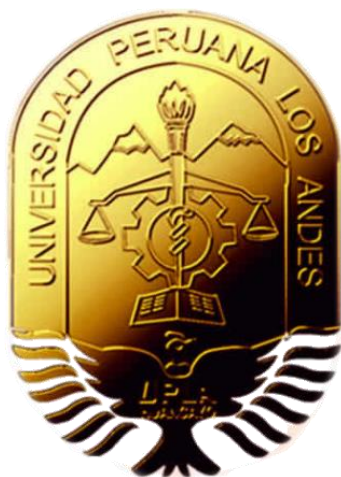


UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL



TESIS

**PROCESO DE MEJORA CONTINUA PARA OPTIMIZAR LA
CALIDAD DE ATENCIÓN EN UN BANCO**

**Líneas de investigación: Ciencias Empresariales y Gestión de los
Recursos.**

Sub líneas de investigación: Gestión Empresarial.

Presentado por

Bach. Herrera Aguallo, Jan Kevin.

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERO INDUSTRIAL**

Huancayo - Perú

2018

ING. RUÍZ BUSTAMANTE, SANDRO ENRIQUE.

ASESOR TEMÁTICO

MG. PACHAS HUAYTÁN, JORGE VLADIMIR.

ASESOR METODOLÓGICO

Dedicatoria.

Este trabajo lo dedico a mis padres que desde un comienzo creyeron en mí y siempre estuvieron apoyándome.

Jan Kevin Herrera Aguallo.

Agradecimiento.

- *A Dios, Por darme la vida y la salud para ser una buena persona día a día..*
- *A mis asesores por dar su tiempo y dedicación para mejorar y poder realizar un buen trabajo de tesis.*
- *A mis compañeros de estudios de los cuales siempre tuve su apoyo incondicional.*

Jan Kevin Herrera Aguallo.

**HOJA DE CONFORMIDAD DE MIEMBROS DEL JURADO DE
SUSTENTACIÓN DE TESIS**

Dr. Casio Aurelio, Torres López
Presidente

.....
Jurado Revisor

.....
Jurado Revisor

.....
Jurado Revisor

Mg. Miguel Ángel, Carlos Canales
Secretario Docente

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	VI
ÍNDICE DE CUADROS.....	IX
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	X
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XI
RESUMEN.....	XII
ABSTRACT.....	XIII
INTRODUCCIÓN.....	XIV
 CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	 16
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	16
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	18
1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS.....	18
1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
1.3.1. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA O SOCIAL.....	18
1.3.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.....	19
1.4. DELIMITACIONES.....	19
1.4.1. DELIMITACIÓN ESPACIAL.....	19
1.4.2. DELIMITACIÓN TEMPORAL.....	20
1.4.3. DELIMITACIÓN ECONÓMICA.....	20
1.5. LIMITACIONES.....	20
1.6. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	21

1.6.1. OBJETIVO GENERAL	21
1.6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	21
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	22
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	22
2.1.1. ANTECEDENTES NACIONALES	22
2.2. MARCO CONCEPTUAL	41
2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS	48
2.4. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS	53
2.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	54
2.5. VARIABLES	54
2.6. DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE	54
2.7. DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LA VARIABLE.	55
2.8. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.	56
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	58
3.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	58
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN	58
3.3. NIVEL DE INVESTIGACIÓN	58
3.4. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	59
3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	59
3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.	60
3.7. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	62
3.8. TÉCNICAS Y ANÁLISIS DE DATOS.....	62
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	65

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS	103
CONCLUSIONES	108
RECOMENDACIONES.....	110
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	111
ANEXOS	113

ÍNDICE DE CUADROS

- Cuadro 1 - Niveles de la variable 1: Proceso de la Mejora Continua; **Error! Marcador no definido.**
- cuadro 2 - Niveles de la variable 2: Calidad de atención; **Error! Marcador no definido.**
- cuadro 3 - Estrato de la muestra ; **Error! Marcador no definido.**
- cuadro 4 - Datos “FOCUS GROUP” 72
- cuadro 5 - Diagrama de Ishikawa - Variable 1 ; **Error! Marcador no definido.**
- cuadro 6 - Diagrama de Ishikawa – Variable 2 ; **Error! Marcador no definido.**
- Cuadro 7 - Niveles de la Variable 1: Proceso de la Mejora Continua; **Error! Marcador no definido.**
- Cuadro 8 - Niveles de Dimensión 1: Planificar ; **Error! Marcador no definido.**
- Cuadro 9 - Niveles de Dimensión 2: Hacer ; **Error! Marcador no definido.**
- Cuadro 10 - Niveles de Dimensión 3: Verificar ; **Error! Marcador no definido.**
- Cuadro 11 - Niveles de Dimensión 4: Actuar ; **Error! Marcador no definido.**
- Cuadro 12 - Niveles de la Variable 2: Calidad de Atención; **Error! Marcador no definido.**
- Cuadro 13 - Niveles de Dimensión 1: Fiabilidad ; **Error! Marcador no definido.**
- Cuadro 14 - Niveles de Dimensión 2: Calidad de Servicio; **Error! Marcador no definido.**
- Cuadro 15 - Niveles de Dimensión 3: Calidad Funcional; **Error! Marcador no definido.**
- Cuadro 16 - Niveles de Dimensión 4: Calidad Técnica . ; **Error! Marcador no definido.**
- Cuadro 17 - Coeficiente de Correlación ; **Error! Marcador no definido.**
- Cuadro 18 - Coeficiente de Correlación ; **Error! Marcador no definido.**
- Cuadro 19 - Coeficiente de Correlación ; **Error! Marcador no definido.**
- Cuadro 20 - Coeficiente de Correlación ; **Error! Marcador no definido.**

Cuadro 21 - Coeficiente de Correlación **¡Error! Marcador no definido.**

ÍNDICE DE GRÁFICOS

- Gráfico 1- Matriz Foda **¡Error! Marcador no definido.**
- Gráfico 2 - Niveles de la Variable 1: Proceso de la Mejora Continua;**¡Error! Marcador no definido.**
- Gráfico 3 - Niveles de la Variable 1: Proceso de la Mejora Continua;**¡Error! Marcador no definido.**
- Gráfico 4 - Niveles de dimensión 1: Planificar **¡Error! Marcador no definido.**
- Gráfico 5 - Niveles de dimensión 1: Planificar **¡Error! Marcador no definido.**
- Gráfico 6 - Niveles de Dimensión 2: Hacer **¡Error! Marcador no definido.**
- Gráfico 7 - Niveles de Dimensión 2: Hacer **¡Error! Marcador no definido.**
- Gráfico 8 - Niveles de Dimensión 3: Verificar **¡Error! Marcador no definido.**
- Gráfico 9 - Niveles de Dimensión 3: Verificar **¡Error! Marcador no definido.**
- Gráfico 10 - Niveles de Dimensión 4: Actuar **¡Error! Marcador no definido.**
- Gráfico 11 - Niveles de Dimensión 4: Actuar **¡Error! Marcador no definido.**
- Gráfico 12 - Niveles de la Variable 2: Calidad de Atención;**¡Error! Marcador no definido.**
- Gráfico 13 - Niveles de la Variable 2: Calidad de Atención;**¡Error! Marcador no definido.**
- Gráfico 14 - Niveles de Dimensión 1: Fiabilidad..... **¡Error! Marcador no definido.**
- Gráfico 15 - Niveles de Dimensión 1: Fiabilidad..... **¡Error! Marcador no definido.**
- Gráfico 16 - Niveles de Dimensión 2: Calidad de Servicio;**¡Error! Marcador no definido.**
- Gráfico 17 - Niveles de Dimensión 2: Calidad de Servicio;**¡Error! Marcador no definido.**
- Gráfico 18 - Niveles de Dimensión 3: Calidad Funcional;**¡Error! Marcador no definido.**

definido.

Gráfico 19 - Niveles de Dimensión 3: Calidad Funcional; **Error! Marcador no**

definido.

Gráfico 20 - Niveles de Dimensión 4: Calidad Técnica. **Error! Marcador no definido.**

Gráfico 21 - Niveles de Dimensión 4: Calidad Técnica. **Error! Marcador no definido.**

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 - Matriz de consistencia	114
Anexo 2 - Cuestionario de encuesta	116
Anexo 3 - Fichas de validación N° 1	117
Anexo 4 - Fichas de validación N° 2	118
Anexo 5 - Fichas de validación N° 3	119
Anexo 6 - Fichas de validación N° 4	120
Anexo 7 - Cuadro de análisis Pre Test y Post Test de la Variable 2	121
Anexo 8 - Datos registrados del Pre Test la Variable Calidad de Atención.....	122
Anexo 9 - Agencia San Carlos - Huancayo	123
Anexo 10 - Agencia Sucursal Huancayo	123
Anexo 11 - Agencia El Tambo	124
Anexo 12 - Agencia Real Plaza - Huancayo	124
Anexo 13 - Agencia Metro Chilca.....	125
Anexo 14 - Agencia Mantaro - El Tambo	125
Anexo 15 - Agencia Constitución - Huancayo	126

RESUMEN

Esta investigación tiene como problema general: ¿De qué manera influye el proceso de mejora continua en la calidad de atención en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo?, el objetivo general: Determinar la influencia del proceso de mejora continua en la calidad de atención en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo, y la hipótesis general que debe verificar es: El proceso de mejora continua influye en la calidad de atención en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo.

El método de investigación general es el científico, la investigación es de tipo aplicada de nivel correlacional y diseño es experimental. La población estuvo conformada por los clientes del banco y gracias a la fórmula de población infinita la muestra es 385 clientes del Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo.

La conclusión principal es: El proceso de mejora continua influye en la calidad de atención en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo, tiene como resultado $Z = -56.77$, se acepta la hipótesis Alternativa (H1); teniendo un 39.74% en la evaluación Pre Test, para ello se identificó que la falta de experiencia laboral, era un factor que se tenía que hacer un seguimiento para luego capacitar al personal, alcanzando un 85.74% en la evaluación del Post Test.

Palabra Clave: Proceso de mejora continua, calidad de atención, fiabilidad, calidad funcional.

ABSTRACT

This research has as a general problem: In what way does the process of continuous improvement in the quality of care at the Banco de Crédito del Perú in the city of Huancayo influence? The general objective: Determine the influence of the process of continuous improvement in the quality of attention at the Banco de Crédito del Perú in the city of Huancayo, and the general hypothesis that must be verified is: The process of continuous improvement influences the quality of service at Banco de Crédito del Perú in the city of Huancayo.

The general research method is the scientific one, the research is applied type correlational level and experimental design. The population was made up of the clients of the bank and thanks to the formula of infinite population, the sample is 385 clients of Banco de Crédito del Perú in the city of Huancayo.

The main conclusion is: The process of continuous improvement influences the quality of attention in the Banco de Crédito del Perú in the city of Huancayo, results in $Z = -56.77$, the Alterna hypothesis (H1) is accepted; having a 39.74% in the Pre-test evaluation, for this it was identified that the lack of work experience was a factor that had to be followed up to then train the staff, reaching 85.74% in the evaluation of the Post Test.

Keyword: Process of continuous improvement, quality of attention, reliability, functional quality.

INTRODUCCIÓN

Señor Presidente del jurado examinador y señores miembros del jurado, presento a vuestro ilustrado criterio, la tesis de investigación titulada: Proceso de mejora continua para optimizar la calidad de atención en un banco, el cual se ha elaborado, según las normas brindadas por la Facultad de Ingeniería de la Universidad Peruana Los Andes.

La presente investigación tiene la finalidad de determinar la influencia que existe en el proceso de mejora continua y la calidad de atención, para lo cual se realizó un diagnóstico de la atención que se brinda al cliente del Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo. Por todo esto, el presente trabajo de investigación en cumplimiento del reglamento de grados y títulos de la Universidad Peruana Los Andes, se da a conocer para obtener el título de Ingeniero Industrial, la investigación para su mayor comprensión consta de cinco capítulos, analizadas y distribuidos de la siguiente manera:

El Capítulo I, trata el problema de la investigación, presento el planteamiento y la formulación del problema, las justificaciones, las delimitaciones, las limitaciones y termina con el objetivo general y específico de la investigación.

El Capítulo II, trata el marco teórico, se ve los antecedentes de la investigación, marco conceptual, definición de términos, formulación de hipótesis, las variables y operacionalización de variables.

El Capítulo III, trata la metodología de la investigación, ahí se ve el método, el tipo, el nivel, el diseño de la investigación; la población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos.

El Capítulo IV, trata los resultados de la primera variable Proceso de Mejora

continua y sus cuatro dimensiones, los resultados de la segunda variable calidad de servicio y sus cuatro dimensiones, y por último se representa la prueba y su contrastación de hipótesis.

El Capítulo V, trata sobre la discusión de resultados de la investigación.

Culminando esta investigación se verá las conclusiones, recomendaciones, referencia bibliográfica y anexos.

En espera de su aprobación.

Jan Kevin Herrera Aguallo.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

Si bien es cierto la calidad y la excelencia en la atención es un rasgo y parámetro vital en la cultura empresarial, es un ámbito privado donde es fundamental la satisfacción de necesidades y expectativas del cliente, para lograr la diferenciación frente a la competencia y de vinculación del cliente, ello es relativamente novedoso en el sector público y privado, que al realizar un estudio de atención al cliente, se observará la disposición que brinda cada empresa para satisfacer sus necesidades. Siendo así la calidad de atención un requisito indispensable y fundamental en todo tipo de empresas.

Así mismo el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo tiene como meta satisfacer las necesidades del cliente y fidelizarlo, para tener un crecimiento en el mercado financiero y buscar oportunidades de mejorar la calidad de atención. Gracias a la metodología de Deming, se usará como variable independiente el Proceso de la Mejora Continua para realizar mejoras que ayudarán:

1. Con la fiabilidad al cliente, brindándoles una mejor confianza y disponibilidad para cuando el cliente requiera de sus servicios.
2. La calidad de servicio, es también parte fundamental ya que todo parte del primer contacto que se tiene con el cliente.
3. Calidad funcional, con ello deseamos que, el cliente pueda encontrar todo lo que necesite para sentirse satisfecho de la atención brindada.
4. La calidad técnica, reforzando mediante capacitaciones la mejora de atención para saber solucionar todo tipo de inconvenientes que pueda tener el cliente.

Con ello se estará en constante crecimiento como empresa financiera, para lograr metas establecidas por la Gerencia a nivel regional y nacional, la finalidad es ser el mejor banco a nivel del país.

(García Garrido, 2011), “La calidad de servicio al cliente forma parte fundamental de toda organización; pequeñas, medianas o grandes empresas deben realizar considerables esfuerzos para poder servir al cliente de la manera efectiva y eficiente. Recordemos que esta es la razón de ser de la organización”.

(Rodríguez Flores, 2014), “En la actualidad, lograr la plena satisfacción del cliente es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la mente de los clientes y por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener satisfecho a cada cliente”.

(Ñahuirima Tica, 2015), “En el Perú hay empresas que toman en cuenta como factor principal la calidad de servicio, y como resultado se observa muy buenas expectativas de los clientes hacia el producto o servicio que consumen, mientras que en otras empresas no existe la concepción de calidad y satisfacción del cliente.

Sin embargo hoy en día muchas empresas saben que están dando toda la capacidad ante la calidad de servicio y esto puede con llevar a una insatisfacción del cliente”.

Gracias a la metodología de Deming “la mejora continua”, se podrá realizar mejoras que ayudarán a disminuir el tiempo y brindar mejor la satisfacción a los clientes.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema General

¿De qué manera influye el proceso de mejora continua en la calidad de atención en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo?

1.2.2. Problemas Específicos

- a) ¿Cuál es la influencia del proceso de mejora continua en la fiabilidad en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo?
- b) ¿Qué efecto produce el proceso de mejora continua en la calidad de servicio en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo?
- c) ¿Cómo influye el proceso de mejora continua en la calidad funcional en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo?
- d) ¿Cuáles serían los efectos del proceso de mejora continua en la calidad técnica en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo?

1.3. Justificación de la investigación

1.3.1. Justificación práctica o social

La investigación que se realizó es para conocer cómo influye el proceso de mejora continua a través de la calidad de atención en el entorno social, que se basa en hacer, en actuar, en verificar y en realizar. Para obtener esa mejora continua que será de utilidad tanto para las instituciones, organizaciones

educativas, empresas privadas, empresas públicas. Así poder tener una mejor atención que permitirá avanzar de una manera más óptima en todo lo relacionado con las entidades financieras.

1.3.2. Justificación Metodológica

El siguiente trabajo de investigación tiene una justificación metodológica de proceso teórico – práctico, en la cual se propuso una metodología que permita evaluar la calidad de atención que reciben los clientes del banco, para ello usaremos el cuestionario de encuestas como herramienta.

(Sotolongo González, 2003), “La calidad de cualquier servicio está en relación directa con la satisfacción de las expectativas que un cliente tiene sobre ese servicio y la misma, es factible de medirse, evaluarse y gestionarse. En este trabajo se propone una metodología para evaluar la calidad de los servicios aplicándolo después en una empresa de servicios informáticos”.

1.4. Delimitaciones

1.4.1. Delimitación Espacial.

La siguiente investigación se llevó a cabo en las áreas de servicio que tienen contacto directo con el cliente, como son las ventanillas del promotor de servicio, los módulos de asesores de ventas en las agencias del Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo, ubicadas en las siguientes direcciones:

- a) Agencia Huancayo - Calle Real 1013, Huancayo.
- b) Agencia Real Plaza Huancayo - Av. Ferrocarril 1035, Huancayo.
- c) Agencia Constitución - Esq. Av. Real Y Paseo La Breña 505, Huancayo.
- d) Agencia San Carlos - Av. Uruguay N°767-777, Huancayo.
- e) Agencia Metro Chilca – Av. 9 de Diciembre 599, Chilca.
- f) Agencia El Tambo – Av. Nemesio Ruez, El Tambo.

g) Agencia Mantaro – Calle Mariscal Castilla, El Tambo.

1.4.2. Delimitación Temporal.

El siguiente trabajo de investigación tiene como delimitación temporal un tiempo de seis meses, que es el tiempo de dos campañas (3 meses cada uno), el cual al finalizar los seis meses se obtuvo las conclusiones de la investigación, donde se evaluó durante todo ese tiempo el desempeño de los trabajadores en la atención que brindan al cliente, ya que las metas de ventas cambian cada trimestre. Iniciando el mes de Abril y terminando en el mes de Septiembre del año 2018.

1.4.3. Delimitación Económica.

La delimitación económica tiene un financiamiento personal, se basó en una inversión de acuerdo a la necesidad para así llevar a cabo el desarrollo de la investigación, así conocer los gastos utilizados durante el proceso de aplicación como en las encuestas realizadas a los trabajadores, según la proforma propuesta y dirigida al Banco de Crédito del Perú en la agencia Sucursal Huancayo, en el gasto se usaron los siguientes útiles de escritos como fuente de trabajo:

- Lapiceros.
- Hojas.
- Impresiones.
- Movilidad.
- Recargas telefónicas.

1.5. Limitaciones

En la tesis Proceso de mejora continua en la calidad de atención en un banco, se realizó la investigación a los clientes del Banco de crédito del Perú en la

ciudad de Huancayo, con su debida autorización siendo una encuesta breve y rápida de realizar ya que la Gerencia del banco recomendó no incomodar a los clientes, puesto que la mayoría de ellos siempre están contra el tiempo para sus transacciones, y se quiere optimizar el tiempo de atención. Además ellos reciben una encuesta por medio de la empresa IPSOS a través de su correo electrónico, la cual envía información al banco y es de información privada.

Por otro lado, los instrumentos que se utilizaron fueron las encuestas, entrevistas y reuniones de planeamientos estratégicos dirigida al trabajador basadas en las normas de la ISO 9001: 2015, por lo cual la gerencia del banco indicó que es la manera más óptima para conocer la opinión del colaborador.

1.6. Objetivos de la investigación

1.6.1. Objetivo General

Determinar la influencia del proceso de mejora continua en la calidad de atención en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo.

1.6.2. Objetivos Específicos

- a) Determinar la influencia del proceso de mejora continua en la fiabilidad.
- b) Indicar los efectos del proceso de mejora continua en la calidad de servicio.
- c) Demostrar la influencia del proceso de mejora continua en la calidad funcional.
- d) Validar los efectos del proceso de mejora continua en la calidad técnica.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes Nacionales

(Rodriguez FLores, 2014), “En la actualidad, lograr la plena satisfacción del cliente es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la mente de los clientes y por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener satisfecho a cada cliente. Adoptar una nueva filosofía para mantenerse en el mercado de hoy es imprescindible, pues los clientes son cada día más exigentes, sus expectativas y necesidades cambian a cada instante y estar alerta para poderlos satisfacer es la primera tarea de las organizaciones de servicio. Por ese motivo, resulta de vital importancia que, tanto mercadólogos como todas las personas que trabajan en una empresa u organización, conozcan cuáles son los beneficios de lograr la satisfacción del cliente, cuáles son los niveles de satisfacción y cómo medirlo, para que estén mejor capacitadas para coadyuvar activamente con todas las tareas que apuntan a lograr la tan anhelada satisfacción del cliente” de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo – Huaraz, la investigación llegó a las siguientes conclusiones:

- “Se determinó que la calidad de servicio influye desfavorablemente en la satisfacción del cliente en el Banco de la Nación Agencia 2 Huaraz periodo 2014, esto se corrobora mediante el coeficiente de Spearman, con la cual se obtuvo el valor de 0.87, existiendo una relación positiva o directa”, según (Rodriguez FLores, 2014).
- “Conforme a los resultados obtenidos en la presente investigación se ha determinado que la capacidad de respuesta del proceso de calidad del servicio, se relaciona positiva y significativamente con la satisfacción del cliente del Banco de la Nación Agencia 2 Huaraz; corroborado con el coeficiente de correlación de Spearman, habiendo obtenido un valor de 0.80, el mismo que indica que existe una relación positiva y significativa”, según (Rodriguez FLores, 2014).
- “El análisis de los datos obtenidos se determina que la comunicación en el proceso de calidad de servicio se relaciona positiva y significativamente con la satisfacción del cliente del Banco de la Nación Agencia 2 Huaraz, habiendo obtenido un valor de 0.76 en el coeficiente de correlación de Spearman, dando como resultado la existencia de una relación positiva y significativa”, según (Rodriguez FLores, 2014).
- “Conforme a los resultados obtenidos en la presente investigación se determinó que la fiabilidad en el proceso de calidad de servicio, se relaciona positiva y significativamente con la satisfacción del cliente del Banco de la Nación Agencia 2 Huaraz, corroborado con el coeficiente de relación de Spearman, habiendo obtenido un valor de 0.53, existiendo una relación positiva y significativa”, según

(Rodríguez Flores, 2014).

(Vergara Lévano, 2017), “La calidad es una manera constante de crear valor para los clientes y la misión de las empresas es captar la mayor cantidad de éstos para obtener rentabilidad y fidelidad a largo plazo. Bajo esta premisa, se hace necesario medir la calidad con que se trata a cada cliente y mejorar los estándares de atención para lograr la rentabilidad esperada por cada organización. El siguiente trabajo de investigación se enfoca en mejorar los índices de calidad a través de la reducción en los tiempos de espera en el proceso de atención, no solo con el fin de generar ahorro en el rubro económico, sino también para que se pueda innovar con un sistema más ágil al momento de que el cliente se acerque a un banco a realizar sus transacciones. Siguiendo el enfoque propuesto, se desarrolla el siguiente trabajo de investigación, en el que se analiza cómo es la situación actual de los tiempos de espera; luego de ello se analiza cómo podría mejorarse la perspectiva actual y se plantea una propuesta de solución” de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) – Lima, la investigación llegó a las siguientes conclusiones:

- “De las tres metodologías presentadas para la solución del problema se utilizó la Gestión por Procesos, ya que esta metodología obtuvo el mayor puntaje, 4.35 de un máximo de 5 frente a las demás”, según (Vergara Lévano, 2017).
- “Se ha estimado que la propuesta de mejora asciende a un costo aproximado de S/. 77,300.00, asimismo, el ahorro que traería la misma para el banco asciende a un monto aproximado anual de S/. 183,000.00”, según (Vergara Lévano, 2017).

- “El enfoque basado en Gestión por Procesos y la Mejora Continua reflejan la importancia de llevar un plan de control, monitoreo y seguimiento de los procesos en orden de conocer los resultados obtenidos y se verifica que se cumple con el objetivo planteado: el tiempo de espera disminuyó de 6.5 minutos a 3.5 minutos”, según (Vergara Lévano, 2017).
- “De acuerdo al resultado obtenido en el VAN y el TIR, el proyecto es viable y la inversión se comienza a recuperar en el sexto año con una tasa interna de retorno del 56%”, según (Vergara Lévano, 2017).

(Quiliche Villanueva, Propuesta de un diseño de mejora del proceso de atención de clientes para mejorar la calidad del servicio de una entidad Bancaria., 2016), “El presente estudio se ha elaborado con el fin de presentar un diseño de mejora del proceso de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio de la Entidad Bancaria de la ciudad de Cajamarca específicamente del área de plataforma. La metodología para el estudio del servicio de atención al cliente emplea encuestas realizadas a clientes, trabajadores y una entrevista al supervisor de la Entidad Bancaria con la finalidad de identificar los problemas ocurridos dentro del proceso de atención al cliente del área de plataforma, y por siguiente conocer las causas”, de la Universidad Privada del Norte – Cajamarca, la investigación llegó a las siguientes conclusiones:

- “El proceso de atención al cliente ha mejorado con respecto a las principales causas de los indicadores bajos de calidad tales como respuesta a los requerimientos, la falta de experiencia del personal, la falta de capacitación y la empatía con crecimientos de 43.68%,15.99% y 24.14% respectivamente esto gracias a las herramientas

implementadas”, según (Quiliche Villanueva, Propuesta de un diseño de mejora del proceso de atención de clientes para mejorar la calidad del servicio de una entidad Bancaria., 2016).

- “Se realizó un diagnóstico a la situación actual del área de plataforma de la Entidad Bancaria donde se observa que existen muchas causas que permiten que la atención al cliente no sea eficiente permitiendo indicadores bajos en calidad. Clientes insatisfechos por la demora de respuestas, personal no cuenta con herramientas que le permitan solucionar problema de los clientes, el personal nuevo si bien es capacitado antes de ingresar al puesto al momento de atender al cliente al no conocer bien los procesos debido a su inexperiencia el cliente percibe el nerviosismo, la falta de conocimiento de algunos procesos lo que ocasiona una atención inadecuado por parte del empleado”, según (Quiliche Villanueva, Propuesta de un diseño de mejora del proceso de atención de clientes para mejorar la calidad del servicio de una entidad Bancaria., 2016).
- “Las causas principales que afecta los indicadores bajos de calidad en atención al cliente son la falta de capacitación en atención al cliente, la inexperiencia del personal el cual trae en consecuencia la falta de empatía hacia el cliente, falta de líneas telefónicas que ocasionan que se saturen”, según (Quiliche Villanueva, Propuesta de un diseño de mejora del proceso de atención de clientes para mejorar la calidad del servicio de una entidad Bancaria., 2016).
- “Se diseñó el mejoramiento del proceso de atención al cliente, este nuevo proceso permitirá que se reduzcan los tiempos de respuesta,

personal capacitado para una buena atención en el cliente, herramientas soporte que ayuden al empleado nuevo todo lo implementado permitirá incrementar los indicadores de calidad”, según (Quiliche Villanueva, Propuesta de un diseño de mejora del proceso de atención de clientes para mejorar la calidad del servicio de una entidad Bancaria., 2016).

(Gutierrez Londoño, 2010), “La presente tesis se desarrolló en la empresa Corporación de Ingeniería Arnao S.A., que es una empresa que brinda servicio de mantenimiento y fabricación de equipos. La investigación se basó en la aplicación de la metodología PHVA para mejorar la productividad en el servicio de mantenimiento. Se emplearon diversas herramientas de mejora continua para medir los indicadores iniciales y luego contrastarlos con los resultados evaluados después de la ejecución de los planes de acción como la implementación de un procedimiento para el desarrollo del servicio de mantenimiento preventivo, donde se logró verificar las mejoras significativas en el proceso, logrando cumplir los objetivos planteados al emprender el estudio de investigación”, la investigación llegó a las siguientes conclusiones:

- “Se constató al objetivo general de la investigación, Determinar en que medida la aplicación de la mejora continua incrementará la productividad en el servicio de mantenimiento de equipos en la empresa corporación de ingeniería Arnao S.A. por lo que se concluye que la productividad de la empresa se incrementó en base a la implementación de la mejora continua PHVA de 62% a 77%, es decir se logró incrementar en un 15%.”, según (Gutierrez Londoño, 2010).
- “Referente a mi primer objetivo específico, Se constató al objetivo general de la investigación, Determinar en qué medida la aplicación de

la mejora continua incrementara la eficiencia en el servicio de mantenimiento de equipos en la empresa corporación de ingeniería Arnao S.A. Se evaluó la cantidad producida durante 25 días antes y 25 días después de la implementación, como resultado se obtuvo que la eficiencia se incrementó de 82% a 91%, es decir se logró incrementar en un 9%.”, según (Gutierrez Londoño, 2010).

- “Referente a mi segundo objetivo específico, Se constató al objetivo general de la investigación, Determinar en qué medida la aplicación de la mejora continua incrementara la eficacia en el servicio de mantenimiento de equipos en la empresa corporación de ingeniería Arnao S.A. Se evaluó la cantidad producida durante 25 días antes y 25 días después de la implementación, como resultado se obtuvo que la eficacia se incrementó de 76% a 84%, es decir se logró incrementar en un 8%”, según (Gutierrez Londoño, 2010).

(Isuiza Flores, 2017), “El objetivo de la presente investigación fue determinar como la aplicación del método PDCA mejora de la calidad de atención al cliente en las tiendas propias franquiciadas de Entel en la empresa NetCall Perú S.A.C, Santa Anita, 2017, donde la población de estudio considera por los dos días de atención realizados en la TPF Plaza San Miguel durante los meses Enero - Febrero (pre) y Mayo – Junio (post) tomando como referencia los resultados de análisis, tanto de la gestión en general, lo cual incluye el servicio facilitado al cliente por parte de Entel como el servicio que se facilita de cara al cliente (atención), la cual nos permitirá identificar el problema en sí, para luego proceder a establecer estrategias que nos ayuden a determinar una solución inmediata como periódica, esta investigación es de

tipo explicativo, con un diseño cuasi-experimental, para la obtención de resultados se utilizó los datos facilitados por la empresa Entel, tratando solo aquellos datos para fines académicos, estos fueron procesados en combinación con el programa Excel y Spss Statistics”, la investigación llegó a las siguientes conclusiones:

- “Se concluye que la Calidad mejora mediante la aplicación del método PDCA, ya que antes de su aplicación se puede observar que la calidad promedio era del 55% y esta aumenta al 76%, demostrando que la calidad después de aplicar el método PDCA mejoro con un incremento de 21 puntos porcentuales, garantizándonos su efectividad para ser aplicada en otro grupo de población”, según (Isuiza Flores, 2017).
- “Se concluye que la Fiabilidad mejora mediante la aplicación del método PDCA, ya que antes de su aplicación se puede observar que la Fiabilidad promedio era del 74% y esta aumenta al 90%, demostrando que la Fiabilidad después de aplicar el método PDCA mejoro con un incremento de 16 puntos porcentuales, garantizándonos su efectividad para ser aplicada en otro grupo de población”, según (Isuiza Flores, 2017).
- “Se concluye que la Satisfacción mejora mediante la aplicación del método PDCA, ya que antes de su aplicación se puede observar que la Satisfacción promedio era del 74% y esta aumenta al 85%, demostrando que la Satisfacción después de aplicar el método PDCA mejoro con un incremento de 11 puntos porcentuales, garantizándonos su efectividad para ser aplicada en otro grupo de población”, según (Isuiza Flores, 2017).

(Ugaz Flores, 2012), “La calidad tiene diferentes perspectivas y definiciones que han ido evolucionando con el transcurso del tiempo. En primera instancia, una visión general de la calidad es como un proceso que comienza por el conocimiento de las necesidades de los clientes, consiguiéndose a través de la puesta a disposición de los productos y/o servicios para la satisfacción de estas necesidades y se prolonga hasta la asistencia y el servicio después de la venta”. Pontificia Universidad Católica del Perú.

2.1.2. Antecedentes Internacionales

(De La Cerda Gordillo, 2006), “Determinando cuales son las necesidades del cliente y buscarle soluciones viables para satisfacer sus necesidades, para buscarle una solución a sus inquietudes los ejecutivos del servicio tienen que estar preparados para la atención en búsqueda de soluciones, y a su vez altamente motivados, puesto que, de su trabajo depende que la organización llegue a los niveles de venta deseados, la calidad del servicio no la impone la organización sino el cliente en si pues, él es quien recibe el producto o el servicio, y determina si el servicio fue de calidad y logró satisfacer sus necesidades, asimismo, le atribuye al servicio un punto preponderante para la adquisición del producto y/o servicio” de la Universidad de San Carlos - Guatemala, la investigación llegó a las siguientes conclusiones:

- “El cliente por naturaleza es cada vez más exigente, por tal razón, es importante implantar nuevas estrategias que le llamen la atención para fidelizarlo con la institución”, según (De La Cerda Gordillo, 2006).
- “El mejor servicio es el que proporciona uno mismo”, según (De La Cerda Gordillo, 2006).

- “La calidad en servicio la proporcionan los ejecutivos de servicio y estos fueron seleccionados para este trabajo por sus características de personalidad y su alto grado de satisfacción al servir”, según (De La Cerda Gordillo, 2006).
- “Los reclamos son una fuente de beneficios, ya que, con estos se buscará la forma de obtener cero defectos”, según (De La Cerda Gordillo, 2006).
- “La estrategia en el servicio se determina a través de cuatro componentes básicos que son la tranquilidad, la integridad, el orgullo y la pasión”, según (De La Cerda Gordillo, 2006).
- “Los ejecutivos del servicio tienen como misión orientar a los clientes en la adquisición de un servicio y estos son los que con su amabilidad transmiten confianza, lo que origina que el cliente se decida a consumir los productos y/o servicios”, según (De La Cerda Gordillo, 2006).
- “La comunicación es un elemento importante para transmitir al cliente la confiabilidad de los productos y este pueda decidir cuál es el mejor y que cubra sus necesidades”, según (De la Cerda Gordillo, 2006).

(De Pedro, 2013), “Actualmente las organizaciones reconocen que la calidad en los servicios y productos ofrecidos es una condición básica para permanecer en el mercado, siendo relevante la importancia de conocer lo que los clientes perciben de los servicios y productos ofrecidos como punto inicial para corregir desvíos y alcanzar ventajas competitivas”, de la Universidad Nacional del Sur - Argentina, la investigación llegó a las siguientes conclusiones:

- “El objetivo principal del presente trabajo es determinar si las

dimensiones de la calidad de servicio utilizadas en la herramienta SERVQUAL son representativas y aplicables a los clientes de bancos de la ciudad de Bahía Blanca, deduciendo que, la aplicación rigurosa del cuestionario no comprende las necesidades de los clientes locales, es decir que la aplicación de un instrumento general sin adaptaciones a las exigencias y particularidades de un grupo de clientes, no sería válido para la introducción de medidas de calidad y satisfacción de los clientes”, según (De Pedro, 2013).

- “La exploración de las dimensiones de calidad importantes para el segmento estudiado, permite adaptar la herramienta al entorno específico de manera de contar con una escala válida para conocer la situación actual de la empresa en cuanto a términos de calidad y detectar áreas de mejora. Una cultura de calidad en el servicio enfocada en el cliente permite identificar demandas insatisfechas, diseñar productos o servicios a medida de sus requerimientos, desarrollar sistemas eficientes que satisfagan sus necesidades y en definitiva aumentar la rentabilidad del negocio”, según (De Pedro, 2013).
- “Dado que, se consultó la bibliografía y no se detectó que en la Argentina exista una escala específica para medir calidad de servicio bancario, se creó una escala modificada que se adapte de manera más precisa a las necesidades de los usuarios de nuestro país, enfocando el estudio a los clientes de la ciudad de Bahía Blanca”, según (De Pedro, 2013).
- “El instrumento a medida se desarrolló a partir de un análisis cualitativo mediante realizaciones de focus group. Para comprobar las dimensiones

establecidas, se realizaron posteriores entrevistas personales como medio para confirmar la información recolectada”, según (De Pedro, 2013).

- “Con los datos obtenidos en la investigación cualitativa realizada, no se confirman la totalidad de las dimensiones utilizadas por el cuestionario SERVQUAL (Elementos Tangibles, Confiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía). Los clientes examinados indican como relevante para medir calidad de servicio las dimensiones Confiabilidad, Capacidad de respuesta y Seguridad del modelo original, aunque es necesario realizar algunas descripciones complementarias, y establecieron nuevas dimensiones como Resolución de problemas y aviso, Beneficios adicionales, Productos no solicitados y Costos”, según (De Pedro, 2013).

(Israel Sandoval, 2016), “La importancia de ofrecer un servicio de calidad ha sido motivo de estudio de muchos investigadores, y de ellos se ha derivado el interés por desarrollar modelos que permitan su compleja medición” del Instituto Politécnico Nacional - Mexico, la investigación llegó a las siguientes conclusiones:

- “La calidad de servicios se ha convertido en un aspecto clave en la rentabilidad de las empresas. De ella depende en gran medida la satisfacción de los clientes, de la cual se desprenden factores importantes como la frecuencia de compra, la fidelidad del cliente y la recomendación del servicio. Por ello, las empresas cada vez prestan más atención a estos aspectos, y buscan continuamente mejorar la calidad de sus servicios para captar un mayor número de clientes y mantener a

los existentes”, según (Israel Sandoval, 2016).

- “En nuestro país, son pocas las empresas que realizan el estudio de la calidad del servicio, es por eso que se realizó ésta investigación. También porque la calidad es algo indispensable en las empresas para lograr una ventaja competitiva, y realizar el estudio del nivel de la calidad es muy importante, ya que permite identificar los puntos fuertes y débiles”, según (Israel Sandoval, 2016).
- “Los estudios para la medición de la calidad del servicio de la Empresa, se realizaron utilizando la herramienta del Modelo Servqual, que permitió analizar las expectativas y percepciones de los clientes de la empresa, a través de las cinco dimensiones. También se realizaron estudios adicionales para facilitar la interpretación de los resultados, como el análisis factorial exploratorio. En cuanto al análisis de Fiabilidad, los resultados del alfa de Cronbach fueron mayores a 0,6 es decir, que los ítems están relacionados entre sí”, según (Israel Sandoval, 2016).
- “Los resultados de las brechas que corresponde al estudio del Modelo Servqual, fueron negativos para las primeras cuatro dimensiones; la dimensión de Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad, y Empatía. La dimensión de elementos tangibles arrojó un valor positivo de 1.05 siendo la única dimensión en que los clientes se sienten satisfechos con lo que obtienen de la empresa. La brecha más significativa fue la brecha de la dimensión de Empatía, con un resultado de -6.9”, según (Israel Sandoval, 2016).
- “Al concluir el estudio, se logró cumplir los objetivos establecidos, ya

que se pudo determinar la situación actual de la Empresa Distribuidora de Acumuladores respecto a la calidad del servicio, se logró conocer las expectativas y percepciones de los clientes de dicha empresa, y se propuso estrategias de mejora para la empresa dada a la importancia de brindar un servicio de excelente calidad para poder cumplir con la misión que es tener clientes totalmente satisfechos con el servicio recibido”, según (Israel Sandoval, 2016).

(Suarez Barraza, 2007), “Desde la pasada década, gran parte de los sectores industriales y de servicio mundiales, han experimentado un crecimiento rápido y sostenido de competencia directa y globalizada. La mayoría de estos cambios, se han asociado a aspectos tales como: el vertiginoso desarrollo de la tecnología, la proliferación de una gran variedad de productos, el derrumbamiento de las fronteras comerciales de los negocios y de los países, y las cambiantes necesidades y acciones de los actores interesados¹. Todo este turbulento ambiente de negocios en el que se desenvuelven las organizaciones del siglo XXI, ha generado un nuevo escenario, en que el único camino que tienen las empresas de todos estos sectores para seguir compitiendo, es la continua implementación de las mejores prácticas, principios, estrategias y tecnologías de gestión. En este sentido, muchos trabajos teóricos que se han publicado, han enfatizado la relevancia de la importancia estratégica de las operaciones, la gestión de los procesos y la calidad, e incluso la innovación de las operaciones con el fin de conseguir una ventaja competitiva de la Universidad Ramón LLULL - España”, la investigación llegó a las siguientes recomendaciones:

- “Determinar y redactar las razones o el por qué se requiere aplicar un

esfuerzo de Mejora Continua de Procesos en la organización, es decir, clarificar el propósito o la finalidad de la mejora. Para ello, se recomienda partir de un análisis del entorno externo, para determinar los factores que influyen y presionan la gestión municipal. En este aspecto, es importante determinar las necesidades y expectativas de los actores interesados, así como su grado de satisfacción. Además, el análisis del entorno externo, se debe complementar con un análisis del contexto interno del Ayuntamiento, en el que se determine, cómo se encuentra el desempeño de la gestión municipal, de sus procesos y de sus servicios públicos, en términos de eficiencia, eficacia y efectividad”, según (Suarez Barraza, 2007).

- “Se debe reflexionar y validar si existen las condiciones más favorables en la dimensión política para iniciar el esfuerzo de mejora (estabilidad, mayoría absoluta, voluntad por intentarlo, etc.). En otras palabras, tener en cuenta el momento político más favorable para comenzar con el esfuerzo de mejora. Recordando que el ritmo lento, paulatino, practicando el valor de la paciencia favorece a la generación de los caminos de sostenibilidad en este ámbito. Asimismo, también se recomienda antes de iniciar el esfuerzo de mejora, testar el ambiente y la cultura organizativa que existe actualmente en la Administración local, con el fin de observar que particularidades de este tipo existen, para que sean tomadas en cuenta al momento de iniciar el esfuerzo. Vale la pena remarcar, que este tipo ambientes culturales está caracterizado por los efectos del modelo clásico burocrático”, según (Suarez Barraza, 2007).

- “Elaborar un Plan o Programa que documente el esfuerzo de la MCP. En este Plan o Programa de Aplicación de la MCP se recomienda incluir las actividades de mejora que se han de realizar con un alcance de corto (plan anual), mediano (una legislatura-plan plurianual) y largo plazo (más de dos legislaturas). Además, de establecer los objetivos a conseguir con el plan, tanto cualitativos, como cuantitativos; los roles y responsabilidades de los directivos y mandos intermedios (previamente acordados) por áreas, ámbitos y niveles de jerarquía, así como, la asignación de recursos del mismo (presupuesto, personas y equipos); y los indicadores de desempeño e instrumentos de control y seguimiento del plan”, según (Suarez Barraza, 2007).
- “Una vez clarificado el propósito de la mejora, con su respectivo análisis y con un Plan o Programa elaborado, se recomienda conseguir la aprobación y el soporte del equipo de gobierno, de los políticos. Explicándolo de manera sencilla y práctica, mostrando en todo momento los beneficios que se pueden conseguir si se deciden iniciar y apoyar un esfuerzo de este tipo”, según (Suarez Barraza, 2007).
- “Se debe diseñar y establecer la infraestructura de soporte de todo el Plan de Aplicación de la MCP. Esta infraestructura soporte debe incluir los siguientes mecanismos: La constitución de un Comité o Comisión que dé seguimiento al Proyecto, y que en el futuro (después de la implantación), mantenga el monitoreo a la gestión y mejora de los procesos; la proyección para crear una red de equipos de mejora virtual a la estructura organizacional, en todas las áreas y departamentos de la institución; la definición de un responsable del plan, el llamado Agente

de Mejora, el cual, debe contar con la autoridad necesaria dentro del nivel jerárquico de la organización, además, de tener los apoyos y recursos necesarios para llevar a cabo su tarea. En ocasiones, se puede conformar un área de staff con una o dos personas más, además del Agente de Mejora (depende del tamaño del Ayuntamiento); También se debe considerar dentro de esta infraestructura soporte, la posibilidad de contratar una consultoría externa. Resaltando, que la selección de la misma, deberá estar condicionada a que dicha organización externa, sea sensible en la medida de lo posible, a las particularidades públicas (experiencia previa). El trabajo que vaya efectuar esta consultora, deberá ser eficaz (cumplir con los objetivos que se establecen en el contrato), práctico y sencillo (con metodología simples y prácticas). El último mecanismo que se deberá establecer dentro de esta infraestructura soporte, será: e) una serie de criterios de reconocimientos e incentivos que formen parte y se integren en las políticas y la gestión del personal de la institución. Dichos reconocimientos e incentivos deberán ser aplicados de forma directa y estrechamente vinculado al esfuerzo de MCP.”, según (Suarez Barraza, 2007).

- “Es necesario, realizar las acciones formativas necesarias, dirigidas tanto a directivos (Diplomados, Master), mandos intermedios (Jornadas, Seminarios, Cursos tipo Taller), como a los empleados en técnicas y herramientas de MCP y de TQM. Se recomienda que la formación, de acuerdo a las evidencias encontradas, sea intensiva, continua, sistemática, manteniendo un enfoque práctico tipo taller

(obtener productos tangibles al término de cada actuación formativa). Este tipo de técnicas formativas, permite reducir el sesgo que existe entre el aula (un ambiente ideal y teórico) y la realidad de su trabajo cotidiano, en dónde se presentan problemas y disfunciones en el día a día”, según (Suarez Barraza, 2007).

- Finalmente, en caso de que no se tenga establecido previamente, se recomienda orientar la gestión municipal con un enfoque en la satisfacción de los actores interesados (stakeholders). Haciendo énfasis en el ciudadano-cliente. Entre la gran diversidad de técnicas para hacerlo, se puede utilizar por ejemplo: el modelo SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988) y el IPCS (Índice de Percepción de Calidad en el Servicio), además, de cualquier encuesta de satisfacción de usuarios, grupos focales, paneles o dinámicas de grupos (con asociaciones de profesionales, consumidores, grupos civiles, etc.), análisis de las quejas y sugerencias, análisis de la opinión de los empleados, o los indicadores de satisfacción de los ciudadanos”, según (Suarez Barraza, 2007).

(Cadena Badilla, 2016), “La gestión de la calidad, como estrategia, se ha convertido en una necesidad en las organizaciones a nivel mundial. Las empresas deben enfocarse a impulsar sus esfuerzos en la mejora de la calidad de servicio prestado a sus clientes mediante la transferencia de conocimiento, y la experiencia de los procesos de calidad y las prácticas para implantarlos. Una de las grandes prioridades de la gestión de la calidad es el enfoque al cliente. La Organización Internacional para la Normalización (ISO) establece que, las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían

comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfacer los requisitos y esforzarse en exceder sus expectativas (ISO, 2005). Además, la ISO 9001 (ISO, 2008), establece como una de las medidas del desempeño del sistema de gestión de la calidad que la organización debe realizar el seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente con respecto al cumplimiento de sus requisitos por parte de la organización, así mismo que deben determinarse los métodos para obtener y utilizar dicha información”, de la Universidad de Sonora – México, la investigación llegó a las siguientes recomendaciones:

- “Como resultado se puede ver que si se cumple lo que se planteó en la hipótesis acerca de que el nivel de satisfacción de los clientes es positivo, derivado de la buena calidad de los servicios proporcionados por los Restaurantes en el Estado de Sonora”, según (Cadena Badilla, 2016).
- “Lo anterior evidenció que la calidad en los servicios otorgados por este tipo de negocios puede impactar a los clientes de todas las edades. Aunque en este estudio se puede ver que es mejor apreciado un buen nivel de servicio cuando los clientes son jóvenes, digamos de menos de 25 años, en muchos casos por preferir siempre ir a los mismos lugares. La calificación de muy buen servicio solo la dieron clientes de mediana edad (de 25 a 45 años), evidenciando que a mayor edad es más la exigencia de recibir un buen servicio por conocer el servicio que otorgan más de los restaurantes que visitan los más jóvenes. Esto último es producto de los comentarios vertidos por los clientes encuestados”, según (Cadena Badilla, 2016).
- “Se puede ver también que los jóvenes de menor edad son los que más frecuentan este tipo de negocios ya que un 47,6% manifestó tener menos de cinco años de experiencia en la labor que realiza y 48,2% con menos de

cinco años de antigüedad en su trabajo”, según (Cadena Badilla, 2016).

- “A menor escolaridad de los implicados, más satisfechos con el servicio recibido en los restaurantes del Estado de Sonora”, según (Cadena Badilla, 2016).

2.2. Marco conceptual

- Proceso de la mejora continua:

(Alarcón González, 1998), “La aplicación de la teoría de “KAISEN” consiste en un proceso de verificar el planeamiento estratégico, identificación y diagnóstico de problemas, solución de los problemas y el mantenimiento de los resultados”.

“El principal pilar de la teoría de “KAISEN” es el ciclo de mejoramiento continuo, que básicamente es aplicar varias veces las etapas de: planear, hacer, verificar y actuar, inicialmente todo esto fue soportado en varias herramientas como el programa de 5’s, el justo a tiempo, control estadístico de procesos”, según (Alarcón González, 1998).

“El mejoramiento continuo en una empresa tiene varios beneficios como lo son: mejorar la calidad de sus productos o servicios, mejora los métodos de trabajo, va disminuir los costos, debido que consigue identificar problemas, aprovechar oportunidades, analizar todo tipo de procesos, para que las empresas puedan ser más competitivas, todo esto va posibilitar a que la empresa supere las expectativas de sus clientes”, según (Godínez González & Hernández Moreno, 2018).

Unas de las herramientas de la teoría de mejoramiento continuo de “KAISEN” es la implementación de la teoría de las 5’s, es un principio expresado con cinco palabras japonesas que comienzan con la letra "S"

- (Seiri) clasificar: Eliminar del espacio de trabajo lo que sea inútil.
- (Seiton) orden: Organizar el espacio de trabajo de forma eficaz.
- (Seiso) limpieza: Mejorar el nivel de limpieza de los lugares.
- (Seiketsu) limpieza estandarizada: Prevenir la aparición de la suciedad y el desorden.
- (Shitsuke) disciplina: Fomentar los esfuerzos en este sentido.

Esta herramienta permite el mejoramiento del funcionamiento de las áreas de trabajo de una empresa, reduciendo todos los desperdicios y actividades que no le agreguen valor a la organización, mejorando las condiciones de seguridad industrial, así aumentando la eficiencia y calidad de todos sus productos y servicios.

“Unas de las nuevas tendencias gerenciales es la mejora continua a través del lean manufacturing que es reducir el desperdicio que se origina en la planta o empresa para así poder mejorar incrementalmente la calidad y también reducir tiempo y costos, eso trae muchos beneficios a nivel industrial, comercial y financiero. Con respecto a lo financiero se reducirá los activos corrientes: reducción de los capitales utilizados, mejora de la recuperación sobre la inversión, etc. A nivel industrial, se va mejorar la calidad de los productos, reducción de la inversión para la misma producción” según (Godínez González & Hernández Moreno, 2018).

“Con referente a lo comercial se va reducir el tiempo de los plazos de entrega, y aumentar la satisfacción de los clientes”, según (Godínez González & Hernández Moreno, 2018).

- **Planificar:**

(Deming, 1982), “Establecer los objetivos y procesos necesarios para

conseguir resultados necesarios de acuerdo con los requerimientos del cliente y las políticas organizacionales”.

Cuando sea posible conviene realizar pruebas de preproducción o pruebas para probar los posibles efectos.

- Recopilar datos para profundizar en el conocimiento del proceso.
- Detallar las especificaciones de los resultados esperados.

Definir las actividades necesarias para lograr el producto o servicio, verificando los requisitos especificados.

Estas herramientas pueden servir para dos cosas:

- Para facilitar y estandarizar la metodología de planificación de proyectos, actividades y tareas.
- Para ayudar a diseñar productos, procesos y servicios según los requisitos y funciones previstas en el futuro.

Algunos ejemplos de herramientas de planificación los podemos ver en la siguiente lista:

- AMFE – Análisis Modal de Fallos y Efectos.
 - Diagrama de Gantt – Planificación y seguimiento de actividades y proyectos.
 - Método de diseño intuitivo Poka-yoke – Diseño a prueba de errores.
 - QFD – Despliegue de la función calidad (Introducción) – Introducción al análisis de necesidades y expectativas.
 - Lluvia de ideas. -- Participación de todas las partes interesadas.
- **Verificar:**
- (Deming, 1982), “Monitorear la implementación y evaluar el plan de ejecución documentando las conclusiones”.

“Las herramientas de evaluación sirven para controlar el estado actual de un proyecto, proceso, producto o servicio con el objetivo de tener una visión detallada de su estado, evaluarlo o buscar formas de mejorarlo posteriormente”, según (Deming, 1982).

“Algunos ejemplos de herramientas de evaluación se encuentran en la siguiente lista:

- Diagrama de Pareto – La famosa curva 80%-20% para organizar datos y centrar los esfuerzos en lo más importante.
 - Diagrama de correlación – Representación gráfica que muestra la relación de una variable con respecto a otra.
 - Diagrama de Ishikawa – Estudio para localizar las causas de los problemas.
 - Cuadro de mando – Modelo de gestión, con un soporte de información periódica para la dirección de los procesos de la empresa.
 - Check list – Listas de Control”, según (Deming, 1982).
- **Actuar:**

(Deming, 1982), “Actualmente algunos expertos prefieren denominar este paso Ajustar. Esto ayuda a las personas que se inician en el ciclo PDCA a comprender que el cuarto paso tiene que ver con la idea de cerrar el ciclo con la realimentación para acercar los resultados obtenidos a los objetivos. Además, no debe confundirse este paso A con el conjunto de acciones (implementación) consecuencia del despliegue de los planes (que se desarrolla en el segundo paso, de hacer o llevar a cabo las Acciones)”.

“Las herramientas de mejora continua están pensadas para buscar puntos débiles a los procesos, productos y servicios actuales. Del mismo modo,

algunas de ellas se centran en señalar cuáles son las áreas de mejora más prioritarias o que más beneficios pueden aportar a nuestro trabajo, de forma que podamos ahorrar tiempo y realizar cambios sólo en las áreas más críticas”, según, (Deming, 1982).

“Algunos ejemplos de herramientas de mejora los podemos encontrar en la siguiente lista:

- Análisis de valor – Método ordenado para aumentar el valor de un producto o servicio.
- Método Kaizen – Busca una mejora continua de todos aspectos de la organización.
- Diagrama de afinidad – Juntar ideas o asuntos para organizar y resumir agrupando las ideas afines”, según (Deming, 1982).

- **Calidad de atención:**

“La calidad en salud se define actualmente como la capacidad de un producto o servicio de adaptarse a lo que el paciente espera de él. Las razones básicas para ofrecer la calidad es la garantía de obtener el beneficio máximo para el paciente y la rentabilización de los recursos, dado que estos son limitados y la atención muy costosa”, según (Donabedian, 1980).

“La finalidad de este trabajo está fundamentada en que actualmente en mi país y en muchos otros existe un mayor interés por la calidad de la atención en salud, ya que esta se ha convertido en un requisito importante para la supervivencia”, según (Donabedian, 1980).

“Al igual que otros países latinoamericanos, México aún enfrenta carencias importantes de recursos, y esto afecta de manera secundaria la de la calidad de los servicios de salud”, según (Donabedian, 1980).

“La mala calidad de los servicios es un gran problema que existe en México. Así, las condiciones de higiene y de procedimientos que se aplican en muchos de los centros públicos hospitalarios están en el mínimo nivel requerido”, según (Donabedian, 1980).

“Un estudio realizado en 1998 determino que un niño nacido en un hospital de la SSA tenía tres veces más posibilidad de morir, en sus primeros siete días de vida, que un niño del mismo peso nacido en el IMSS. Si bien es cierto que los niños que nacen en una clínica de la SSA, están predispuestos a niveles más altos de enfermedad, está claro que la calidad general de los dos sistemas varía considerablemente”, según (Donabedian, 1980).

“La mala calidad de los servicios de salud en el país, posicionó a México en el lugar 55 de 64 países, según una comparación de la calidad de los servicios de salud de la OMS, Esta posición se debió, no solo a la mala infraestructura y a la falta de insumos que también representan un serio problema, sino a problemas con el personal y los sistemas administrativos”, según (Donabedian, 1980).

“Según otra encuesta realizada por el Banco •Mundial (2001), la insatisfacción de los pacientes de los servicios de salud es mayor al 50 %. La encuesta reveló que el 40% de los pacientes sentía que no se les trataba adecuadamente, 52% consideraba que había demasiada burocracia y 8% que no había recibido el tratamiento médico cuando lo había necesitado”, según (Donabedian, 1980).

“Por otro lado la Encuesta nacional de Satisfacción con los Servicios de salud 2000, muestra que la principal insatisfacción en la población en ese entonces, era mala calidad de los servicios que recibe, que hacen que los

servicios de salud se perciban como los peores servicios públicos, solo superando a los servicios policíacos. Lo más preocupante es que la calidad no solo es mala sino que parece empeorar a lo largo de los años”, según (Donabedian, 1980).

“En la Encuesta nacional de satisfacción con los Servicios de salud 2000, los entrevistados señalaron que los servicios de salud en sus comunidades, habían empeorado en comparación con los que tenían en 1994. Cuatro de cada diez mexicanos pobres se quejaron de la falta de amabilidad del personal médico y del escaso apoyo que se les ofrece en las unidades de salud. De hecho, uno de los motivos de 3 quejas más frecuentes, en la Comisión Nacional de Arbitraje Médico (CONAMED) es la falta de información del médico al paciente”, según (Donabedian, 1980).

“Solo el 66.7 por ciento de los pacientes afirman que los médicos, enfermeras y personal de salud, les proporcionan información adecuada y con claridad siempre que reciben atención en las unidades del sistema”, según (Donabedian, 1980).

“Dada la creciente demanda de servicios de salud, la calidad se vuelve pieza clave en la capacidad de proveer buena salud para los mexicanos de mayor edad y a los nuevos pacientes de enfermedades crónicas que requieren más y mejores tratamientos. Es por ello muy importante el contar con estándares de calidad y una atención oportuna para prevenir mayores complicaciones en enfermedades como Diabetes, Hipertensión, etc. Pese a esto, el porcentaje de unidades médicas que no cumple con la norma mexicana para el tratamiento y control de estas enfermedades es muy elevado”, según (Donabedian, 1980).

“De acuerdo a las estadísticas antes señaladas, nos damos cuenta que la calidad en la salud conforme avanzan los años se vuelve más deficiente, es importante recuperar niveles adecuados en cuanto a esta se refiere, mediante programas, normas y estándares que permitan disminuir los efectos adversos de la atención a la salud, y evaluando de forma continua las instituciones que brindan estos servicios. Ofreciéndole nuevas expectativas y una mejor calidad de vida al paciente”, según (Donabedian, 1980).

2.3. Definición de términos

- Mejora continua:

El mejoramiento continuo dentro de las organizaciones es una herramienta para la búsqueda de soluciones y aprovechar todas las oportunidades que se le presenta a una empresa, la teoría de “KAIZEN” proviene de la unión de “KAI” que significa “cambio” y de “ZEN” que quiere decir “para mejorar”, por lo tanto la palabra completa significa cambio para “mejorar”.

- Planificar:

Se establecen las actividades del proceso, necesarias para obtener el resultado esperado. Al basar las acciones en el resultado esperado, la exactitud y cumplimiento de las especificaciones a lograr se convierten también en un elemento a mejorar.

- Hacer:

Se realizan los cambios para implantar la mejora propuesta. Generalmente conviene hacer una prueba piloto para probar el funcionamiento antes de realizar los cambios a gran escala, según (Deming, 1982).

- Verificar:

Pasado un periodo previsto de antemano, los datos de control son

recopilados y analizados, comparándolos con los requisitos especificados inicialmente, para saber si se han cumplido y, en su caso, evaluar si se ha producido la mejora esperada.

- **Actuar:**

A partir de los resultados conseguidos en la fase anterior se procede a recopilar lo aprendido y a ponerlo en marcha. También suelen aparecer recomendaciones y observaciones que suelen servir para volver al paso inicial de Planificar y así el círculo nunca dejará de fluir.

- **Calidad de atención:**

(Donabedian, 1980), “De acuerdo con el diccionario de la lengua española, la palabra calidad proviene del latín *qualitas*, -atis y significa propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permite apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie. Esta definición además de proporcionar un significado común, da la pauta para calificar la calidad de cualquier producto o servicio con distintos niveles o grados, con relación a un referente determinado, por ejemplo mejor, igual, peor, mejor que, etc. permitiendo llegar más allá de la emisión de un calificativo absoluto de existencia o ausencia de calidad”.

- **Fiabilidad:**

Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Es decir que estamos suponiendo que el cliente cuenta con información de parte de la empresa donde se prometen ciertos aspectos del servicio.

Entonces nos comprometemos a algo para lo que debemos estar preparados para cumplir, y cumplir en forma consistente (a todos nuestros clientes en la misma medida).

- **Calidad de servicio:**

La calidad en el servicio es una de las organizaciones privadas, públicas y sociales que implementan para garantizar la plena satisfacción de sus clientes, tanto internos como externos, ésta satisfacción es importante para que los clientes continúen consumiendo el producto o servicio ofrecido y no solo eso, que recomienden a otros clientes. Muchas empresas no ponen interés a esta área y como consecuencia pierden gran cantidad de sus clientes por lo que deben de invertir en costosas campañas publicitarias.

- **Calidad funcional:**

Es el juicio del consumidor sobre la superioridad o excelencia general del producto o servicio. En la calidad del servicio toma especial relevancia el cómo se desarrolla y cómo se recibe el proceso productivo y no tan sólo el qué se recibe.

- **Calidad técnica:**

El cliente valora en la transacción el resultado técnico del proceso, es decir, qué es lo que recibe. Puede ser medida de una manera bastante objetiva.

- **Banco**

También conocido como entidad de crédito o entidad de depósito es una empresa financiera que se encarga de captar recursos en la forma de depósitos, y prestar dinero, así como la prestación de servicios financieros. La banca, o el sistema bancario, es el conjunto de entidades o instituciones que, dentro de una economía determinada, prestan el servicio de banco. La internacionalización y la globalización promueven la creación de una Banca universal.

- **Proceso**

Cadena productiva o proceso productivo es el conjunto de operaciones

planificadas de transformación de unos determinados factores o insumos en bienes o servicios mediante la aplicación de un procedimiento tecnológico.

- **Asesor financiero**

Es el profesional que ayuda a descubrir las necesidades financieras, analizando circunstancias pasadas, presentes y futuras de su cliente, teniendo en cuenta la edad, su patrimonio disponible, su tipo impositivo, su situación profesional y familiar, y el resto de inversiones que pueda disponer. Una vez analizado su perfil de riesgo y sus necesidades, el asesor llevará a cabo sus recomendaciones de inversión, asesorándose según sus circunstancias y necesidades vayan cambiando y adaptándolas al momento actual.

- **Kaizen**

Engloba el concepto de un método de gestión de la calidad muy conocido en el mundo de la industria. Es un proceso de mejora continua basado en acciones concretas, simples y poco onerosas, y que implica a todos los trabajadores de una empresa, desde los directivos hasta los trabajadores de base.

- **FODA**

Es el análisis de las características propias de la organización, es decir, observar cuáles son sus fortalezas y oportunidades en el mercado, por ejemplo: disponibilidad de recursos económicos, personal, calidad del producto, entre otros y su situación externa a través del estudio de las amenazas y oportunidades en referencia a la situación actual de la competencia y del ámbito político, económico y social por el cual atraviesa el país en donde se desenvuelve, por ejemplo: el pago de los impuestos, la legislación laboral, el desempleo o empleo, los avances tecnológicos, entre otros puntos.

- **Focus Group**

Es un método o forma de recolectar información necesaria para una investigación, que consiste en reunir a un pequeño grupo de 6 a 12 personas con el fin de contestar preguntas y generar una discusión , por ejemplo, cualquier tipo de producto, servicio, idea, publicidad, etc. En un Focus Group las preguntas son respondidas por la interacción del grupo de forma dinámica.

- **Diagrama de Ishikawa**

El diagrama de Ishikawa, también llamado diagrama de espina de pescado, diagrama de causa-efecto, diagrama de Grandal o diagrama causal, se trata de un diagrama que por su estructura ha venido a llamarse también: diagrama de espina de pez. Consiste en una representación gráfica sencilla en la que puede verse de manera relacional una especie de espina central, que es una línea en el plano horizontal, representando el problema a analizar, que se escribe a su derecha. Es una de las diversas herramientas surgidas a lo largo del siglo XX en ámbitos de la industria y posteriormente en el de los servicios, para facilitar el análisis de problemas y sus soluciones en esferas como lo son; calidad de los procesos, los productos y servicios.

- **SERVQUAL**

Está constituido por una escala de respuesta múltiple diseñada para comprender las expectativas de los clientes respecto a un servicio. Permite evaluar, pero también es un instrumento de mejora y de comparación con otras organizaciones.

El modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio mide, lo que el cliente espera de la organización que presta el servicio en las cinco dimensiones citadas. De esta forma, contrasta esa medición con la estimación de lo que el

cliente percibe de ese servicio en esas dimensiones:

- Fiabilidad.
 - Capacidad de respuesta.
 - Seguridad.
 - Empatía.
 - Elementos tangibles.
- **DIGITAL + POS**

La máquina POS es una de las tantas materializaciones de ello ya que nos permite que efectuemos compras de productos y servicios sin que médien billetes, porque básicamente esta máquina trabaja on line, con tarjetas de crédito o débito que disponemos los clientes.

- **OFF-BRANCH**

Cuando te encuentras fuera o alejado de una sucursal del banco y haces uso de la tecnología para realizar alguna operación o transferencia.

- **OPTIMIZACIÓN**

Optimizar es un verbo que designa la acción de buscar la mejor forma de hacer algo. Como tal, es un verbo transitivo que se conjuga como “realizar”. Optimizar quiere decir buscar mejores resultados, más eficacia o mayor eficiencia en el desempeño de alguna tarea. De allí que términos sinónimos sean mejorar, optimar o perfeccionar. Mientras que antónimos serían desmejorar o empeorar.

2.4. Formulación de Hipótesis

2.4.1. Hipótesis General

El proceso de mejora continua influye en la calidad de atención en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo.

2.4.2. Hipótesis Específicas

- a) El proceso de mejora continua influye en la fiabilidad.
- b) El proceso de mejora continua produce efectos en la calidad de servicio.
- c) El proceso de mejora continua influye en la calidad funcional.
- d) El proceso de mejora continua produce efectos en la calidad técnica.

2.5. Variables

Las variables a trabajar en el proyecto de tesis son: el Proceso de mejora continua y la Calidad de atención.

2.6. Definición conceptual de la Variable

- Variable Independiente (X):

V1: Metodología de la mejora continua: Propuesto por (Deming, 1982), “Cuando hay crecimiento y desarrollo en una organización o comunidad, es necesaria la identificación de todos los procesos y el análisis mensurable de cada paso llevado a cabo. Algunas de las herramientas utilizadas incluyen las acciones correctivas, preventivas y el análisis de la satisfacción en los miembros o clientes. Se trata de la forma más efectiva de mejora de la calidad y la eficiencia en las organizaciones. En el caso de empresas, los sistemas de gestión de calidad, normas ISO y sistemas de evaluación ambiental, se utilizan para conseguir calidad total”.

- Dimensiones:

- Planificar
- Hacer
- Verificar
- Actuar.

- **Variable Dependiente (Y):**

V2: Calidad de atención: Propuesto por (Olalla Corcuera, 2001), “La abundante literatura de los últimos años sobre el tema de la calidad puede hacer pensar que se trata de un concepto nuevo. Sin embargo, desde sus orígenes el ser humano ha tratado de corregir y mejorar todas las actividades que lleva a cabo, ya sean deportivas, económicas, sociales, etc. El espíritu de superación, unido a la satisfacción que reporta, conduce a comportamientos que tienden a evitar los errores y a perfeccionar lo que previamente se podía dar por bueno”.

“En la actualidad los productos y servicios no sólo tienen que ser aptos para el uso que se les ha asignado sino que además tienen que igualar e incluso superar las expectativas que los clientes han depositado en ellos. El objetivo consiste en satisfacer a los clientes desde el principio hasta el fin. Esta nueva concepción de la calidad es lo que se conoce como (Calidad del Servicio)”, según (Olalla Corcuera, 2001).

- **Dimensiones:**

- Fiabilidad.
- Calidad de servicio.
- Calidad funcional.
- Calidad técnica.

2.7. Definición operacional de la variable.

Es el proceso por el cual se inicia con la definición de las variables que son estrictamente medibles a los que llamaremos indicadores. Se realizará una definición conceptual de las variables, para poder entender el concepto que engloba y así darle un sentido más concreto que aporte dentro del trabajo de la investigación. Luego se procederá a realizar una definición operacional de la

misma para identificar los indicadores que permitan hacer una medición de forma empírica y cuantitativa.

2.8. Operacionalización de las variables.

Cuadro 1 - Matriz de operacionalización de Variable independiente

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable 1: Proceso de la mejora continua.	1.1. PLanificar.	1.1.1. Calidad de atención.
		1.1.2. Necesidades del cliente
	1.2. Hacer.	1.2.1. Productividad
		1.2.2. Cumplimiento
	1.3. Verificar.	1.3.1. Evaluación de resultados.
		1.3.2. Satisfacción del cliente.
	1.4. Actuar.	1.4.1. Eficacia.
		1.4.2. Eficiencia.

Cuadro 2 - Matriz de operacionalización Variable dependiente

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable 2: Calidad de atención	2.1. Fiabilidad	2.1.1. Calidad de la comunicación
		2.1.2. Accesibilidad
	2.2. Calidad de servicio.	2.2.1. Satisfacción del cliente.
		2.2.1. Infraestructura y equipos
	2.3. Calidad funcional.	2.3.1. Determinar la percepción del cliente.
		2.3.2. Proceso de atención.
	2.4. Calidad técnica.	2.3.1. Empatía al cliente.
		2.3.2. Capacidad de respuesta.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Método de Investigación

El método de investigación del presente trabajo es científico, que parte de una idea la cual una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica.

3.2. Tipo de Investigación

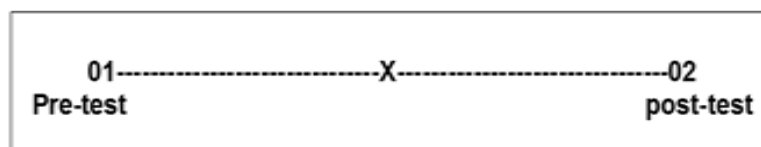
El tipo de investigación del presente trabajo es Aplicada por lo que busca la generación de conocimiento con aplicación directa a los problemas de la sociedad o el sector productivo ya que parte del modelo cuantitativo. Ya que está basado en la influencia que existe en la variable de análisis a investigar.

3.3. Nivel de Investigación

El nivel de investigación del presente trabajo es explicativo, lo que se quiere llegar fundamentalmente es a determinar el grado de causa – efecto en las variaciones ya sea en uno o varios factores son concomitantes con la variación en otro y otros factores.

3.4. Diseño de Investigación

El diseño del estudio del presente trabajo de investigación es Pre experimental.



DONDE:

- O: una medición a los sujetos de un grupo.
- O1, Medición previa al tratamiento.
- O2, Medición posterior al tratamiento.
- x, Tratamiento, estímulo o condición experimental.

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

La unidad de análisis estuvo conformada por los clientes del Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo, en los dos últimos trimestres que son de Abril a Septiembre – 2018.

3.5.2. Muestra

La determinación del tamaño de muestra se realizó mediante la fórmula del muestreo aleatorio simple para poblaciones infinitas, debido a que no se cuenta un marco de muestra de clientes en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo, obteniendo como resultado 385 clientes.

Cuadro 3 - Tamaño de muestra

TAMAÑO DE LA MUESTRA			
Cuando:	Z= 1.96		
	P= 0.5		
	Q= 0.5		
	E= 0.05		
$n = \frac{Z^2 pq}{e^2} = \frac{0.9604}{0.0025} = 384.16 \approx 385$			

FUENTE: Elaboración propia.

Cuadro 4 - Población y muestra del estudio

AGENCIAS EN HUANCAYO	Nº DE CLIENTES POR AGENCIA	PORCENTAJE
Sucursal Huancayo	55	14.29%
Constitución	55	14.29%
Mantaro	55	14.29%
El Tambo	55	14.29%
Real Plaza	55	14.29%
San Carlos	55	14.29%
Metro Chilca	55	14.29%
Total	385	100%

FUENTE: Elaboración propia

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Para obtener los resultados en el proyecto de la tesis se elaboró un cuestionario de encuesta para medir la influencia que existe en el Proceso de Mejora Continua a través de la Calidad de Atención en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo.

Además, se consideró como criterio de construcción para su elaboración los indicadores de la variable dependiente para obtener una información más exacta de las percepciones que tiene los estudios a nivel profesional.

“El instrumento cuestionario de encuesta es “un conjunto de preguntas, preparados cuidadosamente sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación sociológica para su contestación por la población o su muestra a que se extiende el estudio emprendido”, según (Lander Tolosa, 2017).

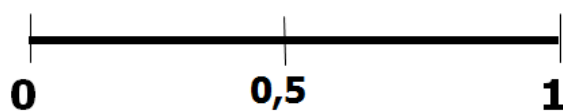
Cuadro 5 - Confiabilidad del instrumento - Calidad de atención

CALIDAD DE ATENCIÓN		
Coef. correlacion=	0.9791586	Media= 55.4
		DS= 8.568
Correccion =	0.9894696	P75= 61.18
Prueba V con dsitribucion t		P25= 49.62
t = 34		
Ahora para alfa= 0,05 y 16 g.l. = 1,746 entonces este coeficiente es significativo		

FUENTE: Elaboración propia

Confiabilidad del instrumento de medición: “Calidad de atención”, dió como resultado del cálculo de 0.989; se deduce que la consistencia interna de la prueba total tiene una Excelente confiabilidad.

Referencia de los valores que se hallaron se comprenden en la siguiente tabla:



Cuadro 6 - Valores de confiabilidad

0,53 a menos	Confiabilidad nula
0,54 a 0,59	Confiabilidad baja
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

Se deduce que el cuestionario de encuesta tiene una excelente confiabilidad.

3.7. Procesamiento de la información

Luego de aplicar el instrumento de cuestionario, los datos fueron recogidos en forma manual, para poder procesar la información utilizando el programa de cálculos EXCEL 2013, además de una computadora de última generación que permitirá obtener rápidamente modelos tabulares, modelos gráficos y modelos numéricos, listos para ser presentados y analizados.

3.8. Técnicas y análisis de datos

Los datos obtenidos por la encuesta que se realizó pueden usarse en diferentes tipos de análisis, donde muestra como examinar, resumir e imprimir sus datos de encuesta, y te sugiere como interpretar e informar los resultados obtenidos.

Análisis descriptivo

La estadística descriptiva es una gran parte de la estadística que se dedica a la recolección, ordenación, analización y representación de un conjunto de datos,

con la finalidad de describir las características de este. Existe tendencia que generaliza el total de la población, como podemos observar en las primeras conclusiones obtenidas tras un análisis descriptivo.

Fiabilidad

ESCALA: Validación Instrumentos.

Cuadro 7 - Validez de la prueba realizada

JUECES	ITEMS										Total Fila
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Ing. Roxana Giovanna Roque Mercado	93	93	98	93	93	93	98	93	93	93	940.00
Ing. Franco Jesus Torres Ruiz	88	93	93	88	88	88	88	88	93	88	895.00
Ing. Javier Romero Meneses	93	88	88	93	88	88	88	88	88	93	895.00
Ing. Manuel Antonio Palomino Galindo	83	88	88	83	88	83	83	83	83	88	850.00
Total Columna	357.00	362.00	367.00	357.00	357.00	352.00	357.00	352.00	357.00	362.00	3580.00
Promedio	89.25	90.50	91.75	89.25	89.25	88.00	89.25	88.00	89.25	90.50	895.00
Desv.Standard	4.79	2.89	4.79	4.79	2.50	4.08	6.29	4.08	4.79	2.89	36.74

Cuadro 8 - Aplicando la siguiente fórmula para calcular el alfa de Cronbach

$$\begin{array}{l}
 S_1^2 = 187.50 \\
 S_t^2 = 1350.00 \\
 K = 10
 \end{array}
 \rightarrow
 \alpha = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2} \right] = 0.9568$$

Ahora bien, teniendo de referencia a (Oseda, 2011) los valores hallados pueden ser comprendidos entre la siguiente Tabla:

0,53 a menos	Validez nula
0,54 a 0,59	Validez baja
0,60 a 0,65	Valida
0,66 a 0,71	Muy valida
0,72 a 0,99	Excelente validez
1	Validez perfecta

Se deduce que el cuestionario de encuesta tiene una excelente validez.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Desarrollo de la metodología

El desarrollo de la investigación del Proceso de Mejora Continua en la optimización de la calidad de atención en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo, comenzó su desarrollo al observar que existían algunas deficiencias que se encontró en las encuestas realizadas por los clientes de manera virtual. Para ello el banco cuenta con el apoyo de Ipsos Perú, que es una organización de profesionales apasionados por la investigación que aspira a dar voz a ciudadanos y consumidores, donde publicó:

4.1.1. Ipsos Perú

El Grupo Credicorp, dueño del Banco de Crédito del Perú, encabeza la lista de las empresas más poderosas del país, según la última Encuesta del Poder 2017 elaborada por Ipsos Perú para la revista Semana Económica. De acuerdo al estudio, esta empresa obtiene el 59% de los resultados del sondeo.

En segundo lugar, aparece el Grupo Intercorp, dueño de Interbank, con el 46%. El Grupo Breca, de propiedad de la familia Brescia, está en tercer lugar con el 30%. En el cuarto puesto aparece el Grupo Romero, dueña de Alicorp,

también con el 30%.

El Grupo Gloria, empresa dedicada principalmente a la producción de lácteos, está en el quinto puesto de las empresas más poderosas con el 14% de las preferencias.

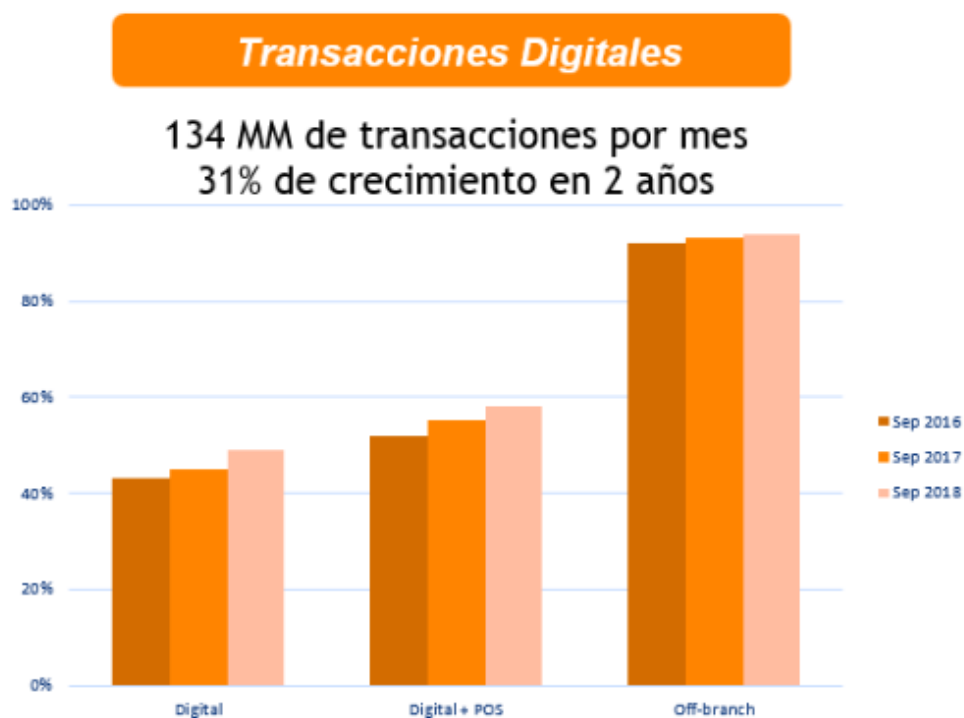
Telefónica, dueña de Movistar, aparece en el sexto puesto con 13%, el Grupo El Comercio está sétimo, con 12%, y en el octavo lugar aparece Minas Buenaventura, con 11%.

También se dio a conocer gracias a Ipsos Perú que la transformación digital del BCP se resume a dos aristas: Samay y Wow!:

- a. Samay: Trabaja el cambio cultural dentro de la empresa.
- b. Wow!: Está dirigido a crear una experiencia digital distinta al usuario.

El CEO explicó que en los últimos dos años las transacciones digitales del BCP han crecido en 31%. “No existen clientes puramente digitales, es el mismo cliente que a veces utiliza canales digitales y otras veces físicos. Lo importante es que la experiencia sea coherente”.

Gráfico 1 - Transacciones digitales del BCP



FUENTE: BCP

4.1.2. Sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2015

Según la norma ISO, es un Sistema de Gestión que se encarga de dirigir y controlar a la organización, desde una perspectiva de calidad. Esto significará disponer ciertos elementos, tales como procesos, manuales e inspecciones fusionándolo como un equipo, para producir un producto de calidad para el cliente. El sistema de gestión de calidad se basa en la aplicación de 8 principios:

Gráfico 2 - Gestión de calidad ISO 9001: 2015



FUENTE: Norma ISO 9001: 2015

Se utilizará en la implementación de los sistemas de gestión de calidad, debido a que contribuye a que se tenga un mayor éxito en la política de calidad, así como objetivos. Un claro ejemplo de SGC, es el de la norma ISO 9001 en la que se habla de la mejora continua del sistema de gestión de calidad en base al ciclo PHVA. El ciclo PHVA en gestión de calidad – ISO 9001, se subdivide de la siguiente manera:

- a) **Planificar:** Establecer los objetivos y procesos necesarios para obtener los resultados de acuerdo con el resultado esperado.
- b) **Hacer:** Implementar los nuevos procesos.
- c) **Verificar:** Pasando un periodo, volver a recopilar datos de control y analizarlos, para evaluar si cumplen con los objetivos planteados.
- d) **Actuar:** Modificar los procesos según las conclusiones del paso anterior para alcanzar los objetivos con las especificaciones iniciales si fuese

necesario.

4.1.3. Presentación del banco

Inició sus actividades el 9 de abril de 1889, adoptando una política crediticia inspirada en los principios que habrían de guiar su comportamiento institucional en el futuro. El 01 de febrero de 1942, se acordó sustituir la antigua denominación social, por la de Banco de Crédito del Perú.

4.1.3.1. Misión

Promover el éxito de nuestros clientes con soluciones financieras adecuadas para sus necesidades, facilitar el desarrollo de nuestros colaboradores, generar valor para nuestros accionistas y apoyar el desarrollo sostenido del país.

4.1.3.2. Visión

Ser el Banco líder en todos los segmentos y productos que ofrecemos.

4.1.3.3. Principios

- a. **Satisfacción del cliente:** Ofrecer a nuestros clientes una experiencia de servicio positiva a través de nuestros productos, servicios, procesos y atención.
- b. **Pasión por las metas:** Trabajar con compromiso y dedicación para exceder nuestras metas y resultados, y lograr el desarrollo profesional en el BCP.
- c. **Eficiencia:** Cuidar los recursos del BCP como si fueran los propios.
- d. **Gestión al riesgo:** Asumir el riesgo como elemento fundamental en nuestro negocio y tomar la responsabilidad de conocerlo, dimensionarlo y gestionarlo.
- e. **Transparencia:** Actuar de manera abierta, honesta y transparente con

tus compañeros y clientes, y brindarles información confiable para establecer con ellos relaciones duraderas.

- f. **Disposición al cambio:** Tener una actitud positiva para promover y adoptar los cambios y mejores prácticas.
- g. **Disciplina:** Ser ordenado y estructurado para aplicar consistentemente los procesos y modelos de trabajo establecidos.

4.1.3.4. Diagnóstico del área de estudio

Esta área se encarga de las consultas, pedidos y reclamos para la atención de los clientes de todas las áreas del banco tales como: Operaciones, Banca Exclusiva y Funcionario de Negocios Banca Pequeña Empresa; si en las áreas mencionadas no se encuentra el personal para atender a los clientes el área de plataforma debe atenderlo.

4.1.4. Aplicación de la Mejora Continua

4.1.4.1. Planificar

Para planificar una mejora en la atención también se realizó un mapeo, es decir una observación detallada de la situación del problema, para analizar cuáles son los puntos a mejorar.

Se usó la herramienta del “FOCUS GROUP”, con la finalidad de reunir al Gerente, al Supervisor encargado y a los trabajadores en general, obteniendo los siguientes resultados plasmados en una matriz FODA:

Gráfico 3 - Matriz FODA

<p><u>FORTALEZA:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Ser una empresa de prestigio- - Tener un buen posicionamiento en el mercado. - Los años de experiencia brindan mayor confianza al cliente. 	<p><u>OPORTUNIDAD:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Tendencias favorables en el mercado. - Cubrir toda necesidad del cliente. - Competencia muy debil.
<p><u>DEBILIDAD:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Problemas con la calidad de atención. - Infraestructura anticuada. - falta de compromiso laboral. 	<p><u>AMENAZAS:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Cambios en la legislación de gobierno. - Aumento de empresas financieras.

FUENTE: Elaboración propia

4.1.4.2. Hacer

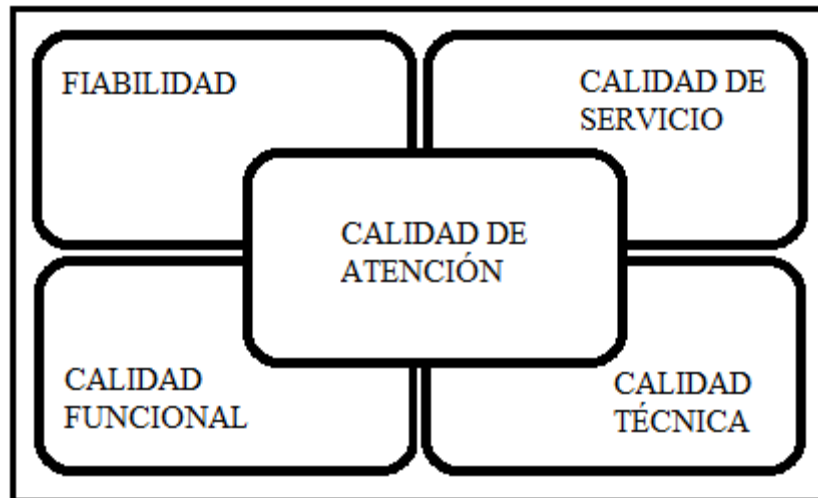
Luego de que se obtuvo la información sobre la situación actual del Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo, se juntó la información para centrarlo en las necesidades y crecimientos que el banco llegará a tener posteriormente al aplicar la metodología de La Mejora Continua.

De los resultados se concluye que es imprescindible mejorar en la Satisfacción al cliente y se tocaron los siguientes puntos que se utilizó como dimensiones.

- Fiabilidad.
- Calidad de servicio.
- Calidad funcional.

- Calidad Técnica.

Cuadro 9 - Datos "Focus group"



FUENTE: Elaboración Propia

Se verificó los puntos tratados en la reunión, de los cuales se plasmó en un diagrama de Ishikawa, también llamado como Espina de Pescado, las causas por el cual no existe una satisfacción:

Cuadro 10 - Diagrama de Ishikawa – Variable 2



FUENTE: Elaboración propia

4.1.4.3. Verificar

4.1.4.3.1. Presentación del proceso de atención al cliente

El presente modelo grafica uno de los escenarios más comunes que debe enfrentar día a día un Asesor de Ventas y Servicios. En este caso,

se intenta modelizar una de las situaciones que se consideró más desafiante para el empleado y se trata de aquel escenario en el que un cliente realizará una consulta, un trámite o un reclamo.

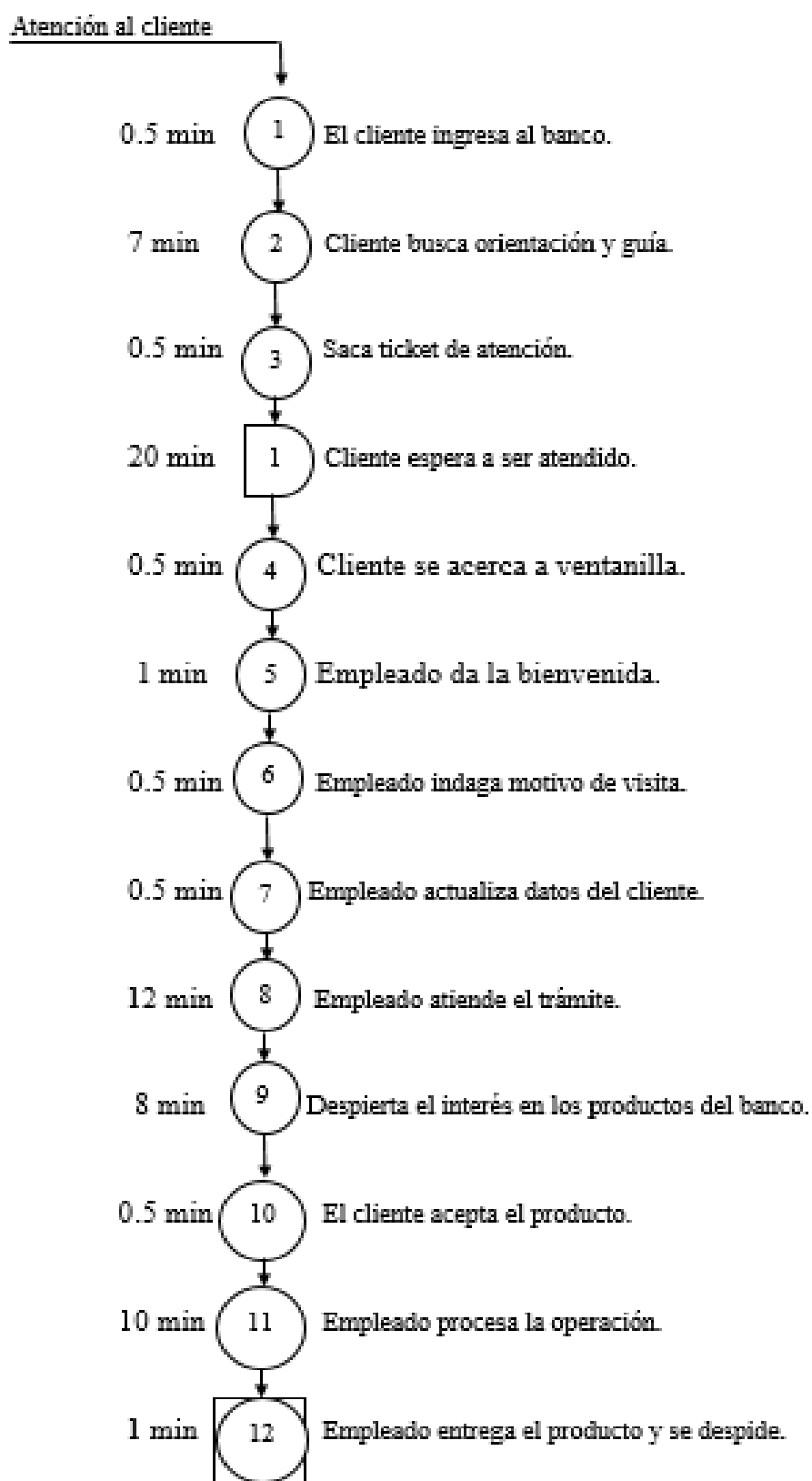
El siguiente cuadro muestra los tiempos promedio que toma cada actividad, se consideraron 1 cliente debido a que la atención del día a día no amerita medición de tiempo por no molestar al cliente el tiempo que demora la atención, los tiempos de cada proceso fue: el cliente ingresa al banco 0.5 min, cliente busca orientación y guía 7 min, saca ticket de atención 0.5min, cliente espera a ser atendido 20 min, cliente se acerca a ventanilla para ser atendido 0.5 min, empleado da la bienvenida 1 min, empleado indaga motivo de visita 0.5 min, empleado actualiza datos del cliente 0.5 min, empleado atiende el trámite 12 min, empleado despierta el interés del cliente en la compra de productos del banco 8 min, el cliente acepta el producto 0.5 min, empleado procesa la operación 10 min, empleado entrega el producto y se despide 1 min, cliente revisa el producto y se despide.

Cuadro 11 - Tiempo promedio de atención al cliente Pre Test

TIEMPO PROMEDIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE		
N°	ACTIVIDAD	Tiempo promedio en minutos
1	Él cliente ingresa al banco	0.5 min
2	Cliente busca orientación y guía	7 min
3	Saca ticket de atención	0.5 min
4	Cliente espera a ser atendido	20 min
5	Cliente se acerca a ventanilla para ser atendido	0.5 min
6	Empleado da la bienvenida	1 min
7	Empleado indaga motivo de visita	0.5 min
8	Empleado actualiza datos del cliente	0.5 min
9	Empleado atiende el trámite	12 min
10	Despierta el interés del cliente en los productos del banco	8 min
11	El cliente acepta el producto	0.5 min
12	Empleado procesa la operación	10 min
13	Empleado entrega el producto y se despide	1 min
TOTAL		62 min

FUENTE: Elaboración propia

Gráfico 4 - Diagrama de procesos de la atención Pre Test



FUENTE: Elaboración propia

Al encontrar los puntos deficientes decidimos reunirnos para dar a conocer los resultados a los trabajadores, luego de una discusión se escuchó propuestas de mejora, para tener consideración y compromiso de cada uno de ellos. Además, se dio a conocer el estado del banco ya que presenta bajos niveles de satisfacción de calidad específicamente en el área de ventanilla notamos deficiencia.

- a) Falta de capacitación.
- b) Demora al momento de atender.
- c) No hay guía para los clientes.
- d) Falta de empatía.
- e) Falta de experiencia laboral.

4.1.4.4. Actuar

Se propone tres acciones puntuales a mejorar para obtener unos resultados más óptimos:

- a) Se tendrá un trabajador adicional a las guías de agencia para apoyar en la recepción de clientes y brindar mejor orientación, acortando el tiempo del cliente en el banco.
- b) Se hará mención a los clientes los horarios de atención donde disminuye totalmente las colas y la atención sea rápida.
- c) Los trabajadores serán capacitados constantemente concerniente a la manera de atención y como realizar operaciones y ventas de productos de una manera más rápida y eficaz.

Cuadro 12- Solución y acciones a las causas principales

CAUSA	SOLUCIÓN	ACCIONES A TOMAR
Falta de capacitación	Realizar capacitaciones adecuadas y centradas especial mente en la atención al cliente.	Repasar manual en atención al cliente para charlas virtuales con exámenes de rendimiento
Demora al momento de atender	Supervisor deberá poder atender los requerimientos del cliente	El supervisor deberá hacer un seguimiento de la atención al cliente en especial en los horarios donde se generan más colas.
No hay guía para los clientes	El trabajador con más experiencia, tendrá que apoyar en la recepción del cliente.	El supervisor deberá turnar a cada trabajador para que apoye en la recepción y bienvenida del cliente
Falta de empatía	Capacitación de inducción en atención al cliente en público	Elaboración de un Check List que permita recordar comportamientos de atención con el cliente
Falta de experiencia laboral	Utilización de herramientas que ayuden o apoyen en desempeño del personal.	Elaboración de una ayuda memoria de productos y servicios que brinda el banco

FUENTE: Elaboración propia

A lo cual se llegó a los siguientes planes a realizar:

- Tener reuniones diarias antes de empezar a trabajar.
- Tener resultados constante en la atención al cliente.

Compromiso con los acuerdos dados y esfuerzo por cumplirlos, llevando un seguimiento eficaz.

Las reuniones diarias serán rápidas y precisas, permitirán conocer la situación de una gran labor, lo cual servirá como experiencia en mejora continua.

Además el Supervisor deberá dialogar con cada trabajador de manera constante para evaluar las ventas y atención al cliente, esto deberá ser breve y totalmente eficaz, ya que se realizará en plena atención.

Mediante la variable del Proceso de mejora continua, no solamente se ayudó a encontrar las deficiencias que tenía el banco, también se encontró formas de mejorar la atención. El resultado demostró satisfacción y

confiabilidad a la metodología. Ahora de manera constante se podrá implementar cada campaña (trimestre), brindando un mejor trato al cliente.

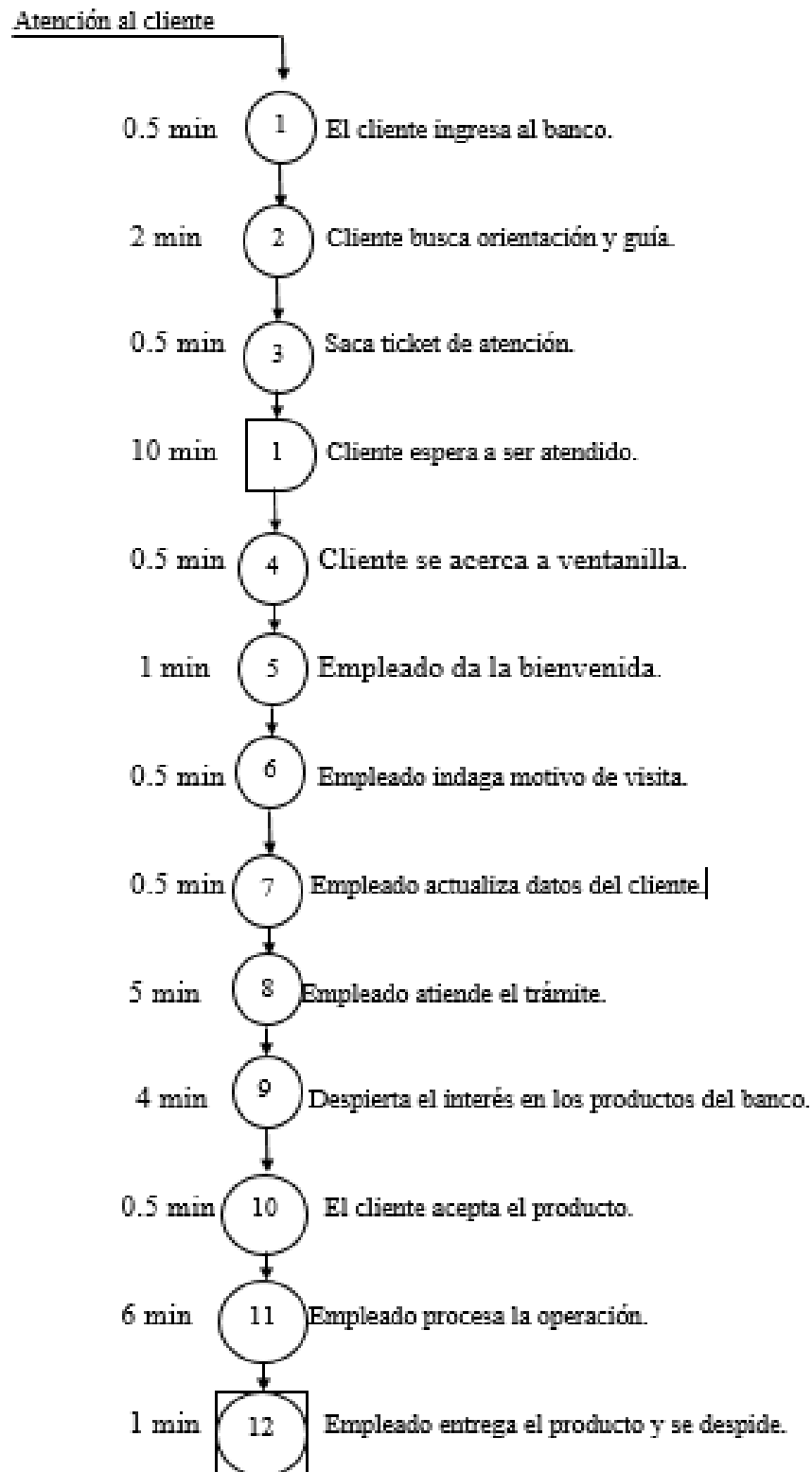
El siguiente cuadro muestra los tiempos promedio que toma cada actividad, se consideraron 1 cliente debido a que la atención del día a día no amerita medición de tiempo por no molestar al cliente el tiempo que demora la atención, los tiempos de cada proceso fue: el cliente ingresa al banco 0.5 min, cliente busca orientación y guía 2 min, saca ticket de atención 0.5min, cliente espera a ser atendido 10 min, cliente se acerca a ventanilla para ser atendido 0.5 min, empleado da la bienvenida 1 min, empleado indaga motivo de visita 0.5 min, empleado actualiza datos del cliente 0.5 min, empleado atiende el trámite 5 min, empleado despierta el interés del cliente en la compra de productos del banco 4 min, el cliente acepta el producto 0.5 min, empleado procesa la operación 6 min, empleado entrega el producto y se despide 1 min, cliente revisa el producto y se despide.

Cuadro 13 - Tiempo promedio de atención al cliente Post Test

TIEMPO PROMEDIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE		
Nº	ACTIVIDAD	Tiempo promedio en minutos
1	El cliente ingresa al banco	0.5 min
2	Cliente busca orientación y guía	2 min
3	Saca ticket de atención	0.5 min
4	Cliente espera a ser atendido	10 min
5	Cliente se acerca a ventanilla para ser atendido	0.5 min
6	Empleado da la bienvenida	1 min
7	Empleado indaga motivo de visita	0.5 min
8	Empleado actualiza datos del cliente	0.5 min
9	Empleado atiende el trámite	5 min
10	Despierta el interés del cliente en los productos del banco	4 min
11	El cliente acepta el producto	0.5 min
12	Empleado procesa la operación	6 min
13	Empleado entrega el producto y se despide	1 min
TOTAL		32 min

FUENTE: Elaboración propia

Gráfico 5 - Diagrama de procesos de la atención Post Test



FUENTE: Elaboración propia

Al ver los que existe una diferencia de 30 minutos entre la evaluación del Pre Test y Post Test, tanto la gerencia como los mismos trabajadores se sintieron motivados a seguir mejorando y encontrando nuevas debilidades a mejorar.

Fue tanto el entusiasmo de los trabajadores que crearon una arenga, motivando el bueno ánimo y compañerismo entre ellos al inicio de apertura del Banco, esta actividad mejoró el clima laboral.

También el Supervisor se comprometió en dedicar su tiempo de manera óptima, comunicándose con cada uno de los trabajadores diariamente para ver sus resultados de atención.

4.2. Análisis de datos del Pre Test y Post Test por dimensiones de la variable dependiente.

Conociendo la dimensión 1 de la variable dependiente Calidad de atención en el Pre Test y Post Test por el cual observaremos a continuación:

Cuadro 14 - Dimensión fiabilidad - Pre Test

VARIABLE: CALIDAD DE ATENCIÓN								
Nº	ÍTEMS	ANÁLISIS DEL PRE TEST						
		PUNTAJES					TOTAL	Pje. Pond.
		1	2	3	4	5		
DIMENSIÓN 1: FIABILIDAD								
1	¿Estudiamos las condiciones de ventas establecidas por el banco?	101	63	63	97	61	385	1109
2	¿Los clientes se sienten satisfechos por lo que le brinda el banco por la venta de sus servicios?	74	88	57	86	80	385	1165
3	¿Estudiamos los resultados obtenidos en la página web sobre el servicio de atención al cliente?	110	79	96	40	60	385	1016
4	¿Realizamos estudios estadísticos que nos ayuden a mejorar la atención?	92	102	63	71	57	385	1054
Total		377	332	279	294	258	1540	4344
Porcentaje		24%	22%	18%	19%	17%	100%	

FUENTE: Elaboración propia

Cuadro 15 - Dimensión fiabilidad - Post Test

VARIABLE: CALIDAD DE ATENCIÓN								
Nº	ÍTEMS	ANÁLISIS DEL POST TEST						
		PUNTAJES					TOTAL	Pje. Pond.
		1	2	3	4	5		
DIMENSIÓN 1: FIABILIDAD								
1	¿Estudiamos las condiciones de ventas establecidas por el banco?	28	65	98	118	76	385	1304
2	¿Los clientes se sienten satisfechos por lo que le brinda el banco por la venta de sus servicios?	23	108	90	69	95	385	1260
3	¿Estudiamos los resultados obtenidos en la página web sobre el servicio de atención al cliente?	28	81	96	93	87	385	1285
4	¿Realizamos estudios estadísticos que nos ayuden a mejorar la atención?	22	72	108	111	72	385	1294
Total		101	326	392	391	330	1540	5143
Porcentaje		7%	21%	25%	25%	21%	100%	

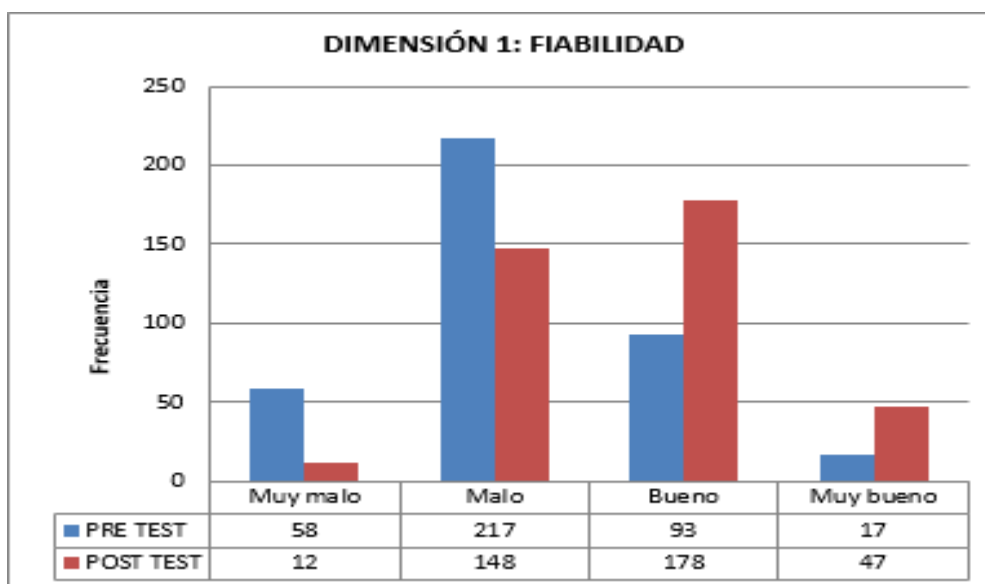
FUENTE: Elaboración propia

Cuadro 16 - Comparación del Pre y Post Test de la Dimensión 1

PRE TEST			POST TEST		
DIMENSIÓN 1: FIABILIDAD			DIMENSIÓN 1: FIABILIDAD		
Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	58	15.06	Muy malo	12	3.12
Malo	217	56.36	Malo	148	38.44
Bueno	93	24.16	Bueno	178	46.23
Muy bueno	17	4.42	Muy bueno	47	12.21
Total	385	100.00	Total	385	100.00

FUENTE: Elaboración propia

Gráfico 6 - Niveles de la Dimensión 1



FUENTE: Elaboración propia

Del gráfico N° 6; en la dimensión Fiabilidad de la variable Calidad de atención que contiene 4 ítems se puede observar que las puntuaciones del Pre Test las mayores puntuaciones se encuentran en escala de valor malo con 217 puntos, seguido de 93 en la escala de valores bueno; en cambio en el Post Test se obtiene 178 puntos en la escala de valores bueno, seguido de 148 en la escala de valores malo; por lo que se puede concluir que las puntuaciones obtenidas en el Post Test son significativamente mayores que el Pre Test, con esto se puede determinar que existe una buena predisposición en el tiempo de ejecución de las tareas relacionadas en la nueva estructura gestión de proceso de atención. Ahora analicemos la segunda dimensión.

Cuadro 17 - Dimensión Calidad de servicio - Pre Test

VARIABLE: CALIDAD DE ATENCIÓN								
Nº	ÍTEMS	ANÁLISIS DEL PRE TEST						
		PUNTAJES					TOTAL	Pje. Pond.
		1	2	3	4	5		
DIMENSIÓN 2: CALIDAD DE SERVICIO								
5	¿Fidelizamos la continuidad del consumo del servicio?	72	61	78	90	84	385	1208
6	¿Logramos obtener recomendación hacia nuevos clientes?	76	97	71	71	70	385	1117
7	¿Tenemos las áreas de atención siempre limpias?	83	84	69	74	75	385	1129
8	¿Los equipos de trabajo se encuentran en buen estado?	96	89	66	67	67	385	1075
Total		327	331	284	302	296	1540	4529
Porcentaje		21%	21%	18%	20%	19%	100%	

FUENTE: Elaboración propia

Cuadro 18 - Dimensión Calidad de servicio - Post Test

VARIABLE: CALIDAD DE ATENCIÓN								
Nº	ÍTEMS	ANÁLISIS DEL POST TEST						
		PUNTAJES					TOTAL	Pje. Pond.
		1	2	3	4	5		
DIMENSIÓN 2: CALIDAD DE SERVICIO								
5	¿Fidelizamos la continuidad del consumo del servicio?	31	85	69	110	90	385	1298
6	¿Logramos obtener recomendación hacia nuevos clientes?	18	118	73	81	95	385	1272
7	¿Tenemos las áreas de atención siempre limpias?	30	83	79	91	102	385	1307
8	¿Los equipos de trabajo se encuentran en buen estado?	19	94	88	79	105	385	1312
Total		98	380	309	361	392	1540	5189
Porcentaje		6%	25%	20%	23%	25%	100%	

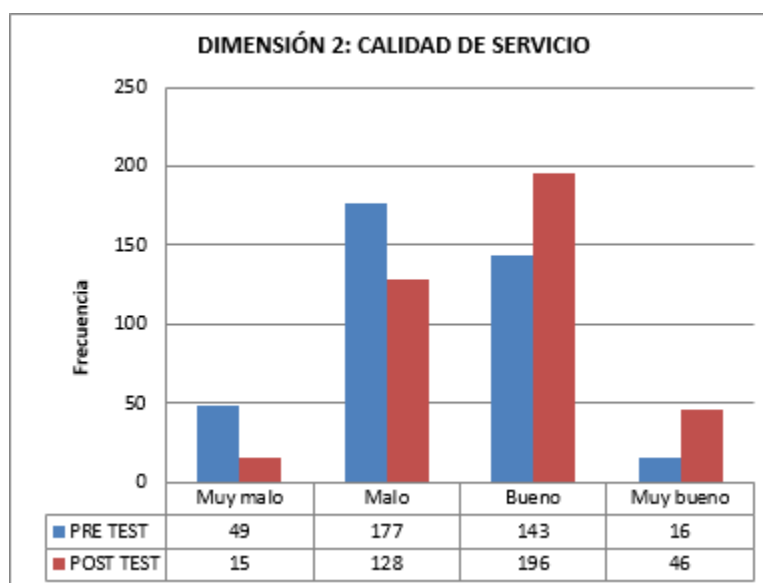
FUENTE: Elaboración propia

Cuadro 19 - Comparación del Pre y Post Test de la Dimensión 2

PRE TEST			POST TEST		
DIMENSIÓN 2: CALIDAD DE SERVICIO			DIMENSIÓN 2: CALIDAD DE SERVICIO		
Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	49	12.73	Muy malo	15	3.90
Malo	177	45.97	Malo	128	33.25
Bueno	143	37.14	Bueno	196	50.91
Muy bueno	16	4.16	Muy bueno	46	11.95
Total	385	100.00	Total	385	100.00

FUENTE: Elaboración propia

Gráfico 7 - Niveles de la Dimensión 2



FUENTE: Elaboración propia

Del gráfico N° 7 ; en la dimensión Calidad de servicio de la variable Calidad de atención que contiene 4 ítems se puede observar que las puntuaciones del Pre Test las mayores puntuaciones se encuentran en escala de valor malo con 177 puntos, seguido de 143 en la escala de valores bueno; en cambio en el Post Test se obtiene 196 puntos en la escala de valores bueno, seguido de 128 en la escala de valores malo; por lo que se puede concluir que las puntuaciones obtenidas en el Post Test son significativamente mayores que el Pre Test, con esto se puede determinar que existe una buena predisposición en el tiempo de ejecución de las tareas relacionadas en la nueva estructura gestión de proceso de atención. Ahora analicemos la tercera dimensión:

Cuadro 20 - Dimensión Calidad funcional - Pre Test

VARIABLE: CALIDAD DE ATENCIÓN								
Nº	ÍTEMS	ANÁLISIS DEL PRE TEST						
		PUNTAJES					TOTAL	Pje. Pond.
		1	2	3	4	5		
DIMENSIÓN 3: CALIDAD FUNCIONAL								
9	¿Le damos un valor agregado a nuestra atención?	83	75	83	58	86	385	1144
10	¿Cubrimos las necesidades del cliente?	64	58	89	100	74	385	1217
11	¿Brindamos cordialidad al cliente?	71	94	46	91	83	385	1176
12	¿Se esfuerzan los trabajadores por atender al cliente en el menor tiempo posible?	70	108	66	82	59	385	1107
Total		288	335	284	331	302	1540	4644
Porcentaje		19%	22%	18%	21%	20%	100%	

FUENTE: Elaboración propia

Cuadro 21 - Dimensión Calidad funcional - Post Test

VARIABLE: CALIDAD DE ATENCIÓN								
Nº	ÍTEMS	ANÁLISIS DEL POST TEST						
		PUNTAJES					TOTAL	Pje. Pond.
		1	2	3	4	5		
DIMENSIÓN 3: CALIDAD FUNCIONAL								
9	¿Le damos un valor agregado a nuestra atención?	34	80	83	70	118	385	1313
10	¿Cubrimos las necesidades del cliente?	25	73	92	93	102	385	1329
11	¿Brindamos cordialidad al cliente?	28	95	90	113	59	385	1235
12	¿Se esfuerzan los trabajadores por atender al cliente en el menor tiempo posible?	27	98	92	73	95	385	1266
Total		114	346	357	349	374	1540	5143
Porcentaje		7%	22%	23%	23%	24%	100%	
DIMENSIÓN 4: CALIDAD TÉCNICA								

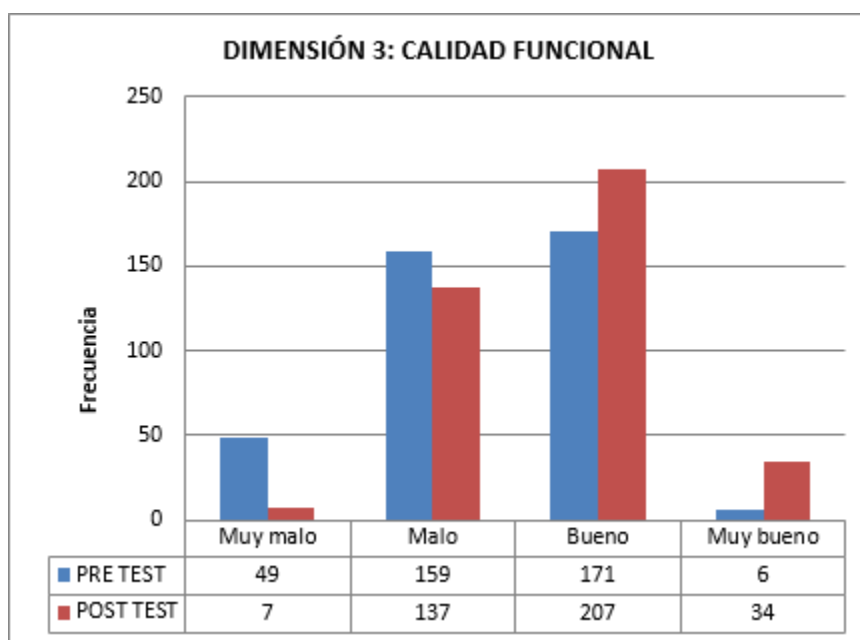
FUENTE: Elaboración propia

Cuadro 22 - Comparación del Pre y Post Test de la Dimensión 3

PRE TEST			POST TEST		
DIMENSIÓN 3: CALIDAD FUNCIONAL			DIMENSIÓN 3: CALIDAD FUNCIONAL		
Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	49	12.73	Muy malo	7	1.82
Malo	159	41.30	Malo	137	35.58
Bueno	171	44.42	Bueno	207	53.77
Muy bueno	6	1.56	Muy bueno	34	8.83
Total	385	100.00	Total	385	100.00

FUENTE: Elaboración propia

Gráfico 8 - Niveles de la Dimensión 3



FUENTE: Elaboración propia

Del gráfico N° 8; en la dimensión Calidad funcional de la variable Calidad de atención que contiene 4 ítems se puede observar que las puntuaciones del Pre Test las mayores puntuaciones se encuentran en escala de valor bueno con 171 puntos, seguido de 159 en la escala de valores malo; en cambio en el Post Test se obtiene 207 puntos en la escala de valores bueno, seguido de 137 en la escala de valores malo; por lo que se puede concluir que las puntuaciones obtenidas en el Post Test son significativamente mayores que el Pre Test, con esto se puede determinar que existe una buena predisposición en el tiempo de ejecución de las tareas relacionadas en la nueva estructura gestión de proceso de atención. Ahora analicemos la cuarta dimensión:

Cuadro 23 - Dimensión Calidad técnica - Pre Test

N°	ÍTEMS	ANÁLISIS DEL PRE TEST						
		PUNTAJES					TOTAL	Pje. Pond.
		1	2	3	4	5		
DIMENSIÓN 4: CALIDAD TÉCNICA								
13	¿Conseguimos una buena relación con el cliente?	70	80	90	62	83	385	1163
14	¿Obtenemos un buen clima laboral?	81	79	82	75	68	385	1125
15	¿Los colaboradores cuentan con total conocimiento a las operaciones?	76	77	69	93	70	385	1159
16	¿Los colaboradores cuentan con una preparación?	58	95	69	87	76	385	1183
Total		285	331	310	317	297	1540	4630
Porcentaje		19%	21%	20%	21%	19%	100%	

FUENTE: Elaboración propia

Cuadro 24 - Dimensión Calidad técnica - Post Test

N°	ÍTEMS	ANÁLISIS DEL POST TEST						
		PUNTAJES					TOTAL	Pje. Pond.
		1	2	3	4	5		
DIMENSIÓN 4: CALIDAD TÉCNICA								
13	¿Conseguimos una buena relación con el cliente?	16	102	101	69	97	385	1284
14	¿Obtenemos un buen clima laboral?	25	90	99	82	89	385	1275
15	¿Los colaboradores cuentan con total conocimiento a las operaciones?	26	89	59	106	105	385	1330
16	¿Los colaboradores cuentan con una preparación?	9	93	106	66	111	385	1332
Total		76	374	365	323	402	1540	5221
Porcentaje		5%	24%	24%	21%	26%	100%	

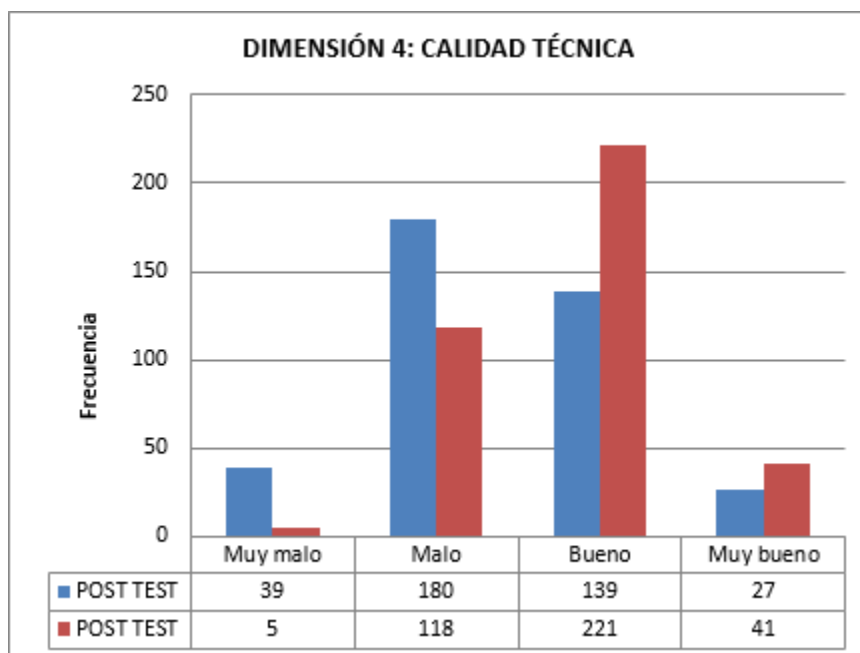
FUENTE: Elaboración propia

Cuadro 25 - Comparación del Pre y Post Test de la Dimensión 4

PRE TEST			POST TEST		
DIMENSIÓN 4: CALIDAD TÉCNICA			DIMENSIÓN 4: CALIDAD TÉCNICA		
Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	39	10.13	Muy malo	5	1.30
Malo	180	46.75	Malo	112	29.09
Bueno	139	36.10	Bueno	221	57.40
Muy bueno	27	7.01	Muy bueno	47	12.21
Total	385	100.00	Total	385	100.00

FUENTE: Elaboración propia

Gráfico 9 - Niveles de la Dimensión 4



FUENTE: Elaboración propia

Del gráfico N° 9; en la dimensión Calidad técnica de la variable Calidad de atención que contiene 4 ítems se puede observar que las puntuaciones del Pre Test las mayores puntuaciones se encuentran en escala de valor malo con 180 puntos, seguido de 139 en la escala de valores bueno; en cambio en el Post Test se obtiene 221 puntos en la escala de valores bueno, seguido de 118 en la escala de valores malo; por lo que se puede concluir que las puntuaciones obtenidas en el Post Test son significativamente mayores que el Pre Test, con esto se puede determinar que existe una buena predisposición en el tiempo de ejecución de las tareas relacionadas en la nueva estructura gestión de proceso de atención.

4.3. Análisis de los datos consolidados

Ahora analizaremos el cuadro N° 26. Que consolida la información en un resumen del Pre Test y Post Test

Cuadro 26 - Resumen del Pre Test y Post Test

Análisis de datos del Pre y Post Test															
VARIABLE: CALIDAD DE ATENCIÓN															
Nº	ANÁLISIS DEL PRE TEST							Nº	ANÁLISIS DEL POST TEST						
	PUNTAJES					TOTAL	Pje. POND.		PUNTAJES					TOTAL	Pje. POND.
	1	2	3	4	5				1	2	3	4	5		
1	101	63	63	97	61	385	1109	1	28	65	98	118	76	385	1304
2	74	88	57	86	80	385	1165	2	23	108	90	69	95	385	1260
3	110	79	96	40	60	385	1016	3	28	81	96	93	87	385	1285
4	92	102	63	71	57	385	1054	4	22	72	108	111	72	385	1294
5	72	61	78	90	84	385	1208	5	31	85	69	110	90	385	1298
6	76	97	71	71	70	385	1117	6	18	118	73	81	95	385	1272
7	83	84	69	74	75	385	1129	7	30	83	79	91	102	385	1307
8	96	89	66	67	67	385	1075	8	19	94	88	79	105	385	1312
9	83	75	83	58	86	385	1144	9	34	80	83	70	118	385	1313
10	64	58	89	100	74	385	1217	10	25	73	92	93	102	385	1329
11	71	94	46	91	83	385	1176	11	28	95	90	113	59	385	1235
12	70	108	66	82	59	385	1107	12	27	98	92	73	95	385	1266
13	70	80	90	62	83	385	1163	13	16	102	101	69	97	385	1284
14	81	79	82	75	68	385	1125	14	25	90	99	82	89	385	1275
15	76	77	69	93	70	385	1159	13	26	89	59	106	105	385	1330
16	58	95	69	87	76	385	1183	14	9	93	106	66	111	385	1332
	1277	1329	1157	1244	1153	6160	18147		389	1426	1423	1424	1498	6160	20696

FUENTE: Elaboración propia

Cuadro 27 - Escala de valores de la Variable Calidad de atención

VARIABLE: CALIDAD DE ATENCIÓN	
NIVELES	ESCALA DE VALORES
Muy malo	16 a 32
Malo	33 a 48
Bueno	49 a 64
Muy bueno	65 a 80

FUENTE: Elaboración propia

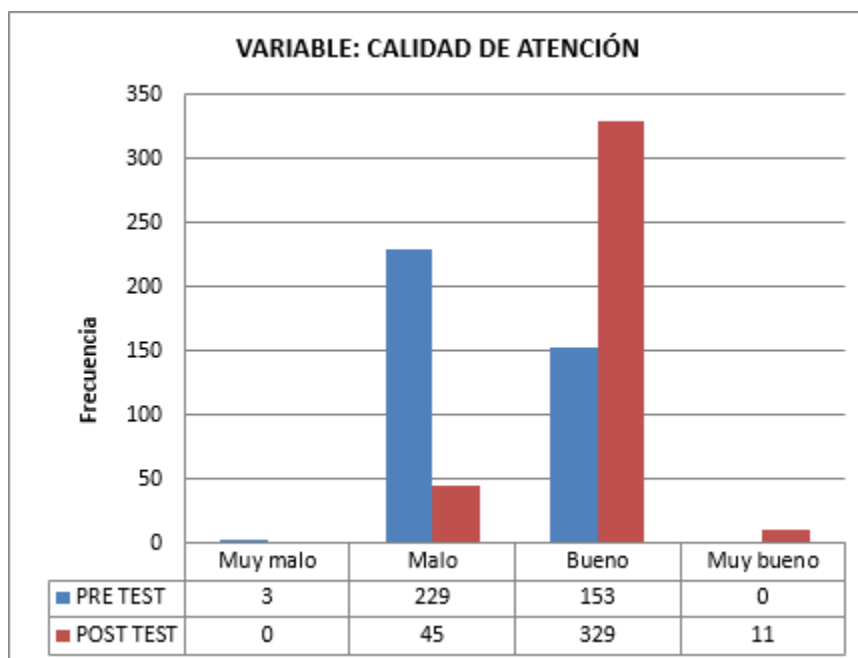
En el cuadro N° 27, se observa la escala de valores en los cuatro niveles de análisis de la Variable dependiente Calidad de atención que se encuentra en discusión.

Cuadro 28 - Comparación del Pre y Post Test de la Variable Calidad de atención

PRE TEST			POST TEST		
VARIABLE: CALIDAD DE ATENCIÓN			VARIABLE: CALIDAD DE ATENCIÓN		
Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Muy malo	3	0.78	Muy malo	0	0.00
Malo	229	59.48	Malo	45	11.69
Bueno	153	39.74	Bueno	329	85.45
Muy bueno	0	0.00	Muy bueno	11	2.86
Total	385	100.00	Total	385	100.00

FUENTE: Elaboración propia

Gráfico 10 - Niveles de la Variable 2



FUENTE: Elaboración propia

Como se puede evidenciar en el Cuadro N° 28 y Gráfico N° 10, los resultados en el análisis del Pre Test, y Post Test son muy similares, ya que del total de ítems utilizados en esta investigación fue de 16, en la escala de valor Muy malo, en el Pre Test obtuvo 3 punto y en el Post Test 0 puntos. Asimismo, respecto a la alternativa Malo en el Pre Test se tiene 229 puntos y en el Post Test 45 puntos, también en la escala de Bueno en el Pre Test se obtuvo 153 y el Post Test 329 y por último en la escala valorativa en Muy bueno el Pre Test obtuvo 0

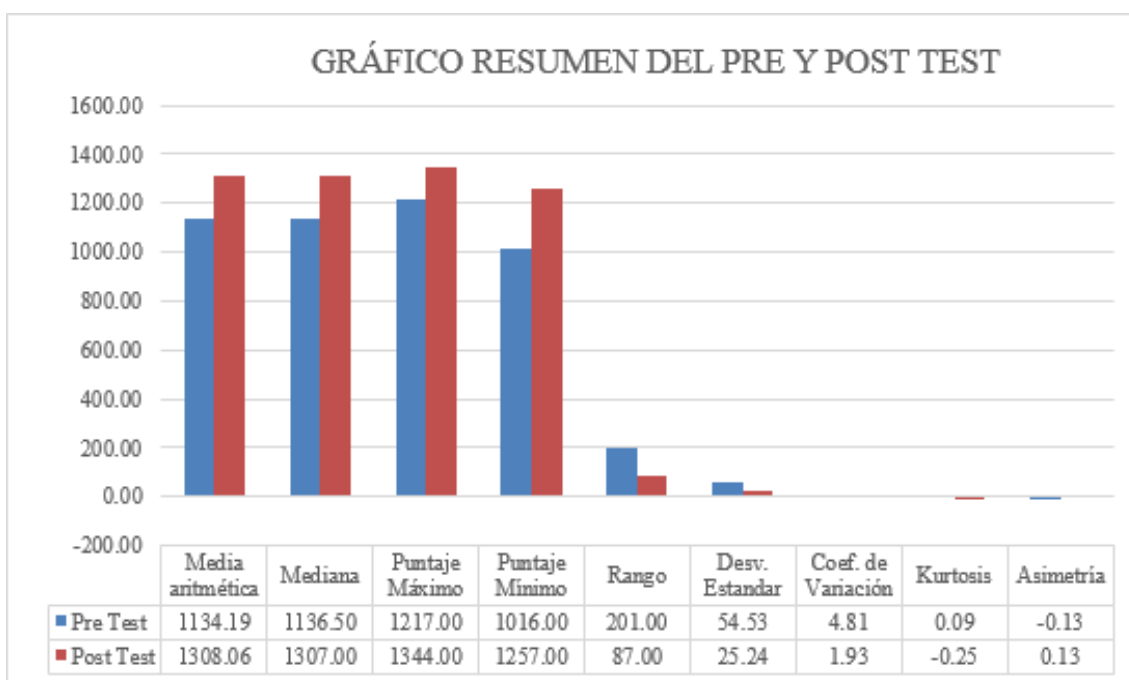
y el Post Test 11. Por lo que se deduce que las diferencias de puntuación entre ambos grupos del Pre y Post Test son mínimas, con lo que se concluye que los grupos son homogéneos.

Cuadro 29 - Cuadro de resumen del Pre y Post Test

Estadígrafos	Pre Test	Post Test
Media aritmética	1134.19	1308.06
Mediana	1136.50	1307.00
Puntaje Máximo	1217.00	1344.00
Puntaje Mínimo	1016.00	1257.00
Rango	201.00	87.00
Desv. Estandar	54.53	25.24
Coef. de Variación	4.81	1.93
Kurtosis	0.09	-0.25
Asimetría	-0.13	0.13

FUENTE: Elaboración propia

Gráfico 11 - Gráfico de resumen del Pre y Post Test



FUENTE: Elaboración propia

Del cuadro N° 29 y gráfico N° 1, se deduce que en el Pre Test se obtiene una puntuación media de 1134.19 y en el Post Test una puntuación de 1308.06 (diferencia de 173.87 puntos), luego respecto a la mediana en el primer caso se tiene 1136.50 y en el segundo caso 1307.0 (diferencia de 170.5 puntos).

En lo que concierne al puntaje máximo en el Pre Test, se tiene 1217.0 y en el Post Test se tiene 1344.0 (diferencia de 127 puntos), y respecto al puntaje mínimo en el Pre Test se tiene 1016.0 y en el Post Test se tiene 1257.0 (diferencia de 241 puntos).

Respecto a la desviación estándar en el Pre Test se tiene 54.53 y en el Post Test se tiene 25.24 (diferencia de 29.29 puntos) con lo que se puede concluir que las puntuaciones en el Pre Test son más heterogéneas que en el Post Test; es decir los datos procesados se ajustan a la curva normal por lo que se procede a realizar la contrastación de la hipótesis.

4.4. Contrastación de la hipótesis

4.4.1. Contrastación de la hipótesis general

Es el proceso que permite realizar el contraste de la hipótesis que según Cori consta de 6 pasos: “La contrastación de hipótesis se resume en 6 pasos, y estando en este último paso, se tiene ya la posibilidad de tomar la decisión de aceptar o rechazar la hipótesis nula”, a continuación los 6 pasos:

1. Formular la hipótesis nula y alterna de acuerdo al problema.
2. Escoger un nivel de significancia o riesgo α .
3. Escoger el estadígrafo de prueba más apropiado.
4. Establecer la región crítica.
5. Calcular los valores de la prueba estadística de una muestra aleatoria de tamaño “n”.

6. Rechazar la H_0 si el estadístico tiene un valor en la región crítica y no rechazar (aceptar) = en el otro caso.

4.4.1.1. Planteamiento de la hipótesis general:

Hipótesis Nula: $H_0: \mu_1 = \mu_2$

H_0 : El proceso de mejora continua no influye de manera óptima en la mejora de calidad de atención en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo.

H_0 : Los puntajes obtenidos del Pre Test y Post Test son iguales.

Hipótesis Alternativa: $H_1: \mu_1 \neq \mu_2$, esto es: $H_1: \mu_1 > \mu_2$ ó $\mu_1 < \mu_2$

H_1 : El proceso de mejora continua influye de manera óptima en la mejora de la calidad de atención en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo.

H_1 : Los puntajes obtenidos en el Pre Test y Post Test son diferentes.

Donde:

μ_1 : Son los resultados del Pre Test.

μ_2 : Son los resultados del Post Test.

4.4.1.2. Nivel de significancia o riesgo

El nivel utilizado en el diseño pre experimental es de $\alpha = 0,05$.

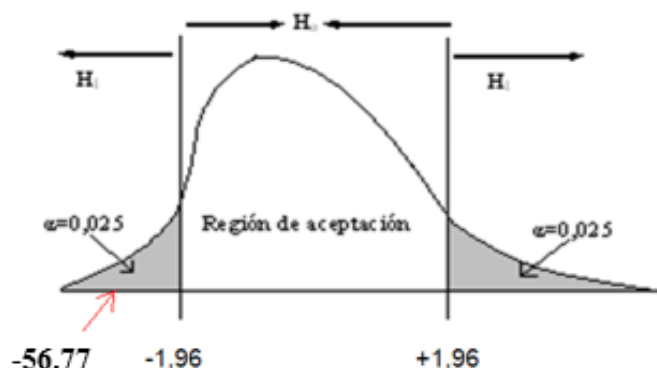
4.4.1.3. El estadígrafo de prueba

El estadígrafo de prueba apropiada para el caso es la prueba de “z”, ya que el tamaño de muestra es 385, teniendo en cuenta que existe dos posibilidades en la hipótesis alternativa ($H_1: \mu_1 > \mu_2$ ó $\mu_1 < \mu_2$), se aplica la prueba de dos colas.

4.4.1.4. Valor crítico y regla de decisión

Para la prueba de dos colas con $\alpha = 0,05$ en la tabla de la Z tenemos

para el lado derecho $+Z = 1,96$; y por simetría al lado izquierdo se tiene $-Z = -1,96$



4.4.1.5. Cálculo del estadígrafo de Prueba:

$$Z_c = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}} = -56.77$$

4.4.1.6. Decisión estadística

Con los datos procesados $Z = -56.77$, este cae en la zona de rechazo; entonces se rechaza la hipótesis Nula (H_0), y se acepta la hipótesis Alternativa (H_1); que dice: El proceso de mejora continua influye de manera óptima en la mejora de la calidad de atención en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo.

4.4.2. Contrastación de la hipótesis específica N° 01: Fiabilidad

4.4.2.1. Planteamiento de la hipótesis

Hipótesis Nula: $H_0: \mu_1 = \mu_2$

H_0 : El proceso de mejora continua no influye de manera óptima en la mejora de la fiabilidad en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo.

H_0 : Los puntajes obtenidos del Pre Test y Post Test son iguales.

Hipótesis Alternativa: $H_1: \mu_1 \neq \mu_2$, esto es: $H_1: \mu_1 > \mu_2$ ó $\mu_1 < \mu_2$

H_1 : El proceso de mejora continua influye de manera óptima en la mejora de la fiabilidad en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo.

H_1 : Los puntajes obtenidos en el Pre Test y Post Test son diferentes.

Donde:

μ_1 : Son los resultados del Pre Test.

μ_2 : Son los resultados del Post Test.

4.4.2.2. Nivel de significancia o riesgo

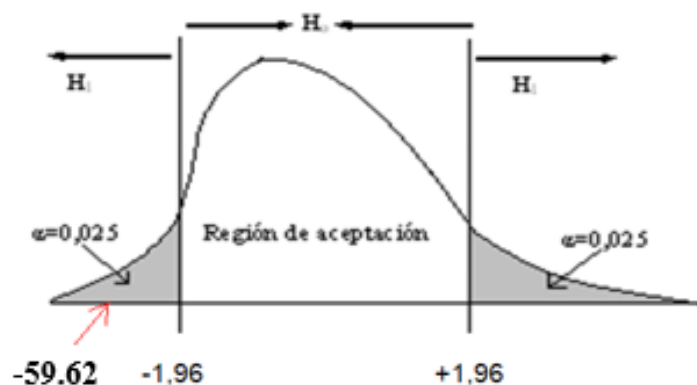
El nivel utilizado en el diseño pre experimental es de $\alpha = 0,05$.

4.4.2.3. El estadígrafo de prueba

El estadígrafo de prueba apropiada para el caso es la prueba de “z”, ya que el tamaño de muestra es 385, teniendo en cuenta que existe dos posibilidades en la hipótesis alternativa ($H_1: \mu_1 > \mu_2$ ó $\mu_1 < \mu_2$), se aplica la prueba de dos colas.

4.4.2.4. Valor crítico y regla de decisión

Para la prueba de dos colas con $\alpha = 0,05$ en la tabla de la Z tenemos para el lado derecho $+Z = 1,96$; y por simetría al lado izquierdo se tiene $-Z = -1,96$



4.4.2.5. Cálculo del estadígrafo de Prueba:

$$Z_c = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}} = -59.62$$

4.4.2.6. Decisión estadística

Con los datos procesados $Z = -59.62$, este cae en la zona de rechazo; entonces se rechaza la hipótesis Nula (H_0), y se acepta la hipótesis Alternativa (H_1); que dice: El proceso de mejora continua influye de manera óptima en la mejora de la fiabilidad en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo.

4.4.3. Contrastación de la hipótesis específica N° 02: Calidad de servicio

4.4.3.1. Planteamiento de la hipótesis

Hipótesis Nula: $H_0: \mu_1 = \mu_2$

H_0 : El proceso de mejora continua no produce efectos óptimos en la mejora de la calidad de servicio en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo.

H_0 : Los puntajes obtenidos del Pre Test y Post Test son iguales.

Hipótesis Alternativa: $H_1: \mu_1 \neq \mu_2$, esto es: $H_1: \mu_1 > \mu_2$ ó $\mu_1 < \mu_2$

H_1 : El proceso de mejora continua produce efectos óptimos en la mejora de la calidad de servicio en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo.

H_1 : Los puntajes obtenidos en el Pre Test y Post Test son diferentes.

Donde:

μ_1 : Son los resultados del Pre Test.

μ_2 : Son los resultados del Post Test.

4.4.3.2. Nivel de significancia o riesgo

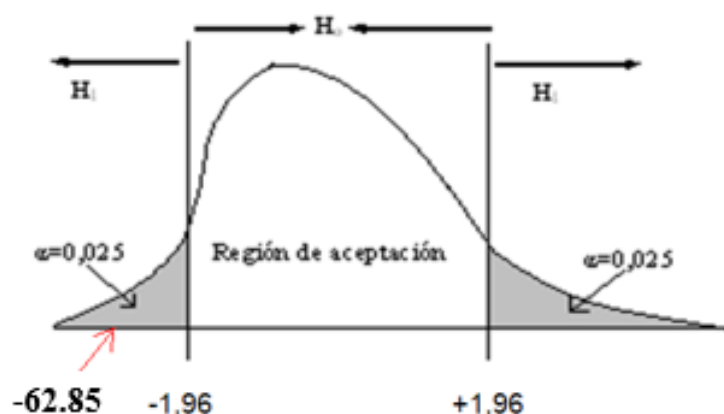
El nivel utilizado en el diseño pre experimental es de $\alpha = 0,05$.

4.4.3.3. El estadígrafo de prueba

El estadígrafo de prueba apropiada para el caso es la prueba de "z", ya que el tamaño de muestra es 385, teniendo en cuenta que existe dos posibilidades en la hipótesis alterna ($H_1: \mu_1 > \mu_2$ ó $\mu_1 < \mu_2$), se aplica la prueba de dos colas.

4.4.3.4. Valor crítico y regla de decisión

Para la prueba de dos colas con $\alpha = 0,05$ en la tabla de la Z tenemos para el lado derecho $+Z = 1,96$; y por simetría al lado izquierdo se tiene $-Z = -1,96$



4.4.3.5. Cálculo del estadígrafo de Prueba:

$$Z_c = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}} = -62.85$$

4.4.3.6. Decisión estadística

Con los datos procesados $Z = -62.85$, este cae en la zona de rechazo; entonces se rechaza la hipótesis Nula (H_0), y se acepta la hipótesis Alterna

(H1); que dice: El proceso de mejora continua influye positivamente en la mejora de la calidad de servicio en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo.

4.4.4. Contrastación de la hipótesis específica N° 03: Calidad funcional

4.4.4.1. Planteamiento de la hipótesis

Hipótesis Nula: $H_0: \mu_1 = \mu_2$

H_0 : El proceso de mejora continua no influye de manera óptima en la mejora de la calidad funcional en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo.

H_0 : Los puntajes obtenidos del Pre Test y Post Test son iguales.

Hipótesis Alternativa: $H_1: \mu_1 \neq \mu_2$, esto es: $H_1: \mu_1 > \mu_2$ ó $\mu_1 < \mu_2$

H_1 : El proceso de mejora continua influye de manera óptima en la mejora de la calidad funcional en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo.

H_1 : Los puntajes obtenidos en el Pre Test y Post Test son diferentes.

Donde:

μ_1 : Son los resultados del Pre Test.

μ_2 : Son los resultados del Post Test.

4.4.4.2. Nivel de significancia o riesgo

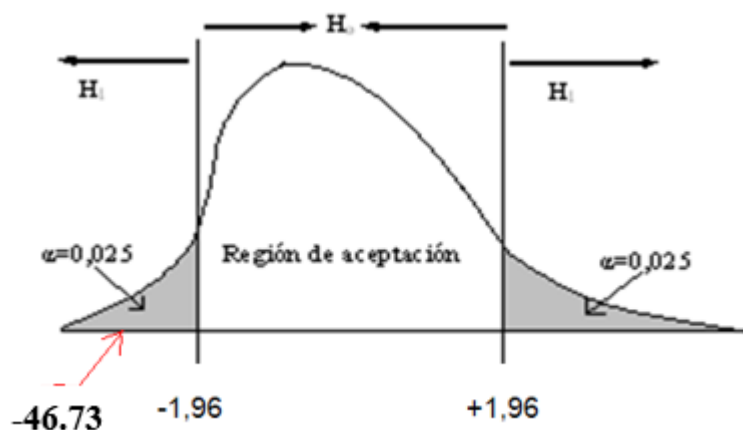
El nivel utilizado en el diseño pre experimental es de $\alpha = 0,05$.

4.4.4.3. El estadígrafo de prueba

El estadígrafo de prueba apropiada para el caso es la prueba de “z”, ya que el tamaño de muestra es 385, teniendo en cuenta que existe dos posibilidades en la hipótesis alternativa ($H_1: \mu_1 > \mu_2$ ó $\mu_1 < \mu_2$), se aplica la prueba de dos colas.

4.4.4.4. Valor crítico y regla de decisión

Para la prueba de dos colas con $\alpha = 0,05$ en la tabla de la Z tenemos para el lado derecho $+Z = 1,96$; y por simetría al lado izquierdo se tiene $-Z = -1,96$



4.4.4.5. Cálculo del estadígrafo de Prueba:

$$Z_c = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}} = -46.73$$

4.4.4.6. Decisión estadística

Con los datos procesados $Z = -46.73$, este cae en la zona de rechazo; entonces se rechaza la hipótesis Nula (H_0), y se acepta la hipótesis Alternativa (H_1); que dice: El proceso de mejora continua influye de manera óptima en la mejora de la calidad funcional en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo.

4.4.5. Contrastación de la hipótesis específica N° 04: Calidad técnica

4.4.5.1. Planteamiento de la hipótesis

Hipótesis Nula: $H_0: \mu_1 = \mu_2$

H_0 : El proceso de mejora continua no produce efectos óptimos en la

mejora de la calidad técnica en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo.

Ho: Los puntajes obtenidos del Pre Test y Post Test son iguales.

Hipótesis Alternativa: $H_1: \mu_1 \neq \mu_2$, esto es: $H_1: \mu_1 > \mu_2$ ó $\mu_1 < \mu_2$

H1: El proceso de mejora continua produce efectos óptimos en la mejora de la calidad técnica en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo.

H1: Los puntajes obtenidos en el Pre Test y Post Test son diferentes.

Donde:

μ_1 : Son los resultados del Pre Test.

μ_2 : Son los resultados del Post Test.

4.4.5.2. Nivel de significancia o riesgo

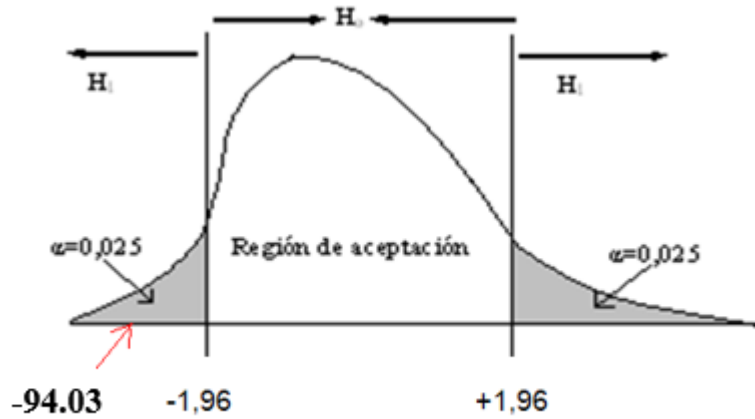
El nivel utilizado en el diseño pre experimental es de $\alpha = 0,05$.

4.4.5.3. El estadígrafo de prueba

El estadígrafo de prueba apropiada para el caso es la prueba de “z”, ya que el tamaño de muestra es 385, teniendo en cuenta que existe dos posibilidades en la hipótesis alternativa ($H_1: \mu_1 > \mu_2$ ó $\mu_1 < \mu_2$), se aplica la prueba de dos colas.

4.4.5.4. Valor crítico y regla de decisión

Para la prueba de dos colas con $\alpha = 0,05$ en la tabla de la Z tenemos para el lado derecho $+Z = 1,96$; y por simetría al lado izquierdo se tiene $-Z = -1,96$



4.4.5.5. Cálculo del estadígrafo de Prueba:

$$Z_c = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}} = -\mathbf{94.03}$$

4.4.5.6. Decisión estadística

Con los datos procesados $Z = -94.03$, este cae en la zona de rechazo; entonces se rechaza la hipótesis Nula (H_0), y se acepta la hipótesis Alternativa (H_1); que dice: El proceso de mejora continua produce efectos óptimos en la mejora de la calidad técnica en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. Desarrollo de la metodología

La interpretación de los resultados obtenidos en la investigación realizada se basó en la aplicación de cuestionarios en los trabajadores del banco, en percepción al proceso de la mejora continua y la calidad de atención en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo.

Se inició contrastando el problema de la atención diaria que experimentan las personas, en una muestra con los problemas o dificultades encontrados en investigaciones de otros contextos, para ver la semejanza o diferencia que existen.

Como se puede evidenciar en el Cuadro N° 28 y Gráfico N° 10, los resultados en el análisis del Pre Test, y Post Test son muy similares, ya que del total de ítems utilizados en esta investigación fue de 16, en la escala de valor muy malo, en el Pre Test obtuvo 3 punto y en el Post Test 0 puntos. Asimismo, respecto a la alternativa Malo en el Pre Test se tiene 229 puntos y en el Post Test 45 puntos, también en la escala de Bueno en el Pre Test se obtuvo 153 y el Post

Test 329 y por último en la escala valorativa en Muy bueno el Pre Test obtuvo 0 y el Post Test 11. Por lo que se deduce que las diferencias de puntuación entre ambos grupos del Pre y Post Test son mínimas, con lo que se concluye que los grupos son homogéneos.

Así mismo la dimensión 1: Fiabilidad.

Del gráfico N° 6; en la dimensión Fiabilidad de la variable Calidad de atención que contiene 4 ítems se puede observar que las puntuaciones del Pre Test las mayores puntuaciones se encuentran en escala de valor malo con 217 puntos, seguido de 93 en la escala de valores bueno; en cambio en el Post Test se obtiene 178 puntos en la escala de valores bueno, seguido de 148 en la escala de valores malo; por lo que se puede concluir que las puntuaciones obtenidas en el Post Test son significativamente mayores que el Pre Test, con esto se puede determinar que existe una buena predisposición en el tiempo de ejecución de las tareas relacionadas en la nueva estructura gestión de proceso de atención.

En consecuencia, a ello se afirma que el proceso de mejora continua influye positivamente en la mejora de la fiabilidad en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo. Estos resultados se (Isuiza Flores, 2017): “Se concluye que la Fiabilidad mejora mediante la aplicación del método PDCA, ya que antes de su aplicación se puede observar que la Fiabilidad promedio era del 74% y esta aumenta al 90%, demostrando que la Fiabilidad después de aplicar el método PDCA mejoro con un incremento de 16 puntos porcentuales, garantizándonos su efectividad para ser aplicada en otro grupo de población.”

De igual manera la dimensión 2: Calidad de servicio

Del gráfico N° 7 ; en la dimensión Calidad de servicio de la variable Calidad de atención que contiene 4 ítems se puede observar que las puntuaciones del Pre Test las mayores puntuaciones se encuentran en escala de valor malo con 177 puntos, seguido de 143 en la escala de valores bueno; en cambio en el Post Test se obtiene 196 puntos en la escala de valores bueno, seguido de 128 en la escala de valores malo; por lo que se puede concluir que las puntuaciones obtenidas en el Post Test son significativamente mayores que el Pre Test, con esto se puede determinar que existe una buena predisposición en el tiempo de ejecución de las tareas relacionadas en la nueva estructura gestión de proceso de atención.

En consecuencia, de ello se afirma que el proceso de mejora continua influye positivamente en la mejora de la calidad de servicio en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo. Estos resultados corroboran lo encontrado en los antecedentes de la tesis (Rodriguez FLores, 2014) “Se determinó que la calidad de servicio influye favorablemente en la satisfacción del cliente en el Banco de la Nación Agencia 2 Huaraz periodo 2014, esto se corrobora mediante el coeficiente de Spearman, con la cual se obtuvo el valor de 0.87, existiendo una relación positiva o directa.”

Así mismo la dimensión 3: Calidad funcional

Del gráfico N° 8; en la dimensión Calidad funcional de la variable Calidad de atención que contiene 4 ítems se puede observar que las puntuaciones del Pre Test las mayores puntuaciones se encuentran en escala de valor bueno con 171 puntos, seguido de 159 en la escala de valores malo; en cambio en el Post Test se obtiene 207 puntos en la escala de valores bueno, seguido de 137 en la escala de valores malo; por lo que se puede concluir que las puntuaciones obtenidas en

el Post Test son significativamente mayores que el Pre Test, con esto se puede determinar que existe una buena predisposición en el tiempo de ejecución de las tareas relacionadas en la nueva estructura gestión de proceso de atención.

En consecuencia, de ello se afirma que el proceso de mejora continua influye positivamente en la mejora de la calidad funcional en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo. Estos resultados corroboran lo encontrado en los antecedentes de la tesis (Isuiza Flores, 2017): “Se concluye que la Satisfacción mejora mediante la aplicación del método PDCA, ya que antes de su aplicación se puede observar que la Satisfacción promedio era del 74% y esta aumenta al 85%, demostrando que la Satisfacción después de aplicar el método PDCA mejoro con un incremento de 11 puntos porcentuales, garantizándonos su efectividad para ser aplicada en otro grupo de población.”

De igual manera la dimensión 4: Calidad técnica

Del gráfico N° 9; en la dimensión Calidad técnica de la variable Calidad de atención que contiene 4 ítems se puede observar que las puntuaciones del Pre Test las mayores puntuaciones se encuentran en escala de valor malo con 180 puntos, seguido de 139 en la escala de valores bueno; en cambio en el Post Test se obtiene 221 puntos en la escala de valores bueno, seguido de 118 en la escala de valores malo; por lo que se puede concluir que las puntuaciones obtenidas en el Post Test son significativamente mayores que el Pre Test, con esto se puede determinar que existe una buena predisposición en el tiempo de ejecución de las tareas relacionadas en la nueva estructura gestión de proceso de atención.

En consecuencia, de ello se afirma que el proceso de mejora continua influye positivamente en la mejora de la calidad técnica en el Banco de Crédito del Perú

en la ciudad de Huancayo. Estos resultados corroboran lo encontrado en los antecedentes de la tesis (Gonzales Fernández, 2017): “Referente a mi segundo objetivo específico, Se constató al objetivo general de la investigación, “Determinar en qué medida la aplicación de la mejora continua incrementara la eficacia en el servicio de mantenimiento de equipos en la empresa corporación de ingeniería Arnao S.A.”, se evaluó la cantidad producida durante 25 días antes y 25 días después de la implementación, como resultado se obtuvo que la eficacia se incrementó de 76% a 84%, es decir se logró incrementar en un 8%.”

CONCLUSIONES

1. Con los datos procesados $Z = -56.77$, este cae en la zona de rechazo; entonces se rechaza la hipótesis Nula (H_0), y se acepta la hipótesis Alternativa (H_1); que dice: El proceso de mejora continua influye en la mejora de la calidad de atención en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo. Teniendo un 39.74% en la evaluación Pre Test, para ello se identificó que la falta de experiencia laboral, era un factor que se tenía que hacer un seguimiento para luego capacitar al personal, alcanzando un 85.74% en la evaluación del Post Test.
2. Con los datos procesados $Z = -59.62$, este cae en la zona de rechazo; entonces se rechaza la hipótesis Nula (H_0), y se acepta la hipótesis Alternativa (H_1); que dice: El proceso de mejora continua influye en la mejora de la fiabilidad en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo. Teniendo un 24.16% en la evaluación Pre Test, para ello se identificó que la falta de empatía, generaba desconfianza en el cliente y se tenía que hacer un seguimiento logrando luego capacitar al personal, alcanzando un 50.91% en la evaluación del Post Test.
3. Con los datos procesados $Z = -62.85$, este cae en la zona de rechazo; entonces se rechaza la hipótesis Nula (H_0), y se acepta la hipótesis Alternativa (H_1); que dice: El proceso de mejora continua produce efectos en la calidad de servicio en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo. Teniendo un 37.14% en la evaluación Pre Test, para ello se identificó que la falta de orientación y guías para los clientes,

también era un factor que requería el debido seguimiento y capacitar al personal, alcanzando un 50.91% en la evaluación del Post Test.

4. Con los datos procesados $Z = -46.73$, este cae en la zona de rechazo; entonces se rechaza la hipótesis Nula (H_0), y se acepta la hipótesis Alternativa (H_1); que dice: El proceso de mejora continua influye en la mejora de la calidad funcional en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo. Teniendo un 44.42% en la evaluación Pre Test, para ello se identificó que la demora de atención generaba descontentos y perjuicios al que se consideró un factor importante para optimizar el tiempo, se requirió de capacitación para lograr la eficacia en la atención, alcanzando un 53.77% en la evaluación del Post Test.
5. Con los datos procesados $Z = -94.03$, este cae en la zona de rechazo; entonces se rechaza la hipótesis Nula (H_0), y se acepta la hipótesis Alternativa (H_1); que dice: El proceso de mejora continua produce efectos en la mejora de la calidad técnica en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo. Teniendo un 36.10% en la evaluación Pre Test, para ello se identificó que las capacitaciones al inicio del trabajo no eran suficientes y era necesario la mejora continua para alcanzar la exigencia del cliente, un factor al cual se tenía que hacer un seguimiento y capacitación, alcanzando un 57.40% en la evaluación del Post Test.

RECOMENDACIONES

1. El Banco de Crédito del Perú de la ciudad de Huancayo, debe tener en consideración el uso de la herramienta La Mejora Continua, para futuras mejoras de atención que pueda brindar al cliente, ya que al Planificar, Hacer, Verificar y Actuar. Podrán encontrar la manera más fácil de detectar y tomar decisión de los problemas o dificultades encontrados en la atención.
2. Se propone a la Gerencia de cada agencia en Huancayo, no solo plasmar el proyecto de La Mejora Continua en esta ciudad, sino también poder experimentar los óptimos resultados que se obtienen en las demás agencias existentes en la región, y así poder generalizar una mejor calidad de atención al cliente.
3. A la Gerencia, se le invita compartir con todos sus trabajadores los resultados y manera de trabajo de la herramienta La Mejora Continua, para que en futuras ocasiones se pueda implementar de una mejor manera de trabajo y que cada uno de ellos pueda aplicar en sus propias actividades dentro del banco.
4. Se recomienda al Banco de Crédito del Perú de la ciudad de Huancayo, considerar la réplica del informe y resultados obtenidos a otras entidades bancarias con el fin de que puedan evaluar y mejorar la calidad de atención y así obtener una mayor confiabilidad de los resultados y conclusiones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Tamayo Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica*. Ciudad de Mexico, Mexico: Tercera edición.
2. Cadena Badilla, J. M. (2016). *Medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por Restaurantes en Sonora*. Sonora, Mexico.
3. De La Cerda Gordillo, M. G. (2006). *Calidad en servicio en Bancos, una estrategia en la capacitación de clientes*. Guatemala.
4. De Pedro, P. E. (2013). *La calidad de servicio bancario: una escala de medición*. Bahia Blanca, Argentina.
5. Deming, E. (1982). *Calidad, Productividad y Competitividad*. Madrid: Cambrigde University Press.
6. Garcia Garrido, L. C. (2011). *Calidad de servicio y satisfacción de los clientes del Banco Ripley S.A. - Agencia Mall Aventura Plaza*. Trujillo.
7. Godínez González, A. M., & Hernández Moreno, G. (2018). *Poder Kaizen*. Mexico.
8. Gonzales, F. Y. (2017). *Aplicación de la mejora continua para incrementar la productividad en el servicio de mantenimiento de equipos en la empresa Corporación de Ingeniería Arnao S.A*. Lima.
9. Hernández Sampieri, R. (2010). *Metodologhía de la investigación*. Mexico: Quinta edición.
10. Isuiza Flores, J. B. (2017). *Mejora de la calidad de atención al cliente en las*

tiendas propias franquiciadas de Entel mediante la aplicación del metodo PDCA en la empresa NETCALL PERÚ S.A.C. Lima.

11. Lander Tolosa. (2017). *Tecnicas de mejora continua en el transporte*. Mondragón.
12. Ñahuirima Tica, Y. M. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del Distrito de Andahuaylas*. Andahuaylas.
13. Olalla Corcuera, C. R. (2001). *Gestión de calidad del servicio*. Zaragoza, España.
14. Quiliche Villanueva, M. A. (2016). *Propuesta de un diseño de mejora del proceso de atención de clientes para mejorar la calidad del servicio de una entidad Bancaria*. Cajamarca.
15. Rodriguez Flores, B. (2014). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente del Banco de La Nación Agencia 2*. Huaraz.
16. Rodríguez Martínez, C. (2011). *Propuesta de un sistema de mejora continua para la reducción de mermas en una procesador de vegetales en el departamento de Lima*. Lima.
17. Suarez Barraza, M. F. (2007). *La sostenibilidad de la mejora continua de procesos en la administración pública: Un estudio en los ayuntamientos de España*. Barcelona, España.
18. Ugaz Flores, L. A. (2012). *Propuesta de diseño e implementación de un sistema de gestión de calidad basado en la Norma ISO 9001:2008 aplicado a una empresa de fabricación de lejías*. Lima.
19. Vergara Lévano, A. A. (2017). *Propuesta de mejora en el proceso de atención al cliente en una agencia bancaria*. Lima.

ANEXO

Anexo 1 - Matriz de consistencia

<p align="center">PROCESO DE MEJORA CONTINUA PARA OPTIMIZAR LA CALIDAD DE ATENCIÓN EN EL BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ EN LA CIUDAD DE HUANCAYO</p>					
Problema	Objetivos	Marco teórico	Hipótesis	Variables y dimensiones	Metodología
<p>Problema general: ¿De qué manera influye el proceso de mejora continua a través de la calidad de atención en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo?</p>	<p>Objetivo general: Determinar la influencia del proceso de mejora continua en la calidad de atención en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo.</p>	<p>1. Antecedentes:</p> <p>A nivel Nacional.</p> <ul style="list-style-type: none"> - (Rodríguez Flores, 2014), "Calidad de servicio y satisfacción del cliente del Banco de la Nación agencia 2 Huaraz, periodo 2014", de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo. 	<p>Hipótesis general: El proceso de mejora continua influye de manera óptima en la calidad de atención en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo.</p>	<p>Variable Independiente: Metodología de la mejora continua, Edwards Deming.</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planificar - Hacer - Verificar - Actuar. 	<p>Tipo: Aplicada. Nivel: Descriptiva - Explicativa Diseño: Pre – experimental.</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> <p>O1-----X-----O2 Pre-test post-test</p> </div>
<p>Problemas específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuál es la influencia del proceso de mejora continua a través de la fiabilidad en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo? 2. ¿Qué efecto produce el proceso de mejora continua a través de la calidad de servicio en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo? 3. ¿Cómo influye el proceso de mejora continua a través de la calidad funcional en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo? 4. ¿Cuáles serían los efectos del proceso de mejora continua a través de la calidad técnica en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo? 	<p>Objetivos específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Comprobar la influencia del proceso de mejora continua en la fiabilidad en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo. 2. Indicar los efectos del proceso de mejora continua en la calidad de servicio en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo. 3. Demostrar la influencia del proceso de mejora continua en la calidad funcional en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo. 4. Validar los efectos del proceso de mejora continua en la calidad técnica en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo. 	<ul style="list-style-type: none"> - (Vergara Lévano, 2017), "Propuesta de mejora en el proceso de atención al cliente en una agencia bancaria", de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) – Lima. - (Quiliche Villanueva, 2016), "Propuesta de un diseño de mejora del proceso de atención de clientes para mejorar la calidad del servicio de una entidad Bancaria., 2016", de la Universidad Privada del Norte – Cajamarca - (Isuiza Flores, 2017), "Mejora de la calidad de atención al cliente en las tiendas propias franquiciadas de Entel mediante la aplicación del método PDCA en la empresa NETCALL PERÚ S.A.C, Santa Anita, 2017", de la Universidad Cesar Vallejo <p>A nivel internacional.</p> <ul style="list-style-type: none"> - (De La Cerda Gordillo, 2006), "Calidad en servicio en bancos, una estrategia en la captación de 	<p>Hipótesis específicas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El proceso de mejora continua influye de manera óptima en la fiabilidad en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo. 2. El proceso de mejora continua produce efectos óptimos en la calidad de servicio en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo. 3. El proceso de mejora continua influye de manera óptima en la calidad funcional en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo. 4. El proceso de mejora continua produce efectos óptimos en la calidad técnica en el Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo. 	<p>Variable dependiente: Calidad de atención.</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fiabilidad. - Calidad de servicio. - Calidad funcional. - Calidad técnica. 	<p>Cuando: O: una medición a los sujetos de un grupo. O1, Medición previa al tratamiento. O2, Medición posterior al tratamiento. X, Tratamiento, estímulo o condición experimental.</p> <p>Población y muestra: Población: Los clientes del Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Huancayo en el año 2018. Muestra: Probabilística, conformada por 123 trabajadores del Banco de Crédito del Perú de la ciudad de Huancayo en el año 2018.</p> <p>Técnicas e instrumentos: Observación: Ficha de observación directa e indirecta. Fichaje: fichas de Resumen, párrafo y comentario. Encuesta: Cuestionario de encuesta. Técnicas de procesamiento de datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medidas de tendencia central. • Medidas de dispersión. • Medidas de forma. • Medidas de regresión y correlación.

		<p>clientes", de la Universidad de San Carlos - Guatemala.</p> <ul style="list-style-type: none"> - (De Pedro, 2013), "La calidad de servicio bancario: una escala de medición", de la Universidad Nacional del Sur – Argentina. - (Israel Sandoval, 2016), "Medición de la calidad en el servicio de una Empresa de Distribución de Acumuladores de la ciudad de los Mochis", del Instituto Politécnico Nacional – México. - (Suarez Barraza, 2007), "La sostenibilidad de la mejora continua de procesos en la administración pública: Un estudio en los Ayuntamientos de España" de Universidad Ramón LLULL – España. <p>2. Marco teórico referencial:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planificar - Hacer - Verificar - Actuar. - Fiabilidad. - Satisfacción - Calidad funcional. - ISO 9001: 2015 - IPSOS 			<p>Prueba de hipótesis: "z" la prueba z, el cual sigue una distribución normal según la hipótesis nula, la cual evalúa la media de una población.</p>
--	--	---	--	--	--

CUESTIONARIO SOBRE LA CALIDAD DE ATENCIÓN EN EL BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ

NOMBRE Y APELLIDOS		N° DNI	FECHA	
ESTADO CIVIL		EDAD	SEXO	
Soltero	Casado		Femenino	Masculino
Conviviente	Viudo			
Divorciado				

Instrucciones: A continuación le presentamos varias proposiciones, le solicitamos que frente a ellos exprese su opinión personal considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcando con una (X) la que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo al siguiente código.

1. Nunca	2. Casi nunca	3. Con poca frecuencia	4. Con mediana frecuencia	5. Con mucha frecuencia
----------	---------------	------------------------	---------------------------	-------------------------

VARIABLE DEPENDIENTE: CALIDAD DE ATENCIÓN

Dimensión / ítems		1	2	3	4	5
Dimensión: Fiabilidad.						
1	¿Se siente seguro de las condiciones de ventas establecidas por el banco?					
2	¿Se sienten satisfecho por lo que le brinda el banco al obtener uno de sus servicios?					
3	¿Aumenta la probabilidad de servicio?					
4	¿Percibe que existen mejoras de atención?					
Dimensión: Calidad de servicio.						
5	¿Se siente comprometido (fidelizado) con el banco?					
6	¿Recomendaría el banco a sus amigos o familiares?					
7	¿Tenemos las áreas de atención limpias?					
8	¿Percibe fallas técnicas o sistema lento?					
Dimensión: Calidad funcional.						
9	¿Percibe que le damos un valor agregado a nuestra atención?					
10	¿Cubrimos todas sus necesidades?					
11	¿Le brindamos cordialidad al momento de ser atendido?					
12	¿Se esfuerzan los trabajadores por atenderlo en el menor tiempo posible?					
Dimensión: Calidad técnica.						
13	¿Encuentra una buena relación de comunicación con el trabajador?					
14	¿Percibe un buen clima laboral?					
15	¿Los colaboradores cuentan con total conocimiento a las operaciones?					
16	¿Siente que los trabajadores se encuentran capacitados?					

Anexo 3 - Fichas de validación N° 1



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE INGENIERÍA
Escuela Profesional de Ingeniería Industrial

FICHAS DE VALIDACIÓN

INFORME DE OPINIÓN DEL JUICIO DE EXPERTO

DATOS GENERALES

- 1.1. Título de la Investigación: **Relación entre liderazgo transformacional y desempeño docente Facultad de Ingeniería de la Universidad Peruana Los Andes de Huancayo 2018.**
- 1.2. Nombre de los instrumentos motivo de Evaluación: Cuestionarios de encuesta sobre EL PROCESO DE LA MEJORA CONTINUA Y LA CALIDAD DE ATENCIÓN.

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Indicadores	Criterios	Muy deficiente				Deficiente				Regular				Buena				Muy buena			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado																				X
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables																			X	
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica																		X		
4. Organización	Existe una organización lógica.																			X	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad																		X		
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar los instrumentos de investigación																		X		
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos																		X		
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores																		X		
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.																		X		
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación																			X	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: **90 %**

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: a) Muy deficiente b) Deficiente c) Regular d) Buena e) Muy buena

Nombres y Apellidos:	Javier Romero Meneses	DNI N°	19925925
Dirección domiciliaria:	Pje. Los Eucaliptos N°179 El Tambo.	Teléfono/Celular:	964-603185
Grado Académico:	Bach. Uor.		
Mención:	Ingeniería Industrial.		

Maeistrando: Bach. Jan Kevin Herrera Aguallo



 Lugar y fecha: **Huancayo 20/08/18**

Anexo 4 - Fichas de validación N° 2



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE INGENIERÍA
Escuela Profesional de Ingeniería Industrial

FICHAS DE VALIDACIÓN

INFORME DE OPINIÓN DEL JUICIO DE EXPERTO

DATOS GENERALES

- 1.1. Título de la Investigación: **Relación entre liderazgo transformacional y desempeño docente Facultad de Ingeniería de la Universidad Peruana Los Andes de Huancayo 2018.**
- 1.2. Nombre de los instrumentos motivo de Evaluación: Cuestionarios de encuesta sobre **EL PROCESO DE LA MEJORA CONTINUA Y LA CALIDAD DE ATENCIÓN.**

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Indicadores	Criterios	Muy deficiente		Deficiente				Regular				Buena				Muy buena					
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado																				
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables																				
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica																				
4. Organización	Existe una organización lógica.																				
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad																				
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar los instrumentos de investigación																				
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos																				
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores																				
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.																				
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación																				

PROMEDIO DE VALORACIÓN: **87%**

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: a) Muy deficiente b) Deficiente c) Regular d) Buena e) Muy buena

Nombres y Apellidos:	<i>Manuel Antonio Palomino Galindo</i>	DNI N°	<i>20040262</i>
Dirección domiciliar:	<i>Jr. Sebastian Lora # 799 El Tombo</i>	Teléfono/Celular:	<i>964901020</i>
Grado Académico:	<i>Ingeniero Industrial</i>		
Mención:			



 Firma: *Manuel A. Palomino Galindo*
 Lugar y fecha: *Huancayo 22/08/18*

Maestrando: Bach. Jan Kevin Herrera Aguallo

Anexo 5 - Fichas de validación N° 3



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE INGENIERÍA
Escuela Profesional de Ingeniería Industrial

FICHAS DE VALIDACIÓN

INFORME DE OPINIÓN DEL JUICIO DE EXPERTO

DATOS GENERALES

- 1.1. Título de la Investigación: **Relación entre liderazgo transformacional y desempeño docente Facultad de Ingeniería de la Universidad Peruana Los Andes de Huancayo 2018.**
- 1.2. Nombre de los instrumentos motivo de Evaluación: Cuestionarios de encuesta sobre **EL PROCESO DE LA MEJORA CONTINUA Y LA CALIDAD DE ATENCIÓN.**

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Indicadores	Criterios	Muy deficiente				Deficiente				Regular				Buena				Muy buena			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado																				X
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables																				X
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia pedagógica																				X
4. Organización	Existe una organización lógica.																				X
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad																				X
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar los instrumentos de investigación																				X
7. Consistencia	Basado en aspectos técnicos científicos																				X
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores																				X
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.																				X
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación																				X

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 95%

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: a) Muy deficiente b) Deficiente c) Regular d) Buena e) Muy buena

Nombres y Apellidos:	Roxana Giovanna Roque Mercado	DNI N°	41774129
Dirección domiciliar:	Calle los Robles 203 - Urb. Alto la tierra	Teléfono/Celular:	950199669
Grado Académico:	Ingeniería Industrial		
Mención:			


 Roxana G. Roque Mercado
 CIP 99403
 Firma
 Lugar y fecha: Huancayo, 22/03/18

Maestrando: Bach. Jan Kevin Herrera Aguallo

Anexo 6 - Fichas de validación N° 4



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE INGENIERÍA
Escuela Profesional de Ingeniería Industrial

FICHAS DE VALIDACIÓN

INFORME DE OPINIÓN DEL JUICIO DE EXPERTO

DATOS GENERALES

- 1.1. Título de la Investigación: **Relación entre liderazgo transformacional y desempeño docente Facultad de Ingeniería de la Universidad Peruana Los Andes de Huancayo 2018.**
- 1.2. Nombre de los instrumentos motivo de Evaluación: Cuestionarios de encuesta sobre **EL PROCESO DE LA MEJORA CONTINUA Y LA CALIDAD DE ATENCIÓN.**

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Indicadores	Criterios	Muy deficiente				Deficiente				Regular				Buena				Muy buena					
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96		
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100		
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado																				✓		
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables																					✓	
3. Actualidad	Adecuado el avance de la ciencia pedagógica																					✓	
4. Organización	Existe una organización lógica.																					✓	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad																					✓	
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar los instrumentos de investigación																					✓	
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos científicos																					✓	
8. Coherencia	Entre los índices, indicadores																					✓	
9. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.																					✓	
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación																					✓	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90%

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: a) Muy deficiente b) Deficiente c) Regular d) Buena e) Muy buena

Nombres y Apellidos:	Franco Jesus Torres Ruiz	DNI N°	44775480
Dirección domiciliaria:	Jr. 1ro de Julio 1201 L1:9	Teléfono/Celular:	950659139
Grado Académico:	Ingeniero Industrial		
Mención:			



FRANCO J. TORRES RUIZ
 INGENIERO INDUSTRIAL
 CIP 206759
 Firma
 Lugar y fecha: Huancayo, 22/08/18

Maestrando: Bach. Jan Kevin Herrera Agualló

Anexo 7 - Cuadro de análisis Pre Test y Post Test de la Variable 2

VARIABLE: CALIDAD DE ATENCIÓN															
N°	ANÁLISIS DEL PRE TEST							N°	ANÁLISIS DEL POST TEST						
	PUNTAJES					TOTAL	Pje. Pond.		PUNTAJES					TOTAL	Pje. Pond.
	1	2	3	4	5				1	2	3	4	5		
1	101	63	63	97	61	385	1109	1	28	63	98	118	78	385	1310
2	74	88	57	86	80	385	1165	2	23	107	89	69	97	385	1265
3	110	79	96	40	60	385	1016	3	28	80	94	93	90	385	1292
4	92	102	63	71	57	385	1054	4	21	72	105	111	76	385	1304
5	72	61	78	90	84	385	1208	5	30	82	65	106	102	385	1323
6	76	97	71	71	70	385	1117	6	18	112	71	81	103	385	1294
7	83	84	69	74	75	385	1129	7	30	79	77	90	109	385	1324
8	96	89	66	67	67	385	1075	8	18	93	85	78	111	385	1326
9	83	75	83	58	86	385	1144	9	33	78	81	70	123	385	1327
10	64	58	89	100	74	385	1217	10	23	73	90	92	107	385	1342
11	71	94	46	91	83	385	1176	11	27	91	89	109	69	385	1257
12	70	108	66	82	59	385	1107	12	27	91	90	72	105	385	1292
13	70	80	90	62	83	385	1163	13	15	100	98	69	103	385	1300
14	81	79	82	75	68	385	1125	14	25	84	97	82	97	385	1297
15	76	77	69	93	70	385	1159	13	25	87	57	106	110	385	1344
16	58	95	69	87	76	385	1183	14	9	93	106	66	111	385	1332
	1277	1329	1157	1244	1153	6160	18147		380	1385	1392	1412	1591	6160	20929

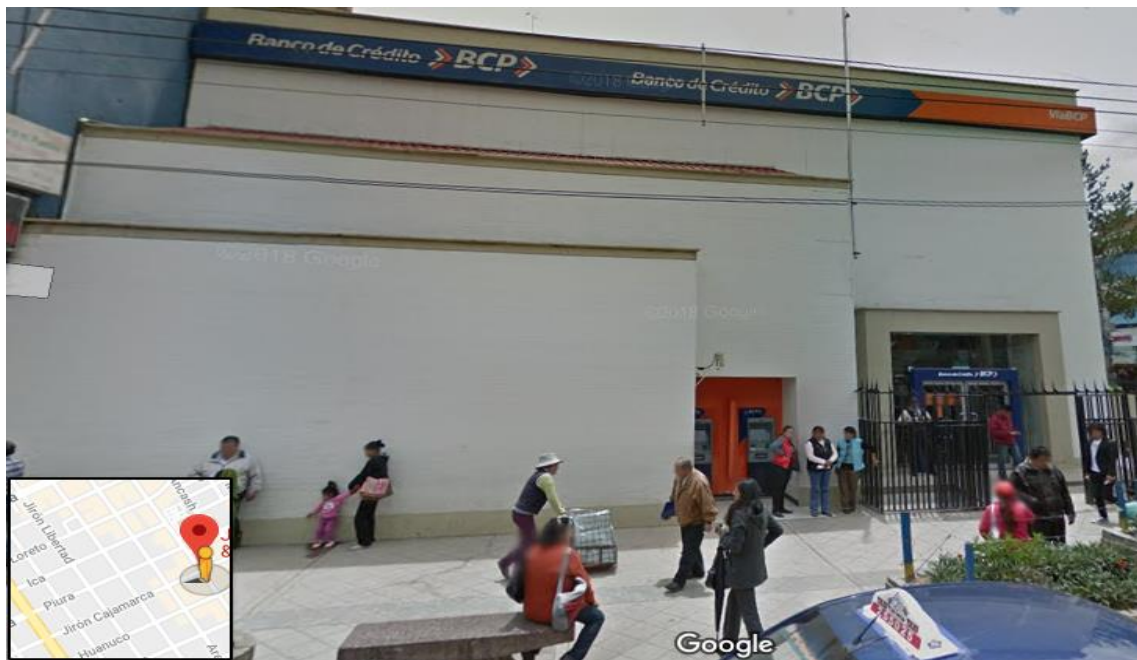
Anexo 8 - Datos registrados del Pre Test la Variable Calidad de Atención

Análisis de datos del Pre Test y Post test																														
VARIABLE: CALIDAD DE ATENCIÓN								VARIABLE: CALIDAD DE ATENCIÓN																						
N°	ÍTEMS	ANÁLISIS DEL PRE TEST						Pje. Pon	N°	ÍTEMS	ANÁLISIS DEL POST TEST						Pje. Pon													
		PUNTAJES									PUNTAJES																			
		1	2	3	4	5	TOTAL				1	2	3	4	5	TOTAL														
DIMENSIÓN 1: FIABILIDAD								DIMENSIÓN 1: FIABILIDAD																						
1	¿Estudiamos las condiciones de ventas establecidas por el banco?	101	63	63	97	61	385	1109	1	¿Estudiamos las condiciones de ventas establecidas por el banco?	28	63	98	118	78	385	1310													
2	¿Los clientes se sienten satisfechos por lo que le brinda el banco por la venta de sus servicios?	74	88	57	86	80	385	1165	2	¿Los clientes se sienten satisfechos por lo que le brinda el banco por la venta de sus servicios?	23	107	89	69	97	385	1265													
3	¿Estudiamos los resultados obtenidos en la página web sobre el servicio de atención al cliente?	110	79	96	40	60	385	1016	3	¿Estudiamos los resultados obtenidos en la página web sobre el servicio de atención al cliente?	28	80	94	93	90	385	1292													
4	¿Realizamos estudios estadísticos que nos ayuden a mejorar la	92	102	63	71	57	385	1054	4	¿Realizamos estudios estadísticos que nos ayuden a mejorar la	21	72	105	111	76	385	1304													
Total		377	332	279	294	258	1540	4344	Total		100	322	386	391	341	1540	5171													
Porcentaje		24%	22%	18%	19%	17%	100%		Porcentaje		6%	21%	25%	25%	22%	100%														
DIMENSIÓN 2: CALIDAD DE SERVICIO								DIMENSIÓN 2: CALIDAD DE SERVICIO																						
5	¿Fidelizamos la continuidad del consumo del servicio?	72	61	78	90	84	385	1208	5	¿Fidelizamos la continuidad del consumo del servicio?	30	82	65	106	102	385	1323													
6	¿Logramos obtener recomendación hacia nuevos clientes?	76	97	71	71	70	385	1117	6	¿Logramos obtener recomendación hacia nuevos clientes?	18	112	71	81	103	385	1294													
7	¿Tenemos las áreas de atención siempre limpias?	83	84	69	74	75	385	1129	7	¿Tenemos las áreas de atención siempre limpias?	30	79	77	90	109	385	1324													
8	¿Los equipos de trabajo se encuentran en buen estado?	96	89	66	67	67	385	1075	8	¿Los equipos de trabajo se encuentran en buen estado?	18	93	85	78	111	385	1326													
Total		327	331	284	302	296	1540	4529	Total		96	366	298	355	425	1540	5267													
Porcentaje		21%	21%	18%	20%	19%	100%		Porcentaje		6%	24%	19%	23%	28%	100%														
DIMENSIÓN 3: CALIDAD FUNCIONAL								DIMENSIÓN 3: CALIDAD FUNCIONAL																						
9	¿Le damos un valor agregado a nuestra atención?	83	75	83	58	86	385	1144	9	¿Le damos un valor agregado a nuestra atención?	33	78	81	70	123	385	1327													
10	¿Cubrimos las necesidades del	64	58	89	100	74	385	1217	10	¿Cubrimos las necesidades del	23	73	90	92	107	385	1342													
11	¿Brindamos cordialidad al cliente?	71	94	46	91	83	385	1176	11	¿Brindamos cordialidad al cliente?	27	91	89	109	69	385	1257													
12	¿Se esfuerzan los trabajadores por atender al cliente en el menor tiempo	70	108	66	82	59	385	1107	12	¿Se esfuerzan los trabajadores por atender al cliente en el menor tiempo	27	91	90	72	105	385	1292													
Total		288	335	284	331	302	1540	4644	Total		110	333	350	343	404	1540	5218													
Porcentaje		19%	22%	18%	21%	20%	100%		Porcentaje		7%	22%	23%	22%	26%	100%														
DIMENSIÓN 4: CALIDAD TÉCNICA								DIMENSIÓN 4: CALIDAD TÉCNICA																						
13	¿Conseguimos una buena relación con el cliente?	70	80	90	62	83	385	1163	13	¿Conseguimos una buena relación con el cliente?	15	100	98	69	103	385	1300													
14	¿Obtenemos un buen clima laboral?	81	79	82	75	68	385	1125	14	¿Obtenemos un buen clima laboral?	25	84	97	82	97	385	1297													
15	¿Los colaboradores cuentan con total conocimiento a las	76	77	69	93	70	385	1159	15	¿Los colaboradores cuentan con total conocimiento a las	25	87	57	106	110	385	1344													
16	¿Los colaboradores cuentan con una preparación?	58	95	69	87	76	385	1183	16	¿Los colaboradores cuentan con una preparación?	9	93	106	66	111	385	1332													
Total		285	331	310	317	297	1540	4630	Total		74	364	358	323	421	1540	5273													
Porcentaje		19%	21%	20%	21%	19%	100%		Porcentaje		5%	24%	23%	21%	27%	100%														
PUNTAJES (TODAS LAS DIMENSIÓN)								1277	1329	1157	1244	1153	6160	18147	PUNTAJES (TODAS LAS DIMENSIÓN)									380	1385	1392	1412	1591	6160	20929

Anexo 9 - Agencia San Carlos - Huancayo



Anexo 10 - Agencia Sucursal Huancayo



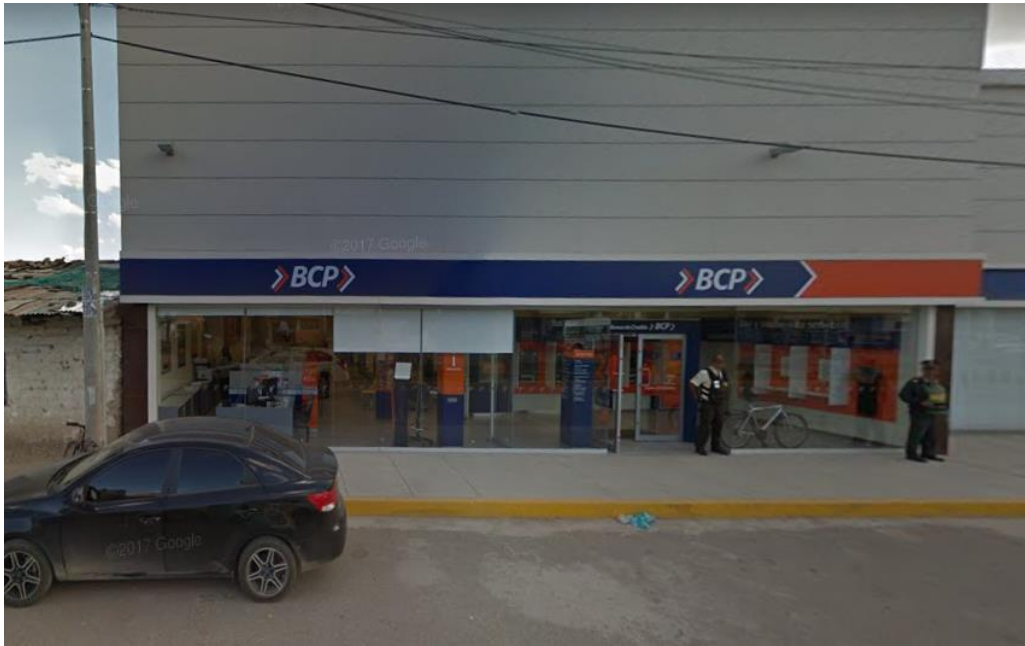
Anexo 11 - Agencia El Tambo



Anexo 12 - Agencia Real Plaza - Huancayo



Anexo 13 - Agencia Metro Chilca



Anexo 14 - Agencia Mantaro - El Tambo



Anexo 15 - Agencia Constitución - Huancayo

