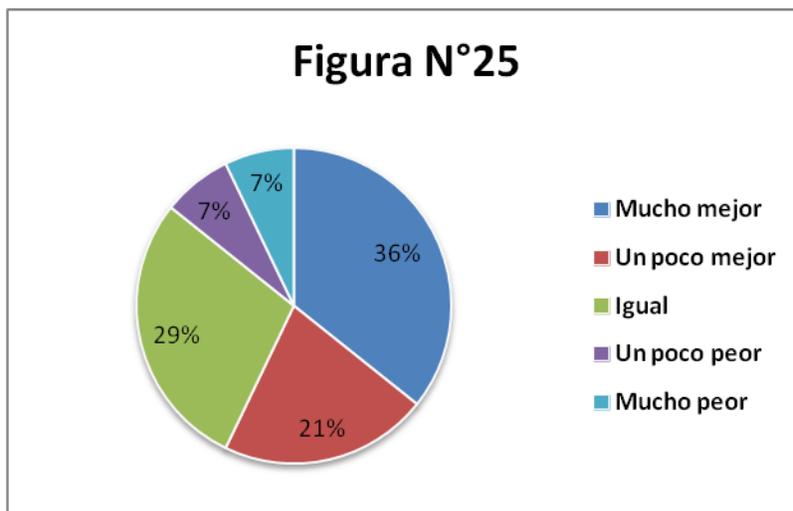
¿El banco da a su cliente una atención individualizada?



El resultado de la grafica muestra que un 93% de los clientes que llenaron la encuesta indican que Banesco S.A. les brinda a sus clientes una atención individualizada, esto afirma que la entidad bancaria Banesco S.A. les brinda a sus clientes una atención cordial, atenta y servicial buscando que el cliente se sienta importante para la entidad bancaria.

Ítem #25

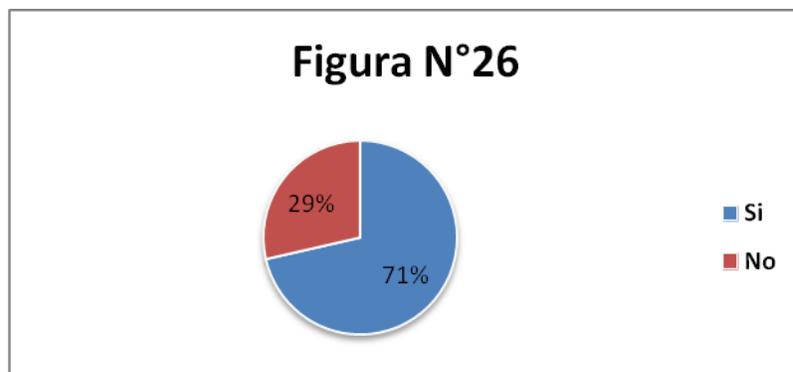
¿Cómo es la calidad de nuestra atención en comparación con los otros bancos?



El 36% de los clientes encuestados indican que es mucho mejor la calidad de atención al cliente que brinda Banesco S.A. en comparación con otros bancos, esto quiere decir que existe lealtad por parte de sus clientes, llegada de clientes nuevos, mejor imagen, mejor reputación, menos quejas y reclamaciones por parte de los clientes.

Ítem #26

¿Los ejecutivos de negocios presentan conocimiento suficiente para responder a las preguntas surgidas al momento de solicitar algún servicio?

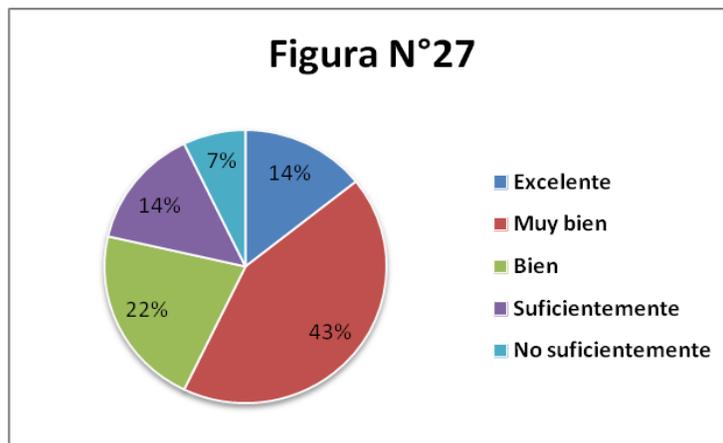


La gráfica arroja un resultado del 71% de clientes que afirman que los ejecutivos de negocios de Banesco S.A. poseen el conocimiento suficiente para responder a las preguntas sugeridas por sus clientes. Esto muestra que los colaboradores de Banesco S.A. cuentan con el conocimiento necesario para brindarles una información

clara y precisa a los clientes, con el fin de orientar a los clientes para que estos les den un buen uso a sus productos o servicios.

Item #27

¿Cuál es su evaluación total sobre nuestro banco?



El 43% de los clientes encuestados califican de manera muy bien a la entidad bancaria Banesco S.A., donde el segundo porcentaje con mayor voto califica de manera positiva también a la entidad bancaria, esto significa mayor aumento de su imagen y mayor prestigio como entidad bancaria, debido a que gracias a las opiniones de los clientes encuestados esto crea un gran impacto de lealtad por parte de los colaboradores, por parte de aliados estratégicos comprometidos en la labor de colaborar en la mejora conjunta y por parte de los clientes comprometidos que se identifican con la entidad bancaria.

4.2 Análisis de los resultados

1. Determinar la velocidad de respuesta al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.

En base a los clientes que participaron en las encuestas se obtuvo una serie de resultados porcentuales, con el fin de verificar si el objetivo fue alcanzado. Los resultados fueron totalmente positivos, ya que los clientes califican a la entidad bancaria Banesco S.A. como una entidad, que al simplificar los procesos, reduce el tiempo en los trámites, dándoles a sus clientes respuestas en un periodo más corto.

2. Identificar la comunicación con el cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.

Este análisis está basado en los resultados porcentuales de clientes que llenaron las encuestas calificando a la entidad bancaria Banesco S.A. desde su percepción, donde se busca comprobar si el objetivo fue logrado. Gracias a estos resultados se llegó a la conclusión, que los colaboradores de la entidad bancaria Banesco S.A. sostienen una comunicación eficiente, lo que le permite al cliente comprender con rapidez la información brindada de manera que le sea útil al momento de tomar una decisión.

3. Describir la cortesía con los clientes en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.

El nivel de cortesía que se percibe por parte de los ejecutivos de atención al cliente se encuentra entre buena y muy buena, lo que ratifica las falencias existentes en calidad de servicio, los asesores opinan que depende de las personas que lo atiende pues hay ciertos colaboradores con lo que mantienen una buena relación y otros con lo que han mantenido inconvenientes por incumplimientos.

4. Determinar la confiabilidad de los clientes en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.

Los clientes encuestados consideran que la respuesta recibida a sus requerimientos si cumplieron con sus expectativas puestos que obtuvieron las respuestas oportunas, se brindó la información necesaria y se gestionaron sus solicitudes. Otros pocos mencionaron que no están conformes con las respuestas otorgadas, debido a que tuvieron que esperar demasiado para darle una respuesta.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

La atención al cliente en Banesco S.A fue calificada de manera positiva, aumentando su imagen y prestigio como entidad bancaria.

Su velocidad de respuesta al cliente fue totalmente positiva, ya que simplifica los procesos, reduce el tiempo en los trámites, dándoles a sus clientes respuestas en un periodo más corto.

La comunicación con el cliente es buena, puesto que los colaboradores de la entidad sostienen una comunicación eficiente con el cliente, lo que le permite al usuario comprender con rapidez la información brindada de manera que le sea útil al momento de tomar una decisión.

La cortesía con los clientes se encuentra entre buena y muy buena, debido a que los colaboradores mantienen una buena interacción con los clientes, respetando la integridad colaborador – cliente.

La confiabilidad de los clientes indica, que obtuvieron respuestas oportunas, se les brindó la información necesaria y se gestionaron sus solicitudes.

Gracias a los artículos de investigaciones sobre la atención al cliente se puede mejorar muchos servicios que el sector bancario brinda, debido a que sirven de gran ayuda, porque es una de las formas más habituales que se emplea para comunicar los hallazgos o resultados originales del proyecto de investigación.

En el artículo de Mc. Gregor (2007) titulado los campeones del servicio al cliente, la compañía Publix Super Markets Inc., considera que la atención al cliente es un principio fundamental para cualquier empresa. Este artículo también muestra, que la mayoría de las compañías hacen énfasis no solo en la lealtad del cliente sino, además, en la del empleado, de modo que tratan de mantener a su gente contenta.

Hay que entender bien al cliente, es por eso que Pérez, (2006) define al cliente como la persona que representa el papel más importante en la organización, pues quien demanda de la empresa los bienes y servicios que necesita y luego es quien valora los resultados. De acuerdo con el grado de satisfacción que manifiestan los clientes por la atención recibida, se plantea diferentes niveles de intensidad en las relaciones

entre el cliente y la organización. De esta forma se entenderá que haya compradores, clientes frecuentes y clientes fidelizados.

La manera de conocer bien al cliente por medio de este trabajo, es realizando una investigación de tipo descriptiva, mediante una serie de observaciones al momento de visitar una entidad bancaria, donde se procede a medir el tiempo de espera, la rapidez de atención y la calidad de atención.

Para obtener la información necesaria en nuestro trabajo de investigación, se realizó un diseño de campo transeccional, que permitió plantear una serie de actividades sucesivas y organizadas, que se adaptaron a las particularidades de la tesis para indicar los pasos, las pruebas a efectuar y las técnicas a utilizar para recolectar y analizar los datos. Fue necesario tener una población, para así sacar la muestra y poder realizar las pruebas, con el objetivo de que los clientes que visitan la entidad bancaria donde se está realizando la investigación, puedan calificar desde su percepción a la entidad en base a sus experiencias vividas.

Una vez obtenida la información, con ayuda del método cuantitativo, se procede a la recolección de datos, con el fin de probar una hipótesis utilizando mediciones numéricas y análisis estadísticos, para establecer patrones de comportamientos y así poder probar la teoría.

RECOMENDACIONES

Después de analizar los datos de las encuestas practicadas a los clientes que se le brinda el servicio bancario se llegan a las siguientes recomendaciones:

Se recomienda a los gerentes de las agencias bancarias, mejorar el nivel de atención al cliente que se está ofreciendo ya que este nivel debería ser idealmente muy bueno y brindar un excelente servicio.

Se sugiere que los gerentes de las agencias bancarias implementen canales de comunicación para mejorar la misma entre los usuarios, empleados y gerentes y que esto permita mejorar la atención al cliente y el alcance de los objetivos institucionales.

Se deberá crear y aplicar alternativas para reducir el tiempo de espera en que los usuarios deben ser atendidos y de esta manera mejorar la percepción que actualmente tienen sobre atención al cliente los usuarios que visitan estas agencias bancarias.

Sería conveniente preparar a los ejecutivos de atención al cliente para que estos puedan ofrecer una solución a los planteamientos de los clientes y direccionarlos.

De acuerdo con los resultados obtenidos de la investigación realizada, podemos concluir que la empresa debe crear un módulo exclusivo de atención al cliente, el cual abarque quejas, sugerencias y al mismo tiempo mida la satisfacción del cliente para conocer las necesidades y puedan brindar una solución a las inquietudes de los clientes estableciendo los equipos efectivos de trabajo a través de los círculos de calidad, autoevaluación 360 grados y la caza de errores cero defectos.

VII. REFERENCIAS DE FUENTES DE INFORMACIÓN

Arias, F. (2012). Investigación descriptiva. Tipos y diseño de la investigación. Obtenido de emirarismendi-olanificaciondeproyectos: http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseño-de-la-investigacion_21.html

Balestrini, M. (2002). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. Sistema de control administrativo en la Unidad de Contraloría interna de INVITRAP. Obtenido de Monografías.com: <https://www.monografias.com/trabajos16/control-administrativo/control-administrativo2.shtml>

Bunge (2007). La observación y ciencia [versión electrónica]. LA OBSERVACIÓN, UN MÉTODO PARA EL ESTUDIO DE LA REALIDAD. Vol VII (13), 1870_6703.

Casado, J. (2020). La experiencia de cliente se dirige hacia una experiencia mágica centrada en inteligencia aumentada y en la hiperpersonalización. Los 100 errores de la experiencia de cliente. Obtenido de Empresa Actual : <https://www.empresaactual.com/importancia-de-la-experiencia-de-cliente/>

Duque, O. (2008). La calidad en el servicio al cliente (2ª edición). España: Publicaciones Vértice.

Duro, S. (2017). 10 consejos para la resolución de conflictos con clientes. Obtenido de semrush: <https://es.semrush.com/blog/resolucion-conflictos-clientes/>

Entrepreneur. (2020). El cliente es y será siempre el elemento más importante para tu empresa pues sin él, no hay negocio. Los 10 valores que un cliente siempre busca. Obtenido de Entrepreneur: <https://www.entrepreneur.com/article/263390>

Gil, A. (2019). La reputación corporativa es el activo intangible más importante que tiene una empresa, se traduce en buen nombre y prestigio. LA IMPORTANCIA DE LA REPUTACIÓN CORPORATIVA. Obtenido de Tempo Group: <https://www.tempogroupsa.com/la-importancia-de-la-reputacion-corporativa-by-psicologa-ana-gil/#:~:text=La%20reputaci%C3%B3n%20corporativa%20es%20el,tiempo%20con%20los%20diferentes%20stakeholders.>

Gómez, H. (2006). Define que: La atención al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña. SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE. Obtenido de Gestión Administrativa: <http://sistemasiznardo.blogspot.com/p/segun-el-autor-humberto-serna-gomez.html>

Hernández, R. (1991: 5). Usa la recolección de datos para probar hipótesis. Enfoque cuantitativo. Obtenido de SlideShare: <https://es.slideshare.net/JosMaita/enfoque-cuantitativo-59914564>

McGregor, J. (2007, Marzo). Atención al cliente . Revista Business Week.

Paz, R. (2005). Servicio al cliente (1ª edición) España: editorial Vigo.

Pérez, V. (2006). Calidad total en la atención al cliente (1ª edición) España: ideas propias S.L.

Rojas, S. (1996 – 197). Señala al referirse a las técnicas e instrumentos para recopilar información como la de campo. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN. Obtenido de academia.edu: https://www.academia.edu/32992121/T%C3%89CNICAS_E_INSTRUMENTOS_DE_LA_INVESTIGACI%C3%93N

Vara, A. (2012). Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa: Un método efectivo para las ciencias empresariales. Perú: Lima.

VIII. ANEXOS

No. 1 Formato de validez de los expertos

Estimada Doctora

Mercedes Villavicencio

Saludo de paz y bien,

Con toda atención, me permito solicitar sus buenos oficios como juez evaluador del instrumento cuestionario, el cual he diseñado con la finalidad de recabar información requerida para el desarrollo de la investigación titulada:

En este sentido, agradeceré evaluar la pertinencia de la variable, dimensiones e indicadores, así como la redacción de las preguntas del instrumento de recolección de datos, diseñado para obtener la información necesaria para cumplir con el primer objetivo específico planteado en esta investigación.

Mi gratitud, por su atención y colaboración a la solicitud planteada. Estaré atenta.

Atentamente,

Nayubel Cadiz 8-800-1669

Ariel Alvarado 8-919-2064

IDENTIFICACION DEL EXPERTO

Nombre: Dra. Mercedes

Apellidos: Villavicencio

Título o Profesión: Doctora en Negocio

Institución donde trabaja: Unicyt

Cargo: Docente

IDENTIFICACION DE LA INVESTIGACION**TITULO:**

La atención al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.

OBJETIVO GENERAL:

Analizar la atención al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

1. Determinar la velocidad de respuesta al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.
2. Identificar la comunicación al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.
3. Describir la cortesía con los clientes en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.
4. Determinar la confiabilidad de los clientes en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.

POBLACIÓN:

La población de clientes que ingresaron en las dos sucursales de la agencia bancaria Banesco S.A., mientras se realizaba el anteproyecto fue de 20 personas.

TIPO DE INSTRUMENTO:

Cuestionario de Entrevista.

EVALUACION DEL EXPERTO:

1. ¿Considera que los ítems son pertinentes con el objetivo?

Sí _____

No _____

Observaciones: Lo ítems están alineados con los objetivos de investigación

2. ¿Considera que los ítems miden la variable?

Sí _____

No _____

Observaciones: Los ítems seleccionados por los estudiantes si miden las variables _____

3. ¿Considera que los ítems miden las dimensiones?

Sí _____

No _____

Observaciones: Los ítems miden las dimensiones _____

4. ¿Considera que los ítems miden los indicadores?

Sí _____

No _____

Observaciones: Los ítems miden los indicadores _____

5. ¿Considera válido el instrumento?

Sí _____

No _____

Observaciones: _____ Si considero valido el instrumento. _____



 Firma

Ítems	PERTINENCIA											
	Objetivo		Variable		Dimensión		Indicador		Tipo de Pregunta		Redacción	
	A	I	A	I	A	I	A	I	A	I	A	I
1	x		X		x		x		X		x	
2	x		X		x		x		X		x	
3	x		X		x		x		X		x	
4	x		X		x		x		X		x	
5	x		X		X		X		X		X	
6	x		X		X		X		X		X	
7	x		X		X		X		X		X	
8	x		X		X		X		X		X	
9	x		X		X		X		X		X	
10	x		X		X		X		X		X	
11	x		X		X		X		X		X	
12	x		X		X		X		X		X	
13	x		X		X		X		X		X	
14	x		X		X		X		X		X	
15	x		X		X		X		X		X	
16	x		X		X		X		X		X	
17	x		X		X		X		X		X	
18	x		X		X		X		X		X	

19	x		X		X		X		X		X	
20	x		X		X		X		X		X	
21	x		X		X		X		X		X	
22	x		X		X		X		X		X	
23	x		X		X		X		X		X	
24	x		X		X		X		X		X	
25	x		X		X		X		X		X	
26	x		X		X		X		X		X	
27	x		X		X		X		X		X	
28	x		X		X		X		X		X	
29	x		X		X		X		X		X	
30	x		X		X		X		X		X	
31	x		X		X		x		X		X	

A: Adecuado

I:

Inadecuado



 Firma

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Título:

La atención al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.

Objetivo General:

Analizar la atención al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá

Objetivo Específico	Variable	Dimensión	Indicador	ITEM	Instrumento/ Técnicas de análisis
Identificar la comunicación al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro en la ciudad de Panamá.	Atención al cliente	Comunicación	Accesibilidad a la posición bancaria.	1, 4, 10, 12, 16, 23, 25.	Cuestionario de entrevista.
Describir la cortesía con los clientes en los sectores bancarios en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.		Cortesía	Volumen de errores cometidos y su rectificación.	8, 13, 19, 22.	Cuestionario de entrevista.
Determinar la confiabilidad de los clientes en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.		Confiabilidad	Asistencia de los gestores bancarios.	5, 6, 9, 11, 14, 15, 20, 24.	Cuestionario de entrevista.
Determinar la velocidad de respuesta al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá.		Velocidad de respuesta	Costo, producción. Productividad, productos.	2, 3, 7, 17, 18, 21.	Cuestionario de entrevista.



Estimado (a) Licenciado (a)

Maricela Rodríguez Clifton

Saludo de paz y bien,

Con toda atención, me permito solicitar sus buenos oficios como juez evaluador del instrumento cuestionario, el cual he diseñado con la finalidad de recabar información requerida para el desarrollo de la investigación titulada: La atención al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.

En este sentido, agradeceré evaluar la pertinencia de la variable, dimensiones e indicadores, así como la redacción de las preguntas del instrumento de recolección de datos, diseñado para obtener la información necesaria para cumplir con el primer objetivo específico planteado en esta investigación.

Mi gratitud, por su atención y colaboración a la solicitud planteada. Estaré atenta.

Cortésmente

Nayubel Cadiz 8-800-1669

Ariel Alvarado 8-919-2064

IDENTIFICACION DEL EXPERTO

Nombres: Maricela Ivonne

Apellidos: Rodríguez Clifton

Título o Profesión: Ingeniería Industrial

Institución donde trabaja: UNICYT

Cargo: Docente

IDENTIFICACION DE LA INVESTIGACION**TITULO:**

La atención al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.

OBJETIVO GENERAL:

Analizar la atención al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

1. Determinar la velocidad de respuesta al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.
2. Identificar la comunicación al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.
3. Describir la cortesía con los clientes en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.
4. Determinar la confiabilidad de los clientes en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.

POBLACIÓN:

La población de clientes que ingresaron en las dos sucursales de la agencia bancaria Banesco S.A., mientras se realizaba el anteproyecto fue de 20 personas.

TIPO DE INSTRUMENTO:

Cuestionario de Entrevista

EVALUACION DEL EXPERTO:

1. ¿Considera que los ítems son pertinentes con el objetivo?

Sí No

Observaciones: _____

2. ¿Considera que los ítems miden la variable?

Sí No

Observaciones: _____

3. ¿Considera que los ítems miden las dimensiones?

Sí No

Observaciones: _____

4. ¿Considera que los ítems miden los indicadores?

Sí No

Observaciones: _____

5. ¿Considera válido el instrumento?

Sí No

Observaciones: _____



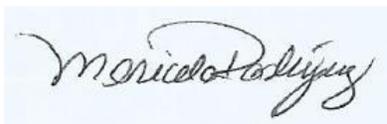
Firma

Items	PERTINENCIA											
	Objetivo		Variable		Dimensión		Indicador		Tipo de Pregunta		Redacción	
	A	I	A	I	A	I	A	I	A	I	A	I
1	X		X		X		X		X		X	
2	X		X		X		X		X		X	
3	X		X		X		X		X		X	
4	X		X		X		X		X		X	
5	X		X		X		X		X		X	
6	X		X		X		X		X		X	
7	X		X		X		X		X		X	
8	X		X		X		X		X		X	
9	X		x		X		X		X		X	
10	X		X		X		X		X		X	
11	X		X		X		X		X		X	
12	X		X		X		X		X		X	
13	X		X		X		X		X		X	
14	X		X		x		X		X		X	
15	X		X		X		X		X		X	
16	X		X		X		X		X		X	
17	X		X		X		X		X		X	
18	X		X		X		X		X		X	
19	X		X		X		X		X		X	
20	X		X		X		X		X		X	
21	X		X		X		X		X		X	
22	X		X		X		X		X		X	
23	X		X		X		X		X		X	
24	X		X		X		X		X		X	
25	X		x		X		X		x		x	
26												
27												
28												
29												
30												
31												

A: Adecuado

I: Inadecuado

Firma



OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Título:

La atención al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.

Objetivo General:

Analizar la atención al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.

Objetivo Especifico	Variable	Dimensión	Indicador	ITEM	Instrumento/ Técnicas de análisis
Identificar la comunicación al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro en la ciudad de Panamá.	Atención al cliente	Comunicación	Accesibilidad a la posición bancaria.	1, 4, 10, 12, 16, 23, 25.	Cuestionario de entrevista.
Describir la cortesía con los clientes en los sectores bancarios en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.		Cortesía	Volumen de errores cometidos y su rectificación.	8, 13, 19, 22.	Cuestionario de entrevista.
Determinar la confiabilidad de los clientes en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.		Confiabilidad	Asistencia de los gestores bancarios.	5, 6, 9, 11, 14, 15, 20, 24.	Cuestionario de entrevista.
Determinar la velocidad de respuesta al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá.		Velocidad de respuesta	Costo, producción, Productividad, productos.	2, 3, 7, 17, 18, 21.	Cuestionario de entrevista.

Estimado (a) Licenciado (a)

Olvenis Aguirre

Saludo de paz y bien,

Con toda atención, me permito solicitar sus buenos oficios como juez evaluador del instrumento cuestionario, el cual he diseñado con la finalidad de recabar información requerida para el desarrollo de la investigación titulada:

En este sentido, agradeceré evaluar la pertinencia de la variable, dimensiones e indicadores, así como la redacción de las preguntas del instrumento de recolección de datos, diseñado para obtener la información necesaria para cumplir con el primer objetivo específico planteado en esta investigación.

Mi gratitud, por su atención y colaboración a la solicitud planteada. Estaré atenta.

Cortésmente

Nayubel Cadiz 8-800-1669

Ariel Alvarado 8-919-2064

DENTIFICACION DEL EXPERTO

Nombres: OLVENIS

Apellidos: AGUIRRE

Título o Profesión: Ingeniero en Telecomunicaciones- Profesor UNICYT

Institución donde trabaja: GBM de Panamá

Cargo: Data Center Field Manager

IDENTIFICACION DE LA INVESTIGACION**TITULO:**

La atención al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.

OBJETIVO GENERAL:

Analizar la atención al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

1. Determinar la velocidad de respuesta al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.
2. Identificar la comunicación al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.
3. Describir la cortesía con los clientes en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.
4. Determinar la confiabilidad de los clientes en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.

POBLACIÓN:

La población de clientes que ingresaron en las dos sucursales de la agencia bancaria Banesco S.A., mientras se realizaba el anteproyecto fue de 20 personas.

TIPO DE INSTRUMENTO:

Cuestionario de Entrevista.

EVALUACION DEL EXPERTO:

1. ¿Considera que los ítems son pertinentes con el objetivo?

Sí X

No _____

Observaciones: Las preguntas están enfocadas en el servicio al cliente.

2. ¿Considera que los ítems miden la variable?

Sí X

No _____

Observaciones: _____

3. ¿Considera que los ítems miden las dimensiones?

Sí X

No _____

Observaciones: _____

4. ¿Considera que los ítems miden los indicadores?

Sí X

No _____

Observaciones: _____

5. ¿Considera válido el instrumento?

Sí X

No _____

Observaciones: _____

Olvenis Aguirre



Julio 20, 2020

Firma

Ítems	PERTINENCIA											
	Objetivo		Variable		Dimensión		Indicador		Tipo de Pregunta		Redacción	
	A	I	A	I	A	I	A	I	A	I	A	I
1	X		x		x		x		X		x	
2	X		x		x		x		X		x	
3	X		x		x		x		X		x	
4	x		x		x		x			X	x	
5	x		x		x		x		X		x	
6	x		x		x		x		X		x	

31												
----	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

A: Adecuado

I: Inadecuado

OLVENIS AGUIRRE


Julio 20, 2020

Firma

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Título:

La atención al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.

Objetivo General:

Analizar la atención al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.

Objetivo Especifico	Variable	Dimensión	Indicador	ITEM	Instrumento/ Técnicas de análisis
Identificar la comunicación al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá Metro en la ciudad de Panamá.	Atención al cliente	Comunicación	Accesibilidad a la posición bancaria.	1, 4, 10, 12, 16, 23, 25.	Cuestionario de entrevista.
Describir la cortesía con los clientes en los sectores bancarios en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.		Cortesía	Volumen de errores cometidos y su rectificación.	8, 13, 19, 22.	Cuestionario de entrevista.
Determinar la confiabilidad de los clientes en el sector bancario en la zona de Panamá Metro de la ciudad de Panamá.		Confiabilidad	Asistencia de los gestores bancarios.	5, 6, 9, 11, 14, 15, 20, 24.	Cuestionario de entrevista.
Determinar la velocidad de respuesta al cliente en el sector bancario en la zona de Panamá.		Velocidad de respuesta	Costo, producción. Productividad, productos.	2, 3, 7, 17, 18, 21.	Cuestionario de entrevista.

No. 2 Cuestionario de entrevista

Edad: _____

Sexo: M () F ()

Indicaciones:

Este cuestionario tiene como finalidad conocer su percepción sobre la atención al cliente de Banesco. A continuación, marque con un gancho en la alternativa que usted crea conveniente.

- 1) ¿Es atractiva y cómoda la sucursal para los clientes?
 - a) Si
 - b) No
- 2) ¿Los elementos materiales (folletos, estados de cuentas y otros) son visualmente atractivos para los clientes?
 - a) Si
 - b) No
- 3) ¿Cree Usted que la mayoría de los colaboradores que trabajan en la sucursal ofrecen una atención rápida a sus clientes?
 - a) Si
 - b) No
- 4) ¿Cómo ha sido su experiencia más reciente en Banesco S.A.?
 - a) Excelente
 - b) Buena
 - c) Normal
 - d) Mala
 - e) Pésima
- 5) ¿El banco posee las habilidades de procesar las transacciones fluidamente?
 - a) Si
 - b) No
- 6) ¿El call center de la sucursal es lo suficientemente agradable al contestar las llamadas de los clientes?

- a) Si
 - b) No
- 7) ¿Qué tan satisfecho está usted con los productos y servicios que ofrece Banesco S.A.?
- a) Muy insatisfecho
 - b) Insatisfecho
 - c) Normal
 - d) Conforme
 - e) Satisfecho
- 8) ¿Los colaboradores de atención al cliente de Banesco S.A. escuchan su problema atentamente?
- a) Si
 - b) No
- 9) ¿Cómo le parece el aspecto profesional de nuestros colaboradores?
- a) Muy profesionales
 - b) Profesionales
 - c) No muy profesionales
 - d) No son profesionales
- 10) ¿Las informaciones que brindan los colaboradores de atención al cliente son lo suficientemente claras para usted?
- a) Si
 - b) No
- 11) ¿Las formas de pago de nuestros productos y servicios son más aceptables que los de otros bancos?
- a) Si
 - b) No
- 12) ¿Recomendaría nuestro banco a otras personas?
- a) Si
 - b) No

- 13) ¿Siente que el trato que le brindan los colaboradores de Banesco S.A. es bueno?
- a) Si
 - b) No
- 14) ¿Nuestra atención al cliente fue útil para usted?
- a) Si, muy útil
 - b) Si, bastante útil
 - c) No muy útil
 - d) No, nada útil
- 15) ¿Cómo califica el servicio y atención que le brinda nuestro personal?
- a) Excelente
 - b) Muy bien
 - c) Bien
 - d) Suficientemente
 - e) No suficientemente
- 16) ¿Cree usted que es fácil llegar a las instalaciones de nuestros bancos?
- a) Si
 - b) No
- 17) ¿Considera usted correcto el tiempo que se tarda un cajero/a de Banesco S.A. cuando usted realiza un pago, un depósito o un retiro de dinero?
- a) Si
 - b) No
- 18) ¿Banesco S.A. cumple con la promesa de servicios, es decir, cuando promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace?
- a) Si
 - b) No
- 19) ¿Frente a un problema, la gestión de nuestro personal para resolverle le resultó?
- a) Excelente
 - b) Muy bien
 - c) Bien

- d) Suficientemente
- e) No suficientemente

20) ¿Banesco S.A le brinda una grata experiencia a los clientes que visitan o requieren por primera vez algún servicio?

- a) Si
- b) No

21) ¿Cree usted que Banesco procura atender a los clientes en el menor tiempo posible?

- a) Si
- b) No

22) ¿El banco da a su cliente una atención individualizada?

- a) Si
- b) No

23) ¿Cómo es la calidad de nuestra atención en comparación con los otros bancos?

- a) Mucho mejor
- b) Un poco mejor
- c) Igual
- d) Un poco peor
- e) Mucho peor

24) ¿Los ejecutivos de negocios presentan conocimiento suficiente para responder a las preguntas surgidas al momento de solicitar algún servicio?

- a) Si
- b) No

25) ¿Cuál es su evaluación total sobre nuestro banco?

- a) Excelente
- b) Muy bien
- c) Bien
- d) Suficientemente
- e) No suficientemente