



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Gestión de procesos y atención al cliente en un banco estatal,
Piura

AUTORES:

Chavez Gambini, Maria de Jesus (orcid.org/0000-0002-1686-479X)

Mogollon Cruz, Yulissa Lizeth (orcid.org/0000-0001-7422-2886)

ASESORA:

Dra. Flores Fernández, Mileydi (orcid.org/0000-0002-6257-1795)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA- PERÚ

2022

Dedicatoria

A Dios, por guiarnos en el camino brindándonos sabiduría, fortaleza y esperanza para alcanzar el objetivo.

A nuestros padres, quienes han creído siempre en nosotras, apoyándonos en cada momento de nuestra vida siendo la inspiración y motivo de superación constante en el deseo de lograr nuestras metas trazadas, nuestra gratitud y amor incondicional para ustedes.

Agradecimiento

Mi gratitud:

A la Dra. Mileydi Flores Fernández, nuestra asesora, quien con sus conocimientos, empatía y amplia trayectoria, nos ha guiado para concluir con éxito el desarrollo de la investigación.

A la Entidad financiera, ubicada en la ciudad de Piura, por otorgarnos las facilidades para realizar el estudio.

Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Resumen	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	12
3.1. Tipo y diseño de investigación	12
3.2. Variables y operacionalización.....	13
3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis.....	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	16
3.5. Procedimientos	17
3.6. Método de análisis de datos.....	17
3.7. Aspectos éticos	18
IV. RESULTADOS.....	19
V. DISCUSIÓN	27
VI. CONCLUSIONES.....	30
VII. RECOMENDACIONES	31
REFERENCIAS	32
ANEXOS.....	32

Índice de Tablas

Tabla 1 Análisis de Estadísticos descriptivos para las variables de investigación Gestión de Procesos y Atención al Cliente.....	19
Tabla 2 Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra en las variables de investigación.	19
Tabla 3 Correlación Gestión de procesos y atención al cliente	20
Tabla 4 Correlaciones bivariada entre la variable Gestión de Procesos y las dimensiones de la Atención al Cliente.....	22
Tabla 5 Tabla de correlación Gestión de Proceso Atención al cliente	24
Tabla 6 Tabla de frecuencia de la variable independiente Gestión de procesos ..	25
Tabla 7 Tabla de frecuencia de la variable dependiente de Atención al cliente	26

Resumen

La presente investigación tiene como título Gestión de procesos y atención al cliente en un banco estatal, Piura. Se desarrolló en un contexto de emergencia sanitaria mundial la cual repercutió en las diferentes entidades financieras. Su objetivo general fue Determinar en nivel de relación de la gestión de procesos y atención al cliente en un Banco Estatal, Piura. El trabajo es aplicado, se optó por un diseño no experimental. Se seleccionaron a 50 clientes de un Banco de la localidad de Piura, aplicando el cuestionario como instrumento de investigación. Los resultados indicaron que Si existe un alto nivel de significancia entre gestión de proceso con atención al cliente. Concluyendo que, las variables de estudio arrojan un nivel de relación de un Rho de Spearman =,0983 y un nivel de Sig. Bilateral= 0,00 < al 0.05.

Palabras clave: Gestión de procesos, atención al cliente, procesos de comunicación, resolución de quejas y reclamos, canales de atención y satisfacción.

Abstract

This research is entitled Process management and customer service in a state-owned bank, Piura. It was developed in the context of a world health emergency which had repercussions in the different financial entities. Its general objective was to determine the level of relationship between process management and customer service in a state bank, Piura. The work is applied, a non-experimental design was chosen. Fifty clients of a bank in Piura were selected, applying the questionnaire as a research instrument. The results indicated that there is a high level of significance between process management and customer service. In conclusion, the study variables show a relationship level of Spearman's Rho = .0985 and a Bilateral Sig. level = 0.00 < 0.05.

Keywords: Process management, customer service, communication processes, complaints and claims resolution, customer service channels and satisfaction.

I. INTRODUCCIÓN

A nivel internacional aplicar la digitalización en la estructura de las empresas de servicios se ha vuelto vital, sobre todo para mantener una organización vigente, en ese contexto nace la gestión de procesos que permite a los bancos mantenerse al día con las expectativas cambiantes de los clientes y la competencia del mercado.

Es necesario mencionar que, la gestión de procesos ha atraído el interés de la industria bancaria y financiera durante la última década, de modo que se puede observar una demanda cada vez mayor de servicios bancarios móviles y en línea, ya que el banquero se vuelve experto en tecnología minuto a minuto, con ello se espera conveniencia, velocidad y precisión en cada transacción bancaria.

Según Flores (2021) expresa que la gestión de procesos es la implementación del modelo de la administración por procesos en las entidades públicas peruanas y está normada, sin embargo, los beneficios que aporta en la administración no son valorados, gracias a los conocimientos y escasa vivencia de los servidores públicos para producir aportes que logren impactar en la gestión institucional, ya sean a grado de competitividad, simplificación, satisfacción del cliente, calidad, entre otros puntos.

Según Rojas et al. (2021) manifiestan que la atención al cliente es la gama de servicios que ofrece una empresa para ayudar a sus usuarios aprovechar al máximo su producto y resolver sus problemas, en ese sentido busca un proceso de incorporación de clientes fluido, rápido, ganando su confianza y lealtad.

En Perú, el estado de emergencia obligó a las entidades a adaptarse a una situación de incertidumbre, debiendo comprometerse con afianzar la constancia de los servicios financieros que ofrece a sus clientes, siendo ellos los que ahora más requieren de estabilidad sobre los productos y servicios que permanecen adquiriendo y, más que nada, ser atendidos de manera personalizada según sus necesidades, de modo que refuerce esa confianza de elegir la entidad financiera.

El Gobierno Peruano publicó la Ley N.º 29571, Código de protección y defensa del consumidor, la cual en su Art. 66º Inc. 66.4 indica que todos los usuarios de los servicios, están en su derecho de recibir un servicio público de acuerdo a los reglamentos y condiciones de calidad implementada según la norma adecuada a su sector, así mismo hace mención en el Inc.66.5º que la continuidad de un servicio en el sector público es un derecho del usuario y comprometiéndose a cumplir con el reglamento pertinente de la entidad.

Cabe señalar que, el Decreto Supremo N° 042-2011-PCM, Reglamento del Libro de Reclamaciones, enmarca los reclamos sobre los procedimientos administrativos realizados en las Instituciones Públicas, siendo su fin instaurar un mecanismo de participación ciudadana en la búsqueda que las entidades del Estado sean eficientes en sus trámites, servicios brindados y salvaguardar sus derechos.

En la localidad de Piura, se pudo observar durante la máxima expresión de la pandemia, que decenas de individuos formaban largas colas fuera del Banco del Estado y ello ocurrió en diversas provincias del territorio Piurano.

Helguero (2020) manifiesta que los habitantes piuranos, pernoctaban en el Banco Estatal, Piura para formar su fila, asimismo, varias personas guardaban su turno y se iban a su casa para retornar al día siguiente y ubicarse en la parte delantera de la fila; no obstante, el desorden y caos fue un problema constante, además los vendedores de turnos se aprovecharon de la urgencia de la población para ser atendidos en la entidad financiera y poder realizar sus gestiones.

En consecuencia, como problema general se plantea: ¿De qué manera la gestión de procesos influye en la atención al cliente en un Banco Estatal, Piura?; y como problemas específicos: ¿Cuál el nivel de relación de la gestión de procesos con los procesos de comunicación en un Banco Estatal, Piura?; ¿Cuál el nivel de relación de la gestión de procesos con la resolución de quejas y reclamos en un Banco Estatal, Piura?; ¿Cuál es el nivel de relación de la gestión de procesos con los canales de atención en un Banco Estatal, Piura? y ¿Cuál es el nivel de relación de la gestión de procesos con la satisfacción al cliente en un Banco Estatal, Piura?.

La presente investigación tuvo como justificación teórica permitir el análisis y la evaluación del servicio, generar una óptima toma de decisiones, que aprueba validar la presente investigación, así mismo, a través de recolección de información permitirá desarrollar estrategias para plantear, también se utilizarán fuentes de investigación que ayudarán a dar veracidad al desarrollo del proyecto, puesto que estos materiales teóricos contienen a nivel nacional fiabilidad y validez. En el aspecto metodológico, aporta instrumentos de recolección de base datos a eficacia y confiabilidad del servicio que ofrece la entidad, ya que se aplicará un instrumento específico sobre la gestión de procesos, sirviendo como guía para brindar información y sugerencia a la problemática planteada de atención.

Asimismo, a nivel práctico se justifica, porque buscó obtener información sobre la gestión de procesos, y poder desarrollar estrategias de solución para la mejor atención al cliente. En cuanto al aspecto social, tiene como objetivo de estudio favorecer a los clientes para fidelizarlos y brindarles un servicio eficaz en el banco estatal, enfocado en el buen desempeño de los gestores de servicios, por lo cual sería evitar aglomeraciones y priorizar la atención que se ofrece en la entidad financiera lo cual mejoraría sus funciones.

Asimismo, se planteó como Objetivo General: Determinar el nivel de relación de la gestión de procesos y atención al cliente en un Banco Estatal, Piura. Para ello, se plantearon los siguientes objetivos específicos: Identificar el nivel de relación de la gestión de procesos con los procesos de comunicación en un banco estatal, Piura; Conocer el nivel de relación de la gestión de procesos con la resolución de quejas y reclamos en un banco estatal, Piura; Calificar el nivel de relación de la gestión de procesos con los canales de atención en un banco estatal, Piura; e Identificar el nivel de relación de la gestión de procesos con la satisfacción en un banco estatal, Piura.

Se determinó la siguiente hipótesis alterna: Una óptima gestión de procesos mejorará significativamente la atención al cliente en un banco estatal, Piura, y la hipótesis nula: Una óptima gestión de procesos no mejorará significativamente la atención al cliente en un banco estatal, Piura.

II. MARCO TEÓRICO

Revisando **antecedentes internacionales** sobre las variables de estudio tenemos a Morales et al. (2019) en su artículo científico titulado: Modelo multicanal de atención al cliente en una IPSS: Estudio de caso con simulación discreta, evalúa la capacidad real del sistema de atención al cliente en una Organización Prestadora de Servicios de Cuidado de la Salud (IPSS), hacen mención de los servicios requeridos por los usuarios por medio de diferentes canales de atención, debido a que el sistema actual obliga al usuario a realizar numerosas filas para terminar los servicios requeridos. El propósito de este artículo es incrementar una metodología para conceptualizar tácticas de mejora del servicio. Se muestra un simulador que establece tiempos de los procesos y predecir la demanda. La época efectiva del servicio es de 4 horas por cliente; minimizando un 50% el margen de espera en el servicio.

De la misma manera, Medina et al. (2019) expone su artículo científico Procedimiento para la gestión de procesos, recomienda un método para la gestión de procesos cuyo objetivo es conseguir el enfoque al cliente, el alineamiento estratégico y la optimización constante en los procesos; muestra los métodos producidos para examinar los procesos hacia una optimización, para eso se necesita actuar primero sobre esos procesos que inciden de forma decisiva en el cumplimiento y plantean un más grande efecto al cliente, una secuencia de herramientas que aportan valor en la atención y una mejor colaboración activa en los procesos e indicadores.

Por otro lado, Hyken (2021) en su artículo: Cómo hacer que el sistema y las personas trabajen juntos para brindar un excelente servicio al cliente: Empleados del proceso/sistema. Explora cómo hacer que el sistema de oficina y los individuos trabajen ligados para brindar un admirable servicio al cliente. Los temas integran al líder que tiene altas expectativas que todavía puede demostrar aprecio beneficiando a los empleados; y mala administración por parte del personal de recepción que está debidamente incorporado y preparado para sus funciones.

Por otro lado, revisando **antecedentes nacionales** sobre las variables de estudio tenemos a, Delgado (2019), en la revista titulada “Modelo de gestión por procesos para mejorar el desempeño del área Agri- food”, tuvo como fin implantar una interacción entre la administración por procesos y la atención al cliente, señala como conclusiones que existe una interacción positiva en medio de las 2 cambiantes ya que es fundamental conocer las ocupaciones, ponerlas en práctica con el objetivo de que se cumpla con las metas de la organización, además se menciona que se necesita medir los procesos para establecer si permanecen o no alcanzando los fines. Al final se consigue minimizar la proporción de quejas de los consumidores de 43% a 10% pudiendo mejorar la percepción del cliente.

Por otra parte, Baca (2020), en la investigación llamada: Gestión por Procesos para mejorar el Servicio al Cliente en una empresa de Soluciones Modulares, nos brinda su alcance frente al entorno de intensa globalización y digitalización. Las organizaciones empresariales están enfrentadas cada vez más a diversos desafíos, como el incremento de los costos, competencia, rápida evolución tecnológica, consumidores cada vez más exigentes y caprichosos, es decir, cambios sociales.

Asimismo, Borda et al. (2018) en su investigación titulada: Implementación de gestión por procesos para mejorar la atención del cliente en el servicio de emergencia de la clínica San Pablo S.A.C. Huaraz”, la investigación se enfoca en el valor agregado que tienen las empresas al capacitar a sus empleados con el fin de brindar un mejor servicio. Los temas discutidos integran el papel de los propietarios y ejecutivos en brindar capacitación, en especial a los empleados de primera línea, teniendo como táctica producir ganancias y un recurso del servicio al cliente excepcional que se tiene que enseñar.

La presente investigación se sustenta en los **enfoques conceptuales para la variable independiente Gestión de procesos** y se fundamenta en Carballo et al. (2018) indica que la gestión de procesos como principio de mejorar un caso aplicado a una comercializadora, se muestra el diseño de un sistema empresarial que promueve la administración del proceso primordial de una compañía al entablar ocupaciones de

planificación, monitoreo y control, de modo tal que, para orientar a esta organización a un sistema de optimización continua, como consecuencia, la utilización del sistema de administración de procesos postulado para la organización, promueve el aprovechamiento de las tecnologías para el beneficio de los procesos.

Contreras (2020) en su estudio sobre “Gestión de procesos y calidad de atención en la tramitación de valoraciones EMAPE, Ate Vitarte,2020”. Su objetivo es identificar la relación de las variables de estudio. Se censaron a 80 colaboradores; usando 2 formularios uno sobre cada variable planteada, ambas cumplieron con validez y fiabilidad. El procedimiento que se usó ha sido de hipotético deductivo, aplicando la estadística detallada y aplico el Rho de Spearman. Se resolvió que el estudio antes mencionado si se relacionan, siendo correlación positiva notable (Rho 0,504 y p-valor 0,000). La aplicación de la encuesta ayudara a profundizar en la relación existente entre sus variables.

Según Maldonado (2020), indica que tanto la administración de procesos empresariales, BPM, como la administración ajustada, LM, son célebres por mejorar el rendimiento de la organización por medio de la optimización continua, sus similitudes y diferencias se han discutido poco hasta ahora, ambas metodologías buscan la mejora continua para el cliente y su estandarización en los procesos, pero son divergentes principalmente en relación al flujo que pretenden mejorar, también se observó la imposibilidad de implementar ambas metodologías de manera efectiva las diferencias que presentan en relación a cómo lograr el ciclo de mejora continua.

La presente investigación se sustenta en los **enfoques conceptuales para la variable dependiente Atención al cliente** y se fundamenta en Fusch, (2020) afirma que la atención al cliente es una combinación de dos palabras, servicio y calidad, donde encontramos énfasis en la disponibilidad de servicios de calidad para los usuarios finales, el término calidad se enfoca en el estándar o especificación que promete una organización generadora de servicios. Las invenciones e innovaciones científicas abren caminos para la generación de calidad, más frecuencia en las innovaciones, menos brecha en el proceso de calidad.

Según Pérez (2012) menciona que es gestionar correctamente la interacción con los clientes, y en específico su satisfacción, es determinante el triunfo o la derrota, las compañías más conscientes de eso intentan encajar 2 partes primordiales: empleados y clientes, puesto que les proporciona una virtud competitiva sobre las otras, implementando un sistema de gestión para lograr clientes satisfechos con el servicio de atención; describe seis dimensiones: procesos de comunicación, resolución de quejas y reclamos, canales de atención y satisfacción; dando a conocer sus Indicadores: informar, accesibilidad, confidencialidad, enfoque al cliente, responsabilidad, personal, telefónico, impreso y electrónico.

Según Fernández (2017) indica que el conocimiento y la información que se tiene del cliente son primordiales en el momento de implantar un servicio personalizado, para lograr que el cliente se sienta satisfecho en el momento de hacer la compra de ciertos servicios, el personal de atención de comercialización y posventa debería saber sus componentes que inspiran, convencen la necesidad de comprar, por su parte plantea cinco dimensiones: fiabilidad, desarrollo de comunicación interna y externa, servicio personalizado, fidelización, marketing relacional; de este modo cita sus indicadores: velocidad de respuesta, hábitos de consumo, relaciones laborales, servicios post venta, motivación.

Según Gosso (2008) señala que la gestión eficiente de la calidad de servicio se fundamenta en la gestión cuidadosa de los detalles que en aspecto son intrascendentes a los ojos de la compañía, sin embargo, que si son importantes para los consumidores, es decir, que con solo sonreír y saludar no es suficiente para poder hacer la excelencia en la calidad de servicio, empleando las dimensiones: comunicación, fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta, empatía, elementos tangibles; dando a conocer los indicadores: personalidad, diseño de los servicios, gestión positiva de las quejas y motivación.

Según Escudero (2012), hace mención que la industria bancaria se está desarrollando inmediatamente para usar la banca electrónica como un instrumento eficiente y correcta para saciar a los consumidores, aun de esta forma, el primordial

problema de la banca electrónica es brindar un buen servicio a los clientes que ahora usan la banca por Internet, argumenta que el grado de servicio al cliente está de manera directa con la administración y efectividad de la cadena de abasto: flujos de información, existencias de productos, administración de proceso de comercialización, sondear la satisfacción, más grande costo agregado añade el servicio; considerando sus dimensiones: efectividad, valor agregado, registro de quejas y reclamaciones, motivación, satisfacción; de igual manera propone los indicadores: informar, expresar, fidelización, asesoramiento, control y mejora.

Es justo mencionar que una óptima atención al cliente es el resultado de los recursos y actividades ampliados para ofrecer el servicio frente a las expectativas de los usuarios del mismo. También se opina que la calidad del servicio se puede dividir en calidad técnica y calidad funcional. Tschohl, J. (2022)

Del mismo modo Wema (2018) hace mención a empresas tradicionales que se han resistido a la tecnología. No obstante, recientemente, las presiones competitivas del mercado, agravadas por la enfermedad pandémica mundial, han llevado a estas empresas a usar relevantes creaciones tecnológicas para mejorar la vivencia de sus consumidores, primordialmente para tener en cuenta la innovación tecnológica.

Suliman et.al. (2021) La industria financiera islámica es una de mayor crecimiento a nivel mundial en su rubro. Aunque la industria financiera islámica tiene crecimiento acelerado, debido a que tiene un potencial más grande al que refleja su hoy en día por su buen funcionamiento mostrando una imagen sólida que la distingue en la industria mundial. Analiza cómo se ha integrado a la tecnología en la banca financiera para convertirla en un método de gestión financiera sostenible y diseñada para los clientes, según las expectativas de los mismos para predecir cómo se pueden integrar en el mundo financiero moderno. Por consiguiente, hace falta un trabajo destacable para explorar el verdadero potencial de esta industria. Concluyó que la perspectiva de los clientes tiene relación positiva con la calidad del servicio.

Es necesario mencionar algunos ***conceptos de autores que cimientan la relación entre gestión de procesos y atención al cliente:***

Llanes & Lorenzo et al. (2017) indica que la administración de procesos comerciales (BPM) tiene como fin optimizar los procesos para poder hacer un mejor rendimiento del sistema, como más grandes ganancias, una contestación más inmediata y superiores servicios, se necesitan sistemas BPM en la Industria 4.0 para digitalizar y automatizar los flujos de trabajo de los procesos comerciales y respaldar las interoperaciones transparentes de los proveedores de servicios; se puede integrar el uso de un sistema para respaldar una evaluación y transferencias rápidas, por ende obtener una óptima atención al cliente con operaciones confiables y rentables de la calidad de servicios en su estructura y gestión del flujo de trabajo.

De igual manera Zhuo (2019) nos indica que la industria bancaria tiene como fin servir a los clientes, siendo importante para ellos brindar un servicio de calidad y lograr su satisfacción, convirtiéndose en criterios para medir la competitividad central de los bancos. Actualmente, gracias a la enorme población de China, los problemas generados por los servicios bancarios deficientes son cada vez más evidentes, en especial por el exceso tiempo de espera para los clientes. Según las estadísticas el tiempo promedio de espera para los servicios bancarios supera los 30 min, generando un trabajo ineficiente y como resultado una satisfacción del cliente baja.

En su estudio Elia et al. (2022) La pandemia de COVID-19 ha estimulado un movimiento global de iniciativas de innovación abierta destinadas a proporcionar conocimientos y herramientas para apoyar las decisiones y acciones de política en el escenario de emergencia. La adopción de principios de coordinación de procesos es un enfoque relativamente nuevo y poderoso para analizar y optimizar los procesos que caracterizan la gestión de escenarios de emergencia. Además, el estudio y la aplicación de la innovación abierta en salud son parcialmente limitados y motiva a las instituciones a rediseñar sus procesos.

En su publicación, Parra, (2017) menciona que la gestión de procesos hace un tiempo atrás es tendencia administrativa que se adecuada a la organización para lograr metas empresariales; teniendo en cuenta los efectos cambiantes que se desenvuelven en un entorno complejo y exigente.

Según Lähteenmäki et al. (2022) indican que en la zona de los servicios financieros, los servicios digitalizados, como las billeteras móviles, las aplicaciones de pago y los asesores patrimoniales automatizados, ingresaron al mercado como reemplazos (no solo mejoras) de los servicios bancarios establecidos y la computación móvil permiten brindar resoluciones personalizadas para las necesidades concretas de los clientes, como pagos móviles instantáneos y seguros.

Según Stravinskiene & Serafinas et al. (2020) indica que un ámbito de fuerte globalización y digitalización, las empresas comerciales se afrontan cada vez más a varios retos, una intensa competencia, tecnologías en instantánea evolución, clientes cada vez más exigentes y solicitudes sociales variables. Es en este entorno que se actualiza la mejor eficacia en la administración de procesos.

Según Viriyasitavat & Bi et al. (2020) indica que una visión ejecutiva en servicios financieros; nos da a conocer que la digitalización y la transformación relacionada en los servicios están revolucionando los negocios existentes, cambiando las posiciones y roles en las empresas con los clientes, por ello, crear una comprensión de cómo la digitalización ha impulsado el cambio en la creación de valor para el cliente implica cómo las empresas pueden mejorar la situación actual.

Según Bravo (2013) indica que es un proceso de administración que ayuda a la organización a detectar problemas, formalizar y mantener el control en una organización con los procesos bien gestionados, piensan antes que nada en el cliente eficiente, siendo eficaces y controlados por medio de indicadores a los cuales se les hace seguimiento y nos presenta cinco dimensiones: evaluar procesos, mejora continua, rediseñar los procesos, de la misma forma menciona sus indicadores: descripción, identificar, técnica, búsqueda de solución, método de acción, diseño programado y continuo, competencia en el procedimiento, estructura y tecnología.

Según Pérez (2009) define que las necesidades de las organizaciones se relacionan con la satisfacción al usuario, efecto de paradigmas y valores culturales extensamente compartidos y anclados con el triunfo del pasado, teniendo cuatro

dimensiones: gestión, control, servicio y calidad; también detalla los indicadores que son: técnica, organización, medición de satisfacción.

Según Mattos & Abras et al. (2021) con su artículo que lleva por título: Consíguelos mientras son jóvenes: Redes Sociales y Atención al Cliente en Banca Minorista, en este trabajo, explotamos un nuevo grupo de datos para evaluar la interacción en medio de las colaboraciones banco-cliente por medio de diferentes canales de comunicación y la utilización del producto por parte del cliente. Los datos nacen de las colaboraciones entre los consumidores y banco minorista en Brasil, luego de que arrojó las redes sociales como una forma de comunicar su servicio.

Finalmente, Rother (2010) señala que una gestión eficaz será aquello que consiga que una organización se acomode a situaciones dinámicas e impredecibles, satisfaga a los consumidores. Las situaciones tienen la posibilidad de ser bastante diferentes conforme el instante, sitio y, por consiguiente, no tenemos la posibilidad de concretar por anticipado cuál debe ser el contenido de las actividades de la población, sus dimensiones son las siguientes: liderazgo, gestión, mejora de procesos, filosofía y dirección; precisa en su escrito los siguientes indicadores: planificación, solución de problemas, adaptación y análisis.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Según Hernández (2014) la investigación fue de enfoque cuantitativo porque tuvo como fin probar conjetura con base en la medición numérica e investigación estadísticas a través de recolección de datos, su fin fue establecer las pautas de su comportamiento y la aprobación de teorías.

Según Rodríguez (2020) de acuerdo con el fin, la investigación fue de indagación fundamental o elemental ya que comprendió una indagación original cuya finalidad fue el desarrollo del entendimiento científico, sin tener fines comerciales específicos, pudiéndose poner en dominios que interesen presente o potencialmente a la compañía considerada.

Según García (2020) la investigación fue detallado correlacional, debido a que necesita especificar las propiedades, características y perfiles que se sometan a un estudio, siendo eficaz para enseñar con exactitud los ángulos o magnitudes de un fenómeno, evento, situación, sociedad o entorno, asimismo es correlacional, ya que fue la interacción o nivel de sociedad que existe entre diversos conceptos, categorías o cambiantes en un entorno específico.

Según Hernández (2014) de acuerdo con la fuente de datos, fue documental y de gabinete pues la información buscó temas ya investigados, estructurados y formalizados, del cual fue viable hallar documentación y materiales que brindan los resultados en indagaciones pasadas.

Diseño de investigación

Según Hernández (2014) el diseño de la investigación fue no experimental correlacional, se hizo sin manipular intencionadamente las variables, se habla de indagaciones en las cuales no se busca transformar de forma deliberada las variables independientes para observar el impacto sobre sus variables, asimismo la

investigación no empírica se fundamentó en mirar fenómenos en su entorno natural, para su estudio.

Diagrama simbólico:

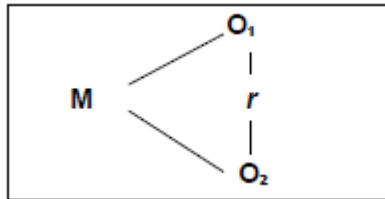


Gráfico 1 Diseño de investigación

M = Clientes de un Banco del Estado en Piura.

O₁ = Variable Gestión de Proceso.

O₂ = Variable Atención al Cliente.

r = Nivel de relación de las variables de estudio.

3.2. Variables y operacionalización

V₁: Gestión de Procesos

Definición conceptual

La administración es un proceso que ayuda a la organización a detectar problemas, formalizar y mantener el control en una organización con los procesos bien gestionados piensa antes que nada en el cliente eficiente, siendo eficaces y controlados por medio de indicadores a los cuales se les hace seguimiento. (Bravo, 2013).

Definición operacional

El instrumento constó de 12 preguntas para medir las dimensiones de la variable gestión de procesos que consideró como dimensiones: evaluar procesos, mejora continua, diseños de procesos e implementación.

Indicadores

Descripción de la estrategia, identificar, técnica, recolectar y analizar los datos, verificar, planificar, búsqueda de soluciones, método de acción, diseño programado y continuo, competencia en el procedimiento, estructura y tecnología.

Escala de medición: Ordinal.

V2: Atención al cliente.

Definición conceptual

Consiste en gestionar correctamente la interacción con los clientes, y en específico su satisfacción, es determinante el triunfo o la derrota. Las compañías más conscientes de eso intentan encajar 2 partes primordiales: empleados y clientes, puesto que les proporciona una virtud competitiva sobre las otras, implementando un sistema de gestión para lograr clientes satisfechos con el servicio de atención. (Pérez, 2012)

Definición operacional

El instrumento constó de 12 preguntas para medir las dimensiones de la variable atención al cliente que consideró como dimensiones: procesos de comunicación, resolución de quejas y reclamaciones, canales de atención y satisfacción.

Indicadores

Motivar, informar, controlar, accesibilidad, enfoque al cliente, responsabilidad, personal, telefónico, electrónico, calidad, capacidad de respuesta, empatía.

Escala de medición: Ordinal.

3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis

Población

El estudio de población se conformó por 750 clientes.

Según Rodríguez (2020) indica que en la población se recogen una serie de datos que corresponden a una muestra calculada que representa a su población correspondiente o inclusive a un universo más amplio que se pretenda caracterizar.

Se emplearon los siguientes criterios para seleccionar a los encuestados:

- Criterios de Inclusión: Para el estudio se consideró a 50 clientes diarios de un Banco Estatal, Piura, el cual brinda aperturas de cuentas de ahorro a la población, registrado en el sistema financiero de SBSS.
- Criterios de Exclusión: 700 clientes que solicitan otro tipo de servicios diarios diferentes a una apertura de cuenta.

Muestra

Estuvo conformada por 50 clientes que solicitan el servicio de apertura de cuenta de ahorros en el Banco Estatal, Piura.

Según Hernández (2014) manifiesta que la muestra es un subgrupo de una población de intereses el cual busca recolectar datos, se definirán y delimitarán de antemano con exactitud, además de ser una representación poblacional.

Muestreo

Según Rodríguez (2020) expreso que el muestrero es el acto de elegir un subconjunto de un grupo más grande, cosmos o población de interés para la recopilación de datos para contestar a un planteamiento del problema de indagación.

El tipo de muestreo que se empleo fue el muestreo sistemático, ya que se utilizaron los elementos de la población de manera ordenada y secuencial, como puede ser los productos en una línea de producción, las personas que arriban a un servicio, etc.

La unidad de análisis

Según Hernández (2014) indica que se habla de personas o de organizaciones, ya que en esta instancia el número de la muestra se reduce, ya que casi una y otra vez representa una gigantesca parte de la población total.

En la presente investigación se tomó en cuenta para la aplicación del instrumento a los clientes que solicitan apertura de cuenta en el Banco Estatal, Piura.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Respecto a las técnicas se utilizó el cuestionario aplicado a los clientes que solicitan el servicio de apertura de cuenta de ahorros en el Banco Estatal, Piura, para obtener la información sobre la gestión de procesos y atención al cliente.

Según García (2020) indica que la encuesta es una técnica la cual usa un conjunto de procedimientos estandarizados de averiguación, por medio del cual se recoge una secuencia de datos correspondiente a la muestra calculada que representa a su población.

Según Hernández (2014) manifiesto que un cuestionario obedece a diversas necesidades de igual manera a un problema de averiguación, generando que cada análisis el tipo de preguntas sea diferente, a veces se integran solamente preguntas cerradas, otras situaciones sólo preguntas abiertas, y en determinados casos los dos tipos de preguntas.

En el presente estudio se empleó la escala de Likert, utilizando un cuestionario de 24 preguntas adjuntándolos en los anexos, tuvieron las alternativas: muy mala, mala, regular, buena, muy buena, así mismo para validar el contenido del cuestionario se utilizó el juicio de tres expertos de la Universidad bajo la asesoría de la docente.

Según Tamayo y Tamayo (2004) afirma que la escala de Likert tiene un orden de categorización, sin embargo, los intervalos entre los valores no tienen la posibilidad de presumirse equivalentes, no esperan una contestación fácil de sí o no del encuestado, sino que permiten grados de crítica e inclusive ni una crítica.

Se utilizará la prueba de Alfa de Cronbach aplicada al cuestionario como prueba de confiabilidad.

3.5. Procedimientos

Teniendo en cuenta el tipo de investigación, el desarrollo del procedimiento de recopilación de los datos fue de la siguiente manera:

- Se visitó el lugar de origen de la problemática entrevistando a la responsable de la Agencia encargada de la emisión de cuentas, dando a conocer los propósitos de nuestro proyecto y recurriendo a su autorización.
- Se aplicó el cuestionario vía web a las personas voluntarias a quienes se les reservó su información brindada y garantizó confidencialidad.

Los procedimientos trabajados en la información reunida por los encuestados, se analizaron técnicas estadísticas cuantitativas, siendo procesado en el programa informático SPSS, para la obtención estadística en las variables.

Según García (2020) indica que el software SPSS el cual se ideó para la gestión y el análisis estadístico de datos de ciencias sociales, asimismo se utiliza por varios tipos de investigadores para el análisis de datos estadísticos de alta complejidad.

3.6. Método de análisis de datos

El método lógico que se empleará es el siguiente:

a) Deductivo

Según Martínez (1998) indica que el método deductivo se aplica en la operacionalización de las variables, porque ayuda a disgregar la variable dependiente e independiente en sus indicadores.

El método empírico que se empleó es el siguiente:

a) Medición

Según Hernández (2014) asevera que el método de medición se aplicará para investigaciones cuantitativas ya que a partir de este surge todo el complejo empírico-estadístico.

Asimismo, la recopilación de los datos de nuestras variables y dimensiones se examinaron y se reportaron inicialmente en tablas descriptivas, además, las hipótesis asociativas se verificaron usando los estadísticos de correlación Spearman.

3.7. Aspectos éticos

En todo momento, al elaborar la investigación se respetó: a) El consentimiento informado, b) Respeto al anonimato y confidencialidad c) Respeto a la privacidad.

Es decir, en todo momento se tuvo presente:

- Implementación de reglas APA como propiedad intelectual.
- Se informó a los individuos sobre los fines del análisis.
- Se solicitó la autorización de la financiera para su publicación.
- Se mantuvo el anonimato de los encuestados en la indagación.

IV. RESULTADOS

Tabla 1 Análisis de Estadísticos descriptivos para las variables de investigación Gestión de Procesos y Atención al Cliente.

Estadísticos descriptivos					
	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Gestión de Proceso	50	24,00	60,00	39,8400	9,73812
Atención al Cliente	50	24,00	57,00	35,4800	8,63368
N válido (por lista)	50				

Las dos variables de investigación están compuestas por dimensiones que a su vez vienen dadas por ítems o preguntas, se ha realizado la sumatoria de todos los ítems para obtener la puntuación de la variable total en cada caso, algunos indicadores descriptivos se muestran en la tabla N° 01, la puntuación media es 40 puntos para la gestión de procesos, mientras que, para la atención al cliente es de 36 aproximadamente, los rangos de puntaje en cada una de las variables, dados por los valores mínimos y máximos se encuentran entre 24 y 60 puntos para la gestión de procesos, mientras que, para la atención al cliente se tiene un intervalo entre 24 y 57 puntos, respectivamente.

Tabla 2 Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra en las variables de investigación.

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra			
		Gestión de Procesos	Atención Cliente
N		50	50
Parámetros normales ^{a,b}	Media	39,8400	35,4800
	Desviación estándar	9,73812	8,63368
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,133	,122
	Positivo	,133	,122
	Negativo	-,074	-,092
Estadístico de prueba		,133	,122
Sig. asintótica (bilateral)		,027 ^c	,060 ^c

La prueba de normalidad se realiza para comprobar si las variables en investigación se ajustan a dicha distribución normal, en este caso, se rechaza dicha hipótesis nula para los datos de la variable gestión de procesos, por lo tanto, por lo menos una de las variables no se distribuye de manera normal y no se deberían correlacionar mediante el coeficiente clásico de Pearson, sino en su lugar se debe utilizar el coeficiente de correlación de Spearman. Los resultados de significancia asintótica observada de la prueba (P-value) son de ,027 y ,060. Los resultados anteriores permiten concluir la no existencia de normalidad en una de las variables que se construyeron para realizar la prueba, que es en ambos casos la sumatoria de los ítems totales que son parte de las dimensiones y variables.

Tabla 3 Correlación de Variables.

Correlaciones				
			Gestión de Procesos	Atención al Cliente
Tau_b de Kendall	Gestión de Procesos	Coeficiente de correlación	1,000	,933**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Atención al Cliente	Coeficiente de correlación	,933**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50
Rho de Spearman	Gestión de Proceso	Coeficiente de correlación	1,000	,983**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Atención al Cliente	Coeficiente de correlación	,983**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

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

En el análisis de correlación se determina el coeficiente de correlación de Spearman y Tau B de Kendall, ambos son apropiados debido a la naturaleza de las variables y porque una de ellas no tiene un comportamiento normal. El grado o fuerza de relación que existe para esta muestra utilizada es un resultado muy bueno, dado que, el indicador esta en un rango muy alto, según el coeficiente de Spearman calculado, es un valor de 0,983, el resultado es significativo estadísticamente, es decir, se puede

asegurar que existe correlación entre las variables, siendo la magnitud o fuerza de correlación entre dichas variables de un nivel muy alto.

Tabla 4 Correlaciones bivariada entre la variable Gestión de Procesos y las dimensiones de la Atención al Cliente.

			Correlaciones				
			Gestión de Proceso	Proceso de Comunicación	Resolución de Quejas y Reclamos	Canales de Atención	Satisfacción
Tau_b de Kendall	Gestión de Proceso	Coeficiente de correlación	1,000	,857**	,775**	,875**	,867**
		Sig. (bilateral)	.	,000	,000	,000	,000
		N	50	50	50	50	50
	Proceso de Comunicación	Coeficiente de correlación	,857**	1,000	,705**	,880**	,852**
		Sig. (bilateral)	,000	.	,000	,000	,000
		N	50	50	50	50	50
	Resolución de Quejas y Reclamos	Coeficiente de correlación	,775**	,705**	1,000	,698**	,792**
		Sig. (bilateral)	,000	,000	.	,000	,000
		N	50	50	50	50	50
	Canales de Atención	Coeficiente de correlación	,875**	,880**	,698**	1,000	,847**
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	.	,000
		N	50	50	50	50	50
	Satisfacción	Coeficiente de correlación	,867**	,852**	,792**	,847**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	.
		N	50	50	50	50	50
Rho de Spearman	Gestión de Proceso	Coeficiente de correlación	1,000	,940**	,889**	,949**	,957**
		Sig. (bilateral)	.	,000	,000	,000	,000
		N	50	50	50	50	50
	Proceso de Comunicación	Coeficiente de correlación	,940**	1,000	,801**	,951**	,930**
		Sig. (bilateral)	,000	.	,000	,000	,000
		N	50	50	50	50	50
	Resolución de Quejas y Reclamos	Coeficiente de correlación	,889**	,801**	1,000	,800**	,877**
		Sig. (bilateral)	,000	,000	.	,000	,000
		N	50	50	50	50	50
	Canales de Atención	Coeficiente de correlación	,949**	,951**	,800**	1,000	,934**
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	.	,000
		N	50	50	50	50	50
	Satisfacción	Coeficiente de correlación	,957**	,930**	,877**	,934**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	.
		N	50	50	50	50	50

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

En una evaluación similar, se realiza el análisis de correlación de la variable Gestión de procesos con todas las dimensiones de la variable Atención al cliente, la situación respecto a los resultados parece ser similar. Los coeficientes de correlación de Spearman son los indicadores que se utilizarán para la prueba, se observa que son significativos estadísticamente, por lo tanto, se puede concluir que, existe relación entre la variable independiente Gestión de Procesos y las dimensiones que conforman a la variable dependiente Atención al cliente, con valores de correlación en las dimensiones **procesos de comunicación** 0.940, **resolución de quejas y reclamos**, 0.889, **canales de atención** 0.949, y **satisfacción** 0.957. Con respecto a los valores como se ha mencionado antes, los valores que cuantifican el grado de correlación son muy altos, alrededor del 0.9 y 0.95, según la escala de medición de este indicador, se puede asegurar que existe un nivel muy alto de relación en las variables de la investigación, teniendo en cuenta el contexto donde se realizó el estudio y con el tipo de muestra utilizada.

Análisis inferencial

Prueba de hipótesis:

H₀: Una óptima gestión de procesos no mejorará significativamente la atención al cliente en un banco estatal, Piura.

H₁: Una óptima gestión de procesos mejorará significativamente la atención al cliente en un banco estatal, Piura.

Tabla 5 Tabla de correlación de las variables Gestión de Proceso y Atención al cliente

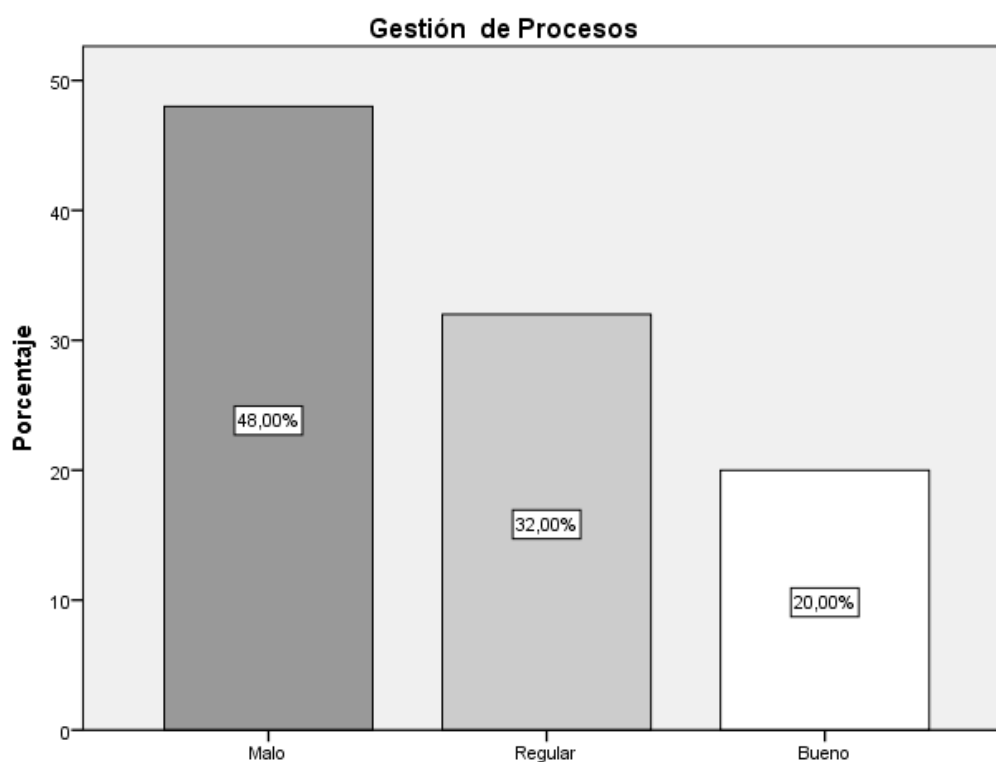
Correlaciones			Gestión de Proceso	Atención al Cliente
Rho de Spearman	Gestión de Proceso	Coefficiente de correlación	1,000	,983**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Atención al Cliente	Coefficiente de correlación	,983**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

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

Interpretación: Se observa que el nivel de significancia asintótica de la prueba P – value es igual a $0.000 < 0.05$, por lo cual, se rechaza la hipótesis nula y se admite la hipótesis alterna, el coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0.983, nos indica que existe un nivel de relación muy alto entre la gestión de procesos y la atención al cliente. Dando a conocer que la óptima gestión de los procesos mejorará la atención al cliente, por existir un alto nivel de relación directa y positiva entre las variables analizadas.

Tabla 6 Tabla de frecuencia de la variable independiente Gestión de procesos

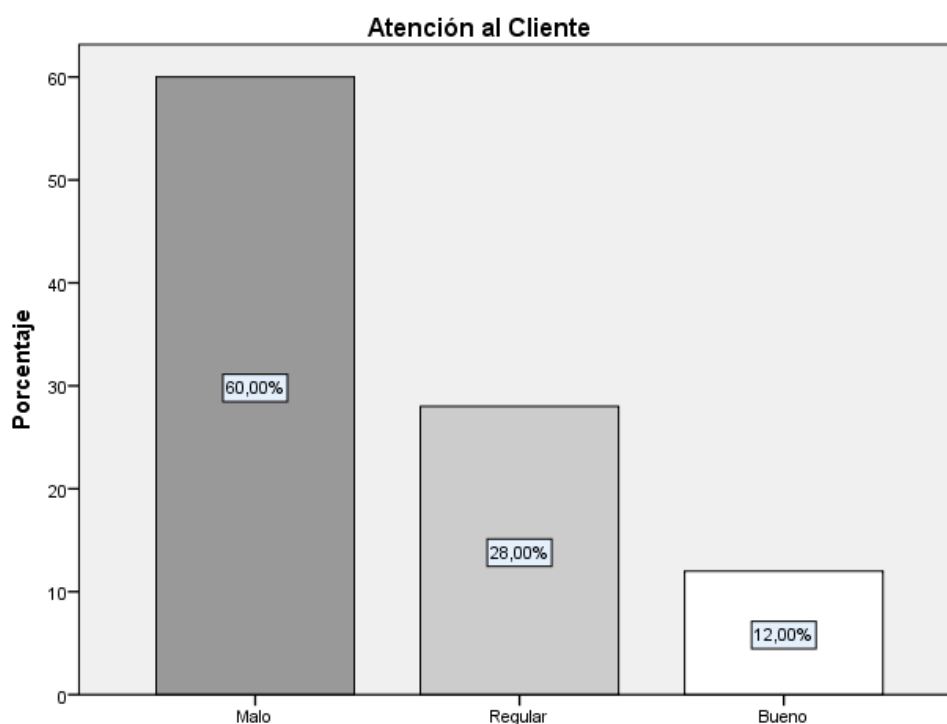
Gestión de Procesos					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	24	48,0	48,0	48,0
	Regular	16	32,0	32,0	80,0
	Bueno	10	20,0	20,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	



De acuerdo con la figura 01, se visualiza que el 48% de los clientes consideran en un nivel malo a la gestión de procesos existente en el banco, respecto a las aperturas de cuentas de ahorros, un 32% como regular y un 20% como bueno, lo que se puede interpretar es que la variable Gestión de procesos es mala y debería mejorar en la creación e implementación del nuevo proceso vía página web.

Tabla 7 Tabla de frecuencia de la variable dependiente de Atención al cliente

Atención al Cliente					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	30	60,0	60,0	60,0
	Regular	14	28,0	28,0	88,0
	Bueno	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	



De acuerdo con la figura 02, se visualiza que el 60% de los clientes consideran como mala la atención al cliente en el banco, un 28% como regular y un 12% como bueno, lo que se puede interpretar es que la variable dependiente es mala y se debería mejorar para lograr la satisfacción del usuario en los servicios, disminuyendo así el índice de resolución de quejas y reclamos ingresados.

V. DISCUSIÓN

En la tesis se planteó la siguiente hipótesis alterna: Una óptima gestión de procesos mejorará significativamente la atención al cliente en un banco estatal, Piura. y la hipótesis nula: Una óptima gestión de procesos no mejorará significativamente la atención al cliente del banco estatal, Piura. De acuerdo con lo descrito se observa que el nivel de significancia es igual a $0.000 < 0.05$, por lo cual, se rechaza la hipótesis nula y se admite la hipótesis alterna, el coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0.983, determinando así que, si existe un nivel de significancia estadística, la relación es muy alta entre las variables de estudio según el resultado, este es un indicador importante acerca de los niveles de gestión y servicio del banco, lo que conduce a afirmar que, las medidas de mejora en la gestión diaria, y realizar un control de los procesos de negocio bancario, influirá de manera positiva en la atención al cliente.

En referencia a nuestro objetivo general se empleó el estadígrafo Rho de Spearman para la hipótesis general, alcanzando una correlación para las dos variables de 0,983, afirmando que existe una correlación altamente significativa, por ende, las variables Gestión de Procesos y Atención al cliente, tienen una relación directamente proporcional, es decir para la eficiente gestión de procesos, se tendrá una mejor atención al cliente y viceversa. Estos resultados van en la misma línea de Contreras (2020) que en su investigación presenta una problemática similar, en la que identifica un aspecto negativo de la gestión de procesos, la cual hace que se extienda los tiempos de espera en los clientes, generando una mala atención, su investigación es de tipo cuantitativa, utilizando cuestionarios validados y confiables para las variables; dicho estudio confirma la existencia de relación en las variables analizadas. En el mismo contexto Fush (2020) concluyó en su estudio que, las empresas llevan la gestión de sus procesos de manera lenta y sin mayor prisa hacia el desarrollo generando el desinterés en los clientes, señalando que la gestión cambia a menudo y que para asegurar el éxito se deberá implementar rápidamente iniciativas de cambio para responder a las necesidades del consumidor.

En referencia al objetivo específico 01: Se empleó el Rho de Spearman, el cual alcanzó una correlación entre la variable Gestión de Proceso y la dimensión proceso de comunicación de $r= 0,940$, por ende, un nivel altamente significativo entre ambas. De acuerdo con los datos obtenidos anteriormente los resultados se pueden contrastar con los estudios de investigación de la problemática, argumentado en el marco teórico, que evidencia la necesidad de mejorar el proceso en los servicios brindados por el banco y puntualmente en la apertura de cuenta, que es lo que a diario genera malestar en los usuarios. Al respecto un antecedente similar se encuentra en Zuho (2019) quien asegura, que es importante utilizar datos objetivos e indicadores cuantitativos para reflejar la situación actual del banco y analizar el problema de comunicación existente entre la entidad financiera y los clientes.

En referencia al objetivo específico 02: Se empleó la Rho de Spearman, el cual alcanzó una correlación entre la variable Gestión de Proceso y la dimensión quejas y reclamos de $r= 0,889$, por ende, afirmando que existe un nivel altamente significativo. En este sentido, Delgado (2019) logró determinar un alto nivel del impacto en el modelo de administración por procesos y en el manejo del área de análisis, con el objetivo de minimizar la proporción de quejas, estandarizar las ocupaciones ejecutadas por los inspectores en campo y disponer de los materiales requeridos por todos los ayudantes. En este sentido, en ambas investigaciones tienen como fin reducir los reclamos presentados por los clientes, ya que influye positivamente en la satisfacción del cliente sobre la atención que ofrece el banco.

En referencia al objetivo específico 03: Se evaluó la dimensión canal de atención existente en el banco mediante la encuesta aplicada al cliente, arrojando que, en un 60% los clientes ven la atención en un nivel malo debido a la falta de un servicio de apertura vía web, el cual si es brindado en la banca privada. En este mismo contexto, Flores (2020) indica que la gestión por procesos debe ser considerado como un modelo de organización que propicia la mejora continua de sus actividades y de forma sistemática en la administración pública la cual deberá identificar e incluir las nuevas tendencias y enfoques modernos que den valor a la gestión; siendo una descripción importante para las conclusiones del estudio, ya

que corrobora que se debería estandarizar la tecnología en el banco para su mejora en la atención. Los resultados se ratifican con lo indicado por Zuliman (2021) quien hace mención que se debe tener conocimiento de los servicios ofrecidos, implementando herramientas y técnicas de digitalización con el fin de ser competentes, mejorar la atención y en el conocimiento del producto.

En referencia al objetivo específico 04: Se obtuvo como resultado de $r=0,957$, afirmando la existencia de un nivel de correlación altamente significativa entre la variable gestión de proceso y satisfacción al cliente. En el mismo ámbito Borda et al. (2018) logró identificar que, los procesos claves en base a la contribución del logro de la misión y su respectiva priorización; hace que se obtenga un resultado de mejora en la deserción de atención por tiempo de espera, que pudo disminuir un 50% y esto trae consigo que el nivel satisfacción incremente en un 36%, con estos resultados se logra evidenciar una mejora en la gestión de recursos para lograr la satisfacción en el servicio. De igual manera Lähteenmäki (2022) da a conocer que, la implementación de las nuevas tecnologías no son las únicas fuerzas impulsoras detrás de la cambiante creación de valor para el cliente, sino que el lograr su satisfacción es el mayor indicador de mejoramiento, lo cual se argumenta en sus resultados obtenidos.

VI. CONCLUSIONES

- En relación a nuestro objetivo general se determinó un alto nivel de correlación altamente significativo entre las variables de estudio de gestión de procesos y atención al cliente, arrojando un Rho de Spearman igual a 0,985 lo que significa que, si existe alto nivel de relación entre ambas, calculando un nivel de Sig. Bilateral= 0,00 < al 0.05.
- En el primer objetivo específico se identificó que la Gestión de procesos con los procesos de comunicación tienen un grado de correlación calificada como positiva y muy alta dado que, el nivel de significancia es 0,00 (bilateral) y un $r= 0,940$. Los clientes comunican su malestar frente al proceso de apertura de cuenta de ahorro, evidenciando que otras entidades financieras cuentan con dicho proceso que facilita la atención al cliente.
- En el segundo objetivo específico se dio a conocer que la gestión de procesos con la resolución de quejas y reclamos cuenta con un nivel de significancia alto teniendo una Sig. Bilateral = 0,00 y un $r= 0,889$. Siendo su indicador el porcentaje de nivel de reclamos que el cliente presenta enfocados en el deficiente servicio.
- En el tercer objetivo específico se calificó que la gestión de procesos con los canales de atención también es positiva muy alta dado que el nivel de significancia es igual a 0,00 (bilateral) y un $r= 0,949$. En este sentido los clientes solicitan reiteradas veces la implementación de un proceso vía web de apertura de cuenta de ahorro que les facilite el procedimiento engorroso para solicitar el servicio diario.
- En el cuarto objetivo específico se identificó que la Gestión de procesos con la satisfacción arrojó un nivel de significancia igual a 0,00 (bilateral) y un $r= 0,957$. Al momento de realizar la encuesta, el cliente en su mayoría califica el servicio como mala, regular, debido a la larga espera que demanda realizar el procedimiento.

VII. RECOMENDACIONES

Al obtener un alto de nivel de relación entre las variables gestión de procesos y atención al cliente, se recomienda para mejorar el servicio, implementar el proceso de apertura de cuenta de ahorros mediante la página web, el cual se utiliza en las diferentes entidades financieras según las exigencias del mercado para generar una eficiente atención a los usuarios, obteniendo un proceso sencillo y de fácil acceso lo cual disminuirá el tiempo de espera en la cola para poder ingresar a las instalaciones del banco.

Para mantener un buen proceso de comunicación con el cliente, se deberá tener en cuenta la opinión de los usuarios en la atención personalizada sobre sus necesidades mediante una encuesta al momento de su atención para conocer las expectativas, experiencia al solicitar un servicio, identificar donde está enfocado el problema y poder establecer estrategias de solución.

Se debería de tener en cuenta el porcentaje ingresado de quejas y reclamos de los clientes respecto al proceso de apertura, puesto que el cliente califica la capacidad de respuesta de una solución a su queja, como mala un 42%, esto ayudara identificar la problemática existente para lograr fidelizarlos y mejorar su experiencia en el servicio.

Se recomienda priorizar una mejora en su canal de atención vía web ya que no todas las personas cuentan con el tiempo para acudir al banco. Por esta razón, es recomendable que se apliquen estrategias con el fin de aprovechar la tecnología, mediante una aplicación para Smartphone para dar facilidad a los usuarios creando mecanismos para operaciones online.

Se sugiere que el banco debería de realizar capacitaciones a sus colaboradores instruyendo sobre los protocolos de atención al cliente y transmitiendo los valores corporativos los cuales son la imagen de la institución; brindando a los usuarios un óptimo nivel de empatía, el deseo de ser escuchado y recibir respuestas con conocimientos que respondan sus dudas de manera inmediata.

REFERENCIAS

- Ahmad, T., & Van, A. (2020). Business Process Management and Digital Innovations: A Systematic Literature Review. *Business Process Management Journal*, Vol. 24 , 3.
- Ashill, N., Abuelsamen, A., Gibbs, T., & Semaan, R. (2022). Understanding organization-customer links in a service setting in Russia. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 10.
- Baca, M. (2020). *Gestión por Procesos para mejorar el Servicio al Cliente en una empresa de Soluciones Modulares*. Lima: Universidad Ricardo Palma.
- Borda, A., Huamán, Y. (2018). *Implementación de gestión por procesos para mejorar la atención del cliente en el servicio de emergencia de la clínica San Pablo S.A.C. Huaraz*”, 2018. Huaraz: Universidad Santiago Antunéz de Mayolo.
- Bravo, J. (2013). *Gestión de procesos (Alineados con la estrategia)*. Santiago de Chile: Evolución S.A.
- Carballo, M.; González, A.;Ríos A.; Vázquez, N. (2018). La gestión de procesos esbeltos como principio de mejora. Un caso aplicado a una comercializadora. *3C Empresa – Volumen 7 Número 3 (Edición 35)*, 10. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/la-gestion-de-procesos-como-principi>
- Delgado, J & Calsina, W.(2019). Modelo de gestión por procesos para mejorar el desempeño del área Agri- Food en Perú. *Revista Industrial Data* 22(2). <https://doi.org/10.15381/idata.v22i2.15568>
- Escudero, J. (2012). *Comunicación y atención al cliente*. Madrid: Parainfo S.A.
- Fernández, D.; & Fernández, E. (2017). *Comunicación empresarial y atención al cliente 2da Edición*. Madrid: Parainfo S.A.
- Flores, S. (2021). Gestión por procesos en el marco de la Modernización de la Gestión Pública en el Perú. *Revista de Investigación Científica y Tecnológica Ipha Centauri*, 3.
- Fusch, G. (2020). People and Process: Successful Change Management Initiatives. *Journal of Social Change* Volume 12, Issue 1, 6. <https://scholarworks.waldenu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1264&context=jsc>

- García, J. (2020). *Metodología de la investigación para Administradores ISBN*. México: Ediciones de la U.
- Gosso, F. (2008). *Hiper satisfacción del cliente*. México: Panorama Editorial.
- Helguero, V. (10 de diciembre de 2020). Piura: continúan las largas colas para cobrar los bonos. *Diario El tiempo*, pág. 2.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación. Sexta edición*. México: Mc Graw Hill.
- Hyken, S. (2021). TRUST ENHANCES EMPLOYEE AND CUSTOMER EXPERIENCE. *SHEP HYKEN Feb2021, Vol. 20 Issue 2, 25*.
- Lähteenmäki, I., Nätti, S., & Saraniemi, S. (2022). Digitalization-enabled evolution of customer value creation: An executive view in financial services. *Journal of Business Research*. Vol 146, 4. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296322003320>
- Li, F., Lu, H., Hou, M., Cui, K., & Darbandi, M. (2020). Customer satisfaction with bank services: The role of cloud services, security, e-learning and service quality. *Technology in Society*. Vol 64, 4.
- Llanes, M., & Lorenzo, E. (2017). Gestión integrada por procesos. Encadenamiento dinámico de interacciones relevantes para su despliegue. *Ciencias Holguín Revista trimestral*, Vol. 23, 3.
- Lozada, L. (17 de 12 de 2020). Chulucanas: largas colas, desorden y falta de distanciamiento durante cobro de bono. *Diario Cutivalú*, pág. 1.
- Maldonado, M., Matheus, E., Carrano, T., & Rodrigues, C. (2020). Similarities and differences between business process management and lean management. *Business Process Management Journal*, 2. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-09-2019-0368>
- Martínez, V. (1998). *Fundamentos teóricos para el proceso del diseño de un protocolo en una investigación*. Ciudad de México: Plaza y Valdes.
- Mattos, G., & Abras, A. (2021). Get Them While They Are Young. *Journal of Financial Services Research* , 3. <https://doi.org/10.1007/s10693-020-00339-4>– ISSN 0920-8550.

- Medina, A., Nogueira, D., Hernández, A., & Comas, R. (2019). Procedimiento para la gestión por procesos: métodos y herramientas de apoyo. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*. Vol.27, n.2, 28. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S071833052019000200328
- Morales, J.; Giraldo, M.; Vanegas, J. Customer Service Multichannel Model in a Health Care Service Provider: A Discrete Simulation Case Study - ISSN 0121-5051 http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S012150512019000200089&lang=es
- Mory, R. (2019). *Calidad de servicio en la atención al cliente del Hospital San Juan Bautista de Huaral, en el Año 2018*. Lima: Universidad César Vallejo.
- Parra, A. (2017). Sistema de Gestión de Indicadores de Procesos SGIP. *Revista Espacios* Vol.41, 4.
- Pérez, H., Pérez, J., López, L., & Caballero, C. (2012). *Comunicación y atención al cliente*. México: Mc Graw Hill.
- Pérez, J. (2009). *Gestión por procesos 3era Edición*. Madrid: ESIC Editorial.
- Restrepo, J., Giraldo, E., & Vanegas, J. (2019). *Customer Service Multichannel Model in a Health Care Service Provider A Discrete Simulation Case Study*. Colombia: Innovar: revista de ciencias administrativas y sociales.
- Rodríguez, Y. (2020). *Metodología de la Investigación*. México: Klik Soluciones Educativas.
- Rojas, C., Calderón, P. (2021). Manejo adecuado de la atención al cliente para lograr satisfacción y fidelidad. *E-Idea Journal of bussines sciences*, 37.
- Rother, M. (2010). *TOYOTA KATA: El método que ayudó a miles de empresas a optimizar la gestión de sus negocios (Spanish Edition) Edición Kindle*. Madrid: Edición Kindle.
- Seminario, M. (18 de 12 de 2020). Largas colas en Banco de la Nación incrementan riesgos de contagio en Sullana. *Diario El Regional Piura*, pág. 3.

- Suliman , H; Inam, H; Qayyum, S. (2021), Promoting Customer Loyalty and Satisfaction in Financial Institutions through Technology Integration: The Roles of Service Quality, Awareness, and Perceptions <https://doi.org/10.3390/su132312951>
- Stravinskiene, I., & Serafinas, D. (2020). The Link between Business Process Management and Quality Management. *Journal of Risk and Financial Management*, 8. https://www.researchgate.net/publication/345465665_The_Link_between_Business_Process_Management_and_Quality_Management
- Tamayo y Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa.
- Tschohl, J. (2022). How To Get An Edge With Customer Service Training. *American Fastener Journal*, 2.
- Viriyasitavat, W., & Bi, Z. (2020). Blockchain-based business process management (BPM) framework for service composition in industry 4.0. *Journal of Intelligent Manufacturing*, 31. file:///C:/Users/USER/Desktop/PROYECTO%20X/Blockchain-BasedBusinessProcessManagementBPMFrameworkforServiceCompositioninIndustry4.0.pdf.
- Wema, E. (2018). Redesigning customer support services for electronic resources: The case of UDSM library. *University of Dar es Salaam Library Journal*, 81.
- Zhuo, Z (2019) Research on using Six Sigma management to improve bank customer satisfaction, Tailandia. <https://doi.org/10.1186/s40887-019-0028-6>

ANEXOS

Anexo N° 01.- Autorización de la Entidad Financiera



AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20100030595
Banco de la Nación	
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos: Juan Manuel Flores Saona	DNI: 08879636

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo [X], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Influencia de la gestión de procesos en la atención al cliente en el Banco de la Nación, Piura 2021	
Nombre del Programa Académico:	
Escuela Profesional de Administración.	
Autor: Chávez Gambini María de Jesús.	DNI: 72247235
Mogollón Cruz Yulissa Lizeth.	DNI: 47432251



En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: Lima, 18 de noviembre 2,021



Firmado digitalmente por:
FLORES SAONA Juan Manuel
FAU 20100030595 hard
Motivo: En señal de
conformidad
Fecha: 23/11/2021 17:36:22-0500

Firma: _____

(Titular o Representante legal de la Institución)

(*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal " f " Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.



Firmado digitalmente por:
SHIMABUKURO MORIKONE
Roberto FAU 20100030595 hard
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 23/11/2021 13:04:09-0500

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

San Borja, 13 de julio de 2022

CARTA EF/92.2334 N° 046 - 2022

Señorita Yulissa Lizeth Mogollón Cruz

Presente.-

De nuestra consideración:


Es cordialmente grata saludarla, Srta. YULISSA LIZETH MOGOLLÓN CRUZ identificada con DNI N° 47432251 con estudios de pregrado de Administración en la Universidad César Vallejo, cuyo título de tesis para la licenciatura es: "Gestión de procesos y atención al cliente en un Banco Estatal, Piura".

Se declara la conformidad y autorización del título, la mencionada carta deberá ser utilizada solo para fines académicos.

Agradecemos la atención que le permita a la presente.

Atentamente,


ANDRA CESPEDES PAZ
Subgerente
Desarrollo del Talento

 Firmado digitalmente por:
ALEXALA VIVANCO Alades
Razon FNU 2010003095 hard
Motivo: Jefe Sección
Capacitación
Fecha: 15/07/2022 16:56:23-058

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

San Borja, 13 de julio de 2022

CARTA EF/92.2334 N° 045 - 2022

Señorita Maria de Jesús Chavez Gambini

Presente.-

De nuestra consideración:

Es cordialmente grata saludarla, Srta. MARIA DE JESÚS CHAVEZ GAMBINI identificada con DNI N° 72247235 con estudios de pregrado de Administración en la Universidad César Vallejo, cuyo título de tesis para la licenciatura es: "Gestión de procesos y atención al cliente en un Banco Estatal, Piura".

Se declara la conformidad y autorización del título, la mencionada carta deberá ser utilizada solo para fines académicos.

Agradecemos la atención que le permita a la presente.

Atentamente,


ANDRA CESPEDES PAZ
Subgerente
Desarrollo del Talento

 Firmado digitalmente por:
ALEXALA VIVANCO Alades
Razon FNU 2010003095 hard
Motivo: Jefe Sección
Capacitación
Fecha: 15/07/2022 16:55:55-6006

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA GESTION DE PROCESOS

N°	VARIABLES / DIMENSIONE / INDICADORES	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE 1: GESTION DE PROCESOS	Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: EVALUAR PROCESOS	Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Cómo calificaría el proceso de apertura de una cuenta en el banco?	✓		✓		✓		
2	¿Cómo califica el tiempo de espera que se ocasiona para solicitar el servicio de aperturas de cuenta?	✓		✓		✓		
3	¿Considera usted que los colaboradores del banco le ofrecen un servicio rápido?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2. MEJORA CONTINUA	Si	No	Si	No	Si	No	
4	¿Cómo considera los medios (ventanilla, web, vía móvil) que utiliza el banco para actualizar los datos de los clientes?	✓		✓		✓		
5	¿Cómo considera el estado de los equipos tecnológicos que ofrece el banco para el uso de sus operaciones y/o transacciones?	✓		✓		✓		
6	¿Cómo califica la planificación y organización que se realiza en el banco para cumplir los requerimientos en el Banco?	✓		✓		✓		
	DIMENSION 3: DISEÑO DE PROCESOS	Si	No	Si	No	Si	No	
7	¿Cómo califica usted la solución de una queja o reclamo de los clientes?	✓		✓		✓		
8	¿En su opinión como es la acción oportuna que el banco utiliza frente a fallas del sistema en las operaciones?	✓		✓		✓		
9	¿Cómo califica la implementación de una nueva opción de apertura de cuenta de ahorro mediante la página web?	✓		✓		✓		
	DIMENSION 4: IMPLEMENTACION	Si	No	Si	No	Si	No	
10	¿Cómo evalúa usted el proceso de aperturas que se realizan en las demás instituciones financieras?	✓		✓		✓		
11	¿Cómo califica la idea de implementar el proceso de manera sencilla y de fácil acceso?	✓		✓		✓		
12	¿Cómo considera los equipos tecnológicos del banco respecto a otras entidades bancarias?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: **DRA. RIOFRIO JUAREZ ANITA GLORIA** DNI: 40862263

Especialidad del validador: **MBA.**

24.de noviembre del 2021

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


 Dra. Anita G. Riofrío Juárez, MBA
 CLAD: 01897
 Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA ATENCIÓN AL CLIENTE

N°	VARIABLES / DIMENSIONE/ INDICADORES	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE 2: ATENCIÓN AL CLIENTE	Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: PROCESOS DE COMUNICACIÓN	Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Cómo califica la atención al cliente?	✓		✓		✓		
2	¿Considera usted, los promotores de servicio responden de manera rápida y confiable a sus preguntas?	✓		✓		✓		
3	¿Cómo califica los planes y programas de motivación el Banco?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2. RESOLUCION DE QUEJAS Y RECLAMACIONES	Si	No	Si	No	Si	No	
4	¿Cómo evalúa la actitud del promotor de servicios frente a un reclamo?	✓		✓		✓		
5	¿Cómo califica usted el seguimiento que el banco realiza a las quejas y reclamos de los clientes para darles solución?	✓		✓		✓		
6	¿Califique el tiempo de respuesta de una queja o reclamo?	✓		✓		✓		
	DIMENSION 3: CANALES DE ATENCIÓN	Si	No	Si	No	Si	No	
7	¿Califique la atención personalizada y rápida en la apertura de cuentas de ahorro por parte del gestor de servicio?	✓		✓		✓		
8	¿Cómo califica la atención en el canal telefónico para resolver sus dudas o reclamos?	✓		✓		✓		
9	¿Cómo califica la eficiencia del App o de la banca virtual (web) que el Banco brinda para realizar sus operaciones y transacciones ahorrando tiempo en sus servicios?	✓		✓		✓		
	DIMENSION 4: SATISFACCIÓN	Si	No	Si	No	Si	No	
10	¿Cómo evalúa los servicios prestados en el sentido de mejorar la calidad de servicio a los usuarios?	✓		✓		✓		
11	¿Cómo califica usted la capacidad de respuesta ante la solicitud de apertura de cuenta de ahorro?	✓		✓		✓		
12	¿Considera óptimo el nivel de empatía de los trabajadores del banco hacia los clientes?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador **DRA. RIOFRIO JUAREZ ANITA GLORIA** DNI: 40862263

Especialidad del validador: **MBA.**

24 de noviembre del 2021

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


 Dra. Anita G. Riofrío Juárez. MBA
 CLAD - 01897

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA GESTION DE PROCESOS

Nº	VARIABLES / DIMENSIONE / INDICADORES	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE INDEPENDIENTE: GESTION DE PROCESOS	Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSION 1: EVALUAR PROCESOS	Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Cómo calificaría el proceso de apertura de una cuenta en el banco?	✓		✓		✓		
2	¿Cómo califica el tiempo de espera que se ocasiona para solicitar el servicio de aperturas de cuenta?	✓		✓		✓		
3	¿Considera usted que los colaboradores del banco le ofrecen un servicio rápido?	✓		✓		✓		
	DIMENSION 2. MEJORA CONTINUA	Si	No	Si	No	Si	No	
4	¿Considera que el banco tome en cuenta la opinión de los clientes para la implementación de un nuevo proceso?	✓		✓		✓		
5	¿Cómo considera el estado de los equipos tecnológicos que ofrece el banco para el uso de sus operaciones y/o transacciones?	✓		✓		✓		
6	¿Cómo califica la planificación y organización que se realiza el banco para cumplir sus requerimientos?	✓		✓		✓		
	DIMENSION 3: DISEÑO DE PROCESOS	Si	No	Si	No	Si	No	
7	¿Como califica usted la calidad de servicio a raíz de una incidencia o queja de los clientes?	✓		✓		✓		
8	¿En su opinión como es la acción oportuna que el banco utiliza frente a fallas del sistema en las operaciones?	✓		✓		✓		
9	¿Cómo califica la implementación de una nueva opción de apertura de cuenta de ahorro mediante la página web?	✓		✓		✓		
	DIMENSION 4: IMPLEMENTACION	Si	No	Si	No	Si	No	
10	¿Cómo evalúa usted el proceso de aperturas que se realizan en las demás instituciones financieras?	✓		✓		✓		
11	¿Cómo califica la idea de implementar el proceso de manera sencilla y de fácil acceso para el uso del cliente?	✓		✓		✓		
12	¿Cómo evalúa la implementación del envío de sus contratos de operaciones y diferentes documentos a su correo?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

 Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

 Apellidos y nombres del juez validador: **Dr. Robert Alexander Jara Miranda** DNI: 42312593

 Especialidad del validador: **Administración.**
26.de noviembre del 2021
¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

N°	VARIABLES / DIMENSIONE/ INDICADORES	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE 2: ATENCION AL CLIENTE	Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: PROCESOS DE COMUNICACIÓN	Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Cómo califica la atención al cliente?	✓		✓		✓		
2	¿Considera usted, los promotores de servicio responden de manera rápida y confiable a sus preguntas?	✓		✓		✓		
3	¿Cómo califica los planes y programas de motivación el Banco?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2. RESOLUCION DE QUEJAS Y RECLAMACIONES	Si	No	Si	No	Si	No	
4	¿Cómo evalúa la actitud del promotor de servicios frente a un reclamo?	✓		✓		✓		
5	¿Cómo califica usted el seguimiento que el banco realiza a las quejas y reclamos de los clientes para darles solución?	✓		✓		✓		
6	¿Califique el tiempo de respuesta de una queja o reclamo?	✓		✓		✓		
	DIMENSION 3: CANALES DE ATENCIÓN	Si	No	Si	No	Si	No	
7	¿Califique la atención personalizada y rápida en la apertura de cuentas de ahorro por parte del gestor de servicio?	✓		✓		✓		
8	¿Cómo califica la atención en el canal telefónico para resolver sus dudas o reclamos?	✓		✓		✓		
9	¿Cómo califica la eficiencia del App o de la banca virtual (web) que el Banco brinda para realizar sus operaciones y transacciones ahorrando tiempo en sus servicios?	✓		✓		✓		
	DIMENSION 4: SATISFACCIÓN	Si	No	Si	No	Si	No	
10	¿Cómo evalúa los servicios prestados en el sentido de mejorar la calidad de servicio a los usuarios?	✓		✓		✓		
11	¿Cómo califica usted la capacidad de respuesta ante la solicitud de apertura de cuenta de ahorro?	✓		✓		✓		
12	¿Considera óptimo el nivel de empatía de los trabajadores del banco hacia los clientes?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador.: **Dr. Robert Alexander Jara Miranda** DNI: 42312593

Especialidad del validador: **Administración.**

26 de noviembre del 2021



Firma del Experto Informante.

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA GESTION DE PROCESOS

Nº	VARIABLES / DIMENSIONE / INDICADORES	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE 1: GESTION DE PROCESOS	Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: EVALUAR PROCESOS	Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Cómo calificaría el proceso de apertura de una cuenta en el banco?	✓		✓		✓		
2	¿Cómo califica el tiempo de espera que se ocasiona para solicitar el servicio de aperturas de cuenta?	✓		✓		✓		
3	¿Considera usted que los colaboradores del banco le ofrecen un servicio rápido?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2. MEJORA CONTINUA	Si	No	Si	No	Si	No	
4	¿Cómo considera los medios (ventanilla, web, vía móvil) que utiliza el banco para actualizar los datos de los clientes?	✓		✓		✓		
5	¿Cómo considera el estado de los equipos tecnológicos que ofrece el banco para el uso de sus operaciones y/o transacciones?	✓		✓		✓		
6	¿Cómo califica la planificación y organización que se realiza en el banco para cumplir los requerimientos en el Banco?	✓		✓		✓		
	DIMENSION 3: DISEÑO DE PROCESOS	Si	No	Si	No	Si	No	
7	¿Cómo califica usted la solución de una queja o reclamo de los clientes?	✓		✓		✓		
8	¿En su opinión como es la acción oportuna que el banco utiliza frente a fallas del sistema en las operaciones?	✓		✓		✓		
9	¿Cómo califica la implementación de una nueva opción de apertura de cuenta de ahorro mediante la página web?	✓		✓		✓		
	DIMENSION 4: IMPLEMENTACION	Si	No	Si	No	Si	No	
10	¿Cómo evalúa usted el proceso de aperturas que se realizan en las demás instituciones financieras?	✓		✓		✓		
11	¿Cómo califica la idea de implementar el proceso de manera sencilla y de fácil acceso?	✓		✓		✓		
12	¿Cómo considera los equipos tecnológicos del banco respecto a otras entidades bancarias?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

 Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Lic. García Yovera Abraham José

DNI: 80270538

Especialidad del validado: Dr. Gestión en Gestión Pública y Gobernabilidad.

20.de noviembre del 2021

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA ATENCION AL CLIENTE

N°	VARIABLES / DIMENSIONE/ INDICADORES	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE 2: ATENCION AL CLIENTE	Si	No	Si	No	Si	No	
	DIMENSIÓN 1: PROCESOS DE COMUNICACIÓN	Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Cómo califica la atención al cliente?	✓		✓		✓		
2	¿Considera usted, los promotores de servicio responden de manera rápida y confiable a sus preguntas?	✓		✓		✓		
3	¿Cómo califica los planes y programas de motivación el Banco?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2. RESOLUCION DE QUEJAS Y RECLAMACIONES	Si	No	Si	No	Si	No	
4	¿Cómo evalúa la actitud del promotor de servicios frente a un reclamo?	✓		✓		✓		
5	¿Cómo califica usted el seguimiento que el banco realiza a las quejas y reclamos de los clientes para darles solución?	✓		✓		✓		
6	¿Califique el tiempo de respuesta de una queja o reclamo?	✓		✓		✓		
	DIMENSION 3: CANALES DE ATENCIÓN	Si	No	Si	No	Si	No	
7	¿Califique la atención personalizada y rápida en la apertura de cuentas de ahorro por parte del gestor de servicio?	✓		✓		✓		
8	¿Cómo califica la atención en el canal telefónico para resolver sus dudas o reclamos?	✓		✓		✓		
9	¿Cómo califica la eficiencia del App o de la banca virtual (web) que el Banco brinda para realizar sus operaciones y transacciones ahorrando tiempo en sus servicios?	✓		✓		✓		
	DIMENSION 4: SATISFACCIÓN	Si	No	Si	No	Si	No	
10	¿Cómo evalúa los servicios prestados en el sentido de mejorar la calidad de servicio a los usuarios?	✓		✓		✓		
11	¿Cómo califica usted la capacidad de respuesta ante la solicitud de apertura de cuenta de ahorro?	✓		✓		✓		
12	¿Considera óptimo el nivel de empatía de los trabajadores del banco hacia los clientes?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Lic. García Yovera Abraham José

DNI: 80270538

Especialidad del validado: Dr. Gestión en Gestión Pública y Gobernabilidad.

20.de noviembre del 2021

20 de noviembre del 2021

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.

Anexo N° 03.- Matriz de Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Gestión de procesos	Señala que es un proceso de administración que ayuda a la organización a detectar problemas, formalizar y mantener el control en una organización con los procesos bien gestionados pensando primero en el cliente, siendo eficaces y controlados por medio de indicadores a los cuales se les hace seguimiento. Bravo (2013)	El instrumento consta de 12 preguntas para medir las dimensiones de la variable gestión de procesos	Evaluar Procesos	Descripción	Ordinal
				Identificar	
				Técnica	
			Mejora continua	Recolectar y analizar los datos	
				Verificar	
				Planificar	
			Diseño de Procesos	Búsqueda de Solución.	
				Método de Acción.	
				Diseño programado y continuo	
			Implementación	Competencia en el procedimiento	
				Estructura.	
				Tecnología	
Atención al cliente	Es gestionar correctamente la interacción con los clientes, y en específico su satisfacción, es determinante el triunfo o la derrota. Las compañías más conscientes de eso intentan encajar 2 partes primordiales: empleados y clientes, puesto que les proporciona una virtud competitiva sobre las otras, implementando un sistema de gestión para lograr clientes satisfechos con el servicio de atención. Pérez (2012)	El instrumento consta de 12 preguntas para medir las dimensiones de la variable gestión de procesos.	Proceso de Comunicación	Motivar	Ordinal
				Informar	
				Controlar	
			resolución de quejas y reclamaciones	Accesibilidad	
				Enfoque al cliente	
				Responsabilidad	
			Canales de atención	Personal	
				Telefónico	
				Electrónico	
			Satisfacción	Calidad	
				Capacidad de respuesta	
				Empatía	

Anexo 4. Matriz de consistencia

Variable	Objetivo	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	ÍTEMS	Escala de medición
¿De qué manera la gestión de procesos influye en la atención al cliente en un Banco Estatal, Piura?	<p>Objetivo General: Determinar el nivel de relación de la gestión de procesos y atención al cliente en un Banco Estatal, Piura.</p> <p>Objetivos específicos: Identificar el nivel de relación de la Gestión de procesos con los procesos de comunicación en un banco estatal, Piura</p> <p>Conocer el nivel de relación de la Gestión de procesos con la resolución de quejas y reclamos en un banco estatal, Piura</p> <p>Calificar el nivel de relación de la Gestión de procesos con los canales de atención en un banco estatal, Piura</p> <p>Identificar el nivel de relación de la Gestión de procesos con la satisfacción en un banco estatal, Piura</p>	Gestión de procesos	Señala que es un proceso de administración que ayuda a la organización a detectar problemas, formalizar y mantener el control en una organización con los procesos bien gestionados pensando primero en el cliente, siendo eficaces y controlados por medio de indicadores a los cuales se les hace seguimiento. Bravo (2013)	El instrumento consta de 12 preguntas para medir las dimensiones de la variable gestión de procesos	Evaluar Procesos	Descripción	1	Ordinal
						Identificar	2	
						Técnica	3	
					Mejora continua	Recolectar y analizar los datos	4	
						Verificar	5	
						Planificar	6	
		Diseño de Procesos	Búsqueda de Solución.		7			
			Método de Acción.		8			
			Diseño programado y continuo		9			
		Implementación	Competencia en el procedimiento		10			
			Estructura.		11			
			Tecnología		12			
Atención al cliente			Es gestionar correctamente la interacción con los clientes, y en específico su satisfacción, es determinante el triunfo o la derrota. Las compañías más conscientes de eso intentan encajar 2 partes primordiales: empleados y clientes, puesto que les proporciona una virtud competitiva sobre las otras, implementando un sistema de gestión para lograr clientes satisfechos con el servicio de atención. Pérez (2012)	El instrumento consta de 12 preguntas para medir las dimensiones de la variable atención al cliente	Proceso de Comunicación	Motivar	1	Ordinal
						Informar	2	
						Controlar	3	
					resolución de quejas y reclamaciones	Accesibilidad	4	
						Enfoque al cliente	5	
						Responsabilidad	6	
					Canales de atención	Personal	7	
						Telefónico	8	
						Electrónico	9	
					Satisfacción	Calidad	10	
						Capacidad de respuesta	11	
Empatía	12							

Anexo N° 05: Cuestionario

Estimado cliente el presente cuestionario contiene preguntas que permitirán realizar una investigación sobre la influencia de la gestión de procesos y atención al cliente en un Banco Estatal, Piura. Sus respuestas serán de mucha ayuda, por ello se le pide contestar con total honestidad. Cabe indicar que la información es privada y se usara para fines académicos.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas y marque con un aspa (X) la respuesta que Usted crea conveniente, en base a la siguiente escala.

Muy mala	Mala	Regular	Buena	Muy buena
1	2	3	4	5

¿Usted brinda su consentimiento para que la información que emita en esta encuesta sea utilizada en la investigación? SI () NO ()

ÍTEMS		MUY MALA	MALA	REGULAR	BUENA	MUY BUENA
DIMENSIÓN 1: EVALUAR PROCESOS						
1	¿Cómo calificaría el proceso de apertura de una cuenta en el banco?					
2	¿Cómo califica el tiempo de espera que se ocasiona para solicitar el servicio de aperturas de cuenta?					
3	¿Considera usted que los colaboradores del banco le ofrecen un servicio rápido?					
DIMENSIÓN 2: MEJORA CONTINUA						
4	¿Cómo considera los medios (ventanilla, web, vía móvil) que utiliza el banco para actualizar los datos de los clientes?					
5	¿Cómo considera el estado de los equipos tecnológicos que ofrece el banco para el uso de sus operaciones y/o transacciones?					
6	¿Cómo califica la planificación y organización que se realiza en el banco para cumplir los requerimientos en el Banco?					
DIMENSIÓN 3: DISEÑO DE PROCESOS						
7	¿Cómo califica usted la solución de una queja o reclamo de los clientes?					
8	¿En su opinión como es la acción oportuna que el banco utiliza frente a fallas del sistema en las operaciones?					
9	¿Cómo califica la implementación de una nueva opción de apertura de cuenta de ahorro mediante la página web?					

DIMENSIÓN 4: IMPLEMENTACIÓN						
10	¿Cómo evalúa usted el proceso de aperturas que se realizan en las demás instituciones financieras?					
11	¿Cómo califica la idea de implementar el proceso de manera sencilla y de fácil acceso?					
12	¿Cómo considera los equipos tecnológicos del banco respecto a otras entidades bancarias?					
ATENCIÓN AL CLIENTE						
ITEMS		MUY MALA	MALA	REGULAR	BUENA	MUY BUENA
DIMENSIÓN 1: PROCESOS DE COMUNICACIÓN						
1	¿Cómo califica la atención al cliente?					
2	¿Considera usted, los promotores de servicio responden de manera rápida y confiable a sus preguntas?					
3	¿Cómo califica los planes y programas de motivación el Banco?					
DIMENSIÓN 2: RESOLUCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES						
4	¿Cómo evalúa la actitud del promotor de servicios frente a un reclamo?					
5	¿Cómo califica usted el seguimiento que el banco realiza a las quejas y reclamos de los clientes para darles solución?					
6	¿Califique el tiempo de respuesta de una queja o reclamo?					
DIMENSIÓN 3: CANALES DE ATENCIÓN						
7	¿Califique la atención personalizada y rápida en la apertura de cuentas de ahorro por parte del gestor de servicio?					
8	¿Cómo califica la atención en el canal telefónico para resolver sus dudas o reclamos?					
9	¿Cómo califica la eficiencia del App o de la banca virtual (web) que el Banco brinda para realizar sus operaciones y transacciones ahorrando tiempo en sus servicios?					
DIMENSIÓN 4: SATISFACIÓN						
10	¿Cómo evalúa los servicios prestados en el sentido de mejorar la calidad de servicio a los usuarios?					
11	¿Cómo califica usted la capacidad de respuesta ante la solicitud de apertura de cuenta de ahorro?					
12	¿Considera óptimo el nivel de empatía de los trabajadores del banco hacia los clientes?					

Anexo N° 06: Nivel de confiabilidad variable Gestión de Proceso

Alfa de Cronbach	N de elementos
,726	12

	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
VAR00001	20,7000	16,900	,603	,694
VAR00002	20,8000	15,956	,772	,674
VAR00003	20,6000	13,600	,923	,625
VAR00004	20,8000	15,956	,772	,674
VAR00005	19,9000	28,100	-,785	,912
VAR00006	20,7000	15,122	,741	,663
VAR00007	21,3000	16,678	,671	,689
VAR00008	21,0000	15,556	,802	,666
VAR00009	21,2000	16,178	,709	,680
VAR00010	20,1000	13,211	,715	,644
VAR00011	19,9000	11,211	,945	,584
VAR00012	20,5000	19,611	-,151	,765

Anexo N° 07: Nivel de confiabilidad variable Atención al Cliente.

Alfa de Cronbach	N de elementos
,827	12

	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
VAR00001	18,1000	16,544	,639	,805
VAR00002	18,2000	15,733	,803	,792
VAR00003	17,7000	12,900	,756	,786
VAR00004	18,1000	16,544	,639	,805
VAR00005	18,5000	16,500	,651	,804
VAR00006	18,7000	19,344	-,056	,840
VAR00007	18,2000	15,956	,743	,797
VAR00008	18,3000	16,456	,306	,836
VAR00009	17,5000	14,500	,656	,797
VAR00010	18,0000	17,778	,375	,822
VAR00011	18,2000	19,289	-,080	,862
VAR00012	18,3000	16,011	,711	,798

Anexo N° 08: Tablas de frecuencia del instrumento

1. ¿Cómo calificaría el proceso de apertura de una cuenta en el Banco?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	2	4,0	4,0	4,0
	Malo	18	36,0	36,0	40,0
	Regular	21	42,0	42,0	82,0
	Bueno	8	16,0	16,0	98,0
	Muy Bueno	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

2. ¿Cómo califica el tiempo de espera que se ocasiona para solicitar el servicio de apertura de cuenta?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	3	6,0	6,0	6,0
	Malo	10	20,0	20,0	26,0
	Regular	27	54,0	54,0	80,0
	Bueno	8	16,0	16,0	96,0
	Muy Bueno	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

3. ¿Considera usted que los colaboradores del Banco le ofrecen un servicio rápido?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	3	6,0	6,0	6,0
	Malo	5	10,0	10,0	16,0
	Regular	19	38,0	38,0	54,0
	Bueno	14	28,0	28,0	82,0
	Muy Bueno	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

4. ¿Cómo considera los medios (ventanilla, web, vía móvil) que utiliza el Banco para actualizar los datos de los clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	3	6,0	6,0	6,0
	Malo	7	14,0	14,0	20,0
	Bueno	18	36,0	36,0	56,0
	Muy Bueno	22	44,0	44,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

5. ¿Cómo considera el estado de los equipos tecnológicos que ofrece el Banco para el uso de sus operaciones y/o transacciones?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	23	46,0	46,0	46,0
	Regular	16	32,0	32,0	78,0
	Bueno	6	12,0	12,0	90,0
	Muy Bueno	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

6. ¿Cómo califica la planificación y organización que se realiza para cumplir los requerimientos en el Banco?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	3	6,0	6,0	6,0
	Malo	6	12,0	12,0	18,0
	Regular	15	30,0	30,0	48,0
	Bueno	20	40,0	40,0	88,0
	Muy Bueno	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

7. ¿Cómo califica usted la solución de una queja o reclamo de los clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	8	16,0	16,0	16,0
	Malo	18	36,0	36,0	52,0
	Regular	12	24,0	24,0	76,0
	Bueno	6	12,0	12,0	88,0
	Muy Bueno	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

8. ¿En su opinión como es la acción oportuna que el Banco utiliza frente a fallas del sistema en las operaciones?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	5	10,0	10,0	10,0
	Malo	20	40,0	40,0	50,0
	Regular	13	26,0	26,0	76,0
	Bueno	8	16,0	16,0	92,0
	Muy Bueno	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

9. ¿Cómo califica la implementación de una nueva opción de apertura de cuenta de ahorro mediante página web?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	7	14,0	14,0	14,0
	Malo	3	6,0	6,0	20,0
	Regular	7	14,0	14,0	34,0
	Bueno	22	44,0	44,0	78,0
	Muy Bueno	11	22,0	22,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

10. ¿Cómo evalúa usted el proceso de aperturas que se realizan en las demás instituciones financieras?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	3	6,0	6,0	6,0
	Regular	11	22,0	22,0	28,0
	Bueno	25	50,0	50,0	78,0
	Muy Bueno	11	22,0	22,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

11. ¿Cómo califica la idea de implementar un proceso de apertura de cuentas sencillo y de fácil acceso?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	2	4,0	4,0	4,0
	Malo	2	4,0	4,0	8,0
	Regular	4	8,0	8,0	16,0
	Bueno	22	44,0	44,0	60,0
	Muy Bueno	20	40,0	40,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

12. ¿Cómo considera los equipos tecnológicos del banco respecto a otras entidades bancarias?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	2	4,0	4,0	4,0
	Malo	27	54,0	54,0	58,0
	Regular	12	24,0	24,0	82,0
	Bueno	6	12,0	12,0	94,0
	Muy Bueno	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

13. ¿Cómo califica la atención al cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	3	6,0	6,0	6,0
	Malo	11	22,0	22,0	28,0
	Regular	24	48,0	48,0	76,0
	Bueno	9	18,0	18,0	94,0
	Muy Bueno	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

14. ¿Considera usted, que los promotores de servicio responden de manera rápida y confiable a sus preguntas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	4	8,0	8,0	8,0
	Malo	13	26,0	26,0	34,0
	Regular	23	46,0	46,0	80,0
	Bueno	6	12,0	12,0	92,0
	Muy Bueno	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

15 ¿Cómo califica los planes y programas de motivación el Banco?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	4	8,0	8,0	8,0
	Malo	2	4,0	4,0	12,0
	Regular	12	24,0	24,0	36,0
	Bueno	21	42,0	42,0	78,0
	Muy Bueno	11	22,0	22,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

16. ¿Cómo evalúa la actitud del promotor de servicios frente a un reclamo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	3	6,0	6,0	6,0
	Malo	18	36,0	36,0	42,0
	Regular	16	32,0	32,0	74,0
	Bueno	8	16,0	16,0	90,0
	Muy Bueno	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

17. ¿Cómo califica usted el seguimiento que el Banco realiza a las quejas y reclamos de los clientes para darles solución?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	7	14,0	14,0	14,0
	Malo	14	28,0	28,0	42,0
	Regular	21	42,0	42,0	84,0
	Bueno	5	10,0	10,0	94,0
	Muy Bueno	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

18. ¿Califique el tiempo de respuesta de una queja o reclamo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	9	18,0	18,0	18,0
	Malo	21	42,0	42,0	60,0
	Regular	16	32,0	32,0	92,0
	Bueno	1	2,0	2,0	94,0
	Muy Bueno	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

19. ¿Califique la atención personalizada y rápida en la apertura de cuentas de ahorros por parte del gestor de servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	4	8,0	8,0	8,0
	Malo	25	50,0	50,0	58,0
	Regular	15	30,0	30,0	88,0
	Bueno	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

20. ¿Cómo califica la atención en el canal telefónico para resolver sus dudas o reclamos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	7	14,0	14,0	14,0
	Malo	8	16,0	16,0	30,0
	Regular	22	44,0	44,0	74,0
	Bueno	9	18,0	18,0	92,0
	Muy Bueno	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

21. ¿Cómo califica la eficiencia del App o de la banca virtual (web) que el Banco brinda para realizar sus operaciones y transacciones?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	2	4,0	4,0	4,0
	Malo	5	10,0	10,0	14,0
	Regular	21	42,0	42,0	56,0
	Bueno	18	36,0	36,0	92,0
	Muy Bueno	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

22. ¿Cómo evalúa los servicios prestados en el sentido de mejorar la calidad de servicio a los usuarios?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	2	4,0	4,0	4,0
	Malo	12	24,0	24,0	28,0
	Regular	31	62,0	62,0	90,0
	Bueno	4	8,0	8,0	98,0
	Muy Bueno	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

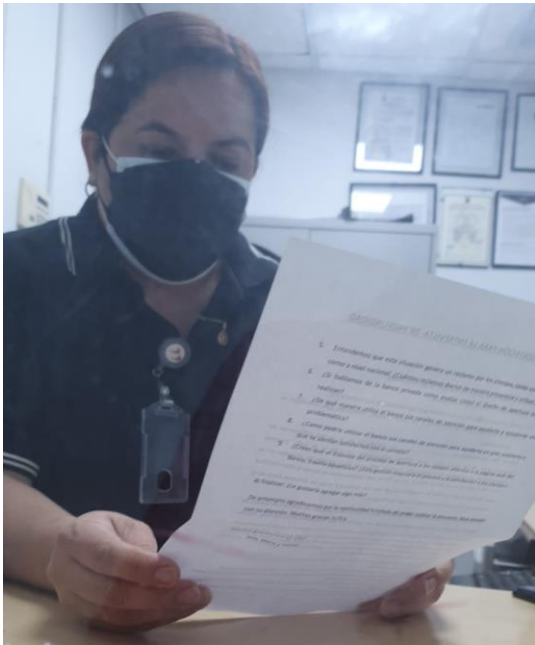
23. ¿Cómo califica usted la capacidad de respuesta ante la solicitud de apertura de cuenta de ahorro?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	5	10,0	10,0	10,0
	Malo	27	54,0	54,0	64,0
	Regular	11	22,0	22,0	86,0
	Bueno	6	12,0	12,0	98,0
	Muy Bueno	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

24. ¿Considera óptimo el nivel de empatía de los trabajadores del banco hacia los clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Malo	5	10,0	10,0	10,0
	Malo	11	22,0	22,0	32,0
	Regular	17	34,0	34,0	66,0
	Bueno	10	20,0	20,0	86,0
	Muy Bueno	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Anexo 09: Evidencias de trabajo de campo



Sra Zaida Guerra Vargas Administradora de la Agencia 3 Catilla- Dependencia A1 Piura



Se les entrego un presente a las encargadas de la agencia en agradecimiento por las facilidades otorgadas



La entrevista se desarrollo el dia 26 de noviembre brindandonos la facilidad para llevarla a cabo cumpliendo con los respectivos protocolos de bioseguridad para conocer la problemática.



Se realizó un sondeo entre los clientes averiguando el tipo de operación a realizar y en su mayoría se apersonaban por aperturas de cuentas de ahorro, aplicando encuestas a los clientes.



Los clientes al ser atendidos se muestran descontentos por el tiempo de espera, pero se ejecuta una comunicación efectiva para explicarles el proceso poder atenderlos.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, CHAVEZ GAMBINI MARIA DE JESUS, MOGOLLON CRUZ YULISSA LIZETH estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Gestión de procesos y atención al cliente en un banco estatal, Piura", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
CHAVEZ GAMBINI MARIA DE JESUS DNI: 72247235 ORCID 000000021686479X	Firmado digitalmente por: DCHAVEZGA91 el 04-08-2022 16:00:53
MOGOLLON CRUZ YULISSA LIZETH DNI: 47432251 ORCID 0000-0001-7422-2886	Firmado digitalmente por: YMOGOLLONC el 04-08-2022 15:27:24

Código documento Trilce: INV - 0795478