



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

**Gestión operativa y su incidencia en la satisfacción del usuario
del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestro en Administración de Negocios - MBA

AUTOR:

Solis Avellaneda, Domingo Roberto (ORCID: 0000-0003-3789-4805)

ASESOR:

Mg. Gonzales Matos, Marcelo Dante (ORCID: 0000-0003-4365-5990)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gerencias Funcionales

LIMA - PERÚ

2022

Dedicatoria

A mi esposa e hija: Lorena y Maria,
por su amor y apoyo para
el logro de mis objetivos y ser mi
inspiración y el motor de cada uno
de mis logros.

Agradecimiento

A Dios: Por bendecirme con la vida, por guiarme a lo largo de mi existencia, ser el apoyo y fortalezas en aquellos momentos de dificultad y debilidad

Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras.....	vi
Resumen	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	7
III. METODOLOGÍA.....	21
3.1 Tipo y diseño de investigación	21
3.2 Variables y operacionalización.....	22
3.3 Población, muestra, muestreo, unidad de análisis	22
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	23
3.5 Procedimientos	25
3.6 Método de análisis de datos.....	26
3.7 Aspectos éticos	26
IV. RESULTADOS	27
V. DISCUSIÓN	42
VI. CONCLUSIONES	49
VII. RECOMENDACIONES.....	52
REFERENCIAS.....	55
ANEXOS.....	61

Índice de tablas

Tabla 1	Distribución de la población formada por trabajadores del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021.	23
Tabla 2	Validez de instrumentos	24
Tabla 3	Confiabilidad de variables.....	25
Tabla 4	Gestión operativa y satisfacción del usuario.....	27
Tabla 5	Gestión operativa y valor percibido	28
Tabla 6	Gestión operativa y expectativas del usuario	29
Tabla 7	Gestión operativa y conformidad del usuario.....	30
Tabla 8	Planificación estratégica y satisfacción del usuario	31
Tabla 9	Procesos de la gestión operativa y Satisfacción del del usuario	33
Tabla 10	Evaluación y satisfacción del usuario	34
Tabla 11	Prueba de normalidad	35
Tabla 12	Incidencia de la Variable 1: Gestión operativa en la Variable 2: Satisfacción del usuario.....	36
Tabla 13	incidencia de la Variable 1: Gestión operativa en la dimensión 1: Valor percibido.	37
Tabla 14	Incidencia de la variable 1: Gestión operativa en la dimensión 2: Expectativas del usuario.....	37
Tabla 15	Incidencia de la Variable 1: Gestión operativa en la dimensión 2: Conformidad del usuario.....	38
Tabla 16	Incidencia de la dimensión 1: planificación estratégica de Gestión operativa en la variable 2: Satisfacción del usuario.	39
Tabla 17	Incidencia de la dimensión 1: Procesos de Gestión operativa en la Variable 2: Satisfacción del usuario.....	40
Tabla 18	Incidencia de la dimensión 1: Evaluación de Gestión operativa en la Variable 2: Satisfacción del usuario.....	40

Índice de figuras

Figura 1 _ Gestión operativa y satisfacción del usuario.....	27
Figura 2 Gestión operativa y valor percibido	28
Figura 3 Gestión operativa y expectativas del usuario	29
Figura 4 Gestión operativa y conformidad del usuario.....	31
Figura 5 Planificación estratégica y satisfacción del usuario	32
Figura 6 Procesos de la gestión operativa y Satisfacción del del usuario	33
Figura 7 Evaluación y satisfacción del usuario	34

Resumen

Investigación titulada “Gestión operativa y su incidencia en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021”, el objetivo fue determinar si la gestión operativa incide en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021; se utilizó metodología de enfoque cuantitativo, tipo aplicada, nivel correlacional, diseño no experimental, corte transversal. Considero muestra de 25 trabajadores de agencia Caraz, se recolecto información con cuestionarios tipo escala Likert, los mismos que fueron validados por tres expertos y con confiabilidad excelente. Los resultados estadísticos determinaron que el 32% de encuestados consideran buena gestión operativa en la Agencia Caraz; asimismo, el 44% de perciben buena satisfacción del usuario; según correlación de Pearson ($r = 0.693$) y sig. 0.000 indica relación positiva media y estadísticamente significativa; se concluyó que la gestión operativa incide muy significativamente en la satisfacción del usuario; a mejor planificación estratégica, procesos y actividades de evaluación para mejorar el servicio que se ofrece a la población de la jurisdicción de la Agencia Caraz; mejor será la satisfacción del usuario, incrementado el valor percibido, superando sus expectativas y quedar conforme con la atención.

Palabras clave: Gestión operativa, Satisfacción del usuario, Planificación Estratégica.

Abstract

Research entitled "Operational management and its impact on user satisfaction of the Banco de la Nación of the Caraz Agency, 2021", the objective was to determine if the operational management affects the satisfaction of the user of the Banco de la Nación of the Caraz Agency, 2021; A quantitative approach methodology was used, applied type, correlational level, non-experimental design, cross section. I consider a sample of 25 Caraz agency workers, information was collected with Likert scale questionnaires, which were validated by three experts and with excellent reliability. The statistical results determined that 32% of respondents consider good operational management in the Caraz Agency; likewise, 44% perceive good user satisfaction; according to Pearson's correlation ($r = 0.693$) and sig. 0.000 indicates a statistically significant and mean positive relationship; It was concluded that operational management has a very significant impact on user satisfaction; better strategic planning, evaluation processes and activities to improve the service offered to the population of the Caraz Agency's jurisdiction; the better the user's satisfaction, increasing the perceived value, exceeding their expectations and being satisfied with the service.

Keywords: Operational Management, User Satisfaction, Strategic Planning.

I. INTRODUCCIÓN

Tanto en las instituciones públicas o privadas, los procesos de gestión operativa representan un valor relevante, ya que son el motor institucional, sobre todo en la gestión bancaria, debe tener un plan operativo que permita sostener de manera rigurosa la misión de proveer servicios de alta calidad de manera persistente y adecuada, para cumplir con las metas, objetivos y asegurar la gestión eficiente que desarrolla el personal operativo.

Sin embargo, países de todo el mundo están experimentando dificultades en sus sistemas sociales, económicos y de salud debido a la aparición de la enfermedad COVID-19; en Perú, a los 15 días del mes de marzo de 2020 se publicó el Decreto Supremo N° 044-2020-PCM, que por un período de quince (15) días calendarios proclamó la emergencia nacional y organizó el cierre social obligatorio (cuarentena), con vigencia a partir del lunes 16 de marzo de 2020; en dicho decreto especificó ciertas medidas y sectores que continuarían atendiendo al público; una de ellas fue el sistema financiero tanto en banca pública como privada, lo cual se llevó a cabo con ciertas restricciones, como por ejemplo aforo limitado, protocolo de ingreso y medidas de bioseguridad para una adecuada atención.

Entre las instituciones financieras que han seguido la política peruana se encuentra el Banco de la Nación, donde la mayoría de sus usuarios son jubilados y asalariados, así como los beneficiarios de diversos proyectos sociales patrocinados por el gobierno como: Pensión 65, Juntos, Contigo, Cuna más y otros; debido a la situación del estado de emergencia nacional, se prestó atención a los usuarios de los bonos otorgados por el estado como alivio financiero para la pandemia de coronavirus, lo que derivó en un aumento adicional del 60% en las operaciones realizadas.

De acuerdo a Miranda (2020) entre el 16 de marzo de 2020 y enero de 2021 miles de empleados gubernamentales, jubilados y beneficiarios de subsidios públicos se han visto afectados por el cierre temporal de al menos 331 de las 635 agencias que el Banco de la Nación debido a contagios de sus empleados, dificultando la atención al público, lo que lleva a una mayor concentración de atención en otras agencias, por lo tanto, los usuarios no pudieron retirar dinero a tiempo debido al cierre de las agencias y porque los canales alternativos posibilitados por la agencia gubernamental eran insuficientes.

A pesar de la situación, las entidades bancarias continuaron trabajando en la definición de indicadores para la gestión operativa que den una visión específica de la crisis, es así como, el Banco de crédito del Perú (BCP, 2020), investigó para comprender en profundidad las percepciones, necesidades, expectativas y motivaciones de sus clientes con respecto a sus productos y servicios; alcanzando una satisfacción de clientes de 49% en contraste al 47% del 2019; asimismo, la dimensión confianza, el indicador transparencia incremento 6% en comparación al 2018, y en preocupación por el cliente incremento 11%; y, para restaurar niveles de ingresos y satisfacción ante la pandemia, han desarrollado dos iniciativas que se enfocan en reducir los tiempos de espera en sus canales (promotores especialistas y asesores expres); por otro lado, se prioriza solicitudes y reprogramaciones de Reactiva Perú, ajustado los procesos y sistemas para hacerlos más remotos y digitales y así minimizar el riesgo de contagio; también han creado equipos y carteras especializados para clientes más afectados.

Por otro lado, de acuerdo al plan estratégico del banco de la nación (2018), especifica que la satisfacción de clientes y usuarios que utilizan las agencias del Banco (ventanilla o plataforma) fue 83% y cajeros automáticos 82%; En cuanto a la percepción del cliente en la agencia, el 78,1% estaba contento y el 18,7% estaba enojado; y, en el cajero automático, el 73,9% estaba contento y el 21,4% enojado; y, según la memoria anual del Banco de la nación (2020) en la Encuesta COVID-19, que buscó conocer el nivel de satisfacción de los empleados con el afrontamiento de la emergencia sanitaria e identificar oportunidades de mejora en este sentido; se logró un 50% de satisfacción y un 36% de participación.

Por otro lado, de acuerdo al tercer informe trimestral del plan operativo del Banco de la nación (2020), el nivel de cumplimiento del plan de capacitaciones fue del 82%, principalmente por la situación de emergencia provocada por el COVID-19, que no permitió llevar a cabo las actividades del plan anual de capacitación; y la satisfacción de atención, se logró un nivel 81,7%; y, según el informe al primer trimestre del plan operativo del Banco de la nación (2021) en línea con el plan estratégico tuvo ejecuciones más bajas en tres aspectos: (1) Transformación digital, no registro nivel de cumplimiento porque los proyectos no se completaron: (i) Procesamiento de nóminas masivas y (ii) Banca empresarial - Módulo de operaciones, por priorizar recursos informáticos para el proyecto cuenta DNI que

ha retrasado la ejecución de los demás proyectos; no obstante, ambos proyectos se encuentran en la fase de prueba; (2) ejecución de Inversiones FBK, tuvo cumplimiento del 0,88%, debido a retrasos por factores exógenos relacionados con los procesos logísticos; y, (3) no se programó meta en el indicador de satisfacción de atención, pero se gestionan actividades para comisionar el servicio para realizar la medición respectiva.

Esta problemática de poner poco énfasis en conocer la satisfacción del usuario no solo es por la pandemia, tal como lo redactó, Vidal (2019) en el banco de la nación, en la ciudad de Trujillo, en agencia 1, la realidad observada fue el descontento con el servicio a los usuarios; esto se debe a que todo está regulado en el banco, pero no hay supervisión de la ejecución, quienes en el ejercicio de sus funciones de acuerdo a los parámetros de los procesos bancarios evidencian la falta de lineamientos y principios correspondientes; ocasionando consecuencias negativas que dañan la imagen del banco y no cumplen con su misión.

Esta problemática aunada a la emergencia sanitaria se complicó a un más, porque no hay región del país en la que no se haya cerrado alguna agencia del Banco de la Nación, una de ellas es la Región Ancash, específicamente la Agencia "2" Caraz y sus dependencias tales como: Yungay, Sihuas, Piscobamba, Pomabamba, Huacrachuco, Corongo y Huaylas, fueron cerradas por cuarentena debido a que sus trabajadores se han contagiado o por sospecha de haber contraído la enfermedad del COVID-19. A ello, se suma los trabajadores que integran el grupo de riesgo quienes son considerados personal vulnerable, pero que a su vez fueron reemplazados por personal de suplencia el mismo que no tenía la experiencia ni la capacitación respectiva; así como, la desinformación del usuario para hacer uso de los canales alternos, medidas de bioseguridad, protocolo de atención, cronograma de pagos de los programas sociales y bonos.

Siendo así, para Douglas Da Silva (2020) la atención al cliente es un instrumento de mercadeo, que su fin principal es el acercamiento al cliente, utilizando diferentes conductos, para establecer interrelaciones con ellos. Por lo tanto, la amplitud de los desafíos a los que los sistemas financieros hacen frente ha propiciado la implantación de procesos que faciliten articular procedimientos de cambio en las entidades bancarias. Es así que, en el banco de la Nación durante el estado de emergencia nacional, recomendó el uso de los canales alternos (Agente

Multired, ATMs, Banca Celular, Banca por Internet, App BN y Págalo.pe) habilitados por la entidad, los mismos que han sido insuficientes para la atención al cliente, siendo las zonas rurales alejadas de las capitales las más afectadas, puesto que es la única oferta bancaria, específicamente la Agencia 2 Caraz y sus dependencias.

Por lo tanto, indicamos que la gestión operativa es de naturaleza compuesta por labor y desarrollos orientados a la prosperidad de las instituciones internas, con la finalidad de acrecentar su competencia para obtener los deseos de sus regímenes y sus múltiples objetivos operacionales; por tanto, se busca la optimización de las operaciones al darse cuenta de que día a día se acentúa la deficiente gestión y la insatisfacción del usuario a pesar de los intentos que se realiza, ya que destaca la presencia de desinformación con el cliente sobre algunos de los procesos, productos y gestión funcional.

Por eso, es indispensable, que el banco de la nación en específico la Agencia Caraz busque estrategias para hacer frente a esta problemática, para lo cual debe continuar implementado los sistemas de pagos y cumplir con las políticas internas del banco relacionadas a la gestión operativa, calidad de servicio brindado y satisfacción del usuario; por todo lo expuesto anteriormente esta investigación tiene como propósito determinar si la gestión operativa incide en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021; para la cual se plantea el siguiente problema general:

¿De qué manera incide la gestión operativa en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021? Y los problemas específicos serán:
PE1: ¿De qué manera incide la gestión operativa en el valor percibido del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021? PE2: ¿De qué manera incide la gestión operativa en las expectativas del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021? PE3: ¿De qué manera incide la gestión operativa en la conformidad del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021? PE4: ¿De qué manera incide la planificación estratégica en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021? PE5: ¿De qué manera incide los procesos de la gestión operativa en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021? PE6: ¿De qué manera incide la evaluación en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021?

Esta investigación se justifica en varios aspectos:

Teóricamente la justificación radica que permitirá aumentar el conocimiento de las variables, porque con la conclusión a la que se arribe, se aportará conocimientos sobre el nivel de gestión operativa y satisfacción del usuario; aportes que servirán como trabajo previo para futuras investigaciones, que facilitará un mayor desarrollo de estas variables.

Justificación práctica, con el resultado obtenido y conclusiones a las que se arribe de la investigación van aportar para mitigar las falencias que afectan la operatividad de la atención al usuario, proponiendo recomendaciones, estrategias u acciones que permitan alternativas de solución que serán evaluadas por las áreas respectivas; con el propósito de acrecentar la gestión operativa y elevar el nivel de satisfacción de los usuarios.

Justificación metodológica, este trabajo está desarrollado respetando cada uno de los requisitos establecidos en los estatutos internos de la universidad como la resolución N° 0200-208/UCV y la guía de elaboración del trabajo de investigación, además de seguir una estructura sistemática de acuerdo a metodología e investigación general, que permitirá aplicar un enfoque cuantitativo, en donde se sigue una serie de pasos desde la elaboración de la realidad problemática hasta conclusiones; para la cual se elaborará instrumentos que serán validados para recolectar información válida y veras, la misma que servirá para describir resultados.

Después de haber descrito la justificación se plantea el siguiente objetivo general: Determinar si la gestión operativa incide en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021; del cual se desprenden los objetivos específicos: OE1: Determinar si la gestión operativa incide en el valor percibido del usuario de la agencia del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021. OE2: Determinar si la gestión operativa incide en las expectativas del usuario de la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021. OE3: Determinar si la gestión operativa incide en la conformidad del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021. OE4: Determinar si la planificación estratégica incide en la satisfacción del usuario de la agencia del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021. OE5: Determinar si los procesos de la gestión operativa inciden en la satisfacción del del usuario de la satisfacción del usuario del

Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021. OE6: Determinar si la evaluación incide en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021.

Como toda investigación cuantitativa se debe formular una hipótesis de investigación: La gestión operativa incide significativamente en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021. Y las hipótesis específicas son: HE1: La gestión operativa incide significativamente en el valor percibido del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021. HE2: La gestión operativa incide significativamente en las expectativas del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021. HE3: La gestión operativa incide significativamente en la conformidad del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021. HE4: La planificación estratégica incide significativamente en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021. HE5: Los procesos de la gestión operativa incide significativamente en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021. HE6: La evaluación incide significativamente en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Para elaborar este marco teórico se recurrió a buscar investigaciones relacionadas a las variables, a nivel internacional se cita a:

Martínez (2019) presentó tesis de maestría "*Incidencia del sistema de filas en el nivel de satisfacción de los clientes y usuarios del banco Davivienda sede la Plata, Huila*" en Panama; investigación mixta, la muestra fueron 50 participantes, a quienes aplicó una entrevista semi-estructurada de 10 preguntas. Concluyó que, el 32% de los hombres considera que el tiempo de espera es normal; en contraste de las mujeres, el 48% piensa que los tiempos de espera son largos; tiempo de cada cliente-usuario, es imposible predecir con precisión, hay momentos en los que los clientes no tienen que esperar más de 10 minutos, pero los usuarios superan la media hora, es decir, pagan el costo en un tiempo que supera sus expectativas y afecta el nivel de satisfacción del usuario, lo que reduce su sentido de lealtad.

Mercado (2019), publicó el artículo "*Gestión administrativa operativa en recursos humanos*", de metodología cualitativa, utilizó la técnica de análisis documental en donde realizó una confrontación de teorías e ideas; concluyendo que la gestión es relevante e importante en la misma proporción en que se lleven a cabo las tareas planificadas; por tanto, las evaluaciones de desempeño aplicadas, permiten mejores parámetros para la gestión operativa y por ende gestionar la organización de manera más eficiente. Asimismo, afirmo que se requiere que los directores o jefes combinen los aspectos positivos de la planificación con la realidad llevando a cabo juntos sus tareas operativas.

Bohórquez & Fernández (2017) en el artículo "*Evaluación de la satisfacción del cliente en el sector financiero del municipio de Pamplona -Colombia*", investigación no experimental, de campo, la muestra de usuarios fue de 381, y la de empleados fue de 81, utilizaron la técnica de encuesta; concluyeron que existen brechas de calidad en la dimensión de confiabilidad correspondiente al volumen de consultas de alta complejidad que son recibidas y procesadas por el personal del banco; el alto volumen de transacciones genera demoras e influye en el tiempo libre o adecuado para brindar atención al usuario externo; con respecto a la capacidad de respuesta, relacionada con el alta cifra de peticiones internas y el tiempo requerido para gestionarlos, lo que también afecta a al usuario externo; el tiempo

que lleva en atender a los usuarios externos es demasiado; y, la satisfacción del usuario fue poco favorable.

Caiza (2016) presentó la tesis doctoral *“Estudio de los indicadores de gestión operativa de la unidad de atención al cliente de SENESCYT y su influencia en la satisfacción del usuario en Quito”*, investigación de campo y bibliográfica, la muestra fue de 385 ya encuestados por los puntos de atención, el autor solicitó esta información; donde concluyó que el área de atención al ciudadano con los lineamientos adecuados puede alcanzar la excelencia, y así obtener un certificado emitido por el organismo de orden público. Al optimizar los procesos internos, se puede reducir los tiempos de espera, aumentar la productividad de los empleados y aumentar la impresión que tiene los usuarios.

En el ámbito nacional, la investigación se relaciona con la tesis de maestría de Molina (2021) denominada *“Planeamiento estratégico y la satisfacción del cliente en la empresa de transporte privado Servicio Star, Lima 2020”*. Investigación con enfoque cuantitativo, en donde utilizó el muestreo no probabilístico de 80 clientes de la empresa, para los cuales empleó un cuestionario, en donde obtuvo como resultados una satisfacción alta de los clientes con 72.5%; asimismo, utilizaron rho de Spearman para contrastar la hipótesis obteniendo un valor de 0.682 y significancia de 0.000. Concluyendo que existe correlación positiva moderada entre planeamiento estratégico y satisfacción del cliente.

También la tesis de maestría de Otiniano (2019) *“Gestión operativa Lean y su influencia en la satisfacción de los clientes de la agencia BCP Mercado Unión – Trujillo”*, utilizó diseño de investigación correlación, transversal, con una muestra de 333 usuarios de la agencia BCP, recolectó información a través de encuestas, el 81% de la gestión operativa fue adecuada, la satisfacción de los usuarios fue del 71%, muy satisfecho el 38% con la presencia de personal y equipos utilizados por los trabajadores; la conclusión fue: la gestión operativa tiene una influencia positiva en la satisfacción de los usuarios de la Agencia, principalmente al permitir la adecuación de los sistemas de producción a los cambios y modificaciones en la satisfacción, ofreciendo servicios necesarios en el instante oportuno.

Angeles & Chanamé (2019) con la tesis *“La gestión operativa y la satisfacción del cliente en el sector del transporte aéreo en Lima-Perú 2018”*. En

donde utilizaron metodología cuantitativa, fue tipo básica, no experimental y transversal, utilizaron una muestra de 90 personas, a quienes aplicaron un cuestionario de 20 preguntas. Concluyeron que la relación fue moderada con $\rho=0,693$ entre gestión operativa y satisfacción del cliente. Asimismo, el vínculo entre Gestión Operativa y las dimensiones de Satisfacción del cliente fueron moderadas.

Gálvez (2019) publicó tesis de maestro "*Implementación de Buenas Prácticas Corporativas para la mejora de la Gestión Operativa en la Agencia 1 Banco de la Nación Trujillo año 2018*". Investigación cuantitativa, no experimental, transversal, la muestra fue de 55 funcionarios, quienes respondieron un cuestionario para brindar información relevante; como resultados presentó, que el 80% afirmaron que nunca recibieron información sobre lineamientos de atención al usuario; el 100% afirmó que nunca se reúnen para proponen mejores en la atención al usuario, el 93% afirmaron que nunca ha considerado que la función que realizan coadyuve al logro de objetivos y el 85% afirmó que nunca ha sido optimizada la gestión operativa. Concluyendo, que implementar buenas prácticas para mejorar la gestión operativa permite optimizar el lapso de tiempo para brindar atención a 72 minutos, lo que corresponde al 54% del promedio total. Asimismo, la agencia no cumple con los plazos fijados en procesos primordiales, retrasando la calidad en las prestaciones del servicio.

Barboza & Nieto (2019), investigaron sobre "*Gestión de servicio y satisfacción del cliente de la agencia especial del Banco Scotiabank, Santa Anita 2019*", tesis no experimental, de tipo aplicada, transversal, correlacional, aplicaron una encuesta a 40 usuarios; los resultados arrojaron que el 35% de usuarios percibe la gestión de servicio como baja o mala, al igual que la percepción sobre la satisfacción del usuario fue mala con 37.5% y sobre la percepción que tienen los usuarios sobre la capacidad de respuesta fue mala en 32.55; como conclusión obtuvieron un Rho de 0.790 y una significancia menor a 0.05, indicando una influencia de gestión de servicio en la satisfacción del cliente.

Yanayaco (2018) en su tesis de maestría: "*Aplicación de los indicadores de gestión, como medida de evaluación para la determinación del nivel de satisfacción del usuario en la oficina de economía y finanzas de la UNDAC – 2017*"; de tipo aplicada, descriptiva relacional, la muestra fue de 362 usuarios, para recolectar la información fue a través de una encuesta, obteniendo como resultados que el

74.6% percibió un rendimiento de servicio regular, las expectativas fue regular al 60.3%, la satisfacción general fue regular 56.1%. Las conclusiones fueron una relación directa y positiva entre los indicadores de gestión y la satisfacción de los usuarios con chi cuadrado de Pearson 303,671 y sig. 0.000.

Rodríguez (2018), en su tesis "*Gestión por procesos para mejorar la satisfacción del cliente en el área de ventas de la empresa CC Rodríguez SRL 2018*", de tipo preexperimental, con una población de 100 practicantes, a quienes sometió a una encuesta servqual. Posterior a la prueba de Wilcoxon, obtuvo como resultado una significancia (P) de 0,000, indicando aprobación de hipótesis, es decir, la aplicación de la gestión por procesos si aumenta la satisfacción del cliente en la empresa Centro Comercial Rodríguez S.R.L.

De otro lado, Troncos et ál. (2020) investigaron respecto a "*Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa Transporte Cruz del Sur Cargo SAC Santa Anita*", para la cual utilizaron metodología cuantitativa con una muestra de 63 clientes, a quienes aplicaron un instrumento de cuestionario, de los cuales concluyeron que el 57.1% de entrevistados mostraron niveles regular de satisfacción, indicando que los clientes presentan una satisfacción media; asimismo, con las dimensiones el 55.5% de entrevistados mostraron regular valor percibido, el 57.1% de entrevistados mostraron regular satisfacción en las expectativas y el 50.7% de entrevistados mostraron regular conformidad con la atención.

Revoredo (2017) en su tesis de maestría "*Gestión de operaciones bancarias y calidad de servicio en los colaboradores del Banco del Crédito del Perú, agencia Magdalena, Lima*"; en cuanto a la metodología fue de tipo aplicada, no experimental, descriptiva correlacional con una muestra de 16 colaborados del banco de crédito, aplicó una encuesta para recolectar la información, obteniéndose como resultados que la gestión operativa es regular en 68,7%, la profundidad financiera fue bueno con 56.2%, la cobertura fue regular con 68.7% y la intensidad de uso fue de nivel malo con 43.5%. La conclusión fue que la gestión de operaciones bancarias presenta relación significativa y alta con calidad de servicio en Banco del Crédito del Perú, con el rho de Spearman ($r = 0,633$; $p < 0,05$).

Las teorías que sustentan esta investigación son: Teoría clásica que de acuerdo a Mendoza-Fernandez y Moreira-Chóez (2021), afirmaron que dentro de esta teoría esta "la gestión administrativa, que permite el desarrollo de elementos y tácticas relacionados con el conflicto para utilizarlos y crear nuevas opciones" (p. 611); por tanto, la gestión administrativa realiza un conjunto de acciones para dirigir las tareas y recursos de la organización, y tiene la capacidad de controlar y coordinar los distintos roles de la organización para prevenir y solucionar problemas; también es considerado un proceso distintivo que implica planificar, organizar, ejecutar y controlar para lograr las metas establecidas con la ayuda de personas y otros recursos.

Para Diniz y Sevilha (2016), la teoría de administración pública ciudadana se puede definir como un modelo de gobernanza destinado a ofrecer servicios públicos de mayor calidad que satisfagan mejor los requisitos de los usuarios; los ciudadanos también tienen derechos y obligaciones y, de forma rutinaria, no pueden elegir un servicio alternativo si no están satisfechos con los servicios prestados por el sector público. Pero como esta investigación se llevará a cabo en una entidad financiera, de acuerdo a Álvarez, et al. (2014) la gestión financiera operativa tiene como función realizar la planificación, organizar, dirigir y controlar la actividad económica que suscita flujo de caja a partir de una inversión en curso y el financiamiento necesario para mantener esa inversión, a raíz de tomar decisiones financieras a corto plazo.

De otro lado, los enfoques conceptuales que se desarrollan en base a la variable gestión operativa, según Otiniano (2019) lo definió a manera de "un prototipo de gestión constituido por un abanico de tareas y procesos encauzados a mejorar la estructura interna para incrementar su capacidad y alcanzar los objetivos operativos y el propósito de las políticas" (p. 17); además cada objetivo operativo se deriva directamente del objetivo táctico, es decir, involucra cada actividad de la cadena de valor interna; en consecuencia, la gestión operativa también tiene en cuenta las múltiples gestiones financieras, de producción, aprovisionamiento, distribución y recurso humano.

Para (Daruma, 2017, como se citó en Molina et al., 2021) la gestión operativa en el entorno empresarial son las actividades a seguir con el fin de que la empresa pueda seguir existiendo y sobrevivir; es decir, sin un horizonte operativo, la

empresa no se desarrolla, no avanza, no progresa, entonces es como combustible para un auto, sin él, el motor no trabaja; parafraseando al autor, la gestión operativa se da en todo el entorno empresarial, también se da en las empresas bancarias, por lo que concierne a los procesos que dirigen, previenen y utilizan los recursos y esfuerzos para lograr las metas empresariales e institucionales.

Sin embargo, Ccahuay, et al. (2020) afirmaron que las instituciones pasan por una gestión operativa insuficiente lo que aumenta los costos innecesarios por los que se ven afectados económicamente, de ahí que las empresas estén dispuestas a mejorar continuamente para reducir y evitar altos costos con el fin de obtener mejores ganancias y aumentar su competitividad en el mercado. Ante esto Regino y Forero (2013) afirmaron que la operación del servicio tiene como finalidad coordinar e implementar subprocesos y actividades requeridos para la prestación y gestión de servicios, manteniendo los niveles de calidad pactados con los usuarios; además, tiene el compromiso de gestionar recursos tecnológicos (p.81).

Por su parte Otiniano (2019) describió las áreas de actuación de cada función primordial de la gestión operativa: (i) Análisis de servicios, es la concordancia entre los servicios ofertados o planificados y el requerimiento de usuario o proveedor; también significa el cumplimiento de cada especificación técnica de todos los servicios o productos y comprobar el funcionamiento correcto. (ii) Análisis de proceso, es gestionar cada proceso técnico y administrativo de la organización en disciplinado cumplimiento de normatividad relacionada con el proceso de fabricación de productos y prestación de servicios. (iii) Revisión de métodos de diseño y dirección, un enfoque fundamental basándose en procesos continuos de los procedimientos de implementación de algún proyecto y prestación de servicios más efectivos, buscando incrementar el resultado y productividad y rentabilidad máxima con el objetivo de alcanzar la optimización de recursos.

Según Pineda (2021) la función de gestión operativa, incluye modificaciones no solo en la organización de la empresa, por el contrario, también se ocupa del sistema de roles y funciones, lo que afecta la selección de gerentes y mandos intermedios, la gestión operativa también influye en formación del personal, la relación entre áreas, la tecnología y la implementación de técnicas y estrategias conforme con las tareas de la organización.

Asimismo, Pineda (2021), mencionó los siguientes niveles de gestión operativa: (i) Gestión del alcance, consiste en actividades para asegurar que se completen las tareas asignadas y que sean necesarias para alcanzar las metas. (ii) Gestión técnica o de procesos, son los pasos necesarios para asegurar que los resultados cumplan con los requisitos y expectativas de los inversores o del empresario. (iii) Gestión del tiempo, incluye aquellas actividades que garantizan que los procesos de desarrollo de productos y servicios sean oportunos y que los resultados estén disponibles para los clientes. (iv) Gestión de costos: asegura que las actividades permanezcan dentro de los límites económicos impuestos por la organización. (v) Gestión de la calidad, son las actividades que aseguran que los procesos sean correctos para que los resultados sean los esperados. (vi) Gestión de recursos, para que se logre la misión de la empresa, sus objetivos deben ser claros y de ahí que los resultados sean beneficiosos para el administrador, es importante que el administrador cuente con dinero suficiente para ayudar en la correcta gestión aumentando la eficiencia de toda institución. (vii) Gestión de la comunicación, garantiza que la información se genere, recopile, almacene, llegue y se utilice correctamente. (viii) Gestión de compras y adquisiciones, cuando la producción tiene cierta complejidad, es necesario definir ciertas prácticas que estén orientadas a la apropiada selección y adquisición de insumos que se realizan fuera de la empresa.

La faena principal de la gestión operativa según los autores Castillo & Rojas (2017) es desplegar recursos y capacidad para lograr resultados concretos; advierte objetivos correctos (en línea con los requisitos sociales), y tiene la capacidad de obtener recursos e implementar métodos, procesos, sistemas, y recurso humano capacitado con lo que se desea lograr; por su parte Gálvez (2019) mencionó que de acuerdo con la visión estratégica de la gestión operativa, son los directores responsables del uso del poder y del dinero público en acciones que deben ser imparciales para crear una organización adaptable, flexible, controlable y eficiente.

Las dimensiones consideradas en esta investigación son las siguientes, como primera dimensión: *Planificación estratégica*, según (Rodríguez y Pino, 2017 como se citó en Mendocilla 2020) no deben faltar los siguientes aspectos: metas a alcanzar, líneas de acción a perseguir, ejes temáticos a trabajar, orientación del

grupo destinatario, posibles usos, evaluación sistemática y finalmente la planificación operativa. Por su parte, Gálvez (2019) afirmó que el enfoque estratégico de la administración pública implica un proceso continuo de búsqueda, de formas más eficientes de ejecutar proyectos y brindar servicios para lograr resultados que satisfagan las necesidades de las personas sin desperdiciar los fondos públicos disponibles. Para lo cual, es de gran importancia redefinir la misión y cada objetivo de la institución de manera sencilla, entendible y general; de ahí se desprende y debe existir un orden de propósitos y metas, que guíen cada una de las actividades operativas hasta el exhum real (productos o servicios);

Asimismo, Gálvez (2019) mencionó que la gestión operativa desarrolla de forma general los siguientes pasos y son: examinar la situación interna (fortalezas y debilidades) y externa (amenazas y oportunidades), identificar y diagnosticar componentes claves, explicación de la situación, definir misión u objetivo básico a alcanzar por el proyecto o plan de acción, articular metas básicas para alcanzar el objetivo general, crear una visión o imagen memorable de logros futuros a largo plazo, desarrollar estrategias, métodos alternativos para lograr las metas, desarrollar cronograma de plazos para implementar la estrategia, desarrollar un sistema de indicadores, que permitan la medición y evaluación de resultados, construir consenso de forma interna y externa para apoyar la implementación del plan.

Segunda dimensión: *Procesos*, abarca transformaciones en la estructura organizacional y en el sistema de roles, la forma de elegir los ejecutivos, los procesos para capacitar el recurso humano; mejoras continuas del funcionamiento de la institución con tecnología actualizada e introducir innovaciones técnicas y estratégicas como parte de proyectos en curso. El análisis de los procesos, hace mención a los procesos técnicos y administrativos y su marco legal que se emplean para la realizar proyectos, prestación de servicios, etc., tanto en correspondencia con el grupo objetivo como en relación con otra organización pública (Gálvez, 2019).

Los procesos de gestión operativa representan un valor relevante tanto en las organizaciones públicas como privadas, por lo que son el motor institucional; son el motor fundamental para generar calidad. Los procesos operativos se encargan de combinar y transformar recursos con el fin de obtener productos,

brindar servicios de acuerdo a los requerimientos del cliente y ofrecer un alto valor agregado; procesos que son los principales responsables del logro de los objetivos corporativos (Molina, et ál., 2020).

Tercera dimensión: *Evaluación*, según (Rodríguez y Pino, 2017 como se citó en Mendocilla 2020) se trata de una actividad de investigación, que no permite ninguna orientación de las medidas, pero trata de comprobar la consecución de las medidas previstas y la consecución de los objetivos. Para Gálvez (2019) es un papel fundamental en esta operación integral es el liderazgo del gestor público que tiene la visión global del contexto y los procesos externos e internos y debe traducir esta información en lineamientos y estrategias para una mejor y mayor creación de valor público.

Por otra parte, la satisfacción del usuario se fundamenta con la teoría de la elección del consumidor, que según Aguilar (2021), la satisfacción se evalúa como lograda a través de los deseos, necesidades y expectativas del cliente; esta teoría se fundamenta en el supuesto de que las personas se comportan de manera racional mientras buscan maximizar la satisfacción, siendo la principal particularidad del consumidor, que el patrimonio con el que cuenta para comerciar productos y servicios no es ilimitado, en consecuencia cuando el usuario compra algo considera el precio para comprar, entonces miden que el recurso económico con el que cuentan, satisfagan sus necesidades de la mejor manera posible.

También la teoría de colas o líneas de espera, que, Martínez (2019), afirma que esta teoría explora aspectos como el tiempo medio de espera o el rendimiento del sistema sin colapsar (p.24); matemáticamente, la teoría de colas es parte de la investigación de operaciones y es una adición muy trascendental a la teoría de sistemas y la teoría de control; es una teoría que se aplica a muchas instituciones en diferentes rubros, surgen a raíz de la inestabilidad provisional entre la demanda de un servicio y la capacidad del sistema para brindarlo; los usuarios pueden estar esperando en la fila porque las instalaciones existentes son insuficientes que permitan satisfacer la demanda del servicio; en estos casos, la fila de usuarios puede ser impresionante; en otras palabras, conforme transcurre el tiempo, las colas se alarga cada vez más.

También está el modelo de Satisfacción del Cliente KANO, Yrigoyen (2019) refiere que el modelo se concentra en el hecho de que la satisfacción del usuario necesita únicamente de idoneidad de la empresa para producir su producto o servicio justificándose en el hecho de que no todas las características del producto o servicio generan el mismo nivel de satisfacción del cliente, para la cual cuenta con: (i) Requerimientos básicos, son propiedades del producto, que el usuario las considera obligatorias, no incrementa la satisfacción de los compradores, pero acarrea mucha insatisfacción si no se presentan. (ii) Requerimientos de rendimiento, estas propiedades del producto incrementan de manera proporcional la satisfacción del usuario, cuantas más funcionalidades incorporan u ofrecen, más feliz es el cliente. (iii) Requisitos de deleite, son características que el cliente no espera y que se traducen en una gran satisfacción, como no se esperan, no causan descontento si no se presentan.

Por otra parte, los enfoques conceptuales que se desarrollan en base a la variable satisfacción del usuario, según Peña (2019), es el resultado de las impresiones obtenidas durante la instauración del servicio menos las expectativas que el cliente generó al contactar con las actividades del servicio (p.2). para Montalvo, et al. (2020), la satisfacción de los usuarios son el grado de cumplimiento de toda expectativa y percepción del usuario, teniendo en cuenta los servicios ofrecidos por la institución, por el prestador de servicios. (p.2).

En la misma línea Fariño (2018) afirma que la satisfacción del usuario “es un sentimiento individual de gozo o frustración como resultado de comparar la percepción del desempeño del producto con sus expectativas del mismo” (p.6) por su parte Morillo & Morillo (2016), indicaron que la satisfacción del cliente es un criterio importante en lo que respecta a la calidad de los productos o servicios y es fundamental para mantener la estabilidad de una empresa, ya que contribuye en las decisiones del usuario de repetir verbalmente la experiencia del servicio y su efecto multiplicador. Los beneficios de la satisfacción los describe Peña (2019) y son (i) fidelidad del cliente (que se ve reflejado en ventas futuras), (ii) transmisión de forma gratis (que se refleja en nuevos clientes) y (iii) determina participación de mercado (p. 12).

Las dimensiones de esta variable se acondicionan a las definidas por los autores Troncos et al., (2020) y son: (i) Valor percibido, se trata del rendimiento que recibió el usuario, posterior a recibir el producto o servicio; hace referencia al "resultado" que los clientes "perciben" posteriormente al adquirir un producto o servicio, como (accesibilidad, diferenciación, y simplicidad). El valor percibido es tan importante que algunos autores recomiendan que las empresas sean proveedores de valor para sus clientes/usuarios porque esta personalización los diferenciará de otras organizaciones y, por lo tanto, mejorará sus resultados (García, et ál., 2019). (ii) Expectativas del usuario, son las "esperanzas" que los usuarios tendrán que lograr para satisfacer cada necesidad personal o la experiencia del servicio. (iii) Conformidad del cliente, luego de adquirir o comprar un producto o servicio, el usuario experimenta uno de estos aspectos: lealtad y las expectativas superadas.

Algunas definiciones conceptuales relevantes al estudio

Gestión: es una serie de procedimientos y acciones que se desarrollan con el propósito de alcanzar un objetivo específico.

Operativo: un plan implementado para desarrollar una acción y lograr una meta.

Satisfacción: Percepción de los clientes de que el proveedor ha cumplido o superado sus expectativas.

Nivel de satisfacción del usuario: es la manera directa de medir el agrado de cada expectativa, necesidad y deseo del usuario.

Expectativas: son creencias y consisten en una evaluación que se realiza para determinar si un comportamiento conduce a un resultado determinado.

Objetivo: el fin al que se quiere alcanzar y hacia el que se dirige una acción.

Cumplimiento de objetivo: acción u actividad que se realizar para alcanzar el fin.

Análisis FODA: metodología para estudiar la situación de una entidad o un proyecto, para analizar cada particularidad interna como (debilidades y fortalezas) y situaciones externas como (amenazas y oportunidades).

Metas: es el resultado esperado o imaginario de un sistema, acción o trayectoria; es decir, lo que logramos o queremos lograr mediante un proceso en particular.

Acuerdos internos: son los concesos a que llegan un grupo de personas en una institución o entidad específica para cumplirse.

Plazo: periodo de tiempo para realizar una actividad.

Personal idóneo: indica una persona que tiene ciertos requisitos previos o habilidades que son indispensables que le permite realizar una función específica de un puesto de trabajo.

Plan de capacitación: Comprende un abanico de acciones formativas y cursos de formación para personas, donde la transferencia de conocimiento puede tener lugar a través de actividades teóricas o prácticas.

Funciones del personal: conjunto de las responsabilidades, tareas y actividades que son necesarias para el desempeño de una actividad específica.

Transformación digital: Aplicar habilidades digitales a procesos, productos y activos para mejorar la eficiencia; incrementar los beneficios para el cliente, gestionar riesgos y descubrir nuevas oportunidades de generación de ingresos.

Canales alternos: son aquellos canales que extienden el alcance de los servicios más allá del canal tradicional de la sucursal bancaria, han surgido a través de innovaciones tecnológicas y cambios en las expectativas de los consumidores.

Monitoreo: son procesos sistemáticos que permiten recopilar, analizar y usar información para realizar un seguimiento del progreso de un programa en el logro de objetivos y para orientar las decisiones de gestión.

Seguimiento a reclamos: hacer seguimiento a la solicitud de reclamo y responder a dichos reclamos.

Evaluación de indicadores: se lleva a cabo a través de la recopilación sistemática de información centrada en los denominados indicadores; los indicadores son hechos o expresiones concretas y cuantificables, cuyos valores nos permiten medir la idoneidad, eficacia y eficiencia de un proyecto.

Valor agregado: característica extra que ofrece un producto o servicio para crear mayor valor comercial en la percepción del consumidor.

Optimizar tiempo de atención: disminuir el tiempo promedio que se tarda en atender a un cliente potencial.

Accesibilidad: permite a cualquier persona utilizar y acceder a servicios o productos en las mismas condiciones que los demás.

Diferenciación: es una estrategia de marketing que busca resaltar tal o cual característica del producto que le permitirá distinguirse como único y diferente en el mercado y así obtener una ventaja importante frente a la competencia.

Simplicidad: no se trata solo de reducir los procedimientos en los procesos, es un cambio cultural, si se aplica adecuadamente, significa asegurar que las instituciones continúen esforzándose por eliminar las barreras regulatorias.

Mejora de servicio: Es la acción continua de cualquier sistema de gestión para alcanzar cada objetivo propuesto.

Satisfacción de necesidades: las necesidades son aquellas deficiencias o lagunas que se satisfacen con los bienes y/o servicios que llenan, cuando son consumidos por cada individuo.

Cumplimiento de ofertas: cuando una institución lanza una oferta o promoción se cumple con lo ofertado para la satisfacción del usuario.

Respeto por la cultura: en la agencia se brinda atención respetando la cultura o étnica original del usuario.

Lineamientos de atención al cliente: Es un documento que se redacta en forma de manual que explica cómo deben ser las acciones de los empleados en relación a la atención del cliente o usuario.

Imagen: conjunto de elementos que identifican a una empresa y crean una primera impresión con el público objetivo.

Lealtad: cuando los usuarios regresan a usar los servicios de una institución.

Expectativas superadas: Va más allá de lo habitual y sorprenda a los clientes brindándoles experiencias que normalmente no obtienen de otras empresas.

Tiempo de espera: es el tiempo subjetivo que un usuario suele esperar antes de ser atendido, por quien ofrece el servicio, este tiempo se cuantifica en minutos o segundos.

Atención individualizada: consisten en brindar atención directa o personal por parte de quien ofrece el servicio o el empleado, teniendo en cuenta las necesidades, gustos y preferencias del usuario.

Absolución de dudas: responder de forma clara y precisa a las consultas de los clientes o usuarios.

De otro lado, la necesidad epistemológica de la administración de investigar y explicar los procesos y fenómenos “administración científica” se mantiene como la búsqueda del éxito económico de la organización como objetivo último y exclusivo. Los fundamentos epistemológicos de la teoría de la administración son proporcionados por la cosmovisión temática, basada en sus aspectos ontológicos - supuestos más profundos de la realidad y supuestos gnoseológicos basados en los fundamentos empíricos de diversos campos del conocimiento; esto significa que nuestros supuestos ontológicos se vuelven científicamente correctos cuando demuestran cognitivamente la naturaleza de las relaciones, los mecanismos y los procesos que ocurren en la realidad; esto se debe a que no son los hechos del nivel óntico sino las representaciones epistemológicas las que se aceptan o rechazan (Ballina, 2021).

Esta investigación utilizó el enfoque cuantitativo y el paradigma que más se acerca es el positivismo y post-positivismo que según Ramos (2015) estos son los paradigmas que encauzan la investigación cuantitativa, la misma que tiene como objetivo explicar, en última instancia predecir y controlar el fenómeno en estudio. La investigación cuantitativa aplica la recopilación de información, la cual permite comprobar, confirmar o refutar la hipótesis con estrategias estadísticas basadas en medidas numéricas.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Enfoque, esta tesis utilizó la metodología cuantitativa, que citando a Hernández et al. (2014) consta de una serie de procesos, es secuencial y de carácter probatorio; empieza con una idea, que una vez delimitada, se describe el tema, se define cada objetivo y pregunta a investigar, se busca literatura, que permite construir el marco teórico; en base a la interrogante se plantea hipótesis y define las variables; se prepara un plan (diseño); las variables se miden en un contexto dado; las medidas obtenidas se analizaron con métodos estadísticos y se arriba a las conclusiones. En otras palabras, la recopilación de datos es importante para comprobar, verificar o refutar cada una de las hipótesis, basándose en mediciones numéricas y análisis estadísticos para constituir patrones de comportamiento y probar teorías.

Tipo de investigación, esta investigación fue de tipo aplicada, porque tuvo como objetivo definir, a través del conocimiento científico, los medios (metodologías, protocolos y tecnologías) mediante los cuales se puede satisfacer la necesidad identificada y específica (Concytec, 2019). Es decir, con cada una de las conclusiones se realizó las recomendaciones respectivas que permiten mejorar la gestión operativa y el nivel de la satisfacción del usuario.

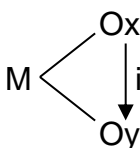
Nivel, esta tesis fue Correlacional, el propósito fue entender el grado de asociación que existe entre dos o más conceptos o variables en un contexto dado (Hernández et al, 2014, p. 98).

Diseño de investigación, el diseño que se utilizó fue el no experimental descriptivo.

No experimental, porque las características no se pueden manipular (Hernández et al, 2014, p.154); es decir, el fenómeno se estudió igual a como se manifestó dentro del contexto natural, de ahí que los datos reflejen la evolución natural de eventos que están más allá de la voluntad de investigación.

Descriptivo, intenta concretar las peculiaridades y perfiles de personas, grupos, comunidades que son objeto de análisis (Hernández et al, 2014, p.98); es decir, sólo pretende computar o recabar asesoramiento, de forma individual o en grupo, sobre las opiniones o percepciones de las variables.

Corte, esta investigación fue transversal, la información fue recogida en un solo momento, el propósito fue describir las variables y analizar la incidencia en un momento específico (Hernández et al, 2014, p.154). Para la cual el esquema:



Indicando:

- M : Muestra
- Ox : Observación de la variable gestión operativa.
- Oy : Observación de la variable satisfacción del usuario.
- i : Incidencia

3.2 Variables y operacionalización

Variable gestión operativa, es un prototipo de gestión, constituida por un abanico de tareas y procesos encauzados a mejorar la estructura interna para incrementar su capacidad y alcanzar los objetivos operativos y el propósito de las políticas” (Otiniano, 2019). Es una variable de naturaleza cuantitativa.

Variable satisfacción del usuario, la satisfacción de los usuarios es el grado de cumplimiento de toda expectativa y percepción del usuario, teniendo en cuenta los servicios ofrecidos por la institución, por el prestador de servicios (Montalvo, et al., 2020). Es una variable de naturaleza cuantitativa.

3.3 Población, muestra, muestreo, unidad de análisis

Población: Estuvo formada por todos los trabajadores del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021.

Tabla 1

Distribución de la población formada por trabajadores del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021.

Tipo de contrato	Numero		Total	Porcentaje
	H	M		
Nombrados	10	4	14	56%
Contratados	4	7	11	44%
Total	14	11	25	100%

Fuente: Archivos de recursos humanos Agencia Caraz, 2021.

Criterios de inclusión:

Trabajador de sexo masculino y femenino del Banco de la Nación de la Agencia Caraz.

Trabajador nombrado y contratado del Banco de la Nación de la Agencia Caraz.

Criterios de exclusión:

Trabajador que no desee participar voluntariamente en el trabajo de investigación.

Muestra: La muestra para el caso concreto, se aplicó el tipo censal; es decir, se trabajó con toda la población por ser pequeña, la misma que se observa en la tabla 1.

Muestreo: En este caso, no se utilizó muestreo, porque se trabajó con toda la población.

Unidad de análisis: Trabajador del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas de recolección de datos, se utilizó la encuesta, técnica que permitió generar datos a través de cuestionarios estandarizados; Katz, et al. (2019) con el fin de examinar varios temas: hechos, actitudes, creencias, opiniones, hábitos, prejuicios; y, la elaboración consiste en idear una serie de preguntas

estructuradas según una lógica determinada; que no sean demasiado intrusivos ni requieran respuestas comprometedoras

Instrumentos para recolectar datos, se utilizó los cuestionarios, que están estructurados en una escala Likert que se presentaron al encuestado con un listado de alternativas de respuestas precodificadas, las cuales son definidas como preguntas cerradas.

El instrumento para medir la gestión operativa está estructurado con tres dimensiones, con un total de 12 preguntas, con cinco alternativas de respuesta: Nunca (0); Casi nunca (1); A veces (2); Casi siempre (3); y, Siempre (4).

De forma similar el instrumento para medir satisfacción del usuario está estructurado con tres dimensiones, con un total de 12 preguntas, con cinco alternativas de respuesta: Nunca (0); Casi nunca (1); A veces (2); Casi siempre (3); y, Siempre (4).

Validez, según Espinoza & Novoa-Muñoz (2018) explicaron que tradicionalmente, la validez se define como “el grado en que una prueba mide lo que está diseñada para medir”. La validez de los instrumentos se realizó con el juicio de tres expertos, los mismos que se encargaron de verificar que las preguntas tengan relación con las dimensiones y variables a estudiar; en consecuencia, dieron la condición de aprobado al instrumento para ser aplicado.

Tabla 2

Validez de instrumentos

Grado	Experto			Gestión operativa	Validación	Satisfacción de usuario	Validación
Doctor	Jimmy Layza	Alexander Ly		Suficiente	Muy bueno	Suficiente	Muy bueno
Maestra	Lidia Viera Zegarra			Suficiente	Muy bueno	Suficiente	Muy bueno
Maestra	Lorena Gil	Araceli Huamán		Suficiente	Muy bueno	Suficiente	Muy bueno

Fuente: Elaboración propia

Confiabilidad

La confiabilidad de los instrumentos se realizó con el coeficiente de alfa de Cronbach. Según Espinoza & Novoa-Muñoz (2018); El alfa de Cronbach aparece a menudo como un método más utilizado, por ser una forma sencilla y fiable de validar la estructura de una escala y como una medida que cuantifica la correlación entre los ítems que la componen. Oviedo & Campo (2005) afirmó que el valor aceptable mínimo para el alfa de Cronbach es 0.70; inferior a este número, la consistencia interna de la escala utilizada es baja; normalmente es preferible obtener valores alfa entre 0,80 y 0,90. El valor alfa oscila entre 0 y 1; donde valores cercanos a 1 son mejores porque muestran una mayor consistencia interna.

Tabla 3

Confiabilidad de variables

Variabes	Alfa de Cronbach	Nº de elemento
Gestión operativa	0.975	12
Satisfacción del Usuario	0.978	12

Fuente: SPSS

Estos resultados demostraron que, tanto la variable gestión operativa, como satisfacción del usuario alcanzaron un coeficiente de alfa de Cronbach de 0.975 y 0.978, respectivamente, indicando una excelente confiabilidad.

3.5 Procedimientos

Se estableció contacto con el gerente del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, y se solicitó la autorización correspondiente para realizar la investigación, la misma que se presentó en los anexos.

Se abordó y explicó a los usuarios en qué consiste la investigación y se brindó las instrucciones y la forma de como contestar el cuestionario.

Se realizó una prueba piloto, con el fin de proceder a realizar la confiabilidad de cada uno de los instrumentos.

Después de aplicar los instrumentos se procedió a tratar los datos, contrastar hipótesis para posteriormente responde a los objetivos con conclusiones y sugerir recomendaciones.

3.6 Método de análisis de datos

Se aplicó, estadística descriptiva, para describir los resultados en relación a los objetivos formulando tablas y figuras.

Se utilizó estadística inferencial para procesar los datos, se realizó Shapiro Wilk (prueba de normalidad para muestra menor de 50 participantes); y después se procedió a contrastar las hipótesis con el coeficiente estadístico correspondiente

3.7 Aspectos éticos

Se cumplió con aspectos éticos considerados de acuerdo a la guía de trabajos de investigación de la universidad, y Alvarez (2018), describió el respeto por la persona, justicia y beneficencia; en es consecuencia, para redactar esta investigación se tuvo respeto por la persona, respetando la participación voluntaria de cada usuario; respeto por la autoría, citando correctamente los contenidos de diferentes autores; además, se respetó el anonimato de usuarios que colaboraron en la investigación; *justicia*, el reclutamiento y selección de participantes debe ser de forma equitativa.

IV. RESULTADOS

Cada resultado que se presenta a continuación está en relación a cada uno de los objetivos presentados, los mismos que están relacionados con las hipótesis y las preguntas presentadas líneas arriba en la parte de la introducción

Tabla 4

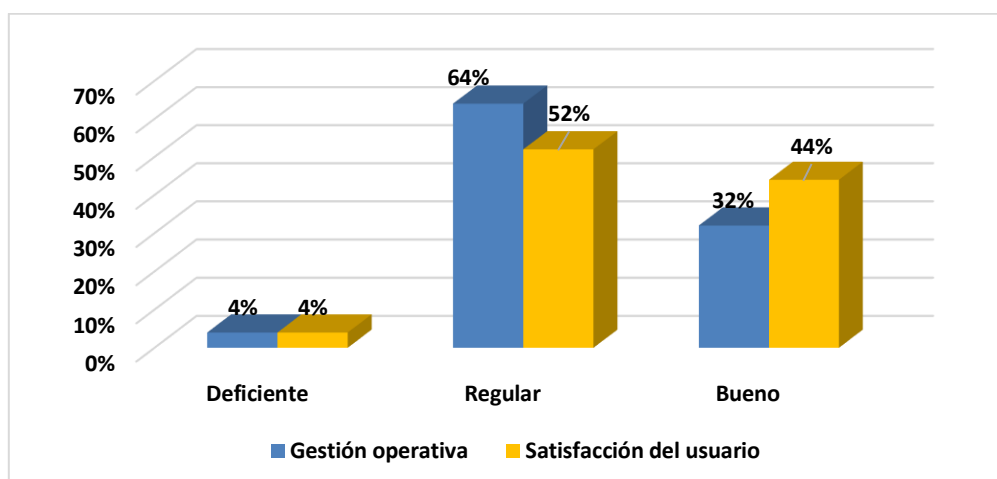
Gestión operativa y satisfacción del usuario

Baremos		Niveles	Gestión operativa		satisfacción del usuario	
			fi	hi%	fi	hi%
[0 - 16]	[0 - 16]	Deficiente	1	4%	1	4%
[17 - 32]	[17 - 32]	Regular	16	64%	13	52%
[33 - 48]	[33 - 48]	Bueno	8	32%	11	44%
		Total	25	100%	25	100%

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 1

Gestión operativa y satisfacción del usuario



Interpretación, de la tabla 4 y figura 1 se comprueba que de 25 trabajadores del Banco de la Nación - Agencia Caraz, la gestión operativa se ubica en un nivel deficiente 4% (1 trabajador) y en nivel regular 64% (16 trabajadores); similar ocurre en satisfacción del usuario un 4% (1 trabajador) percibe en nivel deficiente y 52% (13 trabajadores) perciben nivel regular; por consiguiente, la gestión operativa en 68% (17 trabajadores) aun no considera que exista una gestión operativa acorde; y; en satisfacción del usuario el 56% (14 trabajadores) consideran que no están satisfechos; por consiguiente; el 32% (8 trabajadores) de la agencia Caraz

consideran que si hay una buena gestión operativa; asimismo, el 44% (11 trabajadores) consideran que los usuarios si están satisfechos. Por lo tanto, se concluyó que el Banco de la Nación – en la Agencia Caraz es necesario desarrollar una gestión operativa acorde con los objetivos de la institución, para la cual debe mejorar la planificación estratégica, los procesos y las actividades de evaluación para lograr una mejor satisfacción del usuario y este tenga mejor valor percibido de la entidad, logre superar expectativas y quedar conforme con la atención y servicio brindado.

Tabla 5

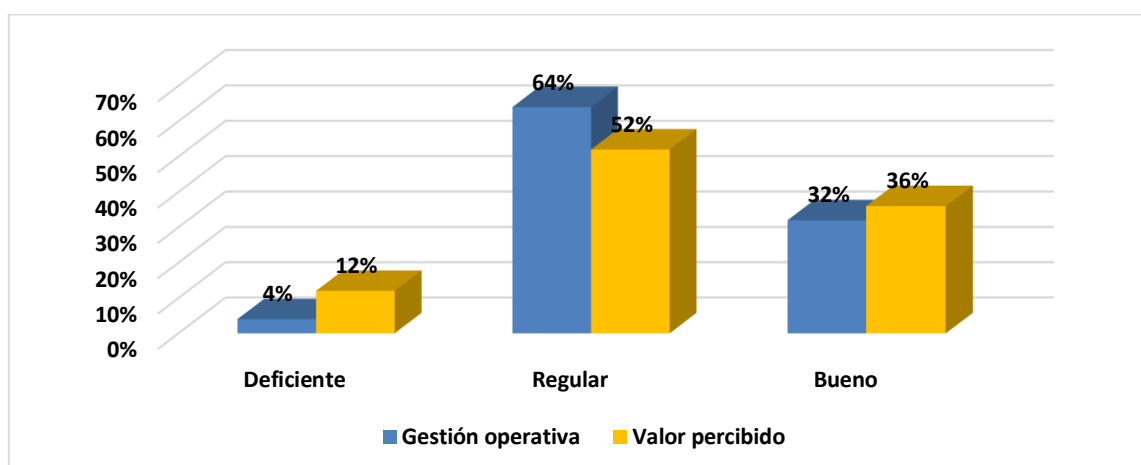
Gestión operativa y valor percibido

Baremos		Niveles	Gestión operativa		Valor percibido	
			Fi	hi%	fi	hi%
[0 - 16]	[0 - 6]	Deficiente	1	4%	3	12%
[17 - 32]	[7 - 11]	Regular	16	64%	13	52%
[33 - 48]	[12 - 16]	Bueno	8	32%	9	36%
		Total	25	100%	25	100%

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 2

Gestión operativa y valor percibido



Interpretación de la tabla 5 y figura 2 se comprueba que de 25 trabajadores del Banco de la Nación - Agencia Caraz, la gestión operativa se ubica en un nivel deficiente 4% (1 trabajador) y en nivel regular 64% (16 trabajadores); similar ocurre en la dimensión valor percibido un 12% (3 trabajador) percibe en nivel deficiente y

52% (13 trabajadores) perciben nivel regular; por consiguiente, la gestión operativa en 68% (17 trabajadores) aun no considera que exista una gestión operativa acorde; y; en dimensión valor percibido el 64% (16 trabajadores) consideran que no están satisfechos; por consiguiente; el 32% (8 trabajadores) de la agencia Caraz consideran que si hay una buena gestión operativa; asimismo, el 36% (9 trabajadores) consideran que los usuarios si tienen un buen valor percibido de la agencia. Por lo tanto, se concluyó que el Banco de la Nación – en la Agencia Caraz es necesario desarrollar una gestión operativa acorde con los objetivos de la institución, siendo uno de ellos relacionado a verificar el valor percibido, para lo cual implica que la agencia debe ser accesible, brindar atención diferenciada y fomentar en los posible la simplicidad.

Tabla 6

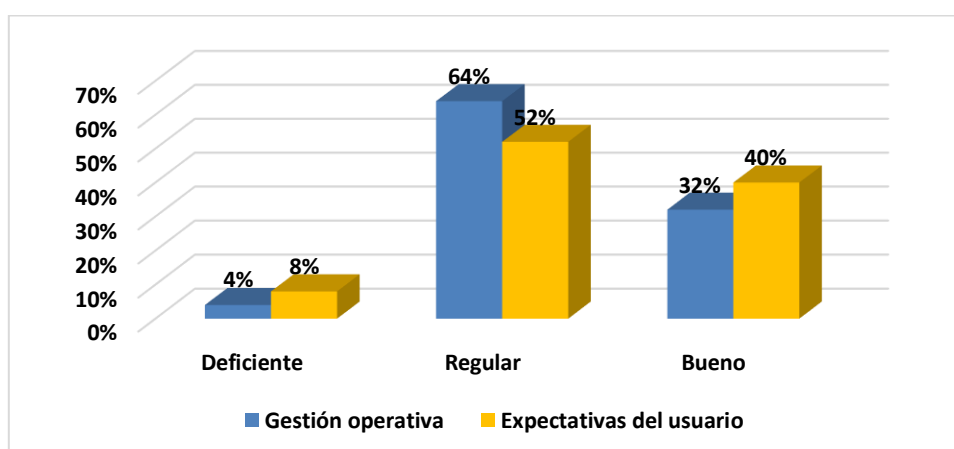
Gestión operativa y expectativas del usuario

Baremos		Niveles	Gestión operativa		Expectativas del usuario	
			fi	hi%	Fi	hi%
[0 - 16]	[0 - 6]	Deficiente	1	4%	2	8%
[17 - 32]	[7 - 11]	Regular	16	64%	13	52%
[33 - 48]	[12 - 16]	Bueno	8	32%	10	40%
		Total	25	100%	25	100%

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 3

Gestión operativa y expectativas del usuario



Interpretación, de la tabla 6 y figura 3 se comprueba que de 25 trabajadores del Banco de la Nación - Agencia Caraz, la gestión operativa se ubica en un nivel

deficiente 4% (1 trabajador) y en nivel regular 64% (16 trabajadores); similar ocurre en la dimensión expectativas del usuario un 8% (2 trabajador) percibe en nivel deficiente y 52% (13 trabajadores) perciben nivel regular; por consiguiente, la gestión operativa en 68% (17 trabajadores) aun no considera que exista una gestión operativa acorde; y; en dimensión expectativas del usuario el 60% (15 trabajadores) consideran que no se supera las expectativas del usuario; por consiguiente; el 32% (8 trabajadores) de la agencia Caraz consideran que si hay una buena gestión operativa; asimismo, el 40% (10 trabajadores) consideran que con la atención brindada si se logra superar las expectativas de los usuarios. Por lo tanto, se concluyó que el Banco de la Nación – en la Agencia Caraz es necesario desarrollar una gestión operativa acorde con los objetivos de la institución, para que los usuarios salgan satisfechos al hacer uso de los servicios de la agencia; para lo cual la agencia debe buscar la satisfacción de necesidades de los usuarios, cumplir con ofertas, respetar la cultura y tener buena imagen.

Tabla 7

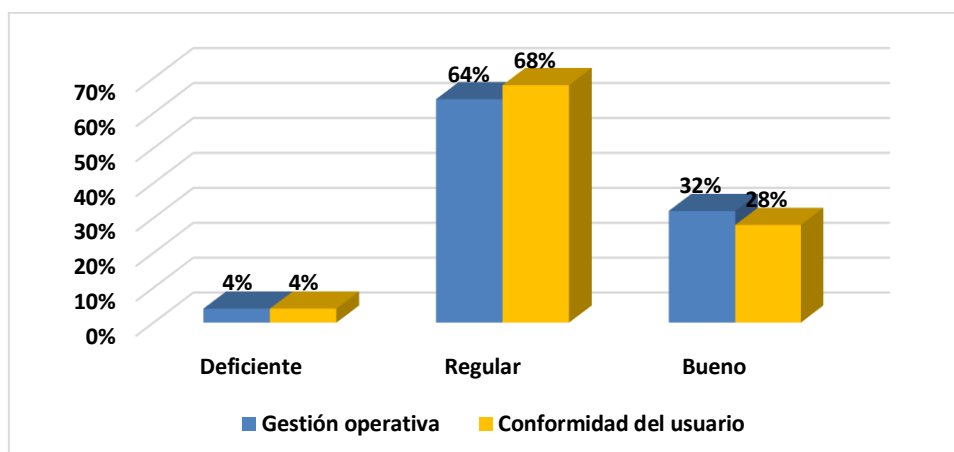
Gestión operativa y conformidad del usuario

Baremos		Niveles	Gestión operativa		Conformidad del usuario	
			fi	hi%	fi	hi%
[0 - 16]	[0 - 6]	Deficiente	1	4%	1	4%
[17 - 32]	[7 - 11]	Regular	16	64%	17	68%
[33 - 48]	[12 - 16]	Bueno	8	32%	7	28%
		Total	25	100%	25	100%

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 4

Gestión operativa y conformidad del usuario



Interpretación, de la tabla 7 y figura 4 se comprueba que de 25 trabajadores del Banco de la Nación - Agencia Caraz, la gestión operativa se ubica en un nivel deficiente 4% (1 trabajador) y en nivel regular 64% (16 trabajadores); similar ocurre en la dimensión conformidad del usuario un 4% (1 trabajador) percibe en nivel deficiente y 68% (17 trabajadores) perciben nivel regular; por consiguiente, la gestión operativa en 68% (17 trabajadores) aun no considera que exista una gestión operativa acorde; y, en dimensión conformidad del usuario el 72% (18 trabajadores) consideran que el usuario no está conforme con la atención; por consiguiente; el 32% (8 trabajadores) de la agencia Caraz consideran que si hay una buena gestión operativa; asimismo, el 28% (7 trabajadores) consideran que con la atención brindada, los usuarios si están conformes. Por lo tanto, se concluyó que el Banco de la Nación – en la Agencia Caraz es necesario desarrollar una gestión operativa acorde con los objetivos de la institución, en donde, se debe proponer medir la satisfacción del usuario y conocer si el usuario está conforme; ello implica lealtad, expectativas superadas, tiempo de espera corto; y sobre todo absolver las dudas.

Tabla 8

Planificación estratégica y satisfacción del usuario

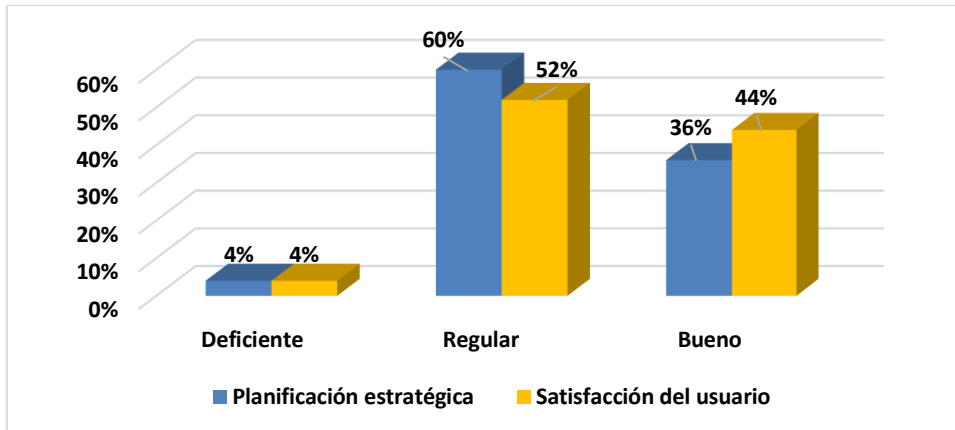
Baremos		Niveles	Planificación estratégica		Satisfacción del usuario	
			Fi	hi%	fi	hi%
[0 - 6]	[0 - 16]	Deficiente	1	4%	1	4%
[7 - 11]	[17 - 32]	Regular	15	60%	13	52%

[12 - 16]	[33 - 48]	Bueno	9	36%	11	44%
Total			25	100%	25	100%

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 5

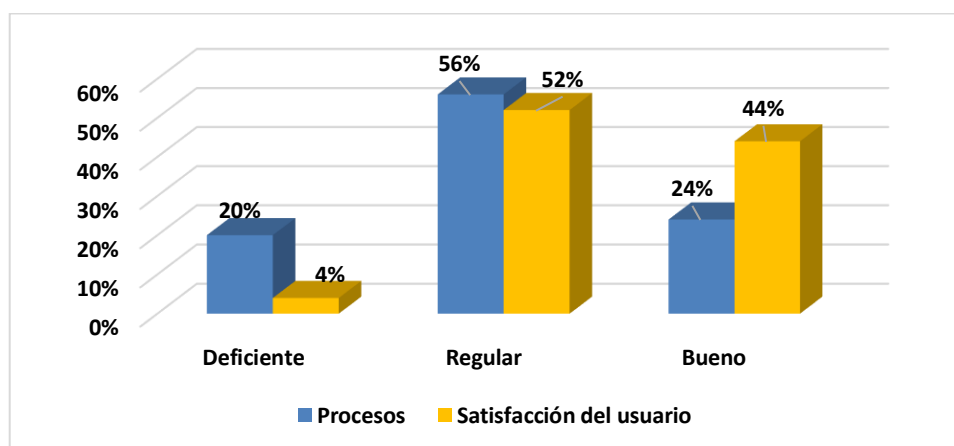
Planificación estratégica y satisfacción del usuario



Interpretación, de la tabla 8 y figura 5 se comprueba que de 25 trabajadores del Banco de la Nación - Agencia Caraz, la dimensión planificación estratégica de gestión operativa se ubica en un nivel deficiente 4% (1 trabajador) y en nivel regular 60% (16 trabajadores); similar ocurre en la variable satisfacción del usuario un 4% (1 trabajador) percibe en nivel deficiente y 52% (13 trabajadores) perciben nivel regular; por consiguiente, el 64% (16 trabajadores) aun no consideran que en la agencia Caraz exista una eficiente planificación estratégica; y; el 56% (14 trabajadores) consideran que el usuario no está satisfecho con la atención; por tanto; el 36% (9 trabajadores) de la agencia Caraz consideran que si hay una buena planificación estratégica; asimismo, el 44% (11 trabajadores) consideran que con la atención brindada, los usuarios si están satisfechos. Por lo tanto, se concluyó que el Banco de la Nación – en la Agencia Caraz es indispensable realizar una adecuada planificación estratégica, donde se priorice los Objetivos institucionales, verificar el cumplimiento de objetivos, realizar un análisis FODA y establecer metas; para que se brinde servicios que satisfagan las necesidades de las personas sin desperdiciar los fondos públicos disponibles.

Tabla 9*Procesos de la gestión operativa y Satisfacción del del usuario*

Baremos		Niveles	Procesos		Satisfacción del usuario	
			Fi	hi%	fi	hi%
[0 - 6]	[0 - 16]	Deficiente	5	20%	1	4%
[7 - 11]	[17 - 32]	Regular	14	56%	13	52%
[12 - 16]	[33 - 48]	Bueno	6	24%	11	44%
		Total	25	100%	25	100%

Fuente: Software SPSS Versión 25.**Figura 6***Procesos de la gestión operativa y Satisfacción del del usuario*

Interpretación, de la tabla 9 y figura 6 se comprueba que de 25 trabajadores del Banco de la Nación - Agencia Caraz, la dimensión procesos de gestión operativa se ubica en un nivel deficiente 20% (5 trabajador) y en nivel regular 56% (14 trabajadores); similar ocurre en la variable satisfacción del usuario un 4% (1 trabajador) percibe en nivel deficiente y 52% (13 trabajadores) perciben nivel regular; por consiguiente, el 76 (19 trabajadores) aun no consideran que en la agencia Caraz exista eficientes procesos de gestión operativa; y; el 56% (14 trabajadores) consideran que el usuario no está satisfecho con la atención; por tanto; el 24% (6 trabajadores) de la agencia Caraz consideran que si se realiza procesos pertinentes; asimismo, el 44% (11 trabajadores) consideran que con la atención brindada, los usuarios si están satisfechos. Por lo tanto, se concluyó que el Banco de la Nación – en la Agencia Caraz es indispensable realizar procesos adecuados para tener una buena gestión operativa, dentro de ellos, buscar un cambio en la estructura organizacional y en el sistema de

funciones, capacitar al personal, implementar y utilizar tecnología para una transformación digital y de esta manera el usuario se sienta más satisfecho.

Tabla 10

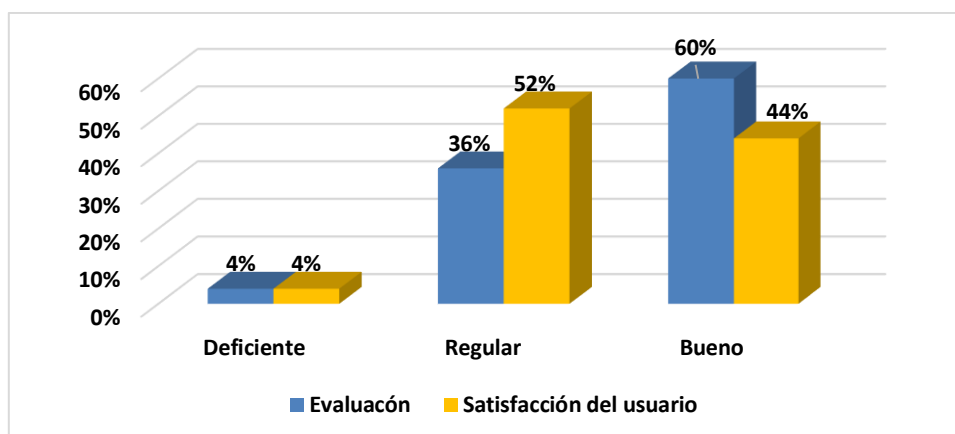
Evaluación y satisfacción del usuario

Baremos		Niveles	Evaluación		Satisfacción del usuario	
			fi	hi%	Fi	hi%
[0 - 6]	[0 - 16]	Deficiente	1	4%	1	4%
[7 - 11]	[17 - 32]	Regular	9	36%	13	52%
[12 - 16]	[33 - 48]	Bueno	15	60%	11	44%
		Total	25	100%	25	100%

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 7

Evaluación y satisfacción del usuario



Interpretación, de la tabla 10 y figura 7 se comprueba que de 25 trabajadores del Banco de la Nación - Agencia Caraz, la dimensión evaluación de gestión operativa se ubica en un nivel deficiente 4% (1 trabajador) y en nivel regular 36% (9 trabajadores); similar ocurre en la variable satisfacción del usuario un 4% (1 trabajador) percibe en nivel deficiente y 52% (13 trabajadores) perciben nivel regular; por consiguiente, el 40% (10 trabajadores) aun no consideran que en la agencia Caraz se realiza las evaluaciones pertinentes; y; el 56% (14 trabajadores) consideran que el usuario no está satisfecho con la atención; en consecuencia; el 60% (15 trabajadores) de la agencia Caraz consideran que si se realiza evaluaciones pertinentes; asimismo, el 44% (11 trabajadores) consideran que con

la atención brindada, los usuarios si están satisfechos. Por lo tanto, se concluyó que el Banco de la Nación – en la Agencia Caraz se necesita mejorar las actividades de monitoreo y evaluación de indicadores para comprobar la consecución de los objetivos y verificar si se logra optimizar el tiempo de atención y conseguir más satisfacción de los usuarios.

Contrastación de hipótesis

La prueba estadística inferencial se utilizó para contrastar todas las hipótesis y confiabilidad de correlación de variables y dimensiones; por lo que recurrimos a una prueba de normalidad para definir el modelo estadístico.

Prueba de normalidad

- Se trabajó con un nivel de significancia de 5% (0,05).
- Si $p > 0.05$ se considera distribución normal; y,
- Si $p < 0.05$ se considera distribución no normal o no paramétrica.

Tabla 11

Prueba de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.
Variable 1: Gestión operativa	,973	25	,726
Variable 2: Satisfacción del usuario	,971	25	,681

Fuente: SPSS IBM Versión 25.

Interpretación, para aplicar la normalidad se utilizó los datos de las dos variables; de acuerdo al grado de libertad es de $25 < 50$; por consiguiente, se hizo uso de la prueba de Shapiro Wilk (para muestras menor a 50); obteniendo una significancia de 0.726 y 0.681 > 0.05 ; indicando que la hipótesis se debe trabajar con distribución normal o paramétrica; en consecuencia, se trabajó con coeficiente de Pearson para contrastar hipótesis y verificar si las dos variables están relacionadas. Citando a Roy-García, et ál. (2019), coeficiente de Pearson es “un indicador que se utiliza para describir de forma cuantitativa la fuerza y dirección de

una relación entre dos variables cuantitativas distribuidas normalmente y ayuda a determinar la tendencia de dos variables a ir juntas” (p. 355).

Contrastación de Hipótesis general

H₁: La gestión operativa incide significativamente en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021.

H₀: La gestión operativa no incide significativamente en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021.

Para realizar la contrastación de todas las hipótesis se utilizó una significancia de $\alpha < 0.05$; con el estadístico Pearson. Es decir, la regla de decisión, Si $p < 0.05$, se acepta la hipótesis de investigación; y, si $p > 0.05$ se acepta la hipótesis nula.

Tabla 12

Incidencia de la Variable 1: Gestión operativa en la Variable 2: Satisfacción del usuario.

Correlaciones		
		Variable 2: Satisfacción del usuario
Variable 1: Gestión Operativa	Correlación de Pearson	,693**
	Sig. (bilateral)	0.000
	N	25

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

Fuente: Software SPSS Versión 25

Al observar la Tabla 12, presenta un valor de p de 0.00, menor que 0.05, de manera que se rechaza la hipótesis nula (H₀) y acepta la hipótesis alternativa (H₁), evidenciado así relación significativa entre gestión operativa y satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021. A su vez, al observar la correlación de Pearson arrojó un puntaje $r = 0.693$, indicando una relación directa entre las variables. En consecuencia, existe una incidencia positiva media entre las variables objetos de estudio gestión operativa y satisfacción del usuario.

Contrastación de Hipótesis específica

HE1₁: La gestión operativa incide significativamente en el valor percibido del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021.

HE1₀: La gestión operativa incide significativamente en el valor percibido del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021.

Tabla 13

incidencia de la Variable 1: Gestión operativa en la dimensión 1: Valor percibido.

Correlaciones		
		Dimensión 1: Valor percibido
Variable 1: Gestión Operativa	Correlación de Pearson	,733**
	Sig. (bilateral)	0.000
	N	25

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

Fuente: Software SPSS Versión 25

Al observar la Tabla 13, se observa una significancia $p=0.000 < 0.05$; entre la variable Gestión Operativa y la dimensión Valor percibido de la variable satisfacción del usuario; además, la Correlación de Pearson, es 0.733, demostrando correlación positiva alta, sintetizando lo planeado, se rechazó la hipótesis nula (H_0) y se aceptó la hipótesis alternativa (H_1), por consiguiente, se concluye que la gestión operativa si incide significativamente en el valor percibido del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021.

Contrastación de Hipótesis específica 2

HE2₁ La gestión operativa incide significativamente en expectativas del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021.

HE2₀: La gestión operativa no incide significativamente en expectativas del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021.

Tabla 14

Incidencia de la variable 1: Gestión operativa en la dimensión 2: Expectativas del usuario.

Correlaciones	
---------------	--

		Dimensión 2: Expectativas del usuario
Variable 1: Gestión Operativa	Correlación de Pearson	,584**
	Sig. (bilateral)	0.002
	N	25

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

Fuente: Software SPSS Versión 25

En la Tabla 14, se observa el nivel de significancia $p = 0,002 < 0.05$ entre la variable Gestión Operativa y la dimensión Expectativas del usuario de la variable satisfacción del usuario; además, la Correlación de Pearson, es 0.584, demostrando correlación positiva media; sintetizando lo planeado, se rechazó la hipótesis nula (H_0) y se aceptó la hipótesis alternativa (H_1), por consiguiente, se concluye que la gestión operativa si incide significativamente en las expectativas del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021.

Contrastación de Hipótesis específica 3

HE3₁: La gestión operativa incide significativamente en la conformidad del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021.

HE3₀: La gestión operativa no incide significativamente en la conformidad del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021.

Tabla 15

Incidencia de la Variable 1: Gestión operativa en la dimensión 2: Conformidad del usuario.

		Correlaciones
		Dimensión 3: Conformidad del usuario
Variable 1: Gestión Operativa	Correlación de Pearson	,489**
	Sig. (bilateral)	0.013
	N	25

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

Fuente: Software SPSS Versión 25

Al observar la Tabla 15, se evidencia una significancia $p = 0,013 < 0.05$, de la variable Gestión Operativa en la dimensión Conformidad del usuario de la

variable satisfacción del usuario; además, la Correlación de Pearson, es 0.489, demostrando una correlación positiva media; sintetizando lo planeado, se rechazó la hipótesis nula (H_0) y se aceptó la hipótesis alternativa (H_1), por consiguiente, se concluye que la gestión operativa si incide significativamente en las Conformidad del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021.

Contrastación de Hipótesis específica 4

HE4₁: La planificación estratégica incide significativamente en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021.

HE4₀: La planificación estratégica no incide significativamente en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021.

Tabla 16

Incidencia de la dimensión 1: planificación estratégica de Gestión operativa en la variable 2: Satisfacción del usuario.

Correlaciones		
		Variable 2: Satisfacción del usuario
Dimensión	1: Correlación de Pearson	,752**
Planificación	Sig. (bilateral)	0.000
estratégica	N	25

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

Al observar la Tabla 16, se nota una significancia $p = 0,000 < 0.05$ entre la dimensión planificación estratégica de variable Gestión Operativa y la variable 2: Satisfacción del usuario; además, la Correlación de Pearson, es 0.752, demostrando correlación positiva considerable; sintetizando lo planeado, se rechazó la hipótesis nula (H_0) y se aceptó la hipótesis alternativa (H_1), por consiguiente, se concluye que La planificación estratégica incide significativamente en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021.

Contrastación de Hipótesis específica 5

HE5₁: Los procesos de la gestión operativa incide significativamente en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021.

HE5₀: Los procesos de la gestión operativa no incide significativamente en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021.

Tabla 17

Incidencia de la dimensión 1: Procesos de Gestión operativa en la Variable 2: Satisfacción del usuario.

Correlaciones		
		Variable 2: Satisfacción del usuario
Dimensión Procesos	2:	Correlación de Pearson
		Sig. (bilateral)
		N
		,598** 0.002 25

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

Al observar la Tabla 17, se verifica una significancia $p = 0,002 < 0.05$ entre la dimensión procesos de variable Gestión Operativa y la variable 2: Satisfacción del usuario; además, la Correlación de Pearson, es 0.598, demostrando correlación positiva media; sintetizando lo planeado, se rechazó la hipótesis nula (H_0) y se aceptó la hipótesis alternativa (H_1), por consiguiente, se concluye que los procesos de la gestión operativa incide significativamente en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021.

Contrastación de Hipótesis específica 6

HE6₁: La evaluación incide significativamente en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021.

HE6₀: La evaluación no incide significativamente en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021.

Tabla 18

Incidencia de la dimensión 1: Evaluación de Gestión operativa en la Variable 2: Satisfacción del usuario.

Correlaciones		
		Variable 2: Satisfacción del usuario
	Correlación de Pearson	,421**

Dimensión	3: Sig. (bilateral)	0.036
Evaluación	N	25

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

Al observar la Tabla 18, se aprecia una significancia $p = 0,036 < 0.05$, entre la dimensión evaluación de variable Gestión Operativa y la variable 2: Satisfacción del usuario; además, la Correlación de Pearson, es 0.421, demostrando correlación positiva media; sintetizando lo planeado, se rechazó la hipótesis nula (H_0) y se aceptó la hipótesis alternativa (H_1), por consiguiente, se concluye que la evaluación de la gestión operativa incide significativamente en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021.

V. DISCUSIÓN

Luego de presentar y analizar los resultados descriptivos e inferenciales, se desarrolla la discusión con las investigaciones y teorías anteriores mencionadas en el marco teórico relativas a gestión operativa y satisfacción del usuario, tomando en cuenta las dimensiones, así como cada objetivo e hipótesis del trabajo de investigación.

Haciendo la discusión de los resultados; se encontró que la gestión operativa se ubica en nivel regular 64% (16 trabajadores); resultados que concuerdan con Revoredo (2017) en su investigación, reafirmando que la gestión operativa es regular en 68,7%. De modo similar Otiniano (2019) quien investigó “Gestión operativa Lean y satisfacción de los clientes de la agencia BCP” afirmando que el 81% de la gestión operativa es adecuada. Resultados que la agencia Caraz debe mejorar, teniendo en cuenta lo descrito por Otiniano (2019) la gestión operativa es “un prototipo de gestión constituido por un abanico de tareas y procesos encauzados a mejorar la estructura interna para incrementar su capacidad y alcanzar objetivos operativos”; en consecuencia, gestión operativa tiene en cuenta múltiples gestiones financieras, de producción, aprovisionamiento, distribución y recurso humano. Asimismo, Castillo & Rojas (2017) la faena principal de la gestión operativa es desplegar recurso y capacidad para lograr resultados concretos.

Algo similar, se obtuvo en satisfacción del usuario el 52% (13 trabajadores) perciben nivel regular; resultados coinciden con los de Yanayaco (2018) quien investigo la satisfacción de usuarios en la oficina de economía y finanzas de la UNDAC, 2017; encontrando una satisfacción regular al 56.1% más expectativas regular al 60.3%. De igual forma Troncos et ál. (2020) investigaron respecto a satisfacción del cliente en empresa Transporte Cruz del Sur, obteniendo que el 57.1% de entrevistados mostraron niveles regular de satisfacción, indicando que los clientes presentan una satisfacción media; asimismo con las dimensiones fueron regulares valor percibido el 55.5%, expectativas el 57.1% y conformidad con la atención el 50.7%.

Por otro lado, estos resultados coinciden con los realizados por el Banco de crédito del Perú (BCP, 2020), investigó para comprender en profundidad las percepciones, necesidades, expectativas y motivaciones de sus clientes con respecto a sus productos y servicios; alcanzando una satisfacción de clientes de

49% en contraste al 47% del 2019. Como se puede apreciar la satisfacción del usuario es regular. Al respecto, la teoría de la elección del consumidor, Aguilar (2021), la satisfacción se evalúa como lograda a través de los deseos, necesidades y expectativas del cliente; esta teoría se fundamenta en el supuesto de que las personas se comportan de manera racional mientras buscan maximizar la satisfacción; cuando el usuario compra algo considera el precio para comprar, entonces miden que el recurso económico con el que cuentan, satisfaga sus necesidades de la mejor manera posible. En consecuencia, Morillo & Morillo (2016), indica que la satisfacción del cliente es un criterio importante en lo que respecta a la calidad de los productos o servicios y es fundamental para mantener la estabilidad de una empresa.

Con respecto a los resultados inferenciales, basado hipótesis general: La gestión operativa incide significativamente en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021, de acuerdo a los resultados obtenidos con el método de correlación de Pearson, se comprueba correlación medianamente positiva de 69% (0.693) y una significancia bilateral de 0.000 entre gestión operativa y satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021.

En ese contexto, existe coincidencia con el resultado de Angeles & Chanamé (2019) en "Gestión operativa y la satisfacción del cliente en el sector del transporte aéreo en Lima-Perú 2018", afirmó que la gestión operativa tiene relación moderada con satisfacción del cliente ($\rho = 0,693$); de igual forma coincide con Otiniano (2019) en la investigación "Gestión operativa Lean y su influencia en la satisfacción de los clientes de la agencia BCP Mercado Unión - Trujillo, año 2017", donde se describió que la gestión operativa tiene una influencia positiva en la satisfacción de los usuarios; de forma similar Barboza & Nieto (2019), en su tesis concluyeron que existe una influencia significativa de la gestión de servicio en la satisfacción del cliente.

Asimismo, de modo semejante Revoredo (2017) en su tesis asevero que la gestión de operaciones bancarias presenta relación significativa y alta con calidad de servicio. Al respecto la teoría clásica, incluye "la gestión administrativa, que permite el desarrollo de elementos y tácticas relacionados con el conflicto para utilizarlos y crear nuevas opciones"; por tanto, la gestión administrativa realiza un conjunto de acciones para dirigir las tareas y recursos de la organización, y tiene la

capacidad de controlar y coordinar los distintos roles de la organización para prevenir y solucionar problemas (Mendoza-Fernandez y Moreira-Chóez, 2021). Así mismo, la teoría de administración pública ciudadana se define como un modelo de gobernanza destinado a ofrecer servicios públicos de mayor calidad que satisfagan mejor los requisitos de los usuarios; ya que los ciudadanos no pueden elegir un servicio alternativo si no están satisfechos con los servicios prestados por el sector público (Diniz y Sevilha (2016). Por ende, aplicar una buena gestión operativa se verá reflejado en mejor satisfacción del usuario.

De igual forma con respecto a la hipótesis específica primera: La gestión operativa incide significativamente en el valor percibido del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021, conforme a la contrastación de hipótesis se comprobó la incidencia de la gestión operativa en el valor percibido del usuario con un grado de correlación positiva alta de 73% ($r=0.733$), también se obtuvo una significancia bilateral de 0.000, con este análisis, se confirma la asociación positiva alta y muy significativa con respecto a la gestión operativa y valor percibido del usuario. Estos resultados indican que si se mejora la gestión operativa y se cumple con cada una de las actividades de la mencionada gestión incidirá de forma positiva en el valor percibido del usuario y este tendrá mejores impresiones del servicio recibido.

Por tanto, se debe rescatar lo descrito por (Daruma, 2017, como se citó en Molina et al., 2021) la gestión operativa son actividades a seguir con el fin de que la empresa pueda seguir existiendo y sobrevivir; es decir, sin un horizonte operativo, la empresa no se desarrolla, no avanza, no progresa y por tanto no mejora el valor percibido de los usuarios; y por ende, se debe tener presente que el valor percibido es tan importante que se recomienda que las empresas sean proveedores de valor para sus clientes y/o usuarios porque esta personalización los diferenciará de otras organizaciones y, por lo tanto, mejorará sus resultados (García, et ál., 2019).

Asimismo, en la hipótesis específica segunda: La gestión operativa incide significativamente en expectativas del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021, según los resultados obtenidos se evidencia una correlación positiva media entre gestión operativa y expectativas del usuario, demostrado con coeficiente de Pearson al 58% ($r=0.584$), más significancia de 0.002. Se entiende

que si la agencia Caraz presenta una mejor gestión operativa esta gestión incidirá de forma positiva en las expectativas del del usuario, tal como lo menciona Troncos et al. (2020) las expectativas, son las "esperanzas" que los usuarios tendrán que lograr para satisfacer cada necesidad personal o la experiencia del servicio. Al respecto Martínez (2019), en su investigación afirma que hay momentos en los que los clientes no tienen que esperar más de 10 minutos, pero los usuarios superan la media hora, es decir, pagan el costo en un tiempo que supera sus expectativas y afecta el nivel de satisfacción del usuario, lo que reduce su sentido de lealtad. Por lo tanto, se debe considerar lo que advierte Otiniano (2019) una función primordial de la gestión operativa es el análisis de servicios, es la concordancia entre los servicios ofertados o planificados y el requerimiento de usuario o proveedor; significa el cumplimiento de cada especificación de servicios y comprobar el funcionamiento correcto para que el usuario supere las expectativas.

También en la hipótesis específica tercera: La gestión operativa incide significativamente en la conformidad del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021, acorde a lo obtenido con la correlación de Pearson se evidencio una incidencia significativa de la gestión operativa en la conformidad del usuario con correlación positiva media 48% ($r=0.489$) más significancia lateral de 0.013, confirmándose la incidencia positiva media entre la gestión operativa y conformidad del usuario. Es decir, con una buena gestión operativa también se tendrá conformes a los usuarios; para la cual, se debe evitar, lo plasmado en artículo de Bohórquez & Fernández (2017), con respecto a la capacidad de respuesta, relacionada con la alta cifra de peticiones internas y el tiempo requerido para gestionarlos, afecta a al usuario; el tiempo que lleva en atender es demasiado; y, la satisfacción del usuario es poco favorable.

Por ende, se debe practicar lo manifestado por Caiza (2016), en su tesis doctoral que, al optimizar procesos internos, se puede reducir los tiempos de espera y aumentar la impresión o conformidad que tiene los usuarios. También aplicar lo planteado por Gálvez (2019) en su tesis de maestro, que implementar buenas prácticas para mejorar la gestión operativa permite optimizar el lapso de tiempo para brindar atención. Al respecto Pineda (2021) precisa que gestionar el tiempo, incluye actividades que garantizan que los procesos de desarrollo de productos y

servicios sean oportunos y que los resultados estén disponibles para los clientes para que estos sean conformes.

Además, en la hipótesis específica cuarta: La planificación estratégica incide significativamente en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021; después de aplicar la estadística inferencial se corroboró la incidencia positiva alta con 75% ($r=0.752$) más significancia bilateral de 0.000, demostrado que la planificación estratégica incide de forma positiva alta en la satisfacción del usuario. Estos hallazgos concuerdan con Molina (2021) en su investigación "Planeamiento estratégico y satisfacción del cliente en la empresa de transporte"; encontrando correlación positiva moderada entre planeamiento estratégico y satisfacción del cliente. De manera similar Mercado (2019), en su artículo precisó, la gestión es relevante e importante en la misma proporción en que se lleven a cabo las tareas planificadas; por lo tanto, los directores o jefes deben combinar aspectos positivos de planificación con la realidad llevando a cabo juntos sus tareas operativas.

Estos resultados coinciden con lo descrito por Gálvez (2019) el enfoque estratégico de la administración pública implica un proceso continuo de búsqueda de formas más eficientes de ejecutar proyectos y brindar servicios para lograr resultados que satisfagan las necesidades de las personas sin desperdiciar los fondos públicos disponibles; desarrollando de forma general, situación interna (fortalezas y debilidades) y externa (amenazas y oportunidades), identificar y diagnosticar componentes claves, explicación de la situación, definir misión u objetivo básico a alcanzar. Asimismo, Pineda (2021) la función de gestión operativa, incluye modificaciones no solo en la organización de la empresa, por el contrario, se ocupa del sistema de roles y funciones, selección de gerentes, formación del personal, tecnología e implementación de técnicas y estrategias conforme con las tareas de la organización.

De igual manera, la hipótesis específica quinta: Los procesos de la gestión operativa incide significativamente en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021. Según el valor obtenido de Pearson se evidenció que los procesos inciden de forma positiva media en la satisfacción del usuario con 59% ($r=0.598$) y significancia bilateral de 0.002, corroborándose una incidencia positiva media; esto coincide con Rodríguez (2018), en su investigación comprobó

con la prueba de Wilcoxon que la aplicación de la gestión por procesos si aumenta la satisfacción del cliente en la empresa Centro Comercial Rodríguez S.R.L. Para lo cual Regino y Forero (2013) explican que, operación de servicio tiene como finalidad coordinar e implementar subprocesos y actividades requeridos para la prestación y gestión de servicios, manteniendo los niveles de calidad pactados con los usuarios.

En la misma línea, Molina, et ál. (2020), afirmaron que los procesos de gestión operativa representan un valor relevante en las organizaciones, porque son el motor fundamental para generar calidad; los procesos operativos se encargan de combinar y transformar recursos con el fin brindar servicios de acuerdo a los requerimientos del cliente. En consecuencia, la agencia Caraz debe tener en cuenta lo precisado por Pineda (2021) Gestión de procesos, son pasos necesarios para asegurar que los resultados cumplan con los requisitos y expectativas de los inversores o del empresario. De igual forma, Gálvez (2019) el análisis de los procesos, hace mención a los procesos técnicos y administrativos y su marco legal que se emplean para la realizar proyectos, prestación de servicios.

Finalmente, la hipótesis específica sexta: La evaluación incide significativamente en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021, acorde a la contrastación de hipótesis se comprobó la incidencia de la evaluación en satisfacción del usuario con un grado de correlación positiva media de 42% ($r=0.421$), y significancia bilateral de 0.036, con este análisis, se confirma la asociación positiva alta y significativa con respecto a la evaluación y satisfacción del usuario. Teniendo en cuenta que cuando se habla de evaluación, se puede realizar monitoreo o seguimiento de indicadores; se coincide con Yanayaco (2018) en su tesis de maestría, encontró una relación directa y positiva entre los indicadores de gestión y la satisfacción de los usuarios con chi cuadrado de Pearson 303,671 y sig. 0.000.

Asimismo, Mercado (2019), en su artículo “Gestión administrativa operativa en recursos humanos”, indica que las evaluaciones de desempeño aplicadas a todo el personal, permiten mejores parámetros que utiliza la gestión administrativa operativa para crear pautas que permitan gestionar la organización de manera más eficiente. En correspondencia, con Gálvez (2019) en la evaluación juega un papel fundamental el liderazgo del gestor público que tiene la visión global del contexto y

los procesos externos e internos y debe traducir esta información en lineamientos y estrategias para una mejor y mayor creación de valor público. Por su parte Rodríguez y Pino, 2017 (como se citó en Mendocilla 2020) la evaluación se trata de una actividad de investigación, que no permite ninguna orientación de las medidas, pero trata de comprobar la consecución de las medidas previstas y la consecución de los objetivos.

VI. CONCLUSIONES

Según el objetivo general, esta investigación determinó la incidencia de la gestión operativa en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021; demostrando con sig. 0.000; y, valor de correlación de Pearson ($r = 0.693$) indicando relación positiva media y estadísticamente significativa; por consiguiente, se concluye que la gestión operativa mide la planificación estratégica, los procesos y las actividades de evaluación para mejorar el servicio que se ofrece a la población de la jurisdicción de la Agencia Caraz; de esa forma incide significativamente en la satisfacción del usuario para que este tenga mejor valor percibido de la entidad, logre superar sus expectativas y quedar conforme con la atención; bajo este contexto, el banco de la nación de la Agencia Caraz debe realizar la gestión operativa para fortalecer la satisfacción del usuario.

Se determinó la incidencia de la gestión operativa en el valor percibido del usuario de la agencia del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021; demostrado con sig. 0.000; y, valor de correlación de Pearson ($r=0.733$) evidenciando correlación positiva alta y estadísticamente significativa, en tanto, se concluye que hay incidencia entre gestión operativa y valor percibido; esto implica que el gerente, jefe de área y trabajadores debe desarrollar actividades acordes con la gestión operativa para facilitar el acceso a la población, implementando la simplicidad para que el usuario percibe que la atención es adecuada y satisfactoria.

Se determinó la incidencia de la gestión operativa en las expectativas del usuario de la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021; demostrado, con sig. 0.002; y, valor de correlación de Pearson de ($r=0.584$) confirmado correlación positiva media y estadísticamente significativa, se concluye que la gestión operativa incide significativamente en expectativas del usuario; eso significa que los trabajadores que están en contacto directo con los usuarios, deben responder a las necesidades, expectativas y motivaciones de los mismos para que el usuario supere las expectativas que normalmente no obtienen de otras agencias.

Se determinó la incidencia de la gestión operativa en la conformidad del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021; confirmándose con sig.

0.013; y, valor de correlación de Pearson de ($r=0.489$) revelando correlación positiva media y estadísticamente significativa; por consiguiente, se concluye que la gestión operativa si incide significativamente en la conformidad del usuario; ante este contexto, el trabajador que está en ventanilla o plataforma y brinda atención directa y personal al usuario debe hacerlo de la mejor manera posible y conocer los reglamentos internos de atención al usuario para que este quede conforme con la atención recibida.

Se determinó la incidencia de la planificación estratégica en la satisfacción del usuario de la agencia del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021; quedando demostrado con sig. 0.000; y, valor de correlación de Pearson de ($r=0.752$) señalando correlación positiva alta y estadísticamente significativa; es decir, la planificación estratégica incide significativamente en la satisfacción del usuario; implicando que el gerente debe desarrollar líneas de acción a perseguir, ejes temáticos a trabajar, orientación del grupo destinatario y un plan estratégico que permita satisfacer las necesidades de los usuarios acorde con sus necesidades y la realidad actual.

Se determinó la incidencia de los procesos de la gestión operativa en la satisfacción del del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021; quedando evidenciado con sig. 0.002; y, valor de correlación de Pearson de ($r=0.598$), indicando correlación positiva media y estadísticamente significativa; por consiguiente, se concluye que los procesos de la gestión operativa incide significativamente en la satisfacción del usuario; por tanto, el gerente y jefes de áreas y trabajadores debe cumplir con el ejercicio de sus funciones de acuerdo a los parámetros de los procesos bancarios y sistemas, ya sean de trabajo presencial, remoto y/o digital relacionadas a las actividades requeridos para la prestación y gestión de servicios, manteniendo los niveles de calidad pactados con los usuarios.

Se determinó la incidencia de la evaluación en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021; demostrándose con sig. 0.036; y, valor de correlación de Pearson de ($r=0.421$), evidenciando correlación positiva media; concluyéndose que la evaluación de la gestión operativa incide significativamente en la satisfacción; para la cual, el gerente o quienes ocupan

cargos superiores deben realizar evaluaciones sistemáticas para verificar los indicadores de la gestión operativa; asimismo se debe realizar evaluaciones de desempeño a todos los trabajadores para fortalecer una atención de calidad y evaluar la satisfacción del usuario para traducir esta información en lineamientos y estrategias para una mejor y mayor creación de valor público.

VII. RECOMENDACIONES

Como objetivo general se propuso determinar si la gestión operativa incide en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021; según los resultados obtenidos el 68% de trabajadores encuestados opinaron que la gestión operativa se ubica en nivel deficiente y regular; en otras palabras, aun no exista una buena gestión operativa; esto debido a que aún existe ciertas falencias en la planificación estratégica, procesos y evaluación; asimismo, el 56% de trabajadores encuestados opinan que el nivel de satisfacción del usuario va de deficiente a regular; por tal motivo, se recomienda a todas las instituciones públicas y privadas, en especial a las entidades bancarias reformar el sistema de gestión operativa y/o implementar buenas prácticas (objetividad, imparcialidad, no discriminación, comunicación adecuada y asertiva, confidencialidad, economizar recursos, capacitar al personal, etc.) para mejorar la gestión operativa, concerniente a los procesos que dirección, planificación estratégica, evaluar los recursos y esfuerzos para lograr las metas empresariales e institucionales con la finalidad de alcanzar sus múltiples objetivos operacionales y acrecentar su competencia y por ende mejorar la satisfacción del usuario.

Como primer objetivo específico se propuso determinar si la gestión operativa incide en el valor percibido del usuario de la agencia del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021; de acuerdo al resultado obtenido el 68% de trabajadores encuestados de la agencia Caraz, opinan que la gestión operativa se encuentra en nivel deficiente y regular; por consiguiente no existe buena gestión operativa acorde; del mismo modo, el 64% de trabajadores consideran que el valor percibido de los usuarios se encuentra en deficiente y regular; por tanto, se recomienda que la agencia Caraz desarrollar una gestión operativa acorde con los objetivos de la institución, para la cual debe tener presente el valor percibido, lo que significa que la agencia debe ser accesible a la población, prestar atención diferenciada teniendo en cuenta la edad y condición del usuario y practicar la simplificación de trámites para evitar que el usuario vaya a la entidad varias veces por el mismo motivo.

Como segundo objetivo específico se propuso determinar si la gestión operativa incide en las expectativas del usuario de la agencia del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021; según resultados obtenidos el 68% de trabajadores encuestados consideran que existe gestión operativa deficiente y regular; asimismo, el 60% de trabajadores consideran que las expectativas del usuario se ubican en niveles deficientes y regulares; esto porque, solo a veces se satisface las necesidades de los usuarios; por consiguiente se recomienda, cumplir con los servicios promocionado y ofertados; además de verificar que los trabajadores brinden atención respetando las características socioculturales de cada usuario; para la cual debe contar con personal debidamente capacitado.

Como tercer objetivo específico se propuso determinar si la gestión operativa incide en la conformidad del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021; según opinión de encuestados el 68% afirmaron que existe una gestión operativa deficiente y regular; por lo tanto, no se evidencia una buena gestión operativa; también, el 72% de trabajadores encuestados estiman que la conformidad del usuario es deficiente y regular, es decir el usuario no está conforme con la atención recibida por parte de la agencia Caraz; esto se debe a que el tiempo que espera un usuario para ser atendido es largo; bajo este contexto se recomienda implementar más personal, más ventanillas de atención; para disminuir el tiempo de espera de los usuarios; asimismo, se recomienda respetar los plazos para responder y absolver las dudas de los usuarios.

Como cuarto objetivo específico se propuso determinar si la planificación estratégica incide en la satisfacción del usuario de la agencia del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021; de los resultados obtenidos se evidencia que el 64% de trabajadores perciben una planificación estratégica deficiente y regular; demostrando que aún no consideran que en la agencia Caraz exista una buena planificación estratégica; del mismo modo, el 56% de trabajadores consideran que el usuario presenta niveles deficientes u regulares de satisfacción; todo esto porque la gestión operativa no está del todo acorde con los objetivos de la institución; ante esto, se recomienda realizar una adecuada planificación estratégica, donde se priorice los Objetivos institucionales, verificar el cumplimiento de objetivos, realizar

un análisis FODA y establecer metas; para que se brinde servicios que satisfagan las necesidades de las personas sin desperdiciar los fondos públicos disponibles.

Como quinto objetivo específico se propuso determinar si los procesos de gestión operativa inciden en la satisfacción del usuario de la agencia del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021; con el resultado del 76% de trabajadores encuestados, se demuestra que en la agencia Caraz existe deficiente y regular procesos de gestión operativa; asimismo, el 56% de trabajadores consideran que el usuario está satisfecho en nivel decente y regular; todo esto porque no hay personal para brindar orientación al usuario; por lo tanto, se recomienda realizar cambios en la estructura organizacional y en el sistema de funciones, tener presupuesto para formación y capacitación de personal, implementar y utilizar tecnología para una transformación digital, fomentar, orientar y capacitar en el uso de canales alternos (Agente Multired, ATMs, Banca Celular, Banca por Internet, App BN y Págalo.pe).

Por último, se propuso como objetivo sexto, determinar si la evaluación incide en la satisfacción del usuario de la agencia del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021; se encontró que el 40% de trabajadores encuestados opinaron que existe una evaluación deficiente y regular; aun no consideran que en la agencia Caraz se realiza las evaluaciones pertinentes; asimismo, el 56% de trabajadores consideran que el usuario no está satisfecho con la atención; para la cual, se recomienda tener y realizar un plan de monitoreo, seguimiento, supervisión y evaluación trimestral para verificar el avance de metas y con los resultados reorientar, replantear las acciones y/o actividades que permitan alcanzar cada uno de los objetivos institucionales.

REFERENCIAS

- Aguilar, M. V. P. (2021). Fundamentos teóricos de la Economía de la Salud. *Ciencia Económica*, 9 (15) 43-59. DOI: 10.22201/fe.24484962e.2020.9.15.3
- Álvarez, N. H., Espinosa, D. & Salazar, Y. (2014). La teoría de la gestión financiera operativa desde la perspectiva marxista. *Economía y Desarrollo*, 151(1), 161-173. Recuperado en 11 de septiembre de 2021, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0252-85842014000100013&lng=es&tlng=pt.
- Angeles Rivas, C., & Chanamé Chalco, C. (2019). *La gestión operativa y la satisfacción del cliente en el sector del transporte aéreo en Lima-Perú 2018*. [tesis de, Universidad Privada del Norte]. Repositorio institucional <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/21132>
- Ballina Ríos, Francisco. (2021). ¿Hacia una teoría de la administración en América Latina?. *Ensayos de Economía*, 31(58), 86-108. Epub July 16, 2021. <https://doi.org/10.15446/ede.v31n58.85905>
- Banco de crédito del Perú (BP, 2020). *Memoria Integrada 2020*. Recuperado de <https://www.viabcp.com/wcm/connect/c45ed29f-031d-4748-87ea-1027aafc1016/Memoria+Integrada+BCP+2020.pdf?MOD=AJPERES&CVI D=nylHDGj&attachment=false&id=1617804852779>
- Banco de la Nación (2018). *Plan Estratégico Institucional 2017 – 2021*. Recuperado de <https://www.bn.com.pe/transparenciabn/plan-estrategico/plan-estrategico-bn-2017-2021.pdf>
- Banco de la Nación (2020) *Informe trimestral de gestión empresarial y evaluación presupuestal*. Recuperado de
- Banco de la Nación (2021). *Informe trimestral de gestión empresarial y evaluación presupuestal*. Recuperado de <https://www.bn.com.pe/transparenciabn/presupuesto/2021/evaluacion-gestion-marzo-2021.pdf>
- Barboza Manayalle, M. A., & Nieto Quiroz, E. E. (2019). *Gestión de servicio y satisfacción del cliente de la agencia especial del Banco Scotiabank, Santa Anita 2019*. [tesis de maestría. Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio institucional

- https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/63096/Barboza_MMA-Nieto_QEE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bohórquez, G. E., & Fernández, J. S. (2017). Evaluación de la satisfacción del cliente en el sector financiero del municipio de Pamplona-Colombia. *FACE: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 17(2), 196-205.
- <http://ojs.unipamplona.edu.co/ojsviceinves/index.php/face/article/view/548>
- Caiza Chamba, H. D. (2016). *Estudio de los indicadores de gestión operativa de la unidad de atención al cliente de SENESCYT y su influencia en la satisfacción del usuario en Quito* [tesis Doctoral, Universidad Internacional SEK]. Repositorio institucional: <https://repositorio.uisek.edu.ec/handle/123456789/1723>
- Castillo Cholan, I. A., & Rojas Mendoza, J. (2017). *Control interno para mejorar la gestión operativa en el Hospital de la Policía Nacional del Perú, Chiclayo-2016*. [tesis de grado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio institucional <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4274/Castillo%20Cholan%20-%20Rojas%20Mendoza.pdf?sequence=1>
- Ccahuay, J., Jara, K., & Vásquez, M. (2020). Plan de mejora en la gestión operativa para reducir costos de de empresa shalom empresa SAC Chiclayo. *Revista Científica Institucional TZHOECOEN*, 12 (3). 348-359. <https://doi.org/10.26495/tzh.v12i3.1332>
- Concytec (2019). *Reglamento de calificación, clasificación y registro de los investigadores del sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación tecnológica* - reglamento Renacyt. https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento_renacyt_version_final.pdf
- Diniz Lara, R. y Sevilha Gosling, M. (2016). Um modelo de gestão do relacionamento entre os cidadãos e a administração pública. *REAd. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre)* 22(2) 333- 364 <https://doi.org/10.1590/1413-2311.0522015.59196>
- Espinoza, S. C., & Novoa-Muñoz, F. (2018). Ventajas del alfa ordinal respecto al alfa de Cronbach ilustradas con la encuesta AUDIT-OMS. *Revista*

Panamericana de Salud Pública, 42, e65.
<https://doi.org/10.26633/RPSP.2018.65>

- Fariño, J. (2018). Satisfacción de usuarios y calidad de atención en unidades primarias de Salud de Milagro. *Revista científica digital INSPILIP Código ISSN, 2588, 0551. 2(2) 1-25*. DOI: 10.31790/inspilip.v2i2.47.g52
- García Pascual, F., Molina García, N., & Mundina Gómez, J. (2019). Influencia de la satisfacción y el valor percibido sobre el “Word of Mouth” en los usuarios de centros deportivos. *SPORT TK-Revista EuroAmericana de Ciencias del Deporte*, 8(1), 29–36. <https://doi.org/10.6018/sportk.362291>
- Gálvez Salazar, K. K. (2019). *Implementación de Buenas Prácticas orporativas para la mejora de la Gestión Operativa en la Agencia 1 Banco de la Nación Trujillo año 2018*. [tesis de maestría, Universidad Nacional de Trujillo]. Repositorio institucional <https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/14213/G%c3%a1lv ez%20Salazar%20Kiriam%20Keller.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández, R., Fernández C., Baptista M. (2014). *Metodología de la Investigación*, 6° ed., Editorial McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Martínez Falla, L. (2019.). *Incidencia del sistema de filas en el nivel de satisfacción de los clientes y usuarios del Banco Davivienda Sede la Plata - Huila. Panamá* [tesis de maestría, Universidad UMECIT]. Repositorio institucional https://repositorio.umecit.edu.pa/flip/index.jsp?pdf=/bitstream/handle/001/2344/Tesis_LuisMartinezFalla%20desp%20de%20sust.pdf?sequence=2&isAllowed=y.
- Mendocilla Polo, D. (2020). *Gestión de las comunicaciones en la red social Facebook como herramienta de acercamiento al gobierno abierto del Gobierno Regional La Libertad – 2020* [tesis de maestría, universidad Cesar Vallejo]
- Mendoza-Fernandez, V. M., & Moreira-Chóez, J. S. (2021). Procesos de Gestión Administrativa, un recorrido desde su origen. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación En Ciencias Administrativas, Económicas Y Contables)*. ISSN: 2588-090X. *Polo De Capacitación, Investigación Y Publicación (POCAIP)*, 6(3), 608-620. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i3.414>

- Mercado, A. M. (2019). Gestión Administrativa Operativa en Recursos Humanos. *Sinapsis*, 11(1), 13-23. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7399783>
- Miranda, E. (22 agosto, 2020) COVID-19: *Cierre temporal de 331 agencias del Banco de la Nación ha afectado a miles de usuarios*. Recuperado de <https://convoca.pe/agenda-propia/covid-19-cierre-temporal-de-331-agencias-del-banco-de-la-nacion-ha-afectado-miles-de>
- Molina Carrasco, Z. C., Ruiz Pérez, A., Collazos Alarcón, M. A., & Hernández Fernández, B. (2021). Procesos de Gestión Operativa para la calidad educativa. *Centro Sur*, 5(2). 131-155. Recuperado a partir de <http://www.centrosureditorial.com/index.php/revista/article/view/164>
- Molina Vargas, J. (2021). Planeamiento estratégico y la satisfacción del cliente en la empresa de transporte privado Servicio Star, Lima 2020. [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio institucional. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/73714/Molina_VJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Montalvo, S., Estrada, E. y Mamani, H. (2020) Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado. *Revista Ciencia y Desarrollo*, ISSN 1994-7224, 23(2) 1-6 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7437230>
- Morillo Moreno, M. C., & Morillo Moreno, M. D. C. (2016). Satisfacción del usuario y calidad del servicio en alojamientos turísticos del estado Mérida, Venezuela. *Revista Ciencia y Desarrollo*, ISSN-e 1315-9518, 22(2) 111-131. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5778313>
- Otiniano Meza, R. J. (2019). *Gestión operativa Lean y su influencia en la satisfacción de los clientes de la agencia BCP Mercado Unión-Trujillo, año 2017*. [tesis de maestría. Universidad Nacional de Trujillo]
- Oviedo, H. C. & Campo-Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(4), 572-580. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502005000400009&lng=en&tlng=es.
- Peña Paneque, Z. M. (2019): "La satisfacción de los clientes en el BANDEC. Institución bancaria en Cuba", *Revista Observatorio de la Economía*

- Latinoamericana*, (octubre 2019). En línea: <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/10/satisfaccion-clientes-bandec.html>
//hdl.handle.net/20.500.11763/oel1910satisfaccion-clientes-bandec
- Pineda Posada, D. (2021). *Procesos de transformación digital para la gestión operativa de una pyme prestadora de servicios de salud* [tesis Doctoral, Universidad EAFIT]. Repositorio institucional <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/28262>
- Ramírez Reyes, C. A. (2018). *Incidencia de la gestión operativa para mejorar la calidad del servicio de la empresa Serlipen S. A. del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2016. La Libertad. UPSE*, [tesis de grado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. Repositorio institucional <http://repositorio.upse.edu.ec:8080/jspui/handle/46000/4376>
- Ramos, C. A. (2015). Los paradigmas de la investigación científica. *Avances en psicología*, 23(1), 9-17. <https://doi.org/10.33539/avpsicol.2015.v23n1.167>
- Regino Z. y Forero, A (2013). Modelo de gestión operativa para los servicios de tecnología de información en empresas de servicios públicos. *Revista del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales*, 10 (1) 75-96. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5028136>
- Revoredo Cardenas, H. E. (2017). *Gestión de operaciones bancarias y calidad de servicio en los colaboradores del Banco del Credito del Peú, agencia Magdalena Lima 2017*. [tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio institucional https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/21648/Revoredo_CHE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rodríguez Sánchez, L. F. (2018). *Gestión Por Procesos Para Mejorar La Satisfacción Del Cliente En El Área De Ventas De La Empresa CC Rodríguez SRL 2018*. (tesis de grado, Universidad Cesar Vallejo). Repositorio institucional <https://hdl.handle.net/20.500.12692/25276>
- Roy-García, I., Rivas-Ruiz, R., Pérez-Rodríguez, M., & Palacios-Cruz, L. (2019). Correlación: no toda correlación implica causalidad. *Revista alergia México*, 66(3), 354-360. Epub 19 de febrero de 2020. <https://doi.org/10.29262/ram.v66i3.651>

- Spinelli, Hugo. (2017). Gestión: prácticas, mitos e ideologías. *Salud colectiva*, 13(4), 577-597. <https://dx.doi.org/10.18294/sc.2017.1283>
- Troncos Vilchez, I. M., Maldonado Jiménez, O. E., & Ortega Chaparrea, D. (2020). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa Transporte Cruz del Sur Cargo SAC Santa Anita 2018*. [tesis de grado, Universidad Peruana de las Américas]. Repositorio institucional <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/887/Troncos%20-%20Maldonado%20-%20Ortega.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Yanayaco Salcedo, J. (2018). *Aplicación de los indicadores de gestión, como medida de evaluación para la determinación del nivel de satisfacción del usuario en la oficina de economía y finanzas de la UNDAC-2017* [tesis de maestría. Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión]. Repositorio institucional <http://repositorio.undac.edu.pe/handle/undac/835>
- Yrigoyen Yrigoyen, L. M. A. (2019). *La calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el sector ferretero caso: zona denominada " Las Malvinas" en Lima Metropolitana 2018*. [tesis de maestría, Universidad San Martín de Porres] https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5499/yrigoyen_ylma.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

Anexo 1: Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Variable1: Gestión operativa	Un modelo de gestión constituido por un conjunto de tareas y procesos enfocados a mejorar las organizaciones internas para incrementar su capacidad y alcanzar los objetivos operativos y el propósito de las políticas (Otiniano, 2019)	Para operacionalizar la variable se aplicará un cuestionario tipo escala Likert, a los trabajadores de la Agencia Caraz para obtener información relevante sobre las dimensiones	Planificación estratégica	<ul style="list-style-type: none"> - Objetivos - Cumplimiento de objetivos - Análisis FODA - Metas 	Escala tipo Likert ordinal
			Procesos	<ul style="list-style-type: none"> - Personal idóneo - Plan de capacitación - Transformación digital - Canales alternos 	
			Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> - Monitoreo - Evaluación de indicadores - Valor agregado - Optimizar tiempo de atención 	

Fuente: Elaboración propia

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Variable2: Satisfacción del usuario	la satisfacción de un usuario es el grado de cumplimiento de las expectativas y percepciones de los usuarios, teniendo en cuenta los servicios ofrecidos por la institución, por el prestador de servicios. Montalvo, et al. (2020).	Para operacionalizar la variable se aplicará un cuestionario tipo escala Likert, a trabajadores de la agencia de Caraz para obtener información acerca de las dimensiones.	Valor percibido	- Accesibilidad - Diferenciación - Simplicidad	Escala tipo Likert ordinal
			Expectativas del usuario	- Satisfacción de necesidades - Cumplimiento de ofertas - Respeto de cultura - Imagen	
			Conformidad del usuario	- Lealtad - Expectativas superadas - Tiempo de espera - Absolución de dudas	

Anexo 2: Matriz de consistencia

Título de tesis: Gestión operativa y su incidencia en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores					
<p>PE1: ¿De qué manera incide la gestión operativa en valor percibido del usuario del Banco de la Nación, Agencia Caraz, 2021? PE2: ¿De qué manera incide la gestión operativa en las expectativas del usuario del Banco de la Nación, Agencia Caraz, 2021? PE3: ¿De qué manera incide la gestión operativa en la conformidad del usuario del Banco de la Nación, Agencia Caraz, 2020? PE4: ¿De qué manera incide la planificación</p>	<p>Objetivo general: Determinar si la gestión operativa incide en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación, Agencia Caraz, 2021</p> <p>Objetivos específicos OE1: Determinar si la gestión operativa incide en el valor percibido del usuario de la agencia del Banco de la Nación - Agencia Caraz, 2021. OE2: Determinar si la gestión operativa incide en las expectativas del usuario de la satisfacción del usuario del Banco de la Nación Agencia Caraz, 2021. OE3: Determinar si la gestión operativa incide en la conformidad del usuario del Banco de la</p>	<p>Hipótesis general: La gestión operativa incide significativamente en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz, 2021</p> <p>Hipótesis específica: HE1: La gestión operativa incide significativamente en el valor percibido del usuario del Banco de la Nación Agencia Caraz, 2021. HE2: La gestión operativa incide significativamente en las expectativas del usuario del Banco de la Nación Agencia Caraz, 2021. HE3: La gestión operativa incide significativamente en la conformidad del</p>	Variable: Gestión operativa					
			Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Niveles y rangos		
			Planificación estratégica	<ul style="list-style-type: none"> - Objetivos - Cumplimiento de objetivos - Análisis FODA - Metas 	Ordinal/Likert Nunca (0) Casi nunca (1) A veces (2) Casi siempre (3) Siempre (4)	Deficiente Regular Bueno		
			Procesos	<ul style="list-style-type: none"> - Personal idóneo - Plan de capacitación - Transformación digital - Canales alternos 				
			Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> - Monitoreo - Evaluación de indicadores - Valor agregado - Optimizar tiempo de atención 				
			Variable: Satisfacción del usuario					
			Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Niveles y rangos		

<p>estratégica en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación - Agencia Caraz, 2021? PE5: ¿De qué manera incide los procesos en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación, Agencia Caraz, 2021? PE6: ¿De qué manera incide la evaluación de uso en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación, Agencia Caraz, 2021?</p>	<p>Nación Agencia Caraz, 2021. OE4: Determinar si la planificación estratégica incide en la satisfacción del usuario de la agencia del Banco de la Nación Agencia Caraz, 2021. OE5: Determinar si los procesos inciden en la satisfacción del del usuario del Banco de la Nación Agencia Caraz, 2021. OE6: Determinar si la evaluación incide en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación Agencia Caraz, 2021.</p>	<p>usuario del Banco de la Nación Agencia Caraz, 2021. HE4: La planificación estratégica incide significativamente en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación Agencia Caraz, 2021. HE5: los procesos inciden significativamente en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación Agencia Caraz, 2021. HE6: La evaluación incide significativamente en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación Agencia Caraz, 2021.</p>	<p>Valor percibido</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accesibilidad - Diferenciación - Simplicidad 	<p>Ordinal/Likert</p> <p>Nunca (0)</p> <p>Casi nunca (1)</p> <p>A veces (2)</p> <p>Casi siempre (3)</p> <p>Siempre (4))</p>	<p>Deficiente</p> <p>Regular</p> <p>Bueno</p>
			<p>Expectativas del usuario</p> <ul style="list-style-type: none"> - Satisfacción de necesidades - Cumplimiento de ofertas - Respeto de cultura - Imagen 		
			<p>Conformidad usuario</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lealtad - Expectativas superadas - Tiempo de espera - Absolución de dudas 		
<p>Diseño de investigación</p>	<p>Población y muestra</p>	<p>Técnicas e instrumentos</p>	<p>Validación y Confiabilidad</p>	<p>Estadística a utilizar</p>	<p>Conclusiones</p>
<p>La presente investigación fue de tipo aplicada.</p> <p>El diseño fue no experimental, de corte transversal y correlacional</p>	<p>La población estuvo conformada todos los colaboradores y usuarios y/o clientes de la Agencia 2 Caraz.</p> <p>la muestra fue conformada por 25 trabajadores</p>	<p>La técnica fue la encuesta y los instrumentos fueron dos cuestionarios</p>	<p>La validación se realizó por tres expertos.</p> <p>La confiabilidad se desarrolló con Alfa de Cronbach,</p>	<p>Se elaboró tablas y figuras.</p> <p>se utilizó Shapiro Wilk sig. 5%, utilizó coeficiente de Pearson para contrastar la hipótesis</p>	<p>Se determinó que la gestión operativa incide en la satisfacción del usuario la Agencia Caraz, 2021; el 32% de trabajadores consideran que si hay una buena gestión operativa; asimismo, el 44% consideran que los usuarios si están satisfechos. Además, Pearson fue de 69% ($r = 0.693$) indicando relación positiva media y estadísticamente significativa.</p>

Anexo 3: Instrumentos

INSTRUMENTO DE GESTIÓN OPERATIVA

El presente cuestionario tiene por finalidad recopilar información para conocer sobre el nivel de gestión operativa del Banco de la Nación de la Agencia Caraz. La información es muy importante, por lo que se le pide ser objetivo (tal como se da en la realidad), sincero al momento de dar sus respuestas. Se le agradece por anticipado su participación y colaboración, porque los resultados de este estudio de investigación permitirán proponer mejoras respecto a la variable de estudio.

Instrucciones:

El cuestionario comprende 12 ítems y cada uno de ellos incluye cinco alternativas de respuestas. Se recomienda que lea con mucha atención en cada ítem las opciones de las respuestas. Para cada ítem marque sólo una respuesta con una equis (X) en la opción que considere que se aproxime más a su apreciación o punto de vista.

N°	ÍTEMS	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Dimensión 1: Planificación estratégica						
1	Considera que la gestión operativa está acorde con los objetivos de la Agencia Caraz					
2	Considera que las actividades que usted desarrolla conducen al cumplimiento de los objetivos de la Agencia Caraz					
3	Analizan e identifican las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la Agencia Caraz					
4	Considera que la Agencia Caraz tiene o diseña estrategias agresivas y competitivas para cumplir con las metas trazadas					
Dimensión 2: Procesos						
5	Hay personal que asume funciones de orientar al usuario en el proceso y/o atención cuando los usuarios ingresan a la agencia.					
6	La agencia Caraz te ofrece un plan de formación continua en relación a las funciones que desempeñas					

7	La Agencia Caraz tiene proyectos orientados y gestionados para la transformación digital					
8	La agencia Caraz busca ampliar y mejorar el uso de canales alternos					
Dimensión 3: Evaluación						
9	Los procesos operativos se monitorean en las ventanillas					
10	La agencia Caraz evalúa periódicamente sus indicadores para verificar el avance de la gestión operativa					
11	Considera que una eficiente gestión operativa aporta valor agregado a la agencia Caraz					
12	La gestión Operativa optimiza el tiempo de atención					

Muchas gracias

INSTRUMENTO DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recopilar información para conocer sobre el nivel de satisfacción del usuario del Banco de la Nación de la Agencia Caraz. La información es muy importante, por lo que se le pide ser objetivo (tal como se da en la realidad), sincero al momento de dar sus respuestas. Se le agradece por anticipado su participación y colaboración, porque los resultados de este estudio de investigación permitirán proponer mejoras respecto a la variable de estudio.

Instrucciones:

El cuestionario comprende 12 ítems y cada uno de ellos incluye cinco alternativas de respuestas. Se recomienda que lea con mucha atención en cada ítem las opciones de las repuestas. Para cada ítem marque sólo una respuesta con una equis (X) en la opción que considere que se aproxime más a su apreciación o punto de vista.

N°	ÍTEMS	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Dimensión 1: Valor percibido						

1	El servicio que ofrece la Agencia Caraz es accesible					
2	En la Agencia Caraz se brinda atención diferenciada según trámite					
3	En la Agencia Caraz la calidad de servicio se diferencia de otras agencias					
4	En la Agencia Caraz se practica la simplificación de trámites					
Dimensión 2: Expectativas del usuario						
5	Considera que el servicio que ofrece la agencia Caraz satisface las necesidades de los usuarios.					
6	La agencia Caraz cumple con las promociones u ofertas anunciadas					
7	En la Agencia Caraz se brinda atención respetando la cultura o étnica original del usuario.					
8	Considera que la imagen que tienen los usuarios de la agencia Caraz es favorable					
Dimensión 3: Conformidad del usuario						
9	Considera que el usuario que usted atendió volverá a requerir dicho servicio					
10	Considera que las expectativas de los usuarios son superadas después de brindarle la atención					
11	Considera que el tiempo que espera un usuario para ser atendido es corto					
12	Los usuarios quedan conformes con la atención que recibieron en la absolución de sus dudas					

Muchas gracias

Anexo 4: validación de instrumentos



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Ly Layza Jimmy Alexander.....

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Por medio del presente nos dirigimos a usted para expresarle nuestros saludos y así mismo hacer de su conocimiento que, siendo estudiantes de la MAESTRÍA EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS – MBA de la ESCUELA DE POSGRADO, requerimos validar los instrumentos con los cuales debemos recoger la información necesaria para poder desarrollar la investigación y posteriormente optar el Grado de Master en Administración de Negocios.


El título o nombre del Informe de investigación es: "Gestión operativa y su incidencia en la satisfacción del usuario del Banco de la Nación - Agencia Caraz, 2020" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos, recurro y apelo a su connotada experiencia a efecto que se sirva aprobar el instrumento aludido.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables, dimensiones e indicadores.
- Matriz de Operacionalización.
- Matriz de consistencia.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Cuestionario de encuesta.

Expresándole mi sentimiento de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,



Solís Avellana, Domingo Roberto
DNI: 18215288

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO
INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante : Dr. Jimmy Alexander Ly Layza
 I.2. Especialidad del Validador : Economista
 I.3. Cargo e Institución donde labora : Administrador/Banco de la Nación
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación : Encuesta
 I.5. Autor del instrumento : Br. Solís Avellaneda, Domingo Roberto

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:


INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				X	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				X	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				X	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				X	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				X	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				X	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				X	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				X	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				X	
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?
 Existen preguntas que están centralizadas en la contabilización de la dimensión y no en la evaluación propia de la misma

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Trujillo, de octubre del 2021


 Econ. Jimmy Alexander Ly Layza
 MAESTRO EN CIENCIAS ECONÓMICAS
 DOCTOR EN ECONOMÍA Y DESARROLLO INDUSTRIAL
 Reg. CELL. N° 1412

Firma de experto informante

DNI:41068557

Teléfono: 964445559



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante : Ms. Lorena Araceli Huamán Gil
 1.2. Especialidad del Validador : Economista
 1.3. Cargo e Institución donde labora : Adm. De Agencia – Caja Trujillo
 1.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación : Encuesta
 1.5. Autor del instrumento : Br. Solis Avellaneda, Domingo
 Roberto

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				X	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				X	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				X	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				X	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				X	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				X	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				X	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				X	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				X	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					X	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Existen preguntas que están centralizadas en la contabilización de la dimensión y no en la evaluación propia de la misma

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Trujillo, 15 de octubre del 2021


Firma de experto informante

DNI: 18214648

Teléfono: 949621639



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante
 1.2. Especialidad del validador
 1.3. Cargo e Institución donde labora
 1.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación
 1.5. Autor del instrumento

Mag. Viera Zegarra Lidia
 Administrador
 Cajero - Banco de la Nación
 Encuesta
 Br. Sola Avellaneda, Domingo

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y logica				X	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				X	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				X	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad				X	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones				X	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				X	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando				X	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				X	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir				X	
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

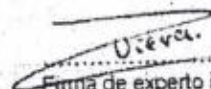
III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Existen preguntas que están centralizadas en la contabilización de la dimensión y no en la evaluación propia de la misma

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Trujillo, 15 de octubre del 2021


 Firma de experto informante
 DNI. 44249866
 Teléfono: 982698304

Anexo 5: confiabilidad de instrumentos

Valores del coeficiente de alfa de Cronbach

Confiabilidad no aceptable	0.0 - 0.5
Baja confiabilidad	0.51 - 0.6
Pobre confiabilidad	0.61- 0.7
Aceptable confiabilidad	0.71- 0.8
Buena confiabilidad	0.81- 0.9
Excelente confiabilidad	+ 0.9

CONFIABILIDAD DE GESTIÓN OPERATIVA

Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos Válido	9	100,0
Excluido ^a	0	,0
Total	9	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.975	12

El resultado del alfa de Cronbach fue de 0.975, indicando que la variable gestión operativa tiene **excelente confiabilidad**.

N°	ÍTEMS	Alfa de Cronbach
Dimensión 1: Planificación estratégica		
1	Considera que la gestión operativa está acorde con los objetivos de la Agencia Caraz	,877
2	Considera que las actividades que usted desarrolla conducen al cumplimiento de los objetivos de la Agencia Caraz	,861
3	Analizan e identifican las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la Agencia Caraz	,869
4	Considera que la Agencia Caraz tiene o diseña estrategias agresivas y competitivas para cumplir con las metas trazadas	,847
Alfa de Cronbach=0.894		

Bueno		
Dimensión 2: Procesos		
5	Hay personal que asume funciones de orientar al usuario en el proceso y/o atención cuando los usuarios ingresan a la agencia.	,908
6	La agencia Caraz te ofrece un plan de formación continua en relación a las funciones que desempeñas	,917
7	La Agencia Caraz tiene proyectos orientados y gestionados para la transformación digital	,960
8	La agencia Caraz busca ampliar y mejorar el uso de canales alternos	,947
Alfa de Cronbach=0.950 excelente		
Dimensión 3: Evaluación		
9	Los procesos operativos se monitorean en las ventanillas	,927
10	La agencia Caraz evalúa periódicamente sus indicadores para verificar el avance de la gestión operativa	,909
11	Considera que una eficiente gestión operativa aporta valor agregado a la agencia Caraz	,885
12	La gestión Operativa optimiza el tiempo de atención	,871
Alfa de Cronbach=0.923 Excelente		

Confiabilidad de ítems de la variable gestión operativa

Estadística de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elemento corregido	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Ítem 1	26.22	64.194	0.842	0.975
Ítem 2	25.11	57.861	0.883	0.973
Ítem 3	25.89	58.861	0.872	0.973
Ítem 4	26.33	62.500	0.877	0.973
Ítem 5	25.67	57.750	0.945	0.971
Ítem 6	26.56	57.778	0.962	0.970
Ítem 7	27.00	60.250	0.792	0.975
Ítem 8	25.89	56.611	0.903	0.973
Ítem 9	26.00	61.750	0.859	0.973
Ítem 10	26.33	62.500	0.877	0.973
Ítem 11	24.78	58.944	0.847	0.974
Ítem 12	24.67	60.500	0.900	0.972

Fuente: SPSS

CONFIABILIDAD DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	9	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	9	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.978	12

El resultado del alfa de Cronbach fue de 0.978, indicando que la variable satisfacción del usuario tiene **excelente confiabilidad**.

N°	ÍTEMS	Alfa de Cronbach
Dimensión 1: Valor percibido		
1	El servicio que ofrece la Agencia Caraz es accesible	,937
2	En la Agencia Caraz se brinda atención diferenciada según trámite	,906
3	En la Agencia Caraz la calidad de servicio se diferencia de otras agencias	,959
4	En la Agencia Caraz se practica la simplificación de trámites	,914
Alfa de Cronbach=0.945 Excelente		
Dimensión 2: Expectativas del usuario		
5	Considera que el servicio que ofrece la agencia Caraz satisface las necesidades de los usuarios.	,898
6	La agencia Caraz cumple con las promociones u ofertas anunciadas	,910
7	En la Agencia Caraz se brinda atención respetando la cultura o étnica original del usuario.	,854
8	Considera que la imagen que tienen los usuarios de la agencia Caraz es favorable	,862
Alfa de Cronbach=0.911 Excelente		
Dimensión 3: Conformidad del usuario		
9	Considera que el usuario que usted atendió volverá a requerir dicho servicio	,893

10	Considera que las expectativas de los usuarios son superadas después de brindarle la atención	,920
11	Considera que el tiempo que espera un usuario para ser atendido es corto	,906
12	Los usuarios quedan conformes con la atención que recibieron en la absolución de sus dudas	,904
Alfa de Cronbach=0.928 Excelente		

Confiabilidad de ítems de la variable satisfacción del usuario

Estadística de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Ítem 1	24,78	88,944	,910	,976
Ítem 2	24,67	85,500	,961	,974
Ítem 3	25,11	78,111	,911	,977
Ítem 4	25,78	85,944	,931	,974
Ítem 5	25,22	87,944	,816	,977
Ítem 6	24,67	93,000	,853	,978
Ítem 7	24,33	82,750	,943	,974
Ítem 8	25,44	87,278	,897	,975
Ítem 9	24,33	85,750	,892	,975
Ítem 10	25,00	90,250	,888	,976
Ítem 11	25,56	78,028	,948	,975
Ítem 12	24,56	86,528	,910	,975

Fuente: SPSS

Anexo 6: Valores del coeficiente Pearson

Valor (r)	significado
-----------	-------------

- 0.90 = Correlación negativa muy fuerte.
- 0.75 = Correlación negativa considerable.
- 0.50 = Correlación negativa media.
- 0.25 = Correlación negativa débil.
- 0.10 = Correlación negativa muy débil.
- 0.00 = No existe correlación alguna entre las variables.
- +0.10 = Correlación positiva muy débil.
- +0.25 = Correlación positiva débil.
- +0.50 = Correlación positiva media.
- +0.75 = Correlación positiva considerable.
- +0.90 = Correlación positiva muy fuerte.
- +1 = Correlación perfecta

Anexo 7: Base de datos

Gestión operativa																					
N°	Planificación estratégica						Procesos						Evaluación						TOTAL	NIVEL	
	P1	P2	P3	P4	sub total	nivel	P5	P6	P7	P8	sub total	nivel	P9	P10	P11	P12	sub total	nivel			
1	2	4	2	2	10	Regular	3	1	1	2	7	Regular	2	1	2	2	7	Regular	24	Regular	
2	2	3	3	2	10	Regular	4	2	0	2	8	Regular	2	2	4	4	12	Bueno	30	Regular	
3	2	1	1	1	5	Deficiente	2	1	2	1	6	Deficiente	1	2	1	1	5	Deficiente	16	Deficiente	
4	3	4	3	3	13	Bueno	3	3	3	3	12	Bueno	3	3	3	3	12	Bueno	37	Bueno	
5	2	3	3	2	10	Regular	2	2	1	3	8	Regular	1	2	4	4	11	Regular	29	Regular	
6	2	3	3	2	10	Regular	3	2	1	3	9	Regular	3	2	4	4	13	Bueno	32	Regular	
7	2	3	1	1	7	Regular	2	2	1	2	7	Regular	2	2	4	4	12	Bueno	26	Regular	
8	1	3	3	2	9	Regular	1	1	1	0	3	Deficiente	3	2	2	3	10	Regular	22	Regular	
9	2	4	2	2	10	Regular	3	0	1	3	7	Regular	2	2	4	4	12	Bueno	29	Regular	
10	2	3	4	2	11	Regular	2	2	2	3	9	Regular	2	3	3	3	11	Regular	31	Regular	
11	3	4	3	3	13	Bueno	3	2	3	3	11	Regular	3	2	4	3	12	Bueno	36	Bueno	
12	3	4	3	3	13	Bueno	4	4	3	4	15	Bueno	3	4	4	3	14	Bueno	42	Bueno	
13	3	4	4	1	12	Bueno	4	3	3	4	14	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	42	Bueno	
14	0	3	3	2	8	Regular	2	2	2	3	9	Regular	3	3	4	3	13	Bueno	30	Regular	
15	2	3	1	2	8	Regular	2	2	4	3	11	Regular	3	2	4	4	13	Bueno	32	Regular	
16	3	3	1	2	9	Regular	2	4	3	3	12	Bueno	2	2	3	3	10	Regular	31	Regular	
17	1	3	2	1	7	Regular	2	1	0	1	4	Deficiente	1	1	4	4	10	Regular	21	Regular	
18	2	3	3	1	9	Regular	2	1	1	1	5	Deficiente	3	2	3	3	11	Regular	25	Regular	
19	3	4	4	3	14	Bueno	2	2	2	4	10	Regular	3	3	4	4	14	Bueno	38	Bueno	
20	3	3	3	2	11	Regular	2	2	2	2	8	Regular	2	2	2	2	8	Regular	27	Regular	
21	3	3	3	3	12	Bueno	3	3	3	3	12	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	40	Bueno	
22	3	3	2	3	11	Regular	3	0	1	2	6	Deficiente	3	3	3	3	12	Bueno	29	Regular	
23	4	3	4	4	15	Bueno	3	3	4	3	13	Bueno	3	4	4	4	15	Bueno	43	Bueno	

24	3	4	4	4	15	Bueno	0	3	3	4	10	Regular	2	4	3	3	12	Bueno	37	Bueno
25	3	4	3	3	13	Bueno	2	2	1	3	8	Regular	2	3	4	2	11	Regular	32	Regular

Satisfacción del usuario																					
N°	Valor percibido						Expectativas del usuario						Conformidad del Usuario						TOTAL	NIVEL	
	P1	P2	P3	P4	sub total	nivel	P5	P6	P7	P8	sub total	nivel	P9	P10	P11	P12	sub total	nivel			
1	2	3	2	1	8	Regular	3	3	4	4	14	Bueno	4	2	3	2	11	Regular	33	Bueno	
2	3	3	3	1	10	Regular	2	3	4	2	11	Regular	2	2	1	4	9	Regular	30	Regular	
3	1	2	2	0	5	Deficiente	0	2	1	1	4	Deficiente	2	1	0	1	4	Deficiente	13	Deficiente	
4	3	3	3	3	12	Bueno	3	3	3	3	12	Bueno	4	3	1	3	11	Regular	35	Bueno	
5	3	4	2	2	11	Regular	2	3	3	1	9	Regular	3	3	4	2	12	Bueno	32	Regular	
6	3	2	3	2	10	Regular	2	2	3	1	8	Regular	2	2	2	3	9	Regular	27	Regular	
7	2	3	4	1	10	Regular	2	2	2	1	7	Regular	4	2	2	3	11	Regular	28	Regular	
8	2	1	0	1	4	Deficiente	2	2	2	2	8	Regular	3	2	0	2	7	Regular	19	Regular	
9	3	2	0	2	7	Regular	2	3	4	2	11	Regular	2	2	2	3	9	Regular	27	Regular	
10	3	2	2	2	9	Regular	3	3	3	2	11	Regular	3	2	2	3	10	Regular	30	Regular	
11	4	4	4	3	15	Bueno	3	4	4	3	14	Bueno	3	3	2	3	11	Regular	40	Bueno	
12	4	3	3	3	13	Bueno	3	3	4	3	13	Bueno	4	4	3	3	14	Bueno	40	Bueno	
13	4	2	3	3	12	Bueno	3	3	3	3	12	Bueno	3	3	2	3	11	Regular	35	Bueno	
14	3	3	2	2	10	Regular	3	3	3	3	12	Bueno	3	2	2	3	10	Regular	32	Regular	
15	3	3	3	3	12	Bueno	3	4	4	3	14	Bueno	3	3	3	3	12	Bueno	38	Bueno	
16	3	4	3	3	13	Bueno	4	3	4	3	14	Bueno	3	3	3	3	12	Bueno	39	Bueno	
17	1	2	1	1	5	Deficiente	1	1	2	2	6	Deficiente	3	2	3	2	10	Regular	21	Regular	

18	2	2	2	2	8	Regular	2	2	3	3	10	Regular	2	3	2	2	9	Regular	27	Regular
19	4	2	3	4	13	Bueno	4	4	4	4	16	Bueno	4	3	2	4	13	Bueno	42	Bueno
20	2	2	2	2	8	Regular	2	2	2	2	8	Regular	2	2	2	2	8	Regular	24	Regular
21	3	3	3	2	11	Regular	2	3	3	3	11	Regular	4	2	2	2	10	Regular	32	Regular
22	3	3	3	2	11	Regular	3	3	2	3	11	Regular	3	2	2	3	10	Regular	32	Regular
23	4	4	4	4	16	Bueno	4	4	3	3	14	Bueno	3	4	4	4	15	Bueno	45	Bueno
24	4	4	4	3	15	Bueno	3	2	2	3	10	Regular	3	4	3	4	14	Bueno	39	Bueno
25	3	3	3	2	11	Regular	3	3	3	2	11	Regular	3	3	2	3	11	Regular	33	Bueno

Anexo 8: Tablas por cada ítem

Tabla 19

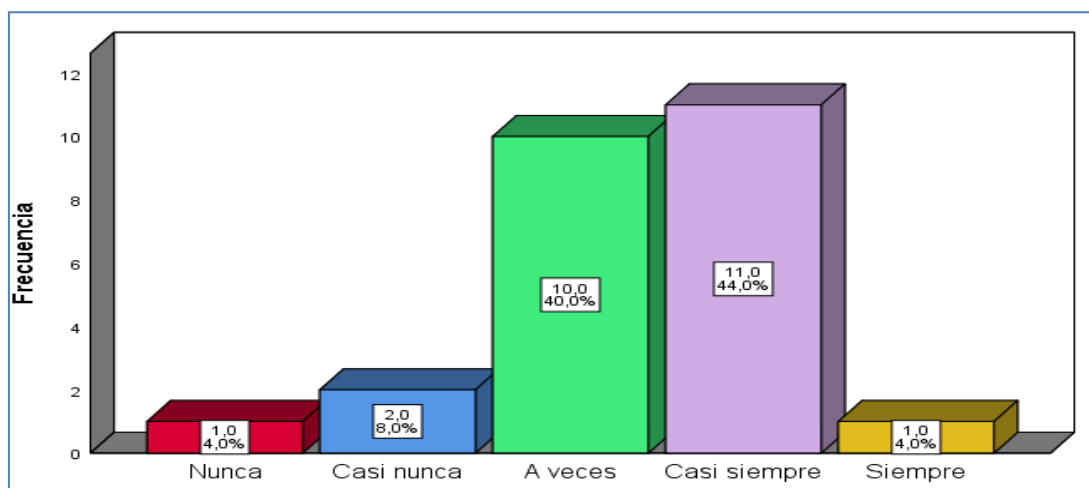
Considera que la gestión operativa está acorde con los objetivos de la Agencia Caraz

	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	4.0	4.0	4.0
Casi nunca	2	8.0	8.0	12.0
A veces	10	40.0	40.0	52.0
Casi siempre	11	44.0	44.0	96.0
Siempre	1	4.0	4.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 8

Considera que la gestión operativa está acorde con los objetivos de la Agencia Caraz



Estos resultados muestran que, de 25 trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, el 44% (11 trabajadores) consideran que la gestión operativa casi siempre está acorde con los objetivos, el 40% (10 trabajadores) consideran que la gestión operativa a veces está acorde con los objetivos, el 8% (2 trabajadores) consideran que la gestión operativa casi nunca está acorde con los

objetivos, el 4% (1 trabajador) considera que la gestión operativa nunca está acorde con los objetivos, asimismo, el 4% (1 trabajador) considera que la gestión operativa siempre está acorde con los objetivos, en consecuencia se concluye que el 48% de trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, consideran que la gestión operativa está acorde con los objetivos pero de forma regular, por lo que, se debe mejorar y hacer una gestión operativa teniendo en cuenta los objetivos de la agencia .

Tabla 20

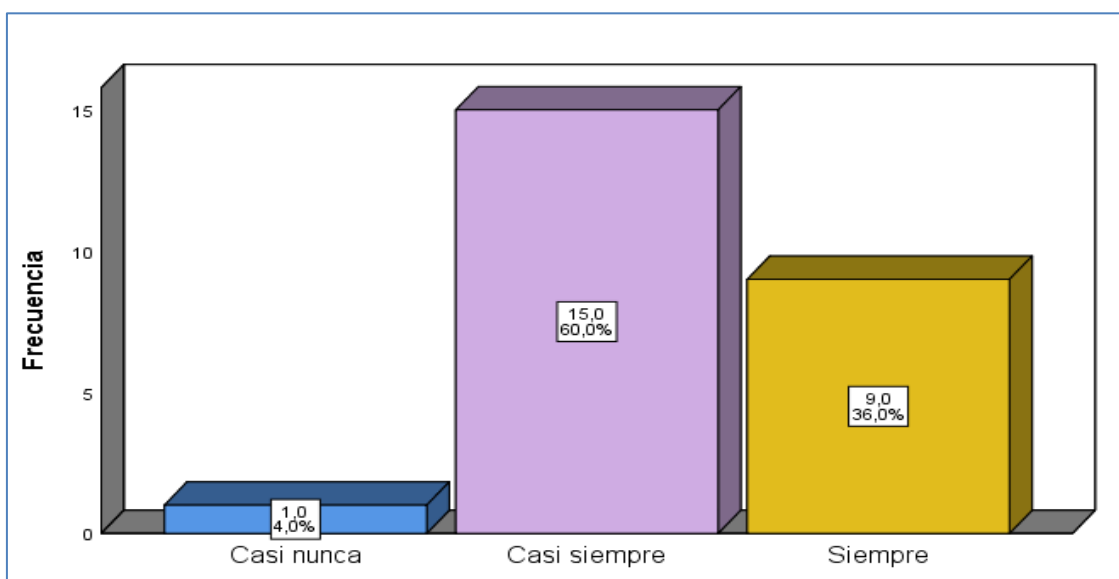
Considera que las actividades que usted desarrolla conducen al cumplimiento de los objetivos de la Agencia Caraz

	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0.0	0.0	0.0
Casi nunca	1	4.0	4.0	4.0
Casi siempre	15	60.0	60.0	64.0
Siempre	19	36.0	36.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 9

Considera que las actividades que usted desarrolla conducen al cumplimiento de los objetivos de la Agencia Caraz



Estos resultados muestran que, de 25 trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, el 60% (15 trabajadores) consideran que sus actividades casi siempre conducen al cumplimiento de objetivos, el 36% (9 trabajadores) consideran que sus actividades siempre conducen al cumplimiento de objetivos, y el 4% (1 trabajador) considera que su actividad casi nunca conduce al cumplimiento de objetivos, en consecuencia se concluye que el 96% de trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, consideran que sus actividades si conducen al cumplimiento de los objetivos de la agencia.

Tabla 21

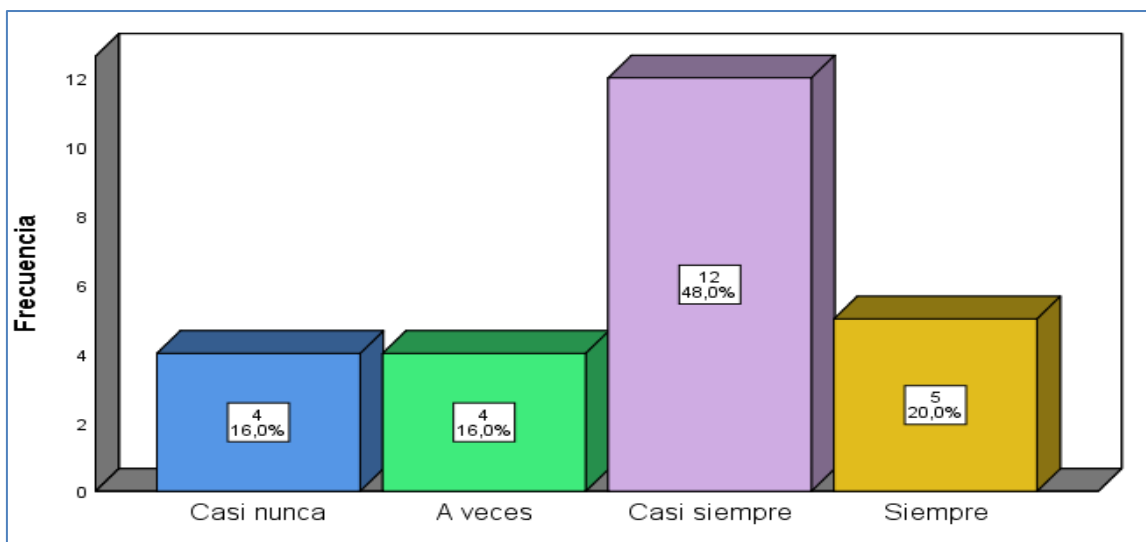
Analizan e identifican las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la Agencia Caraz

	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0.0	0.0	0.0
Casi nunca	4	16,0	16,0	16,0
A veces	4	16,0	16,0	32,0
Casi siempre	12	48,0	48,0	80,0
Siempre	5	20,0	20,0	100,0
Total	25	100.0	100.0	

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 10

Analizan e identifican las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la Agencia Caraz



Estos resultados muestran que, de 25 trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, el 48% (12 trabajadores) consideran que casi siempre se analizan e identifican las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la agencia, el 20% (5 trabajadores) consideran que siempre se analizan e identifican FODA de la agencia, el 16% (4 trabajadores) consideran que casi nunca o a veces se analizan e identifican FODA de la agencia; en consecuencia, se concluye que el 68% de trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, consideran que si se realiza el análisis FODA de la agencia, pero en forma regular, por lo tanto, el análisis FODA se debe hacer siempre porque es indispensable para una buena gestión operativa.

Tabla 22

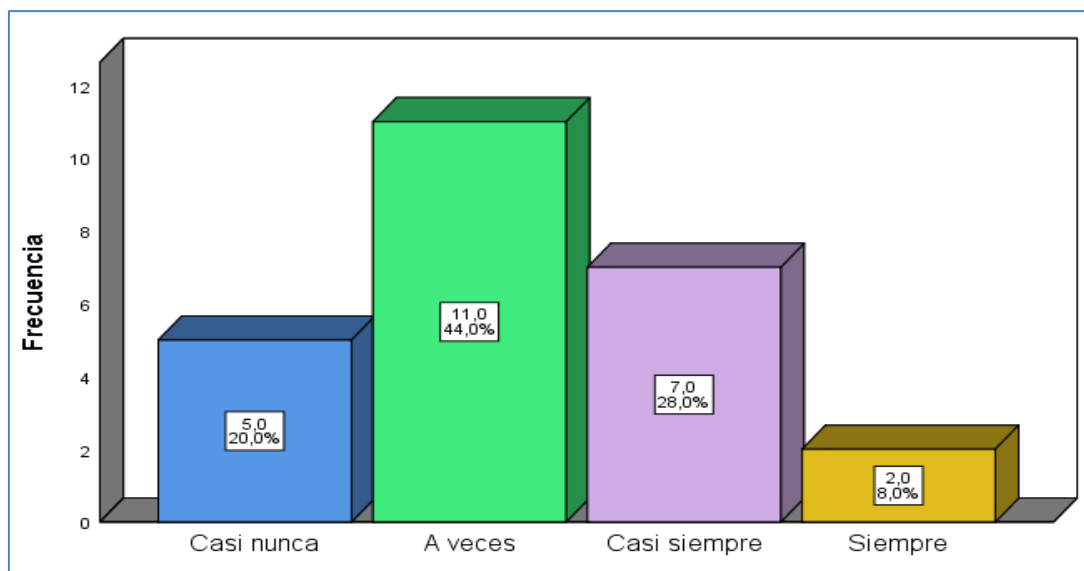
Considera que la Agencia Caraz tiene o diseña estrategias agresivas y competitivas para cumplir con las metas trazadas

	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje válido	Porcentajes acumulado
Nunca	0	0,0	0,0	0,0
Casi nunca	5	20,0	20,0	20,0
A veces	11	44,0	44,0	64,0
Casi siempre	7	28,0	28,0	92,0
Siempre	2	8,0	8,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 11

Considera que la Agencia Caraz tiene o diseña estrategias agresivas y competitivas para cumplir con las metas trazadas



Estos resultados muestran que, de 25 trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, el 44% (11 trabajadores) consideran que solo a veces diseñan estrategias agresivas y competitivas para cumplir con las metas, el 28% (7 trabajadores) consideran que casi diseñan estrategias agresivas y competitivas, el 20% (5 trabajadores) consideran que casi nunca diseñan estrategias agresivas y competitivas; y solamente el 8% (2 trabajadores) consideran que siempre se diseñan estrategias agresivas y competitivas; en consecuencia, se concluye que el 64% de trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, consideran que no se diseñan estrategias agresivas y competitivas para cumplir con las metas y si se hace pero son deficiente.

Tabla 23

Hay personal que asume funciones de orientar al usuario en el proceso y/o atención cuando los usuarios ingresan a la agencia.

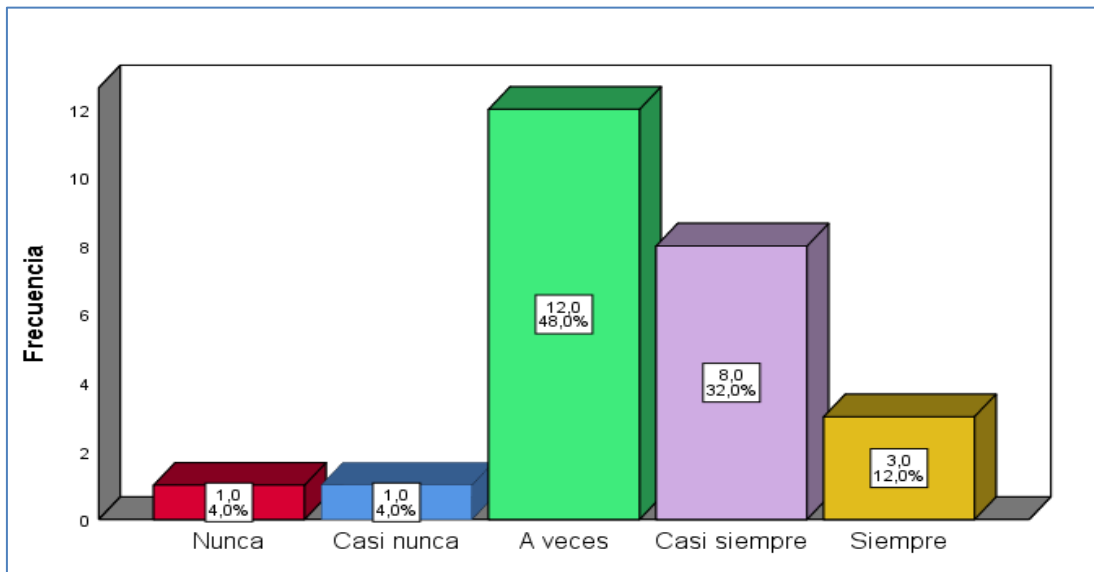
	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje válido	Porcentajes acumulado
Nunca	1	4,0	4,0	4,0
Casi nunca	1	4,0	4,0	8,0

A veces	12	48,0	48,0	56,0
Casi siempre	8	32,0	32,0	88,0
Siempre	3	12,0	12,0	100,0
Total	25	100.0	100.0	

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 12

Hay personal que asume funciones de orientar al usuario en el proceso y/o atención cuando los usuarios ingresan a la agencia.



Estos resultados muestran que, de 25 trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, el 48% (12 trabajadores) consideran que solo a veces hay personal que orienta al usuario, el 32% (8 trabajadores) consideran que casi siempre hay personal que orienta al usuario, el 12% (3 trabajadores) consideran que siempre hay personal que orienta al usuario; y el 4% (1 trabajador) considera que nunca o casi nunca hay personal que orienta al usuario, se concluye que el 56% de trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, consideran que no hay personal que cumpla con la función de orientar al usuario, esto debido a que no se cuenta con el personal suficiente.

Tabla 24

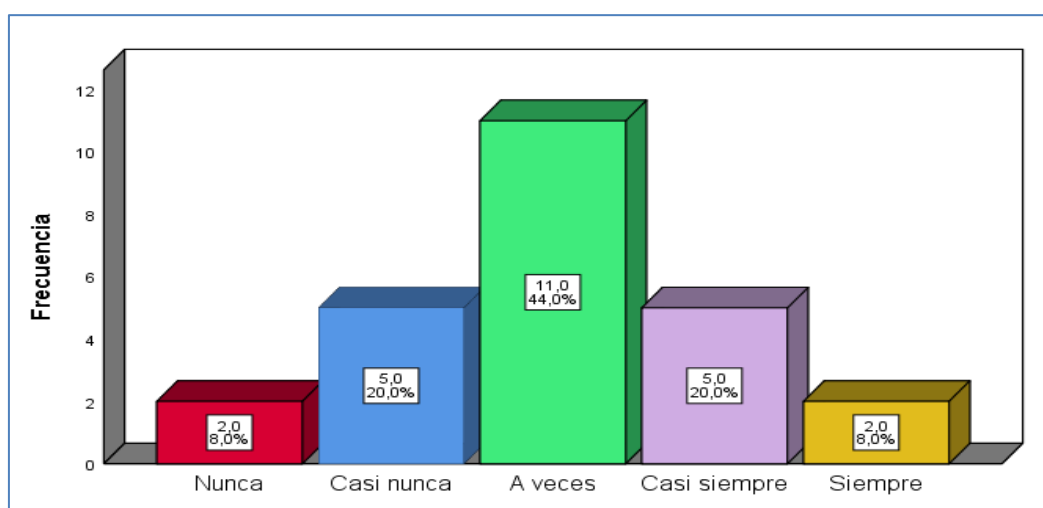
La agencia Caraz te ofrece un plan de formación continua en relación a las funciones que desempeñas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentajes válido	Porcentajes acumulado
Nunca	2	8,0	8,0	8,0
Casi nunca	5	20,0	20,0	28,0
A veces	11	44,0	44,0	72,0
Casi siempre	5	20,0	20,0	92,0
Siempre	2	8,0	8,0	100,0
Total	25	100.0	100.0	

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 13

La agencia Caraz te ofrece un plan de formación continua en relación a las funciones que desempeñas



Estos resultados muestran que, de 25 trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, el 44% (11 trabajadores) consideran que la agencia a veces les ofrece un plan de formación continua, el 20% (5 trabajadores) consideran que la agencia casi nunca les ofrece un plan de formación continua, el 20% (5 trabajadores) consideran que la agencia casi siempre les ofrece un plan de formación continua, el 8% (2 trabajador) considera que la agencia nunca les ofrece un plan de formación continua; y el 8% (2 trabajador) considera que la agencia siempre les ofrece un plan de formación continua; se concluye que el 72% de trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz consideran que no se les ofrece un plan de formación continua.

Tabla 25

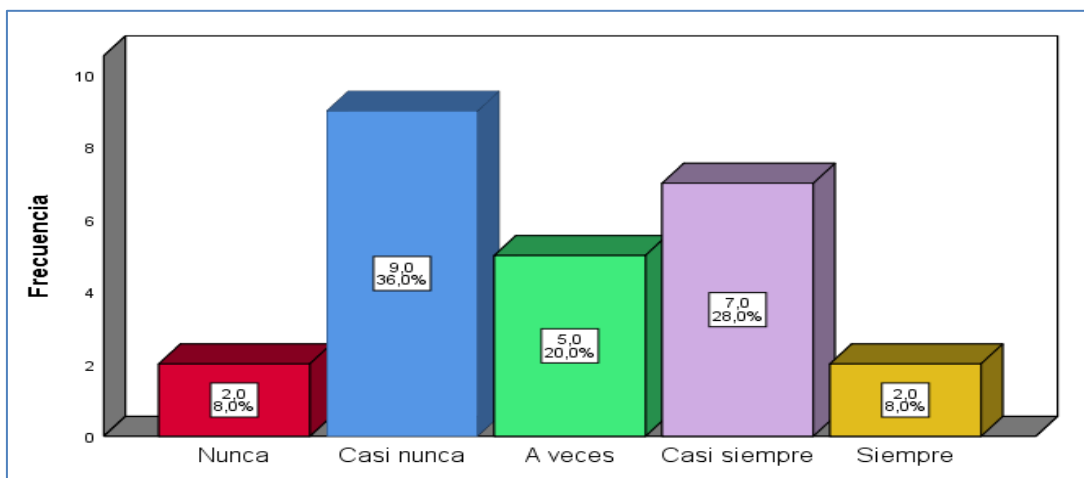
La Agencia Caraz tiene proyectos orientados y gestionados para la transformación digital

	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje válido	Porcentajes acumulado
Nunca	2	8,0	8,0	8,0
Casi nunca	9	36,0	36,0	44,0
A veces	5	20,0	20,0	64,0
Casi siempre	7	28,0	28,0	92,0
Siempre	2	8,0	8,0	100,0
Total	25	100.0	100.0	

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 14

La Agencia Caraz tiene proyectos orientados y gestionados para la transformación digital



Estos resultados muestran que, de 25 trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, el 36% (9 trabajadores) consideran que la agencia casi nunca tiene proyectos orientados y gestionados para la transformación digital, el 28% (7 trabajadores) consideran que casi siempre tiene proyectos para transformación digital, el 20% (5 trabajadores) consideran a veces tienen proyectos para transformación digital, el 8% (2 trabajador) considera que nunca tienen proyectos para transformación digital; y el 8% (2 trabajador) considera que siempre tiene proyectos para transformación digital; se concluye que el 64% de

trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz consideran que no tienen proyectos para transformación digital y si estos existen son deficientes.

Tabla 26

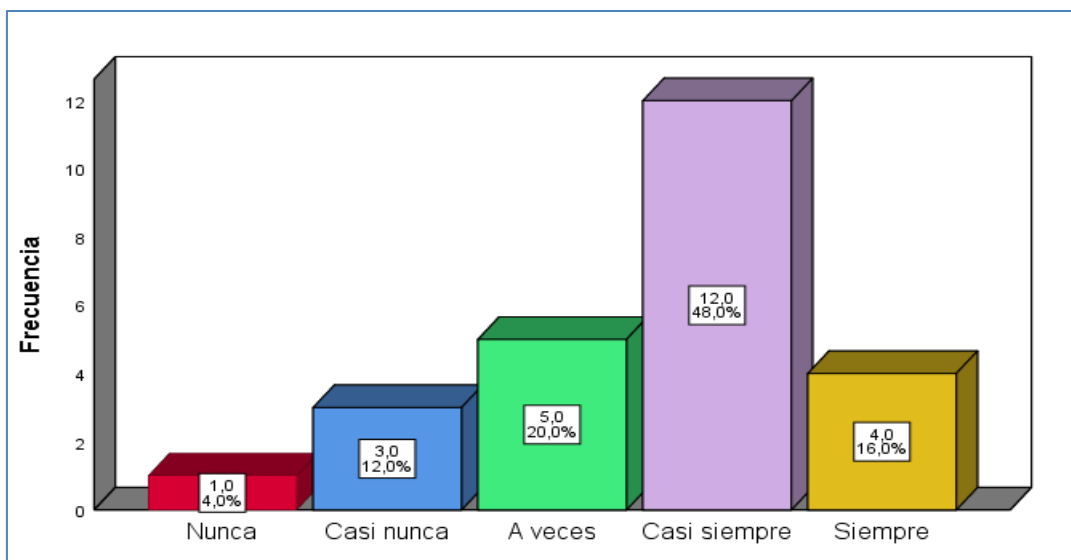
La agencia Caraz busca ampliar y mejorar el uso de canales alternos

	Frecuencia	Porcentajes	Porcentajes válido	Porcentajes acumulado
Nunca	1	4,0	4,0	4,0
Casi nunca	3	12,0	12,0	16,0
A veces	5	20,0	20,0	36,0
Casi siempre	12	48,0	48,0	84,0
Siempre	4	16,0	16,0	100,0
Total	25	100.0	100.0	

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 15

La agencia Caraz busca ampliar y mejorar el uso de canales alternos



Estos resultados muestran que, de 25 trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, el 48% (12 trabajadores) consideran que la agencia casi siempre está buscando ampliar y mejorar el uso de canales alternos, el 20% (5 trabajadores) consideran que a veces se busca ampliar y mejorar el uso de canales alternos, el 16% (4 trabajadores) consideran que siempre se busca ampliar y mejorar el uso de canales alternos, el 12% (3 trabajador) considera que

casi nunca se busca ampliar y mejorar el uso de canales alternos; y el 4% (1 trabajador) considera que nunca se busca ampliar y mejorar el uso de canales alternos; se concluye que el 64% de trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz consideran que de forma regular se busca ampliar y mejorar el uso de canales alternos en beneficio de la población.

Tabla 27

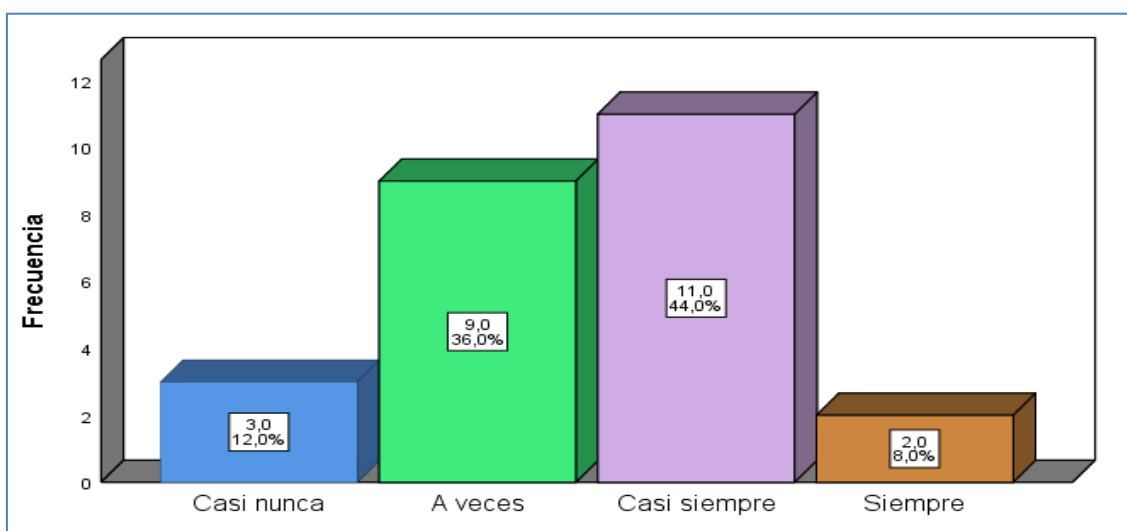
Los procesos operativos se monitorean en las ventanillas

	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0.0	0.0	0.0
Casi nunca	3	12,0	12,0	12,0
A veces	9	36,0	36,0	48,0
Casi siempre	11	44,0	44,0	92,0
Siempre	2	8,0	8,0	100,0
Total	25	100.0	100.0	

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 16

Los procesos operativos se monitorean en las ventanillas



Estos resultados muestran que, de 25 trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, el 44% (11 trabajadores) consideran que casi siempre los procesos operativos se monitorean en ventanillas, el 36% (9 trabajadores) consideran que a veces los procesos operativos se monitorean en ventanillas, el

12% (3 trabajadores) consideran que casi nunca los procesos operativos se monitorean en ventanillas, y el 8% (2 trabajador) considera que siempre los procesos operativos se monitorean en ventanillas; se concluye que el 52% de trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz consideran que de forma regular se monitorean en ventanillas los procesos operativos.

Tabla 28

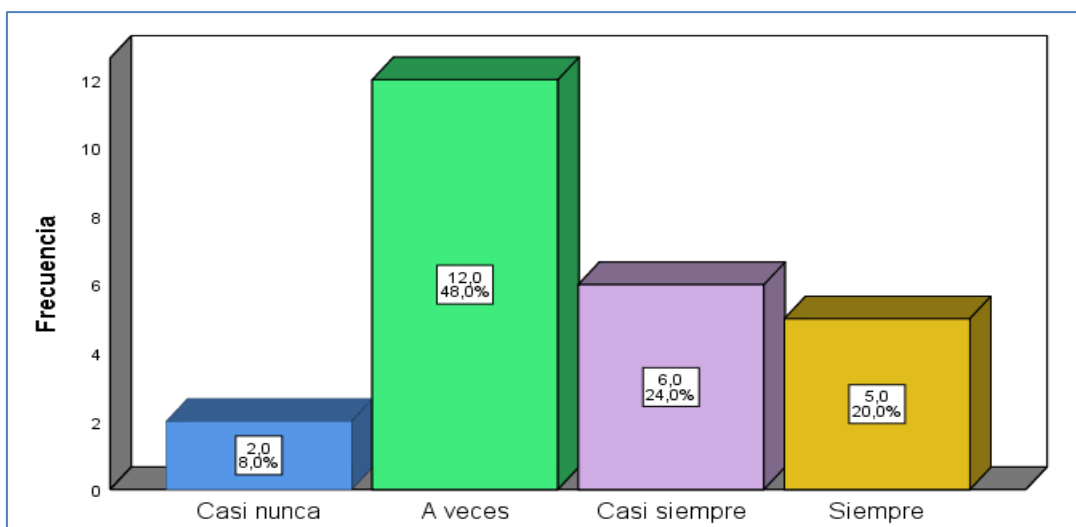
La agencia Caraz evalúa periódicamente sus indicadores para verificar el avance de la gestión operativa

	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0	0,0
Casi nunca	2	8,0	8,0	8,0
A veces	12	48,0	48,0	56,0
Casi siempre	6	24,0	24,0	80,0
Siempre	5	20,0	20,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 17

La agencia Caraz evalúa periódicamente sus indicadores para verificar el avance de la gestión operativa



Estos resultados muestran que, de 25 trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, el 48% (12 trabajadores) consideran a veces se evalúa periódicamente los indicadores, el 24% (6 trabajadores) consideran que casi siempre se evalúa periódicamente los indicadores, el 20% (5 trabajadores) consideran que siempre se evalúa periódicamente sus indicadores; y el 8% (2 trabajador) considera que casi nunca se evalúa periódicamente los indicadores; se concluye que el 56% de trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz consideran que la evaluación de indicadores es deficiente, por lo tanto, se debe realizar periódicamente de acuerdo al cronograma para verificar el avance de la gestión operativa.

Tabla 29

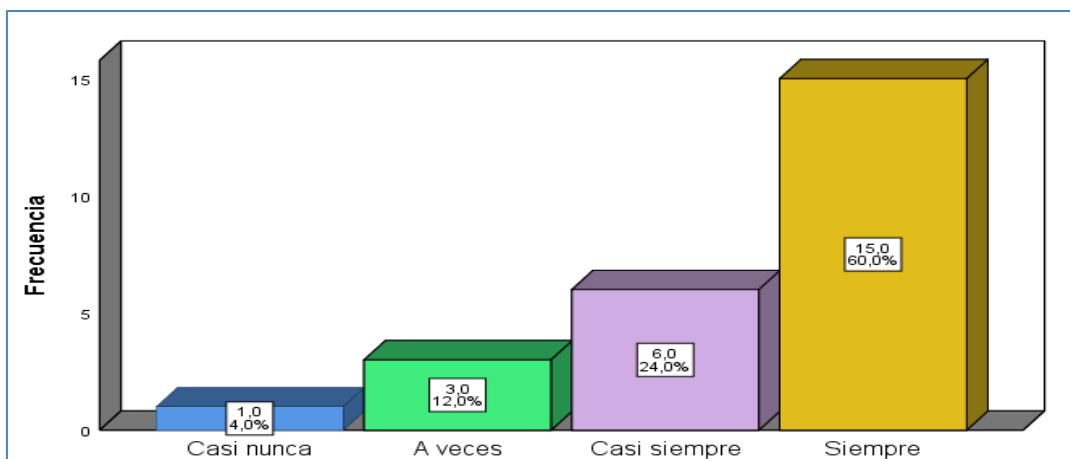
Considera que una eficiente gestión operativa aporta valor agregado a la agencia Caraz

	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0.0	0.0	0.0
Casi nunca	1	4,0	4,0	4,0
A veces	3	12,0	12,0	16,0
Casi siempre	6	24,0	24,0	40,0
Siempre	15	60,0	60,0	100,0
Total	25	100.0	100.0	

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 18

Considera que una eficiente gestión operativa aporta valor agregado a la agencia Caraz



Estos resultados muestran que, de 25 trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, el 60% (15 trabajadores) consideran que una eficiente gestión operativa siempre aporta valor agregado, el 24% (6 trabajadores) consideran que una eficiente gestión operativa casi siempre aporta valor agregado, el 12% (3 trabajadores) consideran que una eficiente gestión operativa a veces aporta valor agregado; se concluye que el 84% de trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz concuerdan que tener una eficiente gestión operativa en la agencia aporta valor agregado, por lo tanto, la agencia debe optar por tener y mantener una eficiente gestión operativa.

Tabla 30

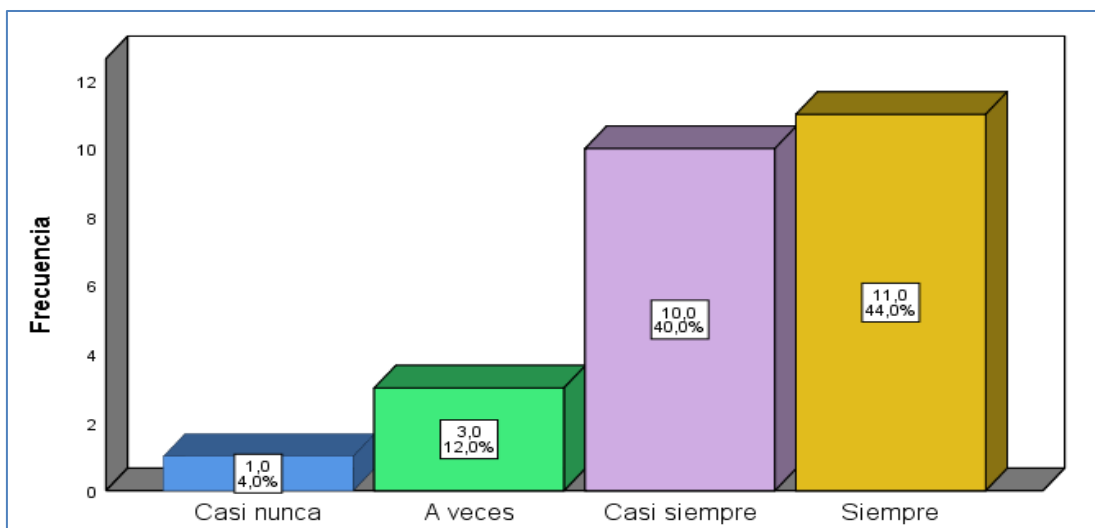
La gestión Operativa optimiza el tiempo de atención

	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0	0,0
Casi nunca	1	4,0	4,0	4,0
A veces	3	12,0	12,0	16,0
Casi siempre	10	40,0	40,0	56,0
Siempre	11	44,0	44,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 19

La gestión Operativa optimiza el tiempo de atención



Estos resultados muestran que, de 25 trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, el 44% (11 trabajadores) consideran que la gestión operativa siempre optimiza el tiempo de atención, el 40% (10 trabajadores) consideran que la gestión operativa casi siempre optimiza el tiempo de atención, el 12% (3 trabajadores) consideran que la gestión operativa a veces optimiza el tiempo de atención; se concluye que el 84% de trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz concuerdan que tener una gestión operativa adecuada y eficiente optimiza el tiempo de atención, por lo tanto, la agencia debe optar por tener y mantener una eficiente gestión operativa.

Tabla 31

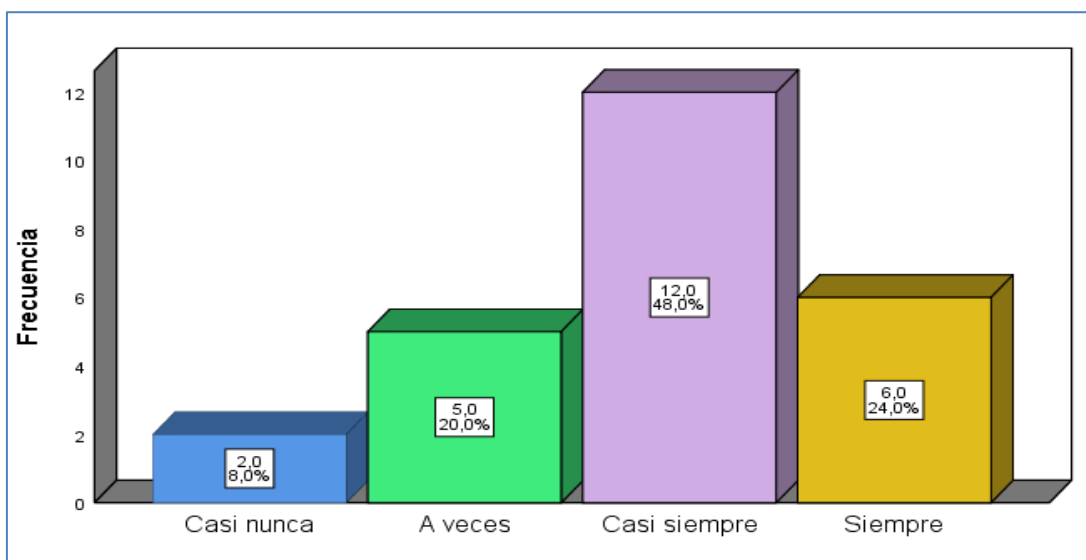
El servicio que ofrece la Agencia Caraz es accesible

	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0	0,0
Casi nunca	2	8,0	8,0	8,0
A veces	5	20,0	20,0	28,0
Casi siempre	12	48,0	48,0	76,0
Siempre	6	24,0	24,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 20

El servicio que ofrece la Agencia Caraz es accesible



Estos resultados muestran que, de 25 trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, el 48% (12 trabajadores) consideran que la agencia ofrece un servicio casi siempre accesible, el 24% (6 trabajadores) consideran que ofrecen un servicio siempre accesible, el 20% (5 trabajadores) consideran que ofrecen un servicio a veces accesible; y el 8% (2 trabajadores) consideran que ofrecen un servicio casi nunca accesible; se concluye que el 72% de trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz concuerdan que la agencia si ofrece un servicio accesible a la población.

Tabla 32

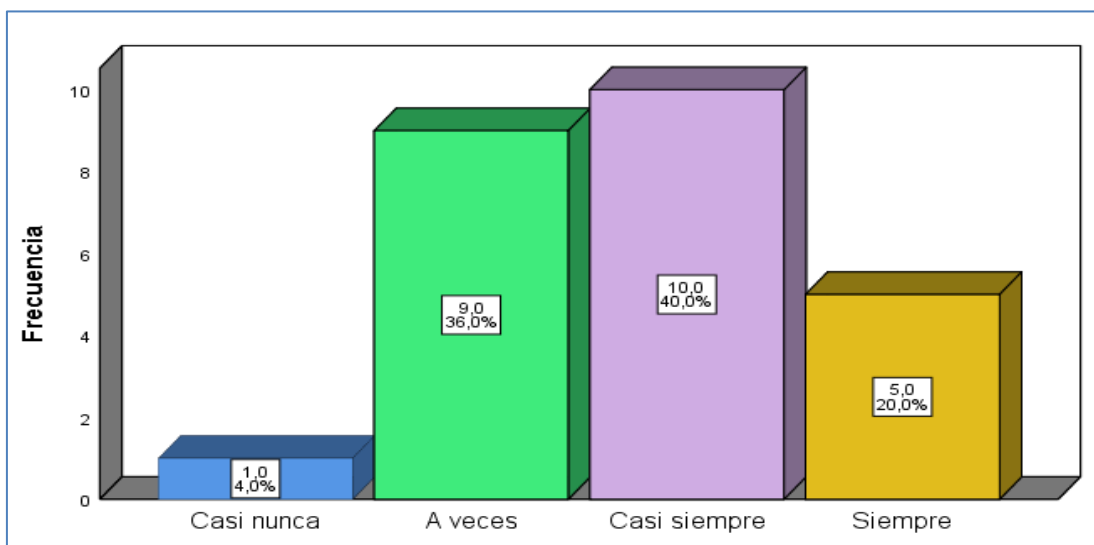
En la Agencia Caraz se brinda atención diferenciada según tramite

	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0	0,0
Casi nunca	1	4,0	4,0	4,0
A veces	9	36,0	36,0	40,0
Casi siempre	10	40,0	40,0	80,0
Siempre	5	20,0	20,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 21

En la Agencia Caraz se brinda atención diferenciada según tramite



Estos resultados muestran que, de 25 trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, el 40% (11 trabajadores) consideran que la agencia brinda casi siempre atención diferenciada, el 36% (9 trabajadores) consideran la agencia brinda a veces atención diferenciada, el 20% (5 trabajadores) consideran que la agencia brinda siempre atención diferenciada; y el 4% (1 trabajador) consideran la agencia brinda casi nunca atención diferenciada; se concluye que el 60% de trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz concuerdan que la agencia si brinda atención diferenciada según tramite que realizan los usuarios que acuden.

Tabla 33

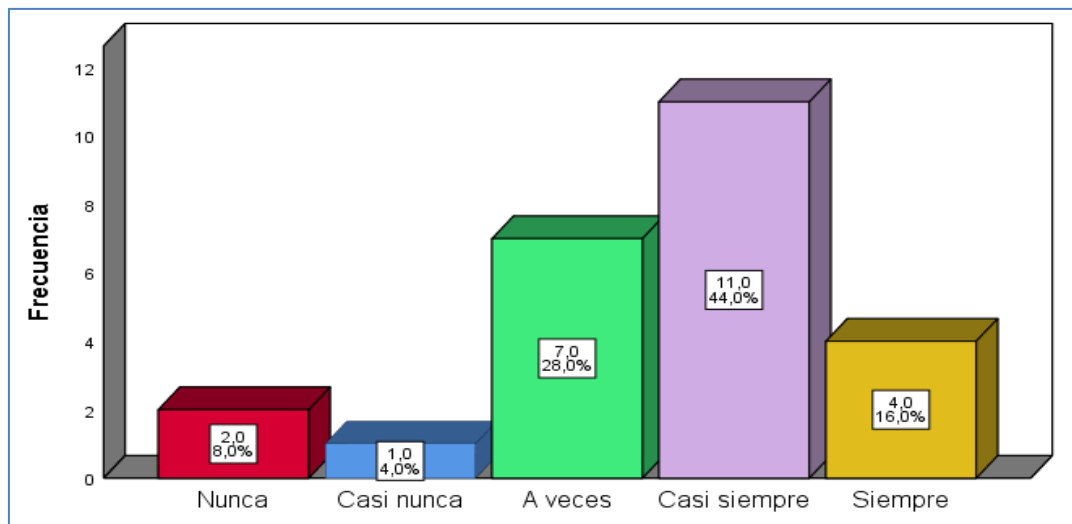
En la Agencia Caraz la calidad de servicio se diferencia de otras agencias

	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	8,0	8,0	8,0
Casi nunca	1	4,0	4,0	12,0
A veces	7	28,0	28,0	40,0
Casi siempre	11	44,0	44,0	84,0
Siempre	4	16,0	16,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 22

En la Agencia Caraz la calidad de servicio se diferencia de otras agencias



Estos resultados muestran que, de 25 trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, el 44% (12 trabajadores) consideran que la calidad de servicio de la agencia casi siempre se diferencia de otras agencias, el 28% (7 trabajadores) consideran la calidad de servicio de la agencia a veces se diferencia de otras agencias, el 16% (4 trabajadores) consideran la calidad de servicio de la agencia siempre se diferencia de otras agencias; y el 8% (2 trabajador) consideran la calidad de servicio de la agencia nunca se diferencia de otras agencias; se concluye que el 60% de trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz concuerdan que la agencia si se diferencia de otras agencias por su calidad de servicio que brindan a la población; por tanto, los usuarios tienen buena percepción de la agencia.

Tabla 34

En la Agencia Caraz se practica la simplificación de tramites

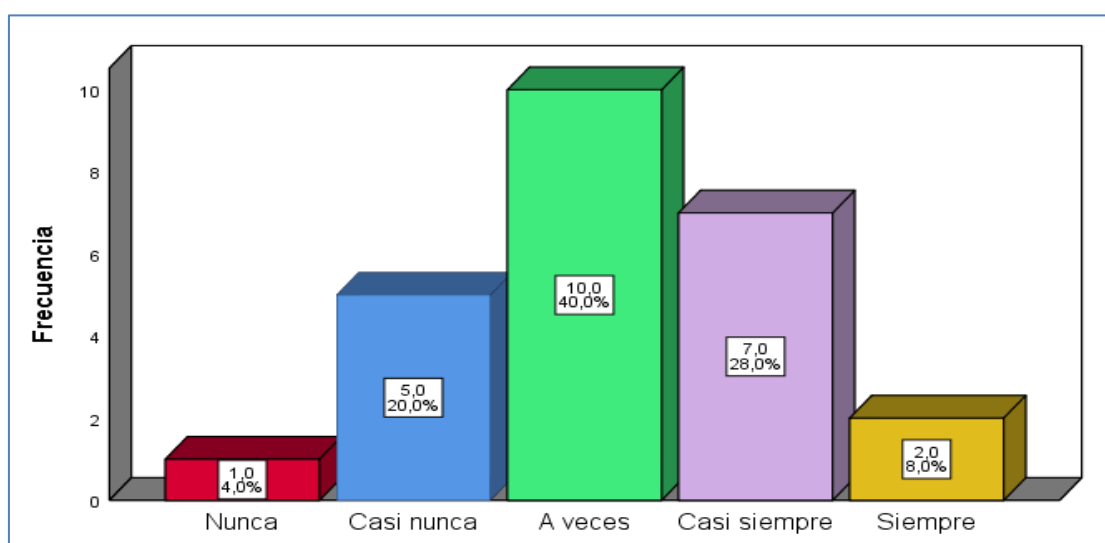
	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	4,0	4,0	4,0
Casi nunca	5	20,0	20,0	24,0

A veces	10	40,0	40,0	64,0
Casi siempre	7	28,0	28,0	92,0
Siempre	2	8,0	8,0	100,0
Total	25	100.0	100.0	

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 23

En la Agencia Caraz se practica la simplificación de tramites



Estos resultados muestran que, de 25 trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, el 40% (10 trabajadores) consideran que a veces se practica la simplificación de trámites, el 28% (7 trabajadores) consideran casi siempre se practica la simplificación de trámites, el 20% (5 trabajadores) consideran que casi nunca se practica la simplificación de trámites; y el 8% (2 trabajador) consideran que siempre se practica la simplificación de trámites; se concluye que el 64% de trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz concuerdan que en la agencia se practica de manera regular la simplificación de trámites.

Tabla 35

Considera que el servicio que ofrece la agencia Caraz satisface las necesidades de los usuarios.

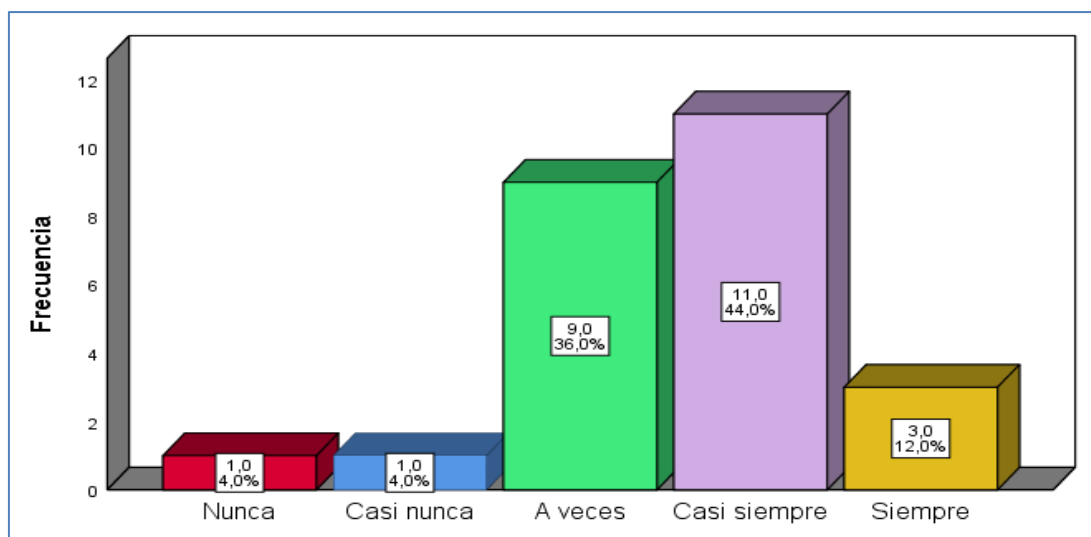
	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	------------	-------------	-------------------	----------------------

Nunca	1	4,0	4,0	4,0
Casi nunca	1	4,0	4,0	8,0
A veces	9	36,0	36,0	44,0
Casi siempre	11	44,0	44,0	88,0
Siempre	3	12,0	12,0	100,0
Total	25	100.0	100.0	

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 24

Considera que el servicio que ofrece la agencia Caraz satisface las necesidades de los usuarios.



Estos resultados muestran que, de 25 trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, el 44% (11 trabajadores) consideran que casi siempre se satisface las necesidades del usuario, el 36% (9 trabajadores) consideran que a veces se satisface las necesidades del usuario, el 12% (3 trabajadores) consideran que siempre se satisface las necesidades del usuario; y el 4% (1 trabajador) consideran que nunca se satisface las necesidades del usuario; se concluye que el 56% de trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz concuerdan que las necesidades del usuario son satisfechas de manera regular por los servicios que brinda.

Tabla 36

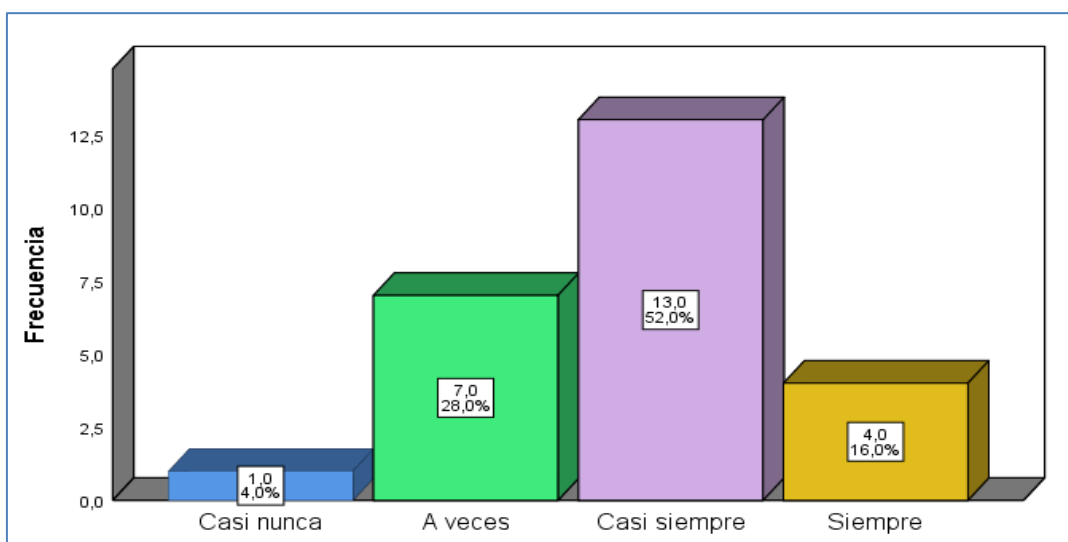
La agencia Caraz cumple con las promociones u ofertas anunciadas

	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0	0,0
Casi nunca	1	4,0	4,0	4,0
A veces	7	28,0	28,0	32,0
Casi siempre	13	52,0	52,0	84,0
Siempre	4	16,0	16,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 25

La agencia Caraz cumple con las promociones u ofertas anunciadas



Estos resultados muestran que, de 25 trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, el 52% (13 trabajadores) consideran que casi siempre se cumple con las promociones u ofertas anunciadas, el 28% (7 trabajadores) consideran que a veces se cumple con las promociones u ofertas, el 16% (4 trabajadores) consideran que siempre se cumple con las promociones u ofertas; y el 4% (1 trabajador) consideran que casi nunca se cumple con las promociones u ofertas anunciadas; se concluye que el 68% de trabajadores de la Agencia Caraz reafirman que las promociones u ofertas anunciadas se cumplen de forma regular indicando que falta superar las expectativas del usuario.

Tabla 37

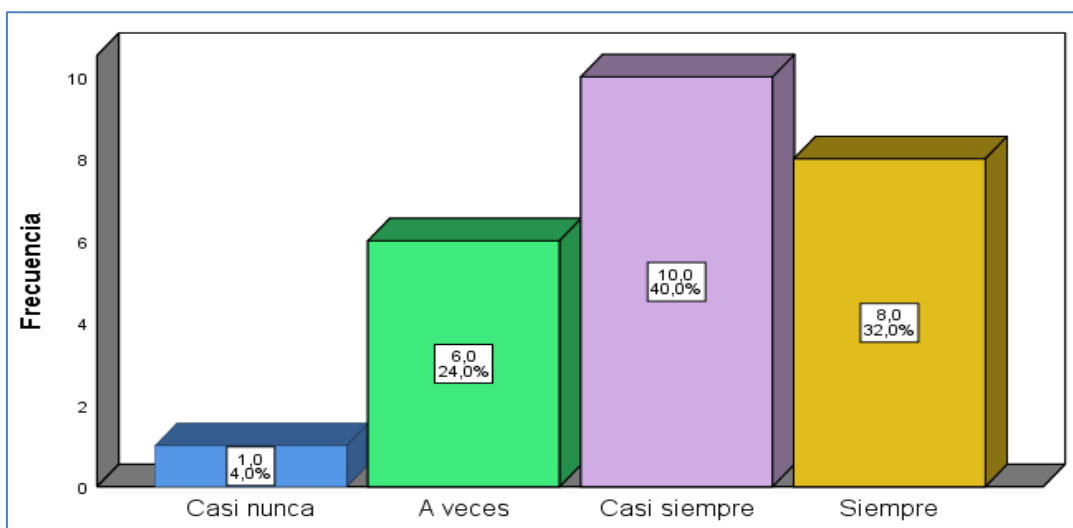
En la Agencia Caraz se brinda atención respetado la cultura o étnica original del usuario.

	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0	0,0
Casi nunca	1	4,0	4,0	4,0
A veces	6	24,0	24,0	28,0
Casi siempre	10	40,0	40,0	68,0
Siempre	8	32,0	32,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 26

En la Agencia Caraz se brinda atención respetado la cultura o étnica original del usuario.



Estos resultados muestran que, de 25 trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, el 40% (10 trabajadores) consideran que casi siempre se respeta la cultura del usuario, el 32% (8 trabajadores) consideran que siempre se respeta la cultura del usuario, el 24% (6 trabajadores) consideran que a veces se respeta la cultura del usuario; y el 4% (1 trabajador) consideran que casi nunca se

respetar la cultura del usuario; se concluye que el 62% de trabajadores de la Agencia Caraz coinciden que la atención que se brinda al usuario se realiza respetando la cultura o étnica original del mismo, sin embargo es de forma regular, debido a que muchas veces no se cuenta con personal que habla el idioma quechua teniendo en cuenta que es una zona quechua hablante.

Tabla 38

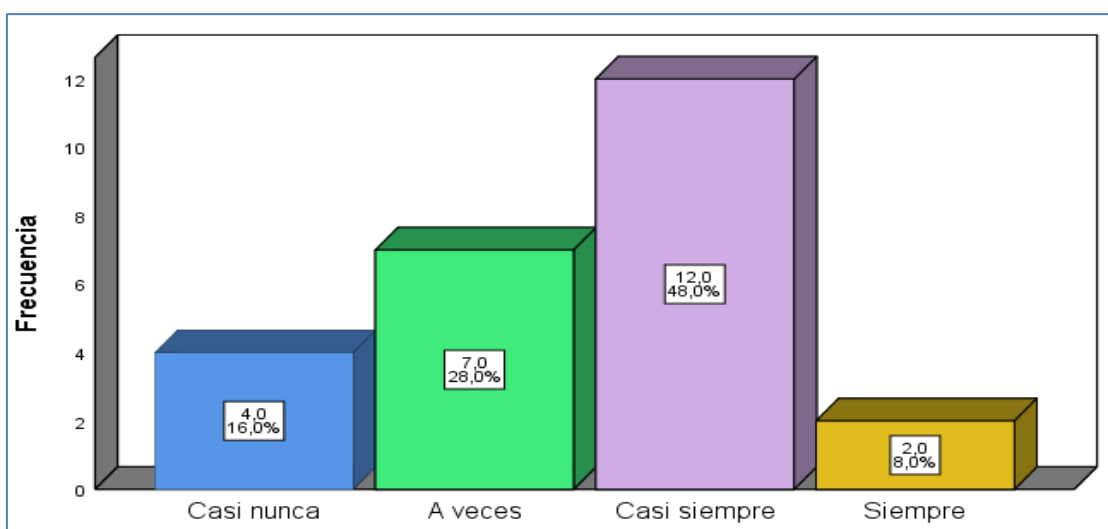
Considera que la imagen que tienen los usuarios de la agencia Caraz es favorable

	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0	0,0
Casi nunca	4	16,0	16,0	16,0
A veces	7	28,0	28,0	44,0
Casi siempre	12	48,0	48,0	92,0
Siempre	2	8,0	8,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 27

Considera que la imagen que tienen los usuarios de la agencia Caraz es favorable



Estos resultados muestran que, de 25 trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, el 48% (12 trabajadores) consideran que casi siempre los usuarios tiene una imagen favorable de la agencia, el 28% (7 trabajadores) consideran a veces los usuarios tiene una imagen favorable de la agencia, el 16% (4 trabajadores) consideran que casi nunca los usuarios tiene una imagen favorable de la agencia; y el 8% (2 trabajador) consideran que siempre los usuarios tiene una imagen favorable de la agencia; se concluye que el 56% de trabajadores de la Agencia Caraz coinciden que los usuarios tiene regular imagen de la agencia.

Tabla 39

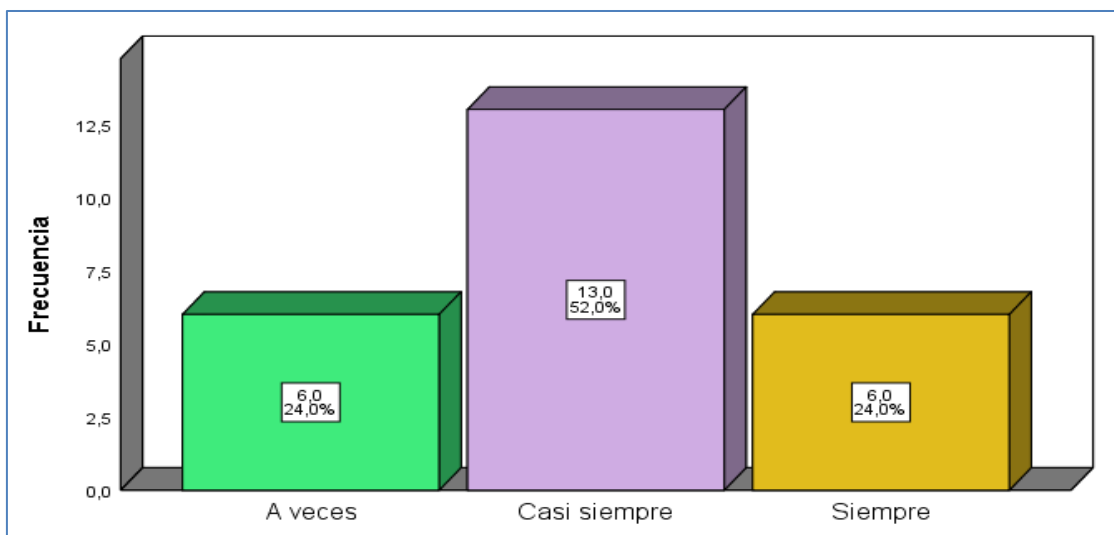
Considera que el usuario que usted atendió volverá a requerir dicho servicio

	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0.0	0.0	0.0
Casi nunca	0	0.0	0.0	0.0
A veces	6	24,0	24,0	24,0
Casi siempre	13	52,0	52,0	76,0
Siempre	6	24,0	24,0	100,0
Total	25	100.0	100.0	

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 28

Considera que el usuario que usted atendió volverá a requerir dicho servicio



Estos resultados muestran que, de 25 trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, el 52% (13 trabajadores) consideran que casi siempre el usuario volverá a requerir el servicio, el 24% (6 trabajadores) consideran a veces el usuario volverá a requerir el servicio, el 26% (6 trabajadores) consideran siempre el usuario volverá a requerir el servicio; se concluye que el 76% de trabajadores de la Agencia Caraz opinan que a los usuarios que atendieron volverán a usar el servicio; es decir, el usuario queda conforme con el servicio recibido.

Tabla 40

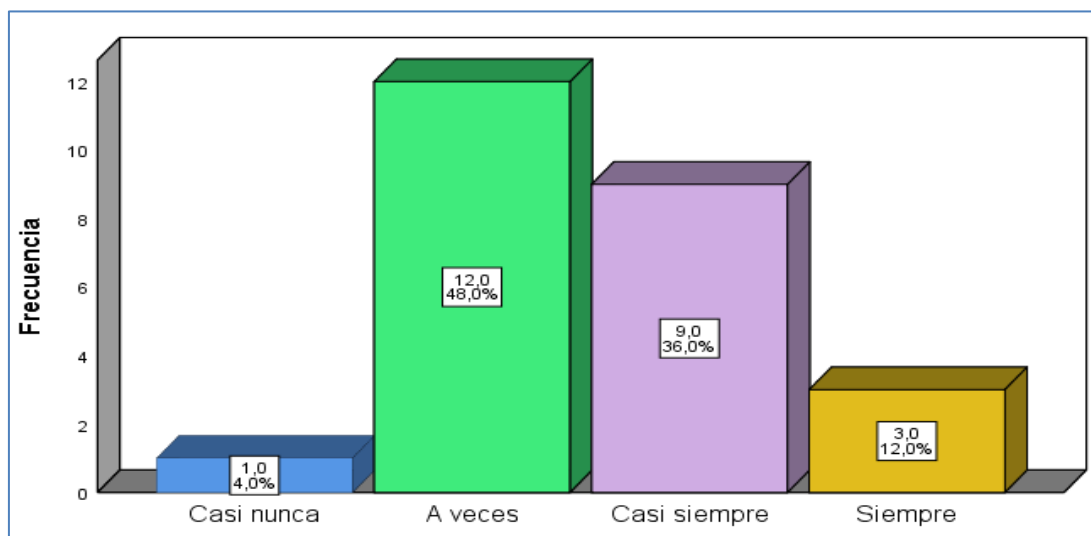
Considera que las expectativas de los usuarios son superadas después de brindarle la atención

	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0.0	0.0	0.0
Casi nunca	1	4,0	4,0	4,0
A veces	12	48,0	48,0	52,0
Casi siempre	9	36,0	36,0	88,0
Siempre	3	12,0	12,0	100,0
Total	25	100.0	100.0	

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 29

Considera que las expectativas de los usuarios son superadas después de brindarle la atención



Estos resultados muestran que, de 25 trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, el 48% (12 trabajadores) consideran que a veces los usuarios superan las expectativas, el 36% (9 trabajadores) consideran casi siempre los usuarios superan las expectativas, el 12% (3 trabajadores) consideran siempre los usuarios superan las expectativas; se concluye que el 52% de trabajadores de la Agencia Caraz opinan que a los usuarios no llegan a superar las expectativas después de recibir el servicio; por tanto, esto debe ser mejorado para que el usuario quede conforme.

Tabla 41

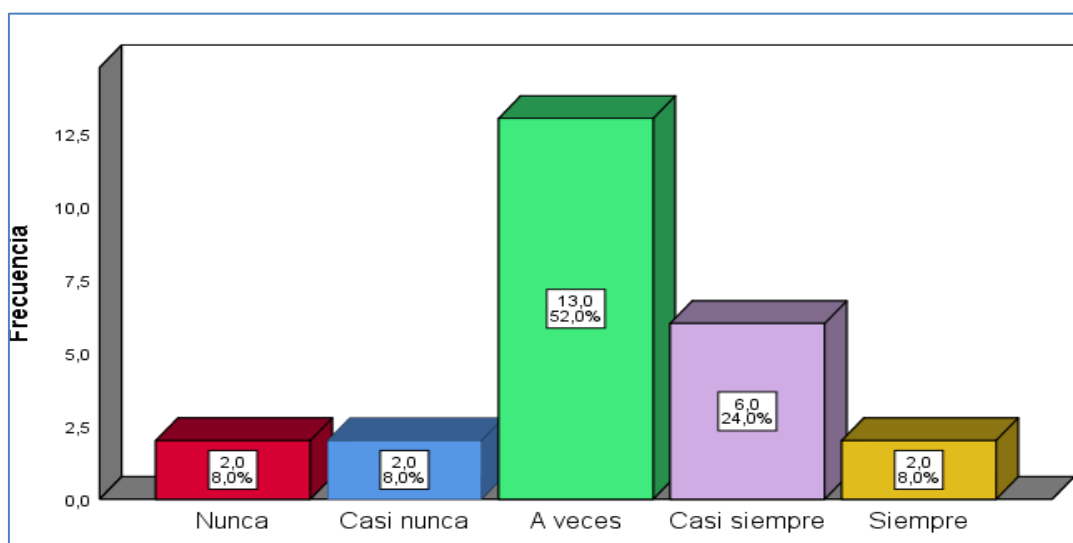
Considera que el tiempo que espera un usuario para ser atendido es corto

	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	8,0	8,0	8,0
Casi nunca	2	8,0	8,0	16,0
A veces	13	52,0	52,0	68,0
Casi siempre	6	24,0	24,0	92,0
Siempre	2	8,0	8,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 30

Considera que el tiempo que espera un usuario para ser atendido es corto



Estos resultados muestran que, de 25 trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, el 52% (13 trabajadores) consideran que a veces el tiempo que esperan los usuarios es corto, el 24% (6 trabajadores) consideran casi siempre el tiempo que esperan los usuarios es corto, el 8% (2 trabajadores) consideran que nunca y casi nunca el tiempo que esperan los usuarios es corto; se concluye que el 68% de trabajadores de la Agencia Caraz opinan que el tiempo que esperan los usuarios no es corto; por lo tanto, la agencia debe buscar estrategias para acortar el tiempo de espera del usuario, para que de esta manera consiga usuarios más satisfechos.

Tabla 42

Los usuarios quedan conformes con la atención que recibieron en la absolución de sus dudas

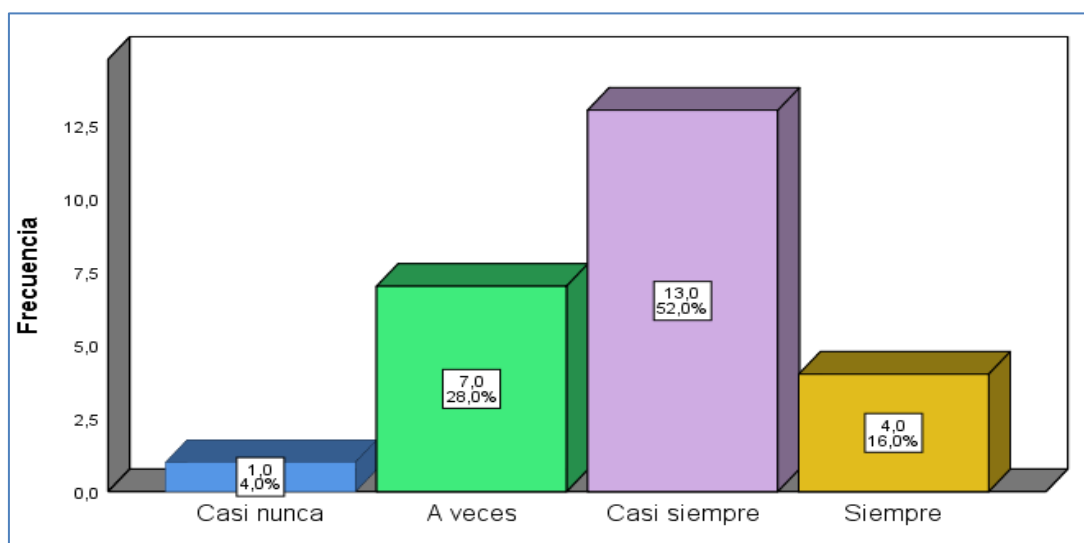
	Frecuencia	Porcentajes	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0,0	0,0	0,0
Casi nunca	1	4,0	4,0	4,0
A veces	7	28,0	28,0	32,0

Casi siempre	13	52,0	52,0	84,0
Siempre	4	16,0	16,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Software SPSS Versión 25.

Figura 31

Los usuarios quedan conformes con la atención que recibieron en la absolución de sus dudas



Estos resultados muestran que, de 25 trabajadores del Banco de la Nación de Agencia Caraz, el 52% (13 trabajadores) consideran que casi siempre los usuarios quedan conforme con la absolución de dudas, el 28% (7 trabajadores) consideran que a veces los usuarios quedan conforme con la absolución de dudas, el 16% (4 trabajadores) consideran que siempre los usuarios quedan conforme con la absolución de dudas; se concluye que el 68% de trabajadores de la Agencia Caraz opinan que los usuarios si quedan conforme con la absolución de dudas; es decir, el usuario queda conforme y satisfecho.