



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y
FINANZAS

“LA MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL ÁREA DE
RECLAMOS EN UNA ENTIDAD FINANCIERA (EN EL PERÚ ZONA
LIMA-SUR EN EL PERIODO COMPRENDIDO ENTRE
SEPTIEMBRE A DICIEMBRE 2020)”

Tesis para optar el título profesional de:
Licenciado en Administración y Finanzas

Presentado por:
Alberto Mauricio Sáenz Bertrán (0000-0003-3659-072X)

Asesor:
Edwin Paul Prado Cominges (0000-0002-0973-7098)

Lima – Perú
2021

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Lima, 13 de setiembre de 2021 **«FSUS»**

Los integrantes del Jurado de tesis:

Presidente	FÉLIX JOSÉ COLINA YSEA
Miembro 1	NELLY ALBINA MIRANDA TEJEDO
Miembro 2	OMAR ROSALES DIAZ

Se reúnen para evaluar la tesis titulada:

“LA MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL ÁREA DE RECLAMOS EN UNA ENTIDAD FINANCIERA (EN EL PERÚ ZONA LIMA-SUR EN EL PERIODO COMPRENDIDO ENTRE SEPTIEMBRE A DICIEMBRE 2020)”

Presentado por el(la) bachiller.

ALBERTO MAURICIO SÁENZ BERTRÁN

Para optar al título profesional de

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

Asesorado(a) por:

EDWIN PAUL PRADO COMINGES

Luego de haber evaluado el informe final de tesis y evaluado el desempeño de(l) (los) estudiante de la Carrera de **Administración y Finanzas** en la sustentación, concluyen de manera unánime (x) por mayoría simple () calificar a:

Tesista:	ALBERTO MAURICIO SÁENZ BERTRÁN		
Nota (en letras):	Catorce		
Aprobado (x)	Aprobado - Muy buena ()	Aprobado - Sobresaliente ()	Desaprobado ()

Los miembros del jurado firman en señal de conformidad.



FÉLIX JOSÉ COLINA YSEA
Presidente(a) del Jurado



EDWIN PAUL PRADO COMINGES
Asesor(a)



NELLY ALBINA MIRANDA TEJEDO
Miembro 1



OMAR ROSALES DIAZ
Miembro 2

Dedicatoria

Le dedico este trabajo a mi esposa quien me ayudó en el proceso y elaboración de este artículo científico.

Agradecimientos

Agradezco a mi asesor de tesis Edwin Paul Prado Cominges por haberme apoyado con sus consejos y enseñanzas.

La Mejora en Atención al Cliente en el Área de Reclamos en una Entidad Financiera (en el Perú zona Lima-Sur en el periodo comprendido entre septiembre a diciembre 2020)”

Alberto Mauricio Sáenz Bertrán¹, Edwin Paul Prado Cominges ^{2*}

RESUMEN

La actual indagación tuvo como finalidad determinar si la mejora en el área de atención al cliente de una entidad financiera en el Perú, tendría un impacto en la gestión del área de reclamos, para esto se revisó la información de clientes que formalizaron sus reclamaciones o quejas con diferentes motivaciones durante el último trimestre del año 2020.

Se contempló un enfoque cuantitativo, un diseño explicativo no experimental y de tipo relacional puesto que se persigue evidenciar la relación que existe entre las variables a través de los resultados del uso de la herramienta SERVQUAL (Service Quality), validada por expertos y en una matriz de indicadores.

Se consideró una muestra de 100 clientes y se aplicó una encuesta con las dimensiones: Calidad en la atención, Capacidad de respuesta en el servicio, Desempeño del personal y Gestión de reclamos; obteniéndose un resultado final de 0.892, concluyendo que se muestra consistencia (Alfa de Cronbach), corroborando lo advertido por algunos autores como Oviedo & Campo Arias (2005) que señalan que un valor entre 0.7 y 0.9 refleja consistencia y confirma las hipótesis realizadas sobre la investigación.

Como conclusión, los hallazgos indican que existe relación directa entre la mejora en los indicadores en el área de reclamos y la optimización de los indicativos en la atención al cliente debido a que como se señala en la investigación la apreciación de los clientes sobre la cualidad en la atención se sostiene sobre las dimensiones revisadas en la encuesta.

Palabras claves: Entidades financieras, atención al cliente, reclamos.

¹ Administración y Finanzas, 4200920195@cientifica.edu.pe, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Científica del Sur. Lima, Perú.

² Docente investigador asociado, epradoco@cientifica.edu.pe. Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Científica del Sur. Lima, Perú.

* Corresponding Author: epradoco@cientifica.edu.pe

La Mejora en Atención al Cliente en el Área de Reclamos en una Entidad Financiera (en el Perú zona Lima-Sur en el periodo comprendido entre septiembre a diciembre 2020)”

Alberto Mauricio Sáenz Bertrán³, Edwin Paul Prado Cominges ^{4*}

ABSTRACT

This inquiry aimed to establish whether the improvement in the customer service area of a financial institution in our country would have an impact on the management of the claims area. For this it was reviewed the information of customers who formalized their claims or complaints with different motivations during the last quarter of 2020.

For this purpose, a qualitative approach, a non-experimental explanatory design and relational type were contemplated, since it is intended to demonstrate the relationship between the variables through the results of the use of the expertly validated SERVQUAL (Service Quality) tool and an array of indicators.

It was considered a sample of 100 customers and a survey was applied with the dimensions: Service Quality, Service Responsiveness, Staff Performance and Complaint Management; obtaining a final result of 0.89, concluding that it shows consistency (Cronbach's Alpha), corroborating what was warned by some authors such as Oviedo & Campo Arias (2005) who point out that a value between 0.7 and 0.9 reflects consistency and confirms the hypotheses made on the research

In conclusion, the findings indicate that there is a direct relationship link between improving indicators in the area of complaints and improving indicators in customer service because as noted in the research, customers' perception of quality of care is based on the dimensions reviewed in the survey

Key words: Financial institutions, customer service, claims.

³ Administración y Finanzas, 4200920195@cientifica.edu.pe, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Científica del Sur. Lima, Perú.

⁴ Docente investigador asociado, epradoco@cientifica.edu.pe. Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Científica del Sur. Lima, Perú.

* Corresponding Author: epradoco@cientifica.edu.pe

INTRODUCCIÓN

Durante las últimas décadas las entidades financieras en el Perú han tomado mayor atención en contar con procesos adecuados que permitan agilizar tiempos y que vayan de la mano con un recurso humano capacitado y motivado; si bien es cierto, el servicio ofrecido por estas entidades en su mayoría es automatizado, no todo se puede automatizar, lo que exige una revisión constante ya que éstas desempeñan un rol fundamental en el crecimiento de nuestro País y de cada individuo.

Entre todos los avances del sector se presentan con fuerza las nuevas tecnologías de información como el e-banking y el marketing financiero, éstas se han convertido en las principales estrategias de cara al cliente generando un vínculo a través de una correcta gestión, bien lo señala Castello (2007); quien analiza varios conceptos sobre Banca; se debe tener como objeto el valorar el trato personalizado y la calidad de servicio, evaluando además la oferta de productos y servicios financieros que se adapten a las necesidades de la clientela, las condiciones en el mercado bancario y los servicios financieros.

La mejora en la atención al cliente y de los procesos implica una serie de cambios como parte de un sistema de gestión integral, por otro lado, la motivación y la constante capacitación al personal de atención, muestra un patrón en la cultura de las entidades; pues bien, se sabe que la falta de intervención o de acción sobre los problemas en la calidad de atención suelen terminar en quejas o reclamos. En este contexto, Puente y López (2007) en sus publicaciones de investigación sobre los reclamos, mencionan según fuente Johnston (2001), Johnston y Mehra (2002), Tax y Brown (1998) y Kim et al. (2003) que existen requisitos organizacionales para el correcto manejo de reclamos: contar con estructuras flexibles que permitan tener capacidad de respuesta, canales de atención, sistemas para procesar información, tecnología, indicadores, compensaciones, entre otros. García (2015), alude que la Gestión de reclamos y quejas conviene su enfoque en solucionar los problemas de los clientes y usuarios de la organización llevando una administración eficiente y potenciando la fidelidad del cliente versus la competencia.

Como se detalla en el ISO 10002 – Gestión de reclamaciones y Quejas - es de suma importancia el buscar lograr utilidades tanto para los clientes como para las instituciones o entidades, esto se obtiene a través de un adecuado sistema de gestión y una participación conjunta de toda la organización que tendrá como resultado la satisfacción de los usuarios y una mejora continua respecto a los procesos internos que no solo ayuden a reducir los reclamos o quejas sino a prever o minimizar problemas de manera general.

El significado de la calidad sobre la atención puede ser subjetiva y depende de la percepción de cada individuo, sin embargo, es un hecho probado que el desarrollo de ciertas habilidades en el personal que atiende al cliente tanto como la empatía, paciencia, comunicación clara, conocimiento del tema y manejo de situaciones ayuda a que las expectativas de éstos sean superadas, si el personal trasmite una actitud positiva y complace las necesidades del cliente puede lograr que permanezca en la empresa o

regrese, Regalado (2015). Otros autores señalan que la calidad se puede dividir en 3 elementos básicos: la calidad técnica; que es lo que reciben versus lo que se ofrece; la calidad funcional; que es la experiencia que tiene el cliente en relación a la interacción con el personal que lo atendió; y la imagen que tiene relación directa con la imagen corporativa, detalles incluidos en Modelo Servqual (Grönroos 1984).

Las exigencias de los clientes han ido en aumento tal y como lo señalan Sánchez, Arce, Ramírez y Hernández (2016) que consideran que esto sumado al surgimiento de competencias, tecnologías en procesos y sistemas hace que la satisfacción del cliente sea decisiva para la subsistencia de cualquier organización. Por su parte, Calabuig, Crespo y Mundina (2017) mencionan que la satisfacción del cliente alcanza a definirse al comparar las expectativas versus las percepciones de la calidad del servicio recibido. Para la medición de la calidad Valdivia (2015) advierte que debe hacerse una evaluación periódica a través de una mejora continua.

Toda organización debe brindar interés a las necesidades de sus clientes tal y como detalla Prieto (2015), quien señala que no sólo escuchando a los clientes se puede obtener información sobre las fallas en la prestación del servicio, sobre la calidad que recibe versus sus expectativas y sobre sus necesidades, lo que finalmente debería impulsar replanteamientos para la organización.

Muchos autores y expertos tienen una opinión sobre la calidad y servicio al cliente, pero es clara la permanencia de la concepción de la visión de Serna (2016), que tiene un concepto tradicional que describe que la complacencia de las necesidades y expectación que encierra un servicio al cliente orientado a anticiparse y generar valor, busca fidelidad y permanencia, así como generar intereses para nuevos clientes.

Por su parte la norma ISO 9001 – Gestión de calidad - confirma que la búsqueda y la mensuración de la satisfacción de la clientela se fundamentan en la comprobación de la indagación concerniente con la misma, y que el acopio de esta indagación debe ser activa o pasiva. Señala además que se obliga a recordar los diversos medios de indagación, y tener que instaurar sucesiones eficientes para compilarla. Entre la indagación sobre la satisfacción del cliente se poseen los sondeos atestados por el cliente, las querellas presentadas, criterios del cliente sobre los productos, condiciones y referencias de su pacto, exigencias de la contratación, por señalar otras.

La presente indagación busca determinar si la mejora en la atención al cliente en una entidad financiera en el Perú tendrá un impacto positivo en el área de reclamos, se revisó información de entidades financieras del sector y la evaluación de estrategias y modelos de gestión; como mejorar la capacitación del personal, realizar evaluaciones constantes para mantener motivado al personal, realizar entrevistas y encuestas para medir la percepción de los clientes y la revisión periódica de procesos internos con el fin de encontrar oportunidades de mejora con la retroalimentación de los clientes y colaboradores.

Planteamiento del Problema

El problema identificado y materia de la presente indagación ha sido establecer la relación directa que existe entre el área de atención al cliente de una entidad financiera en el Perú y su área de reclamos. Para validar la relación entre ambas variables ha sido necesario revisar su naturaleza y la importancia de la calidad en la atención de las mismas no solo en Perú sino en el mundo.

Es necesario señalar que en la actualidad y no exclusivamente por la situación económica del Perú sino por diferentes factores que se originaron durante el estado de emergencia e incluso antes, podemos decir que las entidades financieras desempeñan un rol fundamental para cada individuo en nuestra sociedad. Por lo cual, es necesario se estudien las necesidades particulares y riesgos que se evidencian en quejas y reclamos sobre mala calidad en la atención, operaciones no reconocidas, métodos de cobranza considerados “abusivos”, tiempos de espera en respuesta, cobro de intereses sobre intereses, reestructuraciones no concretas entre otros, todos son elementos a tomarse en cuenta en consideración a las buenas prácticas en una entidad financiera.

En el mercado financiero es frecuente referirnos a conflictos o problemas entre usuarios y entidades financieras; es sinónimo de hablar de controversias, limitaciones, prejuicios y relaciones que se han mantenido desde la existencia de estas últimas; muchos de estos se originan por la falta de atención del personal que trabaja en dichas entidades, pasando por los errores, políticas internas, intereses particulares, desconocimiento, procesos obsoletos, falta de tecnología de la información para su aplicación, entre otros.

La mayoría de quejas y reclamos en las entidades financieras de Perú tienen que ver con diferentes inconvenientes o desacuerdos de los clientes respecto a los productos o servicios ofrecidos, tales como: tarjetas de crédito, préstamos, seguros, mala información, desinformación, calidad en la atención, operaciones no aceptadas, métodos de cobranza arbitrarios, modificaciones en los contratos, fallas en los canales de atención, problemas de TI entre otros. Durante años estas entidades han servido de sostén y vienen siendo supervisadas por las entidades encargadas de su fiscalización, es ahí donde se origina que cada año se trabajen en brindar mejores opciones a los clientes.

La Superintendencia de Banca, Seguros y AFP regula el actuar de las entidades financieras en el Perú, las regulaciones sobre los contratos en referencia, la transparencia en obligaciones, información y derechos debe ser de fácil entendimiento para el usuario con conocimiento medio del tema.

En un contexto global en el que los usuarios tienen el derecho y la libertad de poder elegir a la entidad financiera que los ayude a cubrir sus necesidades y le brinde facilidades para una continuidad sobre lo requerido, siguen ocurriendo reclamos respecto a la atención recibida, tal como se puede ver en el índice de reclamos de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) para el año 2020. En consecuencia, muchos consumidores se ven afectados y sufren ante al avance de lo estipulado en sus contratos o documentos ya que deben cumplir con sus obligaciones, esta situación es

similar en el mundo lo que muestra que el problema no es solo funcional u operativo, sino que influyen intereses particulares; bajo la percepción de muchos, sobre todo los del mercado o País.

Es fundamental tener en cuenta que las entidades financieras no solo sobreviven en el mercado porque brindan productos que las personas necesitan para subsistir y generar ingresos, también sirven para generar excedentes de liquidez buscando obtener retornos por el dinero que mantienen en las cuentas de las mismas, sin embargo, al igual que para los diferentes servicios los usuarios tienen la libertad de poder elegir la mejor opción, sin embargo, en cualquiera de sus formas pueden generar disconformidades o malestar en los usuarios lo que finalmente se solidifican en quejas o reclamos.

En la actualidad, la atención al cliente y la calidad del servicio son lo más importante para toda organización; por lo mismo, es una preocupación constante que obliga a las mismas a mantener una revisión continua sobre los procesos y procedimientos de quejas y reclamaciones; ante un mundo cambiante los clientes tienen la libertad de poder elegir entre las diferentes opciones del mercado y es por eso, que resulta importante medir el grado de satisfacción de los mismos, así como contar con aspectos que les permita sentirse bien atendidos. De igual forma, mantener motivado y capacitado al personal para que tenga capacidad de respuesta en un tiempo aceptable que denote un correcto desempeño, para esto los colaboradores deberán desempeñarse con cierta eficiencia y con buen manejo de la información; elementos que mejoran de manera inmediata la percepción de los clientes respecto al servicio brindado.

El hablar de una adecuada gestión de reclamos, afianza un correcto manejo sobre las disconformidades de los clientes ante cualquier escenario que pueda ocurrir respecto a un servicio o producto ofrecido por las entidades financieras, esto implica que existan políticas internas que no solo contemplen protocolos de atención sino tiempos y soluciones concretas, reales y efectivas de cara al cliente tales como: coordinadores y lineamientos sobre plazos y tipos de reclamos, alternativas de solución, opciones de conciliación, acuerdos y facilidades según corresponda, controles sobre el cumplimiento de pactos o normativas, entre otras.

Todos los elementos mencionados mostraran como consecuencia un impacto positivo en la percepción de los clientes.

MÉTODOS

En la elaboración de la actual indagación se trabajó con un diseño explicativo no experimental, tipo correlacional, nivel relacional, corte transversal, enfoque cuantitativo y método hipotético deductivo.

La indagación se llevó a cabo con un diseño explicativo no experimental ya que no se han manipulado las variables consideradas, sino que se ha realizado a través de la observación de los fenómenos que han venido ocurriendo a través de los años en los departamentos de reclamos de las diferentes entidades financieras, esto para identificar las causas básicas y armar un plan de mejoramiento continuo. Se ha considerado el estudio tipo correlacional nivel relacional debido a la aplicación de las variables presentadas y la relación estadística entre ellas; para este caso la relación entre la variable independiente (mejora en la atención en una entidad financiera) y la variable dependiente (área de reclamos) validó el resultado causa efecto que muestra que al mejorar la atención y calidad en una entidad financiera existiría un impacto directo en el área de reclamos de la misma. Se utilizó para ambos la herramienta SERVQUAL que como resultante no solo mostró la relación entre las variables sino entre los indicadores. De tal forma, Hernández, Fernández y Baptista (2016) señalan un tipo correlacional, el que tiene como finalidad conocer la relación entre dos o más conceptos, variable o categorías en diversos contextos.

Por su lado, corte transversal debido a que la indagación se hizo en un periodo y población determinada, todas con similitudes considerando las mismas variables; enfoque cuantitativo porque se demostraron a través de la recolección de datos obtenidos en las encuestas utilizando el coeficiente de correlación de Rho de Spearman; método deductivo ya que la indagación ha buscado partir desde generalidades del sector, historia, casos y experiencias propias hacia casos particulares considerando su practicidad para obtener resultados y las consecuencias que las propuestas generarían teniendo en cuenta las hipótesis formuladas.

Considerando lo anterior, los resultados para la presente indagación se obtuvieron del análisis del entorno y de la recolección de datos de usuarios que formalizaron reclamos con motivaciones afines y con equivalentes respuestas.

Población

La población está conformada por 135 reclamos interpuestos por clientes en una entidad financiera en el Perú, revisada mediante la fórmula para poblaciones finitas:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{E^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

- N = Población finita (135) reclamos,
- Z = Nivel de confianza 95% = (1.96), x
- p = Probabilidad de acierto (50%),
- q = Probabilidad de fracaso (50%),
- E = Error (5%) y
- n = Muestra (definida x la selección)

En consecuencia, el tamaño de muestra correspondió a 100 reclamos interpuestos en una entidad financiera en el Perú, los cuales fueron elegidos al azar y delimitados por aquellos que presentaron un reclamo durante el periodo comprendido entre septiembre y diciembre 2020 y en agencias de Lima-Sur. El método de selección para esta muestra fue un muestreo probabilístico.

El cuestionario estuvo conformado por 12 preguntas, las cuales fueron formuladas para medir la variable “mejora en la atención al cliente” y la variable “área de reclamos”, considerando que 9 de las 12 preguntas conciernen a las dimensiones Calidad en la atención, Capacidad de respuesta y Desempeño de personal, según lo señalado por Pérez (2016) y que los 3 restantes conciernen a la dimensión Gestión de reclamos según lo señalado por Herrera (2016).

En la **Tabla 1** se puede verificar la validación del instrumento, la misma que se trabajó a través de la escala de Likert listada del 1 al 4, según detalle: Totalmente de acuerdo (04); Parcialmente de acuerdo (03); Parcialmente en desacuerdo (02); Totalmente en desacuerdo (01).

Tabla 1: Baremo – Escala de Likert

Puntuación	Sigla	Calificación
4	T.A	Totalmente de acuerdo
3	A	Parcialmente de acuerdo
2	I	Parcialmente en desacuerdo
1	D	Totalmente en desacuerdo

Fuente(s): Confección Propia

En la **Tabla 2** se puede verificar la validación del instrumento a través de la técnica juicio de expertos, la confiabilidad se analizó utilizando el indicador Alfa de Cronbach (α) el cual permite medir la consistencia interna y validar la información recabada para concluir los resultados sin errores, obteniéndose un resultado de 0.892, lo que representa una alta credibilidad de la herramienta.

Tabla 2: Estadístico de fiabilidad del Instrumento

Estadístico de Fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N° de Preguntas
0.892	12

Fuente (s): Elaboración Propia

Las variables cuantitativas fueron analizadas y procesadas utilizando pruebas de bondad de ajuste, tendencia, frecuencias, porcentajes y tablas cruzadas; además, fueron empleadas correlaciones no paramétricas, utilizando la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov, siendo el tamaño de la muestra es mayor a 50 elementos y de esa manera establecer el coeficiente a emplear, por último, se analizó la data utilizando el coeficiente de correlación de Rho de Spearman.

RESULTADOS

a. Análisis estadístico de la muestra

En la presente indagación se consideró una muestra aleatoria de 100 clientes que ingresaron reclamos en diferentes agencias de una entidad financiera en el Perú zona Lima-Sur en el periodo comprendido entre septiembre a diciembre 2020, con una muestra total de 135 reclamos ingresados.

b. Prueba de normalidad

En la **Tabla 03**, se empleó la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov⁵ mediante el cual se determinó que los datos no siguen una distribución normal, dada la característica cuantitativa de las variables.

Además, se usaron las siguientes hipótesis:

- Si el p valor (sig) es menor o igual al nivel de significancia, entonces se rechaza la Ho.
- Si el p valor (sig) es mayor al nivel de significancia, entonces no se rechaza la Ho.

Ho:

La suma de los puntajes obtenidos en las dimensiones Calidad de la atención, Capacidad de respuesta, Desempeño de personal y Gestión de reclamos presentan distribución normal.

H₁:

La suma de los puntajes obtenidos en las dimensiones Calidad de la atención, Capacidad de respuesta, Desempeño de personal y Gestión de reclamos no presentan distribución normal.

En consecuencia, al verificarse como resultado que el p valor (sig) es igual a 0,001 (< a 0,05) se procede a rechazar la hipótesis nula; e tal manera, concluimos que la suma de puntajes en las dimensiones Calidad de la atención, Capacidad de respuesta, Desempeño de personal y Gestión de reclamos no presenta distribución normal.

Tabla 3: Prueba de normalidad

Dimensiones	Kolmogorov-Smirnova		
	Estadístico	gl	Sig.
Suma de puntajes obtenidos en la dimensión Calidad de la atención	,126	100	,000
Suma de puntajes obtenidos en la dimensión capacidad de servicio	,167	100	,000
Suma de puntajes obtenidos en la dimensión Desempeño del personal	,121	100	,001
Suma ded puntajes obtenidos en la dimensión gestión de reclamos	,193	100	,000

Fuente(s): Tomado del SPSS v25

⁵ Dado que los datos utilizados son mayores a 50

c. Prueba de relación de hipótesis general

Para la hipótesis general se muestran los resultados de la aplicación y procesamiento de la información obtenida con los instrumentos diseñados en el marco de la actual indagación, el objetivo general resolverá la conexión entre la variable independiente (mejora en la atención en una entidad financiera) y la variable dependiente (área de reclamos), con lo que se busca obtener una respuesta y validar la relación en referencia a la hipótesis general de la matriz de consistencia.

Objetivo general:

Establecer si la mejora en el área de atención al cliente de una entidad financiera tendrá un impacto en el área de reclamos.

Hipótesis general:

La mejora en el área de atención al cliente en una entidad financiera tiene un impacto en el área de reclamos.

En la **Tabla 04**, se precisa la solución obtenida en relación al objetivo general, acorde con la prueba de hipótesis en la tabla de correlación, la mejora en la atención al cliente y su conexión con la gestión de reclamos.

El coeficiente de correlación de Rho de Spearman (utilizado cuando las variables son números ordinales) y que es de 0.656 que corresponde a una correlación positiva moderada y el p-valor es 0.001 inferior al 0.05 se obtiene que como resultante signo positivo indica una relación directa, es decir, a mayor mejor en la atención al cliente mayor Gestión de reclamos y viceversa.

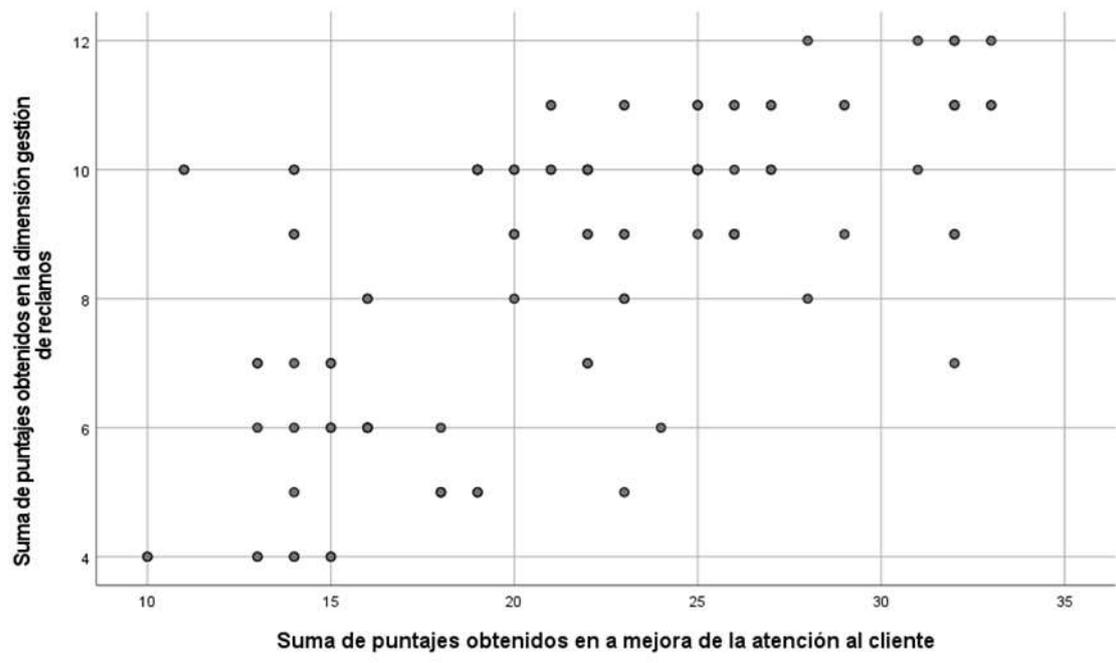
Tabla 4: Prueba de relación de hipótesis general (mejora en la atención al cliente y gestión de reclamos)

		Correlaciones		
			Suma de puntajes obtenidos en la mejora en la atención al cliente	Suma de puntajes obtenidos en la gestión de reclamos
Rho de Spearman	Suma de puntajes obtenidos en la mejora en la atención al cliente	Coefficiente de correlación	1,000	,656**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	100	100
	Suma de puntajes obtenidos en la gestión de reclamos	Coefficiente de correlación	,656**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	100	100

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente(s): Elaboración Propia mediante el software IBM SPSS statistics v25.

Tabla 5: Gráfico de la prueba de relación de hipótesis general (mejora en la atención al cliente y gestión de reclamos)



Fuente(s): Elaboración Propia mediante el software IBM SPSS statistics v25.

Objetivo específico 1:

Determinar como la mejora en la calidad dentro de la atención al cliente en una entidad financiera tendrá un impacto en el área de reclamos.

Hipótesis específica 1:

La mejora de la calidad dentro de la atención al cliente en una entidad financiera tendrá un impacto en el área de reclamos.

En la **Tabla 06**, se precisa la solución obtenida en relación al objetivo específico1, acorde con la prueba de hipótesis en la tabla de correlación, la dimensión calidad en la atención y su conexión con la gestión de reclamos. El coeficiente de correlación de Rho de Spearman (utilizado cuando las variables son números ordinales) es de 0.675 que corresponde a una correlación positiva moderada y el p-valor es 0.001 inferior al 0.05 se obtiene que como resultante signo positivo indica una relación directa, es decir, a mayor calidad en la atención mayor Gestión de reclamos y viceversa.

Tabla 6: Prueba de relación de hipótesis específica 1 (calidad en la atención y gestión de reclamos)

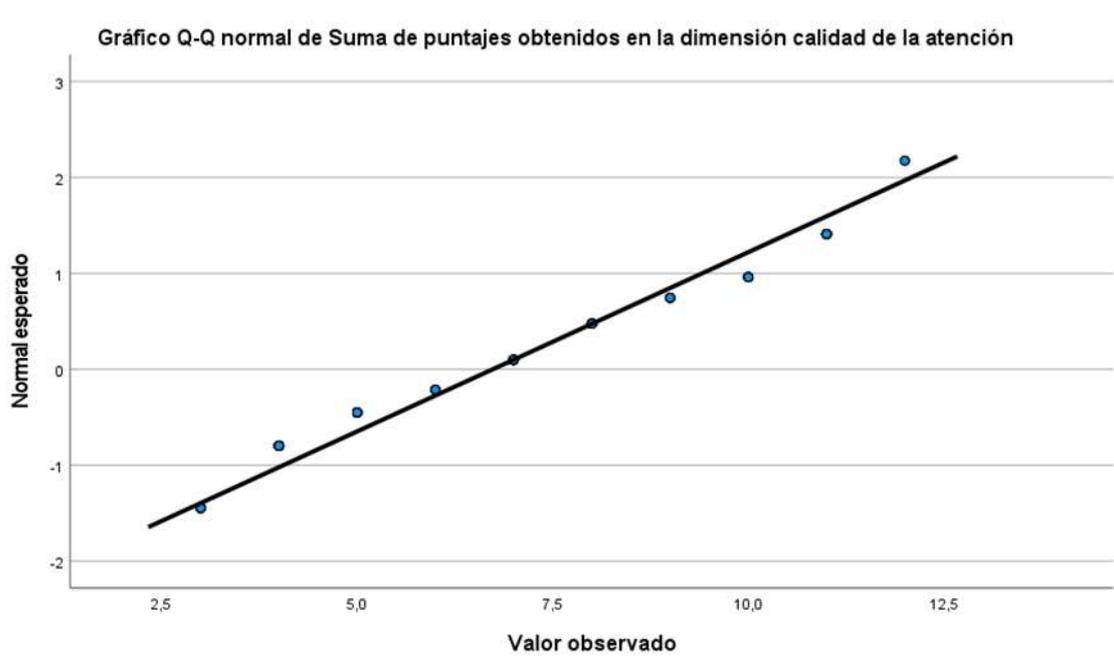
Correlaciones

			Suma de puntajes obtenidos en la dimensión calidad en la atención	Suma de puntajes obtenidos en la dimensión gestión de reclamos
Rho de Spearman	Suma de puntajes obtenidos en la dimensión calidad en la atención	Coefficiente de correlación	1,000	,675**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	100	100
	Suma de puntajes obtenidos en la dimensión gestión de reclamos	Coefficiente de correlación	,675**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.	
	N	100	100	

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

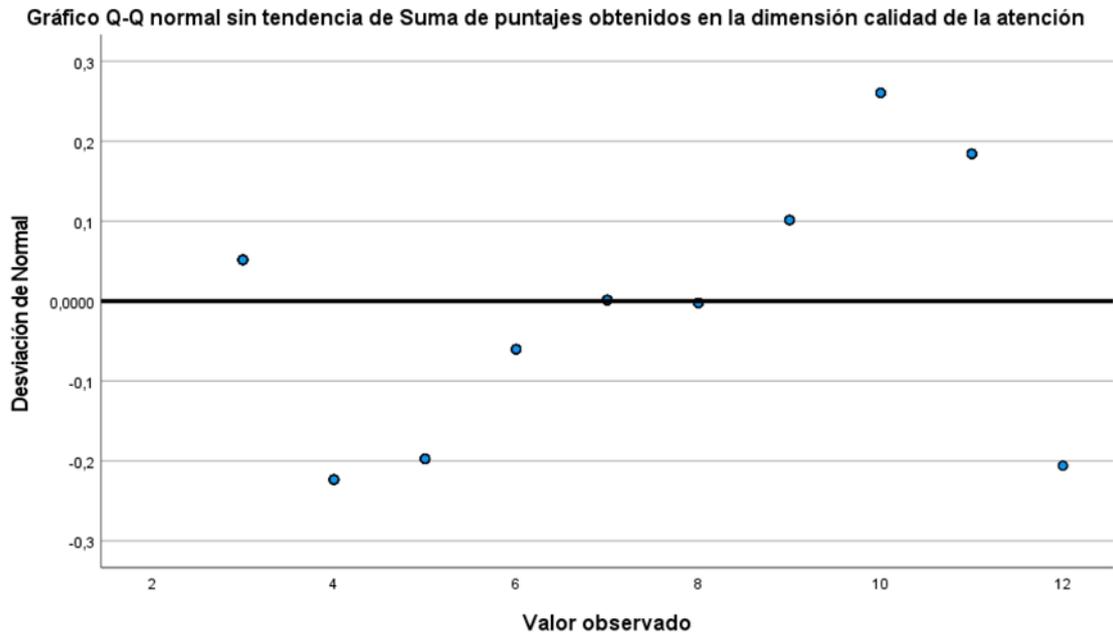
Fuente(s): Elaboración Propia mediante el software IBM SPSS statistics v25.

Tabla 7: Gráfico de la prueba de relación de hipótesis específica 1 (calidad en la atención y gestión de reclamos)



Fuente(s): Elaboración Propia mediante el software IBM SPSS statistics v25.

Tabla 8: Gráfico de la prueba de relación (Q-Q) de hipótesis específica 1 (calidad en la atención y gestión de reclamos)



Fuente(s): Elaboración Propia mediante el software IBM SPSS statistics v25.

Objetivo específico 2:

Determinar como la Capacidad de respuesta dentro de la mejora en la atención al cliente tendrá un impacto en el área de reclamos.

Hipótesis específica 2:

La mejora en la Capacidad de respuesta dentro de la atención al cliente tendrá un impacto en el área de reclamos.

En la **Tabla 09**, se detallan los resultados obtenidos en relación al objetivo específico 2, acorde con la prueba de hipótesis en la tabla de correlación, la dimensión Capacidad de respuesta en el servicio y su conexión con la gestión de reclamos. El coeficiente de correlación de Rho de Spearman (utilizado cuando las variables son números ordinales) es de 0.387 que atañen una correlación positiva baja y el p-valor es 0.000 inferior al 0.05. se obtiene que como resultante signo positivo nos indica relación indirecta; es decir, a mayor Capacidad de respuesta en el servicio menor Gestión de reclamos y a menor Capacidad de respuesta en el servicio mayor gestión de reclamos.

Tabla 9: Prueba de relación de hipótesis específica 2 (Capacidad de respuesta en el servicio y gestión de reclamos)

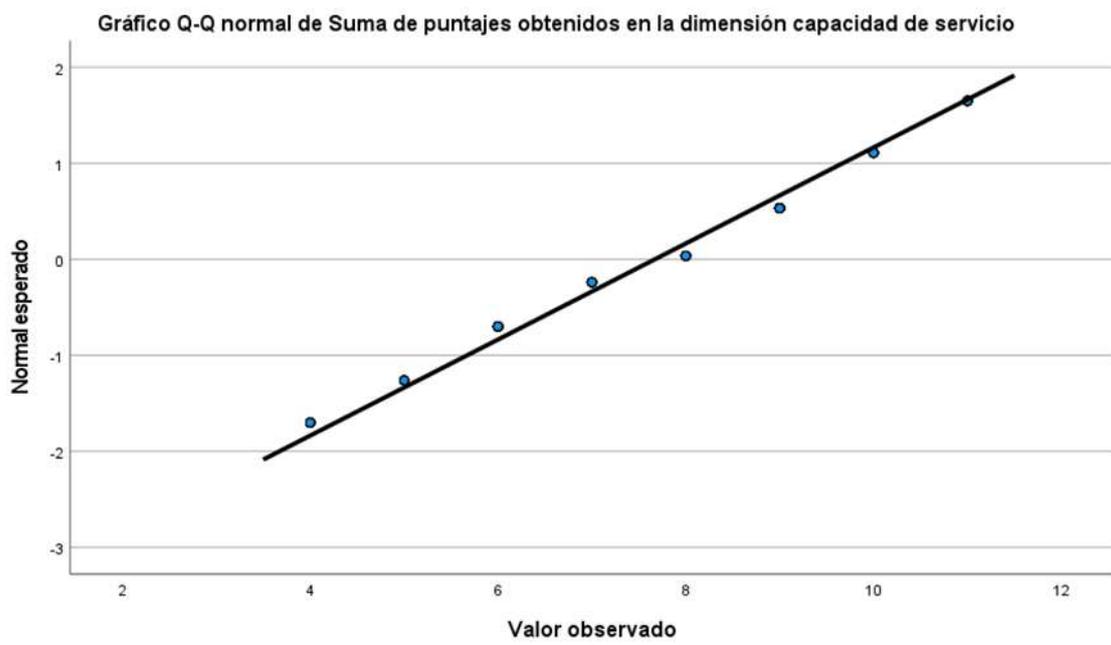
Correlaciones

			Suma de puntajes obtenidos en la dimensión capacidad de servicio	Suma de puntajes obtenidos en la dimensión gestión de reclamos
Rho de Spearman	Suma de puntajes obtenidos en la dimensión capacidad de servicio	Coefficiente de correlación	1,000	,387**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	100	100
	Suma de puntajes obtenidos en la dimensión gestión de reclamos	Coefficiente de correlación	,387**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	100	100

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

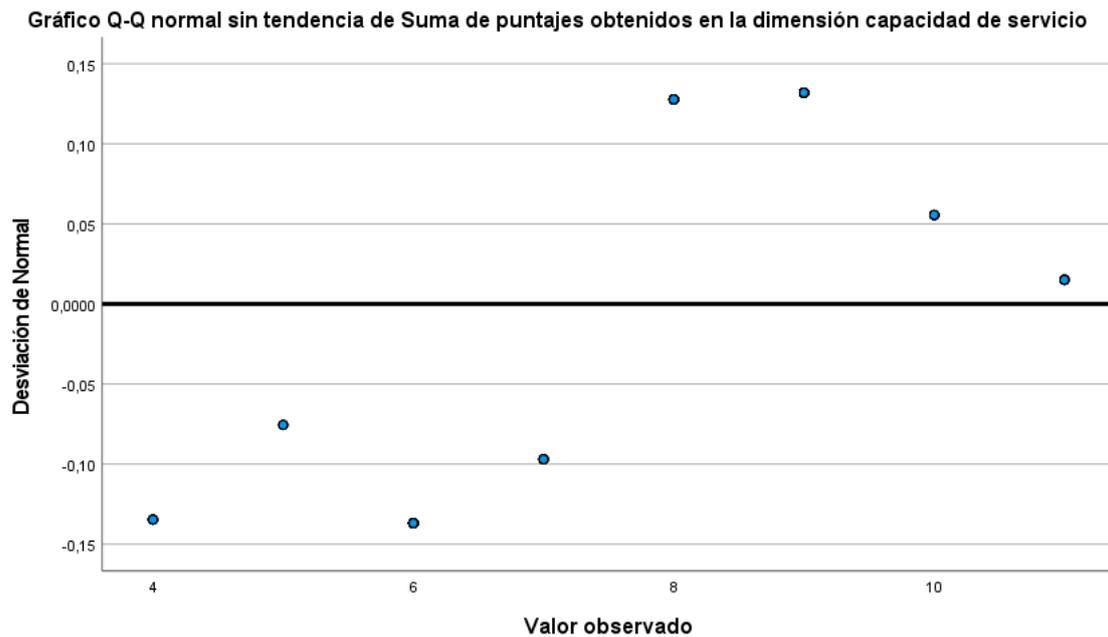
Fuente(s): Elaboración Propia mediante el software IBM SPSS statistics v25.

Tabla 10: Gráfico de la prueba de relación de hipótesis específica 2 (Capacidad de respuesta en el servicio y gestión de reclamos)



Fuente(s): Elaboración Propia mediante el software IBM SPSS statistics v25.

Tabla 11: Gráfico de la prueba de relación de hipótesis específica 2 (Capacidad de respuesta en el servicio y gestión de reclamos)



Fuente(s): Elaboración Propia mediante el software IBM SPSS statistics v25.

Objetivo específico 3:

Determinar como el Desempeño de personal en el área de atención al cliente tendrá un impacto en el área de reclamos.

Hipótesis específica 3:

La mejora del Desempeño de personal en el área de atención al cliente tendrá un impacto en el área de reclamos.

En la **Tabla 12**, se precisa la solución obtenida en relación al objetivo específico 3, acorde a la prueba de hipótesis en el cuadro de correlación, la dimensión Desempeño del personal y su conexión hacia la gestión de reclamos. El coeficiente de Spearman (utilizado cuando las variables son números ordinales) es de 0.669 que corresponde a una adecuación positiva moderada y el p-valor es 0.001 inferior al 0.05. De tal manera, el signo positivo nos indica relación directa; es decir, a mejor Desempeño del personal mayor Gestión de reclamos y viceversa.

Tabla 12: Prueba de relación de hipótesis específica 3 (Desempeño del personal y gestión de reclamos)

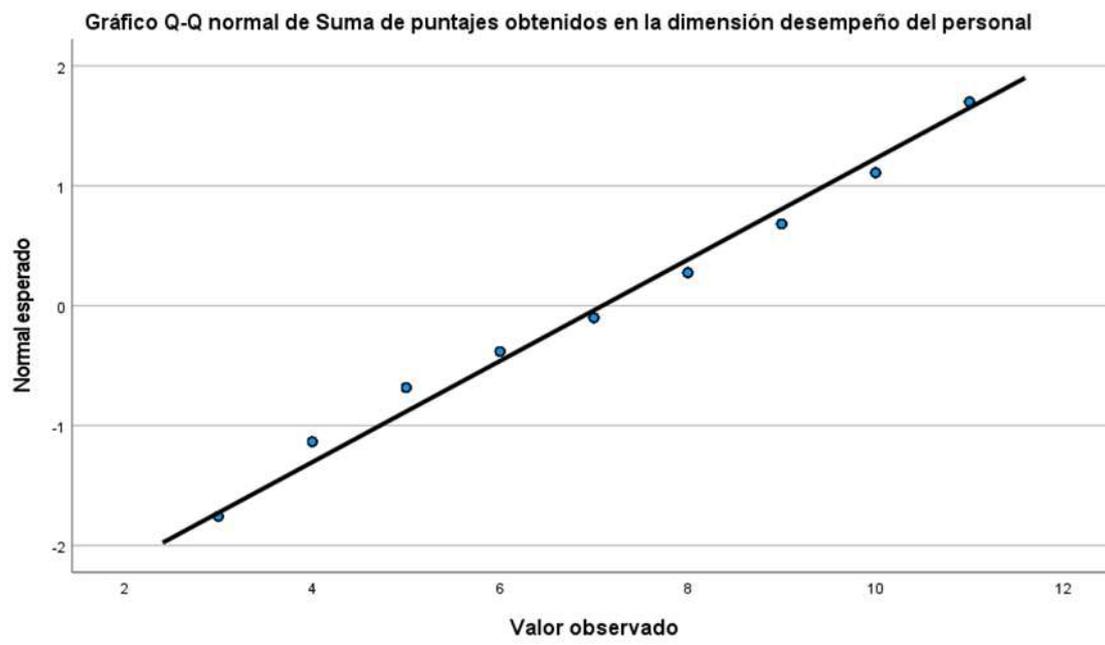
Correlaciones

			Suma de puntajes obtenidos en la dimensión Desempeño del personal	Suma de puntajes obtenidos en la dimensión gestión de reclamos
Rho de Spearman	Suma de puntajes obtenidos en la dimensión Desempeño del personal	Coefficiente de correlación	1,000	,669**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	100	100
	Suma de puntajes obtenidos en la dimensión gestión de reclamos	Coefficiente de correlación	,669**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.	
	N	100	100	

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

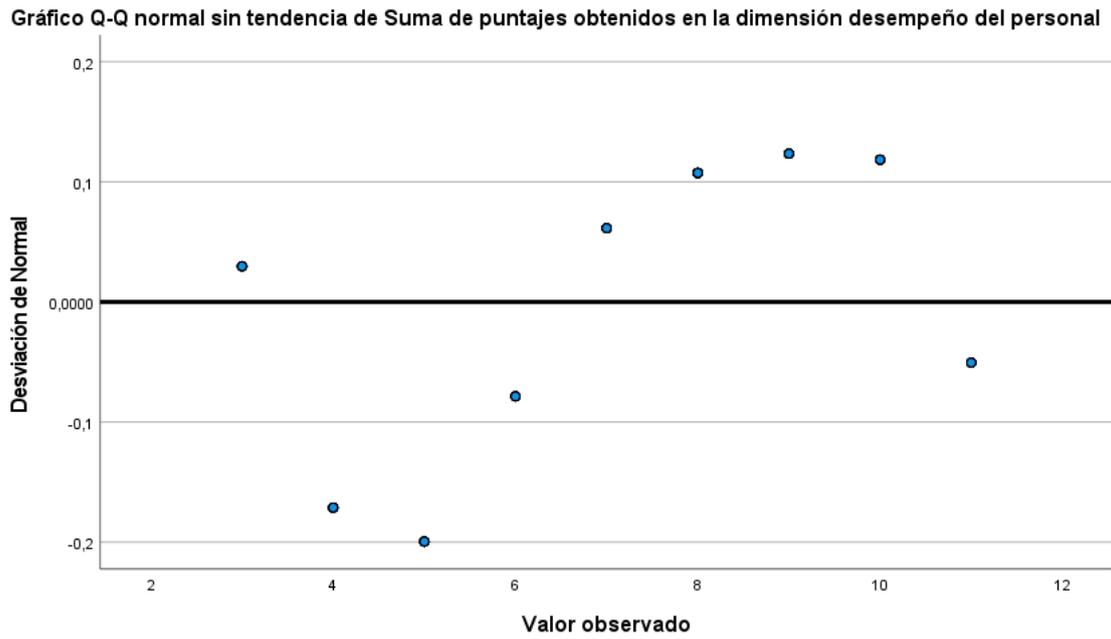
Fuente(s): Elaboración Propia mediante el software IBM SPSS statistics v25.

Tabla 13: Gráfico de la prueba de relación de hipótesis específica 3 (Desempeño del personal y gestión de reclamos)



Fuente(s): Elaboración Propia mediante el software IBM SPSS statistics v25.

Tabla 14: Gráfico de la prueba de relación de hipótesis específica 3 (Desempeño del personal y gestión de reclamos)



Fuente(s): Elaboración Propia mediante el software IBM SPSS statistics v25.

DISCUSIÓN

Sobre el accionar de las entidades financieras en el Perú se ha mencionado en demasía; ahora bien, y los resultados del artículo demuestran, tal y como señala Castello (2017) que es de suma importancia valorar el trato personalizado y la calidad de servicio. Además, la mejora en la atención al cliente, así como todos los procesos que se incluyen dentro de una gestión integral sin dejar de lado la motivación y capacitación de todo el personal involucrado para que así estén alineados con los objetivos de la organización.

Algunos autores podrán opinar que la gestión de reclamos no debería ser una de las principales preocupaciones de estas entidades; sin embargo, si se tuviera un correcto manejo, normas claras y procesos estandarizados, los resultados se reflejarían en su crecimiento y permanencia en el mercado. Por ende, según García (2015), tener una correcta gestión de reclamos y quejas es imperativo, así como mantener la búsqueda continua en la solución de problemas a través de una administración eficiente.

Considerando lo expuesto en el párrafo anterior, tal y como lo menciona Prieto (2015) toda entidad u organización debe preocuparse por los intereses y necesidades de sus clientes y solo es posible identificarlas a través de la escucha y del conocimiento, de esa manera podrán revisar los resultados que obtengan considerando sus expectativas versus su percepción, y la percepción respecto a un servicio o producto es subjetiva, pero hay elementos básicos que influyen en esta, tales como: Capacidad de respuesta, tiempos promedio de atención, empatía, predisposición entre otras.

Editorial Vértice (2019), puntualiza sobre la atención eficaz de reclamaciones y quejas, que una queja puede convertirse en una oportunidad de mejora para lograr satisfacer a los clientes y también para la organización si es que realmente existiera una cultura de sin miedo a represalias. Además, en las investigaciones de Cottle (1991) señala que uno de los principales problemas para las quejas y reclamos es que los clientes perciben no ser atendidos o escuchados, en tal sentido, una queja es un estímulo a que la organización revise sus procedimientos y mejore sus procesos. Asimismo, Castillo (2017), señala que los conflictos básicamente tienen dos orígenes, uno es la organización o institución y el otro es por el individuo, cliente usuario. Por el lado de la organización esto se puede presentar por dificultades en las tareas o actividades de los colaboradores dentro de la organización y sus funciones y por el lado del individuo esto se puede presentar por las diferencias sociales, políticas, culturales y educativas que claramente influyen en la percepción o entendimiento de cada uno. Por otro lado, también señala la importancia que debe tener el correcto manejo de los reclamos y quejas a fin de mejorar el clima laboral y eliminar posibles causas de conflictos resguardando el nivel dentro de lo considerado funcional por lo que deben identificarse como una oportunidad de mejora y verse de manera positiva dentro de la organización.

Por otro lado, la Norma internacional de Normalización ISO (2011) señala en lo descrito en la ISO 9000 que una queja se especifica como la insatisfacción por algún determinado servicio o producto brindado por una organización o empresa, de la cual se espera una pronta atención o solución expresa. Dee, B., Karapetrovic, S. y Webb, K. (2015), señalan

que las normas ISO tienen la intención de alambicar las buenas prácticas internacionales, códigos de conducta y manejo y resolución de quejas y conflictos externos.

En ese sentido para el análisis se ha consultado lo detallado en las ISO 9001:2008 sobre Sistemas de Gestión de la Calidad que como modelo de gestión de la calidad busca enfocarse en los procesos y en la satisfacción de cliente, y en donde la mejora continua debe y puede aplicarse internamente en cualquier organización y en la ISO 10002 sobre Gestión de reclamaciones y Quejas que como modelo busca realzar las diferentes directrices que deben seguirse en toda organización en base a los procesos y controles que ayuden a gestionar quejas y reclamaciones de manera eficiente para lograr la satisfacción de los clientes.

Los resultados del artículo muestran que se logró obtener el objetivo general de la exploración; es decir, se confirmó la conexión entre la mejora en la atención al cliente y la gestión del área de reclamos, esto validado por una relación positiva moderada de (0.656); al respecto, la observación de Cabral (2017) señala que la Gestión de reclamos es un tema primordial para las entidades financieras, buscando una relación entre las variables mejora en atención y gestión de reclamos; al mismo tiempo, García (2014) pudo notar una correlación positiva de la Capacidad de respuesta y la gestión de reclamos. Otros autores desarrollan conceptos en los que se detallan que el Desempeño del personal incrementará los niveles de satisfacción del cliente y su correlación con la gestión de reclamos.

Es fundamental señalar que no solo lo revisado en la presente investigación; entiéndase como lo visto en las dimensiones de las 12 preguntas de la encuesta. Es materia de estudio, evaluación y análisis constante para las organizaciones. Siendo, de vital importancia no solo buscar una mejora continua a través de sus procesos sino también otorgar las herramientas, capacitación y tiempo necesario para que sus colaboradores puedan realizar sus funciones y aplicar esos procedimientos de manera eficiente.

En el caso de la dimensión Capacidad de respuesta y Gestión de reclamos de relación baja, podemos concluir que para que la Capacidad de respuesta de las entidades financieras mejore, se tiene que aplicar que se gestionen los reclamos interpuestos por los clientes; de modo tal, que mejoraría la apreciación que tienen los clientes sobre la Capacidad de respuesta del reclamo. Esta mejora implica tiempos de atención, procesos eficientes y amigables de cara al cliente, así como accesibilidad a canales para todo tipo de cliente para una autogestión.

Respecto al Desempeño del personal en relación a la gestión de reclamos se obtuvo una relación directa respecto a la mejora de la atención en las entidades financieras lo que evidencia una causa efecto.

Para la recopilación de información de la presente investigación se consideró una lista de indicadores para conocer el funcionamiento de la empresa y la encuesta SERVQUAL (Service Quality) que contiene el cuestionario en modalidad Likert que es una medida

psicométrica usada para formularios con la finalidad de valorar el sentir y disposición de los sujetos; para conocer y medir la percepción de los clientes externos.

Para finalizar, acorde con la obtención de resultados en la prueba de correlación el coeficiente de correlación de Rho de Spearman, por intermedio del cual se verificó la validez de una relación entre la variable mejora en la atención al cliente y la variable gestión de reclamos, puesto que el resultado de la sig. (Bilateral) que se obtiene es (0,000), que indica valor menor al borde de yerro aceptable de 0,05. Además, la respuesta de la fórmula de correlación que se obtuvo fue de 0,656, entendiéndose que se da una correlación mayor alta (+). Por consiguiente, logrará evidenciar que tenemos una relación entre la mejora en la atención al cliente y la gestión de reclamos.

CONCLUSIONES

La presente investigación tuvo como objetivo establecer si la mejora en el área de atención al cliente de una entidad financiera en el Perú tendría un impacto en el área de reclamos, se buscó validar información de usuarios a través de una encuesta separada en dimensiones y basada en la herramienta Servqual.

Tras la revisión y con los resultados, se evidencia para la **Hipótesis específica 1** que existe una conexión directa entre la mejora de la calidad dentro de la atención al cliente en una entidad financiera ya que tiene un impacto directo en el área de reclamos, ya que se muestra que cuanto mejor la calidad de atención al cliente se disminuye el ingreso de reclamos y quejas bajo la percepción de los clientes respecto al servicio o producto brindado.

De igual forma, se verifica para la **Hipótesis específica 2** que existe una conexión directa entre la mejora de la capacidad de respuesta en una entidad financiera ya que tiene un impacto directo en el área de reclamos, considerando lo expuesto en el presente trabajo de investigación ya que se evidencia que en cuanto mejor sea la capacidad de respuesta del personal de la entidad mejor se sienten atendidos los clientes bajo su percepción respecto al servicio o producto brindado.

Finalmente, se comprueba para la **Hipótesis específica 3** que existe una relación entre el Desempeño del personal en el área de atención al cliente y su impacto en el área de reclamos en una entidad financiera; ya que tiene un impacto con resultado positivo moderado, lo que indica que a mejor Desempeño del personal es mayor la gestión de reclamos y viceversa. Resultado que va acorde con el resultado concluyente de las otras hipótesis debido a que forman parte de una gestión eficiente.

Frente a la evidencia recopilada de las encuestas que consideran las dimensiones del proceso, el desarrollo de la investigación, la validación de las hipótesis específicas, el análisis de la situación actual de las entidades financieras en Perú, las estadísticas e índices de reclamos y los resultados obtenidos en el desarrollo, se obtiene como conclusión que existe una relación directa entre las variables toda vez que se confirma que mejorando la calidad de atención al cliente en una entidad financiera en el Perú, se tendría un impacto positivo en el área de reclamos, lo que como consecuencia demostraría una reducción en el índice de registros, así también una mejora en la percepción de los usuarios.

Cada entidad financiera en el Perú tiene sus particularidades; sin embargo, todas se encuentran dentro de un sistema financiero que en cierta forma los obliga a cumplir con parámetros, leyes y con protocolos de atención. Siendo aplicable para todas, éstas deben buscar mantenerse en el mercado y trabajar en una mejora continua que no solo involucre procedimientos, protocolos, plazos, sino también al capital humano que es el elemento más importante dentro de toda organización.

En relación a lo antes expuesto, el mejorar la atención en una entidad financiera no dista mucho de mejorar la atención en cualquier otra organización en el Perú o en el mundo;

en todas se puede revisar el tema, pero muchas veces se hace sin profundizar lo que genera procesos incompletos o reprocesos y pérdida de clientes, las empresas deben poner énfasis en identificar las necesidades y perspectivas de los usuarios a fin de incrementar su nivel de satisfacción, lograr fidelizarlos y evitar que sus disconformidades terminen en un proceso de reclamo y como consecuencia final la pérdida de los mismos frente a la competencia, aunado esto a la generación de una mala imagen para la entidad financiera.

Por último; a pesar del avance en tecnología de la información, simplificación de procesos y otros, expertos opinan que el recurso humano es el principal recurso de toda organización y hay algunos puntos identificados por muchas empresas a mejorar como: incremento de funciones en el trabajo, horarios rotativos o disparejos, dificultades para poder conciliar la vida familiar y profesional, reducción del salario, rotación de personal y cierta incertidumbre laboral. Por lo mismo, es importante no solo contar con procedimientos no burocráticos, con canales de atención amigables, con tecnología y demás sino también preocuparse por el recurso humano, mantenerlo capacitado y motivado, reconocer sus necesidades, emociones y percepciones como trabajadores y seres humanos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AEC. (2003). *Cómo medir la satisfacción del cliente*. Madrid: Asociación Española para la Calidad.
- Arancibia Carbajal, S., Leguina, A., & Espinosa Zamorano, P. (2013). *Factores determinantes en la percepción de la imagen y calidad de Servicio y sus efectos en la satisfacción del Cliente: Un caso aplicado a la Banca Chilena*. Revista Ciencias Sociales Vol XIX, 264,265.
- Banco Central de Reserva del Perú - BCRP (2021). *Memoria Anual 2020*. Lima: BCRP
- Banco Mundial (2012). *Buenas Prácticas para la Protección al Consumidor Financiero*. Washington: Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento
- Botero, M. y. (2006). *Calidad de Servicio: El Cliente Incognito*. Cuba: Revista Suma Psicológica.
- Cabral, S. (2017). *Evaluación de la Satisfacción de Clientes*. Madrid: Verlag Ediciones.
- Calabuig, F., Crespo, J., & Mundina, J. (2017). *Efecto del coste percibido, la calidad de servicio y la satisfacción sobre las intenciones futuras del espectador 30 (2)*, 619-636. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/301/30124481012.pdf>.
- Camison, C., Cruz, S., & González, T. (2016). *Gestión de la calidad, conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. México: Pearson.
- Castello Muñoz, E. (2017). *Gestión comercial de servicios financieros*. Madrid: Editorial ESIC.
- Castillo, V. Á. J. (2017). *Elaboración de un producto ajamonado en base a derivados de huevo de gallina (Tesis de Licenciatura)*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola
- Cottle, D. (1991). *El servicio centrado en el cliente*. Editorial NV.
- Dávila, J. y. (2008). *Calidad del servicio percibida por clientes de entidades bancarias de Castilla y León y su repercusión en la satisfacción y lealtad de la misma*. España: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de León.
- Dee, B., Karapetrovic, S., Webb, K. (2015): "As Easy As 10001, 2,3", *Quality Progress*, Vol. 36, No. 6, pp. 41-48.
- Días, D. Prialé, G. (2008). *La protección al consumidor en el Perú y la banca sin sucursales*. Lima: SBS https://www.sbs.gob.pe/repositorioaps/0/0/jer/ddt_ano2010/SBS-DT002_2010.pdf
- Dutka, A. (1998). *Manual de AMA para la satisfacción del cliente*. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.
- Escoto L., R. (2007). *Banca Comercial*. San José: EUNED.

- García, E. (2015). *Atención al cliente y tramitación de consultas de servicios financieros*. España: Ediciones Panarinfo SA. <https://books.google.com.pe/books?id=t8cUBQAAQBAJ&pg=PA30&lpg=PA30&dq=reglamento+de+defensoria+del+cliente+para+bancos+y+entidades+financieras&source=bl&ots=iqxIRgg9d2&sig=wUSQSG3LR72Y7jvayZtNRqT5od0&hl=es19&sa=X&ved=0ahUKEwjiplTdkM7VAhXJLSYKHchGCa04HhDoAQgrMAI#v=onepage&q&f=false>
- Grönroos, C. (1984). *A Service Quality Model and its Marketing Implications*. *European Journal of Marketing*
- Guerrero y Trujillo (2015). *Propuesta de mejora de la gestión de quejas y reclamos en la empresa Cineplanet Chiclayo*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo.
- Guzman Contreras, C., & Vega, K. C. (2006). *Factores de Satisfacción e Insatisfacción en la Banca por Internet en Chile*. Santiago de Chile
- Hernández, Fernández y Baptista (2016). *Metodología de la investigación*. 6ta Edición Sampieri
- Herrera, N. Neira G. Tassara E. (2016). *Propuesta programática para mejorar la relación de consumo en el Perú. (Tesis de Maestría Universidad del Pacífico) Lima, Perú*. Recuperado de: <http://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/1525>
- ISO 10002:2004, *Gestión de la Calidad- satisfacción del cliente –directrices para el tratamiento de las quejas en las organizaciones*.
- ISO 9001:2008, *Sistemas de Gestión de la Calidad*.
- Johnston, R. (2001): *Linking complaint management to profit*. International Journal of Service Industry Management. Vol. 12. No. 2.
- Johnston R. y S. Mehra (2002): *Best practice complaint management*. Academy of Management Executive. Vol. 16. No. 4
- Kim, C., S. Kim, S. Im y C. Shin (2003): *The effect of attitude and perception on consumer complaint intentions*. The Journal of Consumer Marketing. Vol. 20. No. 4
- Lescano Ducan L. (2010). *La disciplina del servicio, como desarrollar una cultura orientada al cliente*. Perú: Centro de Investigación, Universidad del Pacífico.
- Lizarazo, L. Anzola, M. (2004). *La regulación económica tendencias y desafíos*. Colombia: Centro Editorial Universidad del Rosario. <https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=b7OaCbTjHRAC&oi=fnd&pg=PA12&dq=concepto+de+autorregulaci%C3%B3n+de+los+sectores&ots=JUnNXjXrVr&sig=alv89Hml6bmxdXMEazx09qGjJY#v=onepage&q&f=false>

- Martha Elena Vargas Quiñones, L. A. (2015). *Calidad y servicio: Conceptos y herramientas*. México: Ecoe Ediciones.
- Morales, L. E. (2015). *Los modelos ServPerf y Servqual: Una herramienta para medir la calidad en el servicio*. Madrid: EAE.
- Morillo, M. y. (2011). *Medición de la calidad del servicio en las instituciones financieras a través de la escala de SERVQUAL*. México: Revista Contaduría y Administración.
- Morón, E. Koo-Lung, R. (2003). *Sistema de Alerta Temprana de Fragilidad Financiera*. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- Orozco, L. (2016). *Propuesta de mejora en el área de gestión de atención al usuario en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Trujillo*. Universidad Privada del Norte, Cajamarca, Perú.
- Ortiz, L. (2015). *Propuesta de mejoras del servicio al cliente en las entidades financieras (Tesis de pregrado)*. Universidad Militar Nueva, Bogotá, Colombia.
- Oviedo, Campo Arias (2005) Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach Revista Colombiana de Psiquiatría, Asociación Colombiana de Psiquiatría Bogotá, D.C., Colombia
- Palacios, M. (2017). *Nivel de satisfacción del usuario externo y la relación con la calidad de atención al servicio de consulta externa en el Instituto Nacional de Ciencias Neurológicas*. Universidad de Huánuco, Huánuco.
- Palomo, M. (2010). *Liderazgo y motivación de equipos de trabajo*. Madrid: Esic.
- Parasuraman et al. (1984). *Modelos de Calidad de Servicios*. Estados Unidos.
- Pashanaste, D. & Pinedo, C. (2016). *Tiempo de espera y satisfacción de usuarios en consulta externa del centro de salud Moronacocha, Iquitos-Perú (Tesis de pregrado)*. Universidad Nacional de Amazonia Peruana, Iquitos, Perú.
- Pérez, V.C. (2016). *Calidad Total en la Atención al Cliente*. Vigo: Ideas propias Editorial.
- Prieto, E. (2015). *Gerencia del servicio, la clave para ganar todos (3ra ed)*. Bogotá: ECOE
- Pintado Cruz, M. Rodríguez Palacios, A. (2014). *Propuesta de mejora en el servicio de atención al cliente en la empresa de servicios chan s.a. en la ciudad de Trujillo, (Tesis para obtener título de licenciado en Administración)*. De la universidad privada Antenor Orrego, Trujillo, Perú.
- Puente, Raquel. López Sabina. (2007). *El cliente que reclama es el que más te quiere*. Editorial IESA.
- Regalado, O. (2015). *El impacto del buen servicio*. Gestión, Editorial.
- Rendon Masías, M. (2016). *Estadística descriptiva*. Revista Alerg México.
- Reyes, O. Y. (2012). *Percepción de la calidad del servicio de la educación universitaria de alumnos y profesores*. Madrid: Revista Internacional Administración & Finanzas.

- Roca, S. (junio 2010). *Concepción y descentralización de la protección al consumidor en el Perú: un análisis comparado con México, EE.UU., Brasil y Suecia*. Revista del CLAD Reforma y Democracia No.47. Caracas.
- Roca, S. Céspedes, E. (2009), *La ley y las prácticas de protección al consumidor en Perú*. Gest. Polít. Pública [online]. 2011, vol.20, n.2 [citado 2017-04-09], pp.485-522. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-10792011000200008&lng=es&nrm=iso>. ISSN 1405-1079
- Rocca, L. (2016). *Satisfacción del usuario en el ámbito del Sector Público. Un estudio sobre el Departamento de Obras Particulares de la Municipalidad de Berisso*. Universidad Nacional de la Plata, La Plata, Argentina.
- Roig, J. P. (2017). *Parasuraman: cinco elementos de la excelencia del servicio*. América Economía. <http://mba.americaeconomia.com/articulos/entrevistas/parasuramancincoelementos-dela-excelencia-del-servicio>.
- Sánchez, M., Arce, B., Ramírez, J., & Hernández, S. (2016). *La capacitación como predictora de satisfacción del cliente en organizaciones turísticas*. Ingeniería Industrial, 207-212 <http://www.sbs.gob.pe>
- SBS (2019). Perú: *Indicadores de Inclusión Financiera de los Sistemas Financieros, de Seguros y de Pensiones Diciembre de 2019*. Lima: SBS.
- SBS (2020). Perú: *Indicadores de Inclusión Financiera de los Sistemas Financieros, de Seguros y de Pensiones Diciembre de 2020*. Lima: SBS.
- Serna, H. (2016). *Conceptos básicos. En Servicio al cliente (pp.19-27)*. Colombia: Panamericana editorial Ltda. http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/lopez_a_e/capitulo_2.pdf
- Tax y Brown (1998). *Customer Evaluations of Service Complaint Experiences: Implications for Relationship Marketing*. Journal of Marketing
- Valdunciel Bustos, L., Flores Romero, M., & Miguel Dávila, J. A. (2007). *Análisis de la Calidad de Servicio que prestan las Entidades Bancarias y su repercusión en la satisfacción del cliente y la lealtad hacia la Entidad*. Revista Asturiana de Economía, 85.
- Valencia, A. (2012). *Una visión para hacer más eficiente el desempeño del Sector Bancario en América Latina*. IDC- Analyze The Future, 1.
- Valencia, A. (2012). *Una visión para hacer más eficiente el desempeño del Sector Bancario en América Latina*. IDC- Analyze The Future, 1.

Valdivia, J. (2015). *Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas*. Málaga, España: IC

Vavra, T. G. (2000). *Como medir la satisfacción del cliente según la Iso 9001:2000*. Madrid: FC Editorial.

ANEXOS

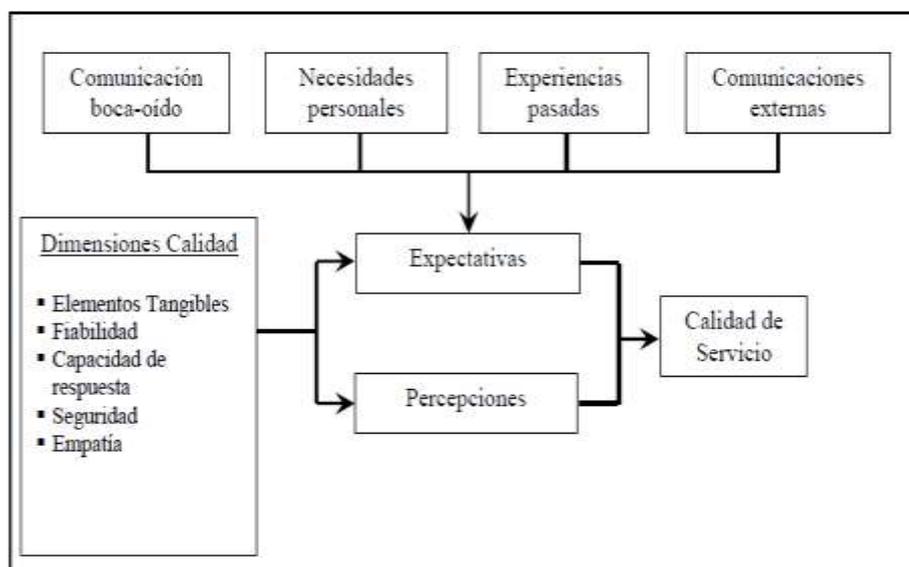
Aprobación de ética

Copia de la resolución directoral aprobación de Tesis

INSTRUMENTOS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN

Herramienta SERVQUAL

La herramienta SERVQUAL (Service Quality) creado y modificado por Parasuraman, Zeithaml y Berry entre 1985 y 1995 resume una proporción múltiple de indicadores a través de 5 dimensiones de alta validez y fiabilidad, buscando la determinación de la calidad del servicio partiendo de la satisfacción del cliente en relación directa a sus propias expectativas y percepción desde su experiencia, para ellos el éxito de esta herramienta se evidencia a que la percepción de la calidad es subjetiva, la escala en cuestión se dividen en cinco dimensiones con 22 ítems: Tangibilidad, fiabilidad, Capacidad de respuesta, seguridad y empatía, todas intercomunicadas para la medición de resultados.



Fuente: Parasuraman, Zeithaml y Berry, *Calidad Total de la Gestión de Servicios: como lograr el Equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los Consumidores*, (1993), Madrid : Ediciones Diaz de Santos

Tangibilidad:

Hace referencia al aspecto y estado del establecimiento, los instrumentos, el grupo y los files de comunicación o información que el cliente recibe, son los aspectos físicos que perciben los clientes de la organización, influyen factores como modernidad, tecnología, infraestructura, limpieza entre otros.

Fiabilidad:

Hace referencia a la ejecución de los trabajos de manera eficaz, en otras palabras, a la capacidad de realización de un trabajo de manera correcta y con exactitud. Mide la eficiencia y eficacia de la contribución del servicio.

Capacidad de respuesta:

Hace referencia a la capacidad de reacción y respuesta rápida y de calidad frente a la demanda de los clientes a nivel organización. Guarda relación directa con la actitud y disposición de los colaboradores.

Seguridad:

Hace referencia a poder transmitir confianza, seguridad y manejo de información del servicio o producto a los clientes.

Empatía:

Hace mención a la disposición de los colaboradores frente a los clientes colocándose en su lugar a fin de identificar sus necesidades

Estas 5 dimensiones se fragmentan en dos conjuntos: de resultados, encuadrado en el otorgamiento medible del servicio elemental y de procesos encuadrada en la manera que se brinda el servicio elemental, es decir, la idoneidad de respuesta, la certeza y la empatía de los trabajadores en su interacción con los clientes y la apariencia concreta del servicio. La dimensión proceso proporciona al proveedor del servicio una esencial ocasión de rebasar las expectativas del cliente.

Alfa de Cronbach

Siendo un coeficiente de medición para la fiabilidad de una escala de medida.

$$\text{Alfa de Cronbach} = (K/K-1) * [1 - \text{Suma } (V_i) / VT]$$

N°	GS	SI	I	CR	EP	NP	E	CL	DP	AR	TAR	MC	Total
1	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	43
2	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	44
3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	41
4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	45
5	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	43
6	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	41
7	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	44
8	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	44
9	2	1	1	2	3	1	1	1	2	1	2	1	18
10	3	1	3	4	2	3	2	2	3	3	2	3	31
11	3	1	3	3	2	2	2	3	3	2	3	4	31
12	1	1	1	3	2	1	1	1	2	1	1	2	17
13	1	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	3	24
14	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	29
15	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	3	20
16	3	2	3	1	2	3	2	3	3	3	3	4	32
17	2	1	1	1	3	2	2	2	1	1	1	2	19
18	1	1	2	2	4	1	1	1	2	2	2	3	22
19	1	1	1	1	2	1	1	2	1	3	3	4	21
20	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	14
21	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	35
22	2	3	1	2	4	3	2	3	3	2	3	4	32
23	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	3	4	23
24	1	3	1	2	3	1	1	1	1	3	3	4	24
25	2	3	2	3	1	2	2	2	2	3	3	4	29
26	2	2	3	1	2	1	2	3	3	2	1	2	24
27	2	3	3	3	1	2	2	3	2	3	3	4	31
28	2	2	2	1	4	2	2	3	2	2	3	4	29
29	3	3	1	2	3	4	2	3	4	3	4	3	35
30	1	3	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	35

31	2	3	3	4	2	3	4	4	3	4	4	4	40
32	3	1	2	1	3	3	2	2	1	1	3	1	23
33	2	1	2	3	4	3	2	2	3	3	1	3	28
34	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	43
35	1	1	1	2	3	1	1	1	3	1	3	1	19
36	1	4	1	2	3	3	1	1	4	4	3	1	28
37	2	1	1	2	3	1	1	1	2	1	2	1	18
38	3	1	3	4	2	3	2	2	3	3	2	3	31
39	3	1	3	3	2	2	2	3	3	2	3	4	31
40	1	1	1	3	2	1	1	1	2	1	1	2	17
41	1	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	3	24
42	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	29
43	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	3	20
44	3	2	3	1	2	3	2	3	3	3	3	4	32
45	2	1	1	1	3	2	2	2	1	1	1	2	19
46	1	1	2	2	4	1	1	1	2	2	2	3	22
47	1	1	1	1	2	1	1	2	1	3	3	4	21
48	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	14
49	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	35
50	2	3	1	2	4	3	2	3	3	2	3	4	32
51	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	3	4	23
52	1	3	1	2	3	1	1	1	1	3	3	4	24
53	2	3	2	3	1	2	2	2	2	3	3	4	29
54	2	2	3	1	2	1	2	3	3	2	1	2	24
55	2	3	3	3	1	2	2	3	2	3	3	4	31
56	2	2	2	1	4	2	2	3	2	2	3	4	29
57	3	1	3	3	1	2	3	3	2	4	3	4	32
58	1	1	3	1	3	2	1	3	1	3	1	2	22
59	1	1	2	3	4	2	2	3	1	3	3	4	29
60	2	1	1	3	4	2	1	3	1	2	1	2	23
61	3	1	2	3	4	2	3	3	1	3	3	4	32
62	3	4	4	3	4	2	3	3	3	4	3	4	40
63	1	1	1	3	4	1	2	1	2	3	1	2	22
64	3	3	2	3	1	2	3	3	3	4	3	4	34
65	2	1	1	3	4	1	1	1	1	3	1	2	21
66	4	3	3	3	2	3	4	1	4	4	3	4	38
67	1	1	1	3	4	2	2	3	3	3	3	4	30
68	3	3	2	3	4	2	2	3	3	3	3	4	35
69	3	1	4	1	4	4	3	3	4	3	3	4	37
70	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	43
71	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	41
72	3	3	4	2	2	3	2	4	3	4	4	3	37
73	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	2	2	39
74	3	3	2	2	3	3	4	3	3	4	3	3	36
75	3	4	3	4	4	3	2	2	3	2	2	4	36
76	4	3	2	2	3	2	3	3	3	4	4	3	36
77	3	4	3	4	2	4	3	2	4	3	3	3	38
78	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	44
79	3	1	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	37
80	3	1	3	3	4	3	3	1	3	3	1	2	30
81	1	1	1	1	4	1	1	3	1	3	1	2	20
82	2	1	3	3	1	2	1	3	2	3	1	2	24
83	3	1	3	3	1	2	3	3	2	4	3	4	32
84	1	1	3	1	3	2	1	3	1	3	1	2	22
85	1	1	2	3	4	2	2	3	1	3	3	4	29
86	2	1	1	3	4	2	1	3	1	2	1	2	23
87	3	1	2	3	4	2	3	3	1	3	3	4	32
88	3	4	4	3	4	2	3	3	3	4	3	4	40
89	1	1	1	3	4	1	2	1	2	3	1	2	22
90	3	3	2	3	1	2	3	3	3	4	3	4	34
91	2	1	1	3	4	1	1	1	1	3	1	2	21
92	4	3	3	3	2	3	4	1	4	4	3	4	38
93	1	1	1	3	4	2	2	3	3	3	3	4	30
94	3	3	2	3	4	2	2	3	3	3	3	4	35
95	1	1	1	3	4	1	1	1	1	4	1	2	21
96	1	1	1	3	1	2	1	2	1	3	1	2	19
97	3	3	2	3	2	4	3	3	3	4	3	4	37
98	4	1	3	3	4	2	2	3	3	4	2	3	34
99	3	3	3	3	4	2	2	3	2	4	3	4	36
100	3	3	3	3	4	2	2	2	3	3	3	4	35

0.98 1.33 1.07 0.87 1.14 0.89 0.91 0.93 0.92 0.85 0.89 0.95 64.46

Alfa de Crombach 0.892

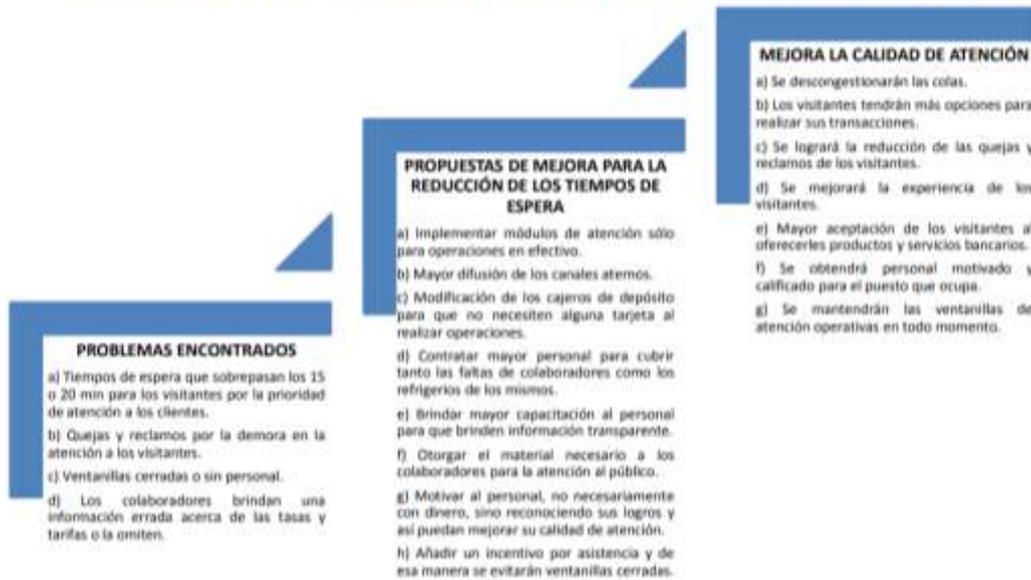
0.8924423

Cronograma de ejecución

Año	2020										2021																		
	Nov.		Diciembre			Enero					Febrero					Marzo					Abril								
	28	5	12	19	26	2	9	16	23	30	6	13	20	27	6	13	20	27	3	10	17	24							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22							
	Fases					1					2					3					4					5			
Actividades																													
1	Presentación de propuesta	x																											
2	Definición de investigación Anexo 1		x																										
3	Desarrollo Anexo 3			x																									
4	Primer avance				x																								
5	Objetivos e hipótesis				x																								
6	Avance de proyecto					x																							
7	Presentación de proyecto 1						x																						
8	Observaciones 1							x	x																				
9	Desarrollo encuesta								x																				
10	Revisión marco conceptual y antecedentes									x																			
11	Avance 1 del artículo-tesis										x																		
12	Avance 2 del artículo-tesis											x	x																
13	Avance 3 del artículo-tesis												x	x															
14	Avance 4 del artículo-tesis													x	x														
15	Resumen y conclusiones														x														
16	Proyecto completo															x	x												
17	Revisión de proyecto																x	x											
18	Preparación sustentación																	x	x										
19	Levantamiento Observaciones																			x	x								
20	Sustentación																					x x							

Anexos

MODELO PROPUESTO PARA LA REDUCCIÓN DE TIEMPOS DE ESPERA Y MEJORA DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN EN INSTITUCIONES DEL SISTEMA FINANCIERO



COMPARACIÓN DE LA GESTIÓN DE COLAS DEL BCP Y OTROS BANCOS

Comparativas entre el BCP y otras instituciones financieras	
Banco BCP - Maneja un sistema de colas para la atención. - Segmentación de colas: Banca Exclusiva, Clientes y Visitantes.	Banco Continental - Maneja un sistema de tickets de atención. - Segmentación en Bmatic: Vip, Premium, Clientes y No clientes.
	Banco Interbank - Maneja tanto sistema wavetec como sistema de colas para la atención. - Segmentación de colas: Clientes y No clientes.
	Banco Scotiabank - Maneja tanto sistema de tickets como sistema de colas para la atención. - Segmentación de colas y Bmatic: Premium, Cliente y Usuario.

Viendo ésta comparativa entre el BCP y otras instituciones financieras, podemos confirmar que el presente trabajo de investigación aportaría a todas las empresas del sector financiero alternativas para optimizar los tiempos de espera de los visitantes llamados también usuarios o no clientes, mediante el aumento de módulos para operaciones en efectivo, la mayor difusión de los canales de alternos de atención, la implementación de cajeros multifunción que no necesiten tarjetas para su uso, de ésta manera se podrán descongestionar las colas de atención por tanto se reducirán los tiempos de espera, ello mejorará la experiencia de los visitantes, reduciendo así los reclamos, quejas, obteniendo como resultado la satisfacción, fidelización de los clientes y una alta calidad en la atención.

Cuestionario Original de Servqual

CUESTIONARIO ORIGINAL DE MEDICIÓN DE NIVEL DE PERCEPCIONES

Instrucciones. En base a sus experiencias como cliente de los servicios que ofrecen las empresas del sector de _____, por favor piense, en el tipo de empresa de _____ que podría ofrecerle un servicio de excelente calidad. Piense en el tipo de empresa de _____ con la que usted se sentiría complacido de trabajar en servicios de _____. Por favor, indique en qué medida usted piensa que esta empresa de _____ debería tener las características descritas en cada declaración. Si usted siente una característica no es para nada esencial para considerar como excelente a una empresa de _____, haga un círculo alrededor del número 1, si cree que es una característica es absolutamente esencial para considerar como excelente a una empresa de _____, haga un círculo alrededor del número 7. Si sus convicciones al respecto no son tan definitivas, haga un círculo alrededor de los números intermedios. No hay respuestas correctas ni incorrectas; sólo que nos interesa que nos indique un número que refleje con precisión lo que piensa respecto a las empresas que deberían ofrecer un servicio de excelente calidad.

1. Las empresas de__ excelentes tienen equipos de apariencia moderna.	1	2	3	4	5	6	7
2. Las instalaciones físicas de las empresas de__ excelentes son visualmente atractivas	1	2	3	4	5	6	7
3. Los empleados de las empresas de__ excelentes tienen apariencia pulcra.	1	2	3	4	5	6	7
4. En una empresa de__ excelente, los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos, estados de cuenta, etc) son visualmente atractivos.	1	2	3	4	5	6	7
5. Cuando las empresas de__ excelentes prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.	1	2	3	4	5	6	7
6. Cuando el cliente tiene un problema, las empresas de excelentes nuestras un sincero interés en solucionarlo.	1	2	3	4	5	6	7
7. Las empresas de__ excelentes realizan bien el servicio a la primera vez.	1	2	3	4	5	6	7
8. Las empresas de__ excelentes concluyen el servicio en el tiempo prometido.	1	2	3	4	5	6	7
9. La empresa de__ excelentes insisten en mantener registros exentos de errores.	1	2	3	4	5	6	7
10. En una empresa de__ excelente, los empleados comunican a los clientes cuándo concluirá la realización del servicio.	1	2	3	4	5	6	7
11. En una empresa de__ excelente, los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes.	1	2	3	4	5	6	7
12. En una empresa de__ excelente, los empleados siempre están dispuestos.	1	2	3	4	5	6	7
13. Es una empresa de__ excelente, los empleados nunca están demasiado ocupados para responder a las preguntas de los clientes.	1	2	3	4	5	6	7
14. El comportamiento de los empleados de las empresas de excelentes tramiten confianza a sus clientes.	1	2	3	4	5	6	7
15. Los clientes de las empresas de__ excelentes se sienten seguros en sus transacciones con la organización.	1	2	3	4	5	6	7
16. En una empresa de__ excelente, los empleados son siempre amables con los clientes.	1	2	3	4	5	6	7
17. En una empresa de__ excelente, los empleados tienen suficientes conocimientos para responder a las preguntas de los clientes.	1	2	3	4	5	6	7
18. Las empresas de__ excelentes dan a sus clientes atención individualizada.	1	2	3	4	5	6	7
19. Las empresas de__ excelentes tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.	1	2	3	4	5	6	7
20. Una empresa de__ excelente tiene empleados que ofrecen una atención personalizada a sus clientes.	1	2	3	4	5	6	7
21. La empresa de__ excelentes se preocupan por los mejores intereses de sus clientes.	1	2	3	4	5	6	7
22. Los empleados de las empresas de__ comprenden las necesidades específicas de sus clientes.	1	2	3	4	5	6	7

Anexo 1: Matriz de consistencia

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	METODO
¿La mejora en el área de atención al cliente en una entidad financiera tiene impacto en el área de reclamos?	Establecer si la mejora en el área de atención al cliente de una entidad financiera tendrá un impacto en el área de reclamos.	La mejora en el área de atención al cliente en una entidad financiera tiene un impacto en el área de reclamos.	Metodología: Explicativo no experimental
Problema Específico	Objetivo Específico	Hipótesis Específicos	Tipo: relacional
La mejora de la calidad dentro de la atención al cliente en una entidad financiera tiene un impacto en el área de reclamos.	Determinar como la mejora en la calidad dentro de la atención al cliente en una entidad financiera tendrá un impacto en el área de reclamos.	La mejora de la calidad dentro de la atención al cliente en una entidad financiera tendrá un impacto en el área de reclamos.	Enfoque: Cuantitativo, porque se van a medir las variables y los valores de las variables se obtienen a partir de una muestra probabilística (al azar)
La Capacidad de respuesta dentro de la mejora en la atención al cliente tiene un impacto en el área de reclamos.	Determinar como la Capacidad de respuesta dentro de la mejora en la atención al cliente tendrá un impacto en el área de reclamos.	La mejora en la Capacidad de respuesta dentro de la atención al cliente tendrá un impacto en el área de reclamos.	Población: 135 Muestra: 100
El Desempeño de personal en el área de atención al cliente tiene un impacto en el área de reclamos.	Determinar como el Desempeño de personal en el área de atención al cliente tendrá un impacto en el área de reclamos.	La mejora del Desempeño de personal en el área de atención al cliente tendrá un impacto en el área de reclamos.	Técnica de recolección de datos: Matriz y encuestas Técnica de procesamiento de datos: Office: Excel, plataformas comerciales.

Anexo 2: Matriz de operacionalización

VARIABLES	DEFINICION	DIMENSION	INDICADOR	ITEM	ESCALA	INSTRUMENTO
Variable Independiente: Mejora en la Atención al Cliente en una Entidad Financiera	Mejora en la atención al cliente basado en la percepción del servicio ofrecido por la entidad financiera.	Calidad en la atención	Grado de satisfacción	¿Cuál es la satisfacción con la atención recibida por el banco?	Likert	Adaptado de Encuesta Servqual (*)
			Seguridad de la información	¿Está usted conforme con la información brindada por el banco?	Likert	
			Infraestructura	¿Las instalaciones y canales de atención le parecen atractivos y/o funcionales?	Likert	
		Capacidad de respuesta en el servicio	Velocidad de respuesta	¿Considera que el personal de atención al cliente tiene una adecuada capacidad de respuesta?	Likert	
			Expertise del personal	¿Considera que el personal de atención al cliente tiene un adecuado expertise?	Likert	
			Número de personal en la atención de reclamos	¿Considera que hay suficiente personal para la atención al cliente?	Likert	
		Desempeño del personal	Eficiencia	¿Considera que el personal de atención al cliente lo atiende de manera eficaz?	Likert	
			Conocimiento en la labor	¿Considera que el personal de atención al cliente conoce el servicio que brinda?	Likert	
			Asignación de personal	¿Considera que hay suficiente asignación de personal para la atención al cliente?	Likert	
Variable Dependiente: Área de Reclamos	Área encargada de resolver manifestaciones de disconformidad de los clientes en base a un producto o servicio brindado por la entidad financiera.	Gestión de reclamos	Atención de reclamos	¿Considera que el área de atención de reclamos resolvió su requerimiento?	Likert	Adaptado de Encuesta Servqual (*)
			Tiempos de atención de reclamos	¿Considera que el área de reclamos resuelve a tiempo sus reclamaciones?	Likert	
			Mejora continua	¿Considera que el área de reclamos se preocupa por actualizar sus procesos?	Likert	

Anexo 3: Encuesta/instrumento de evaluación

Variable	N°	Dimensión	Totalmente de acuerdo	Parcialmente de acuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Independiente	Mejora en la atención al cliente en una entidad financiera	1	¿Cual es la satisfacción con la atención recibida por el banco?				
		2	¿Está usted conforme con la información brindada por el banco?				
		3	¿Las instalaciones y canales de atención le parecen atractivos y/o funcionales?				
		4	¿Considera que el personal de atención al cliente tiene una adecuada capacidad de respuesta?				
		5	¿Considera que el personal de atención al cliente tiene un adecuado expertise?				
		6	¿Considera que hay suficiente personal para la atención al cliente?				
		7	¿Considera que el personal de atención al cliente lo atiende de manera eficaz?				
		8	¿Considera que el personal de atención al cliente conoce el servicio que brinda?				
		9	¿Considera que hay suficiente asignación de personal para la atención al cliente?				
Dependiente	Área de reclamos	10	¿Considera que el área de atención de reclamos resolvió su requerimiento?				
		11	¿Considera que el área de reclamos resuelve a tiempo sus reclamaciones?				
		12	¿Considera que el área de reclamos se preocupa por actualizar sus procesos?				

Anexo 4: Validez de instrumentos por Jueces Expertos

ANEXO 18 - A

INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

Lima 27 de Febrero del 2021

Estimado Coordinador de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Científica del Sur.

A solicitud del tesista, se procedió a revisar la matriz de consistencia, matriz de operacionalización y el instrumento que empleará para su investigación. Según detalle:

Título de la tesis	La Mejora en Atención al Cliente en el Área de Reclamos en una Entidad Financiera.
Grado o título que aspira	Licenciado en Administración y Finanzas
Apellidos y Nombre del (los) tesista (s)	Sáenz Bertrán Alberto Mauricio

Al respecto y de acuerdo con los indicadores mencionados se califica cada uno de los ítems:

Dimensión 1	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Calidad en la atención	1. ¿Cuál es la satisfacción con la atención recibida por el banco?	4	3	4	4
	2. ¿Está usted conforme con la información brindada por el banco?	4	4	4	3
	3. ¿Las instalaciones y canales de atención le parecen atractivos y/o funcionales?	4	4	4	4

Dimensión 2	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Capacidad de respuesta en el servicio	4. ¿Considera que el personal de atención al cliente tiene una adecuada capacidad de respuesta?	4	4	4	4
	5. ¿Considera que el personal de atención al cliente tiene un adecuado expertise?	4	4	4	4
	6. ¿Considera que hay suficiente personal para la atención al cliente?	4	4	4	4

Dimensión 3	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
	7. ¿Considera que el personal de atención al	4	4	4	4

Desempeño del personal	cliente lo atiende de manera eficaz?				
	8. ¿Considera que el personal de atención al cliente conoce el servicio que brinda?	4	3	4	4
	9. ¿Considera que hay suficiente asignación de personal para la atención al cliente?	4	4	4	4

Dimensión 4	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Gestión de reclamos	10. ¿Considera que el área de atención de reclamos resolvió su requerimiento?	4	4	4	4
	11. ¿Considera que el área de reclamos resuelve a tiempo sus reclamaciones?	4	4	4	4
	12. ¿Considera que el área de reclamos se preocupa por actualizar sus procesos?	4	3	4	4



Firma del Juez Experto

Apellidos y Nombre del experto	Mg. Huertas Camacho Gina Lida
Especialidad del experto	Informática
Código de colegiatura	
Ficha CTI Vitae (*)	https://ctivitaec.concytec.gob.pe/appDirectorioCTI/VerDatosInvestigador.do?id_investigador=127100

(*)De no estar registrado en DINA deberá declarar estar registrado en la SUNEDU verificar en el siguiente link <https://www.sunedu.gob.pe/registro-de-grados-y-titulos/>

ANEXO 18 - A

INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

Lima 09 de marzo del 2021

Estimado Coordinador de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Científica del Sur.

A solicitud del tesista, se procedió a revisar la matriz de consistencia, matriz de operacionalización y el instrumento que empleará para su investigación. Según detalle:

Título de la tesis	La Mejora en Atención al Cliente en el Área de Reclamos en una Entidad Financiera.
Grado o título que aspira	Licenciado en Administración y Finanzas
Apellidos y Nombre del (los) tesista (s)	Sáenz Bertrán Alberto Mauricio

Al respecto y de acuerdo con los indicadores mencionados se califica cada uno de los ítems:

Dimensión 1	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Calidad en la atención	13. ¿Cuál es la satisfacción con la atención recibida por el banco?	4	4	4	4
	14. ¿Está usted conforme con la información brindada por el banco?	4	4	4	4
	15. ¿Las instalaciones y canales de atención le parecen atractivos y/o funcionales?	4	4	4	4

Dimensión 2	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Capacidad de respuesta en el servicio	16. ¿Considera que el personal de atención al cliente tiene una adecuada capacidad de respuesta?	4	4	4	4
	17. ¿Considera que el personal de atención al cliente tiene un adecuado expertise?	4	4	4	4
	18. ¿Considera que hay suficiente personal para la atención al cliente?	4	4	4	4

Dimensión 3	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Desempeño del personal	19. ¿Considera que el personal de atención al cliente lo atiende de manera eficaz?	4	4	4	4

	20. ¿Considera que el personal de atención al cliente conoce el servicio que brinda?	4	4	4	4
	21. ¿Considera que hay suficiente asignación de personal para la atención al cliente?	3	3	3	3

Dimensión 4	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Gestión de reclamos	22. ¿Considera que el área de atención de reclamos resolvió su requerimiento?	4	4	4	4
	23. ¿Considera que el área de reclamos resuelve a tiempo sus reclamaciones?	4	4	4	4
	24. ¿Considera que el área de reclamos se preocupa por actualizar sus procesos?	4	4	4	4



Firma del Juez Experto

Apellidos y Nombre del experto	Huachaca Urbina, Antonio Roberto
Especialidad del experto	Dr. En Ciencias de la Educación / Lic. en tecnología e informática
Código de colegiatura	 https://orcid.org/0000-0003-4784-6524
Ficha CTI Vitae (*)	http://directorio.concytec.gob.pe/appDirectorioCTI/VerDatosInvestigador.do?id_investigador=162250

(*)De no estar registrado en DINA deberá declarar estar registrado en la SUNEDU verificar en el siguiente link <https://www.sunedu.gob.pe/registro-de-grados-y-titulos/>

ANEXO 18 - A

INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

Lima 27 de Febrero del 2021

Estimado Coordinador de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Científica del Sur.

A solicitud del tesista, se procedió a revisar la matriz de consistencia, matriz de operacionalización y el instrumento que empleará para su investigación. Según detalle:

Título de la tesis	La Mejora en Atención al Cliente en el Área de Reclamos en una Entidad Financiera.
Grado o título que aspira	Licenciado en Administración y Finanzas
Apellidos y Nombre del (los) tesista (s)	Sáenz Bertrán Alberto Mauricio

Al respecto y de acuerdo con los indicadores mencionados se califica cada uno de los ítems:

Dimensión 1	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Calidad en la atención	25. ¿Cuál es la satisfacción con la atención recibida por el banco?	3	4	3	4
	26. ¿Está usted conforme con la información brindada por el banco?	4	4	4	4
	27. ¿Las instalaciones y canales de atención le parecen atractivos y/o funcionales?	3	3	3	4

Dimensión 2	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Capacidad de respuesta en el servicio	28. ¿Considera que el personal de atención al cliente tiene una adecuada capacidad de respuesta?	4	3	4	4
	29. ¿Considera que el personal de atención al cliente tiene un adecuado expertise?	3	4	4	4
	30. ¿Considera que hay suficiente personal para la atención al cliente?	3	4	4	4

Dimensión 3	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Desempeño del personal	31. ¿Considera que el personal de atención al cliente lo atiende de manera eficaz?	4	4	4	4
	32. ¿Considera que el personal de atención al	3	4	4	4

	cliente conoce el servicio que brinda?				
	33. ¿Considera que hay suficiente asignación de personal para la atención al cliente?	4	4	4	4

Dimensión 4	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Gestión de reclamos	34. ¿Considera que el área de atención de reclamos resolvió su requerimiento?	3	4	4	4
	35. ¿Considera que el área de reclamos resuelve a tiempo sus reclamaciones?	3	4	4	4
	36. ¿Considera que el área de reclamos se preocupa por actualizar sus procesos?	4	4	4	4



Firma del Juez Experto

Apellidos y Nombre del experto	MEZA RODRIGUEZ, ROLANDO
Especialidad del experto	Marketing y Negocios
Código de colegiatura	CAL 26237
Ficha CTI Vitae (*)	Consignar link: https://dina.concytec.gob.pe/appDirectorioCTI/MantDatosInvestigador.do?operacion=M&certificado=N

(*)De no estar registrado en DINA deberá declarar estar registrado en la SUNEDU verificar en el siguiente link <https://www.sunedu.gob.pe/registro-de-grados-y-titulos/>

ANEXO 18 - A

INFORME DE VALIDEZ DE CONTENIDO Y JUEZ DE EXPERTO

Lima 27 de Febrero del 2021

Estimado Coordinador de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Científica del Sur.

A solicitud del tesista, se procedió a revisar la matriz de consistencia, matriz de operacionalización y el instrumento que empleará para su investigación. Según detalle:

Título de la tesis	La Mejora en Atención al Cliente en el Área de Reclamos en una Entidad Financiera.
Grado o título que aspira	Licenciado en Administración y Finanzas
Apellidos y Nombre del (los) tesista (s)	Sáenz Bertrán Alberto Mauricio

Al respecto y de acuerdo con los indicadores mencionados se califica cada uno de los ítems:

Dimensión 1	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Calidad en la atención	37. ¿Cuál es la satisfacción con la atención recibida por el banco?	4	4	4	4
	38. ¿Está usted conforme con la información brindada por el banco?	4	4	4	4
	39. ¿Las instalaciones y canales de atención le parecen atractivos y/o funcionales?	4	4	4	4

Dimensión 2	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Capacidad de respuesta en el servicio	40. ¿Considera que el personal de atención al cliente tiene una adecuada capacidad de respuesta?	4	4	4	4
	41. ¿Considera que el personal de atención al cliente tiene un adecuado expertise?	4	4	4	4
	42. ¿Considera que hay suficiente personal para la atención al cliente?	4	4	4	4

Dimensión 3	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Desempeño del personal	43. ¿Considera que el personal de atención al cliente lo atiende de manera eficaz?	4	4	4	4

	44. ¿Considera que el personal de atención al cliente conoce el servicio que brinda?	4	4	4	4
	45. ¿Considera que hay suficiente asignación de personal para la atención al cliente?	4	4	4	4

Dimensión 4	Ítems (Pregunta)	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia
Gestión de reclamos	46. ¿Considera que el área de atención de reclamos resolvió su requerimiento?	4	4	4	4
	47. ¿Considera que el área de reclamos resuelve a tiempo sus reclamaciones?	4	4	4	4
	48. ¿Considera que el área de reclamos se preocupa por actualizar sus procesos?	4	4	4	4



Firma del Juez Experto

Apellidos y Nombre del experto	Díaz Noel Ángela Verónica
Especialidad del experto	Ingeniera Electrónica con MBA
Código de colegiatura	
Ficha CTI Vitae (*)	http://directorio.concytec.gob.pe/appDirectorioCTI/VerDatosInvestigador.do?id_investigador=141622

(*)De no estar registrado en DINA deberá declarar estar registrado en la SUNEDU verificar en el siguiente link <https://www.sunedu.gob.pe/registro-de-grados-y-titulos/>