

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Administración y Sistemas



TESIS

**Atención de Reclamos por Depósitos Truncos en la Agencia las
Gardenias, Banco de Crédito del Perú, entre enero y junio del
2019**

Para Optar : Título Profesional de Licenciado en Administración

Autor(as) : Bach. Raul Avalos Matos
Bach. Maryurit Andrea Bueno Puell

Asesor : Mtro. Paul Denis Martinez Vitor

Línea de Investigación
Institucional : Ciencias Empresariales y Gestión de los Recursos

Fecha de Inicio y
Culminación : 01.09.2020 – 30.08.2021

Huancayo - Perú
2021

Dedicado a nuestras familias

Agradecimiento:

A los docentes y asesor por la constante guía en la elaboración de la tesis

CONTENIDO

RESUMEN	7
ABSTRACT	7
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
1.1. Descripción de la realidad problemática:	9
1.2. Delimitación del problema:	10
1.3. Formulación del problema:	11
1.3.1. Problema General:	11
1.3.2. Problemas Específicos:	11
1.4. Justificación	12
1.4.1. Justificación social:	12
1.4.2. Justificación teórica	13
1.4.3. Justificación metodológica	13
1.5. Objetivos:	14
1.5.1. Objetivo General:	14
1.5.2. Objetivo Específicos:	14
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	15
2.1. Antecedentes (nacionales e internacionales):	15
2.2. Bases teóricas o científicas:	20
2.3. Marco conceptual (de las variables y dimensiones):	27
CAPÍTULO III: HIPÓTESIS	30
3.1. Hipótesis	30
3.2. Variables (definición conceptual y operacional):	30
CAPÍTULO IV: MÉTODOLÓGÍA	30
4.1. Método de investigación	30
4.2. Tipo de investigación	30
4.3. Nivel de investigación	31
4.4. Diseño de investigación	31
4.5. Población y muestra	31
4.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	32
4.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	32
4.8. Aspectos éticos de la Investigación	32

CAPÍTULO V: RESULTADOS	33
5.1. Descripción de resultados	33
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	39
CONCLUSIONES	44
RECOMENDACIONES	45
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	46
ANEXOS	50

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla N°1: Datos generales de la población	34
Tabla N°2: Tiempo de demora en la atención.....	38
Tabla N°3: Nivel de satisfacción del cliente	38

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura N°1: Causas de reclamo	34
Figura N°2: Información visible para reclamar	36
Figura N°3: Vías de acceso para realizar el reclamo	37

RESUMEN

En los últimos años, las entidades financieras o bancos han usado distintos medios de acceso para brindar sus servicios como los cajeros de retiro, cajeros multifuncionales, agentes, plataforma web y aplicación móvil. Sin embargo, estas vías pueden ser vulnerables errores ocasionando la emisión de un reclamo. **Objetivo:** Identificar la eficacia del proceso de atención al cliente ante reclamos por depósitos truncos en los cajeros de una sede del Banco de Crédito del Perú entre enero a junio del 2019. Dicho proceso se evaluó en términos de visibilidad, accesibilidad, respuesta diligente y mejora continua. **Métodos:** estudio descriptivo, cuantitativo y transversal que tomo en cuenta 140 reclamos que represento la población total y los datos fueron analizados con la ayuda del programa de Excel. **Resultados:** la atención a reclamos por depósitos truncos no cumplió con los cuatro indicadores con las valoraciones deseadas. Con respecto a la visibilidad, el 64% de los clientes encontraron la información visible para proceder a su reclamo; en cuanto a la accesibilidad, el 61% presento su reclamo presencialmente y el resto por vía telefónica; sobre la respuesta diligente, la solución del reclamo tarda en promedio 1.51 días +/- 0.93; por último, según la escala de Likert del 1 al 5, los usuarios calificaron en promedio 2.85 +/- 1.10, su satisfacción con el proceso. **Conclusión:** Es necesario que la agencia intervenga con las mejores estrategias que brinde una solución de forma oportuna y de calidad frente a los reclamos.

Palabras clave: Banco, depósitos truncos, cajeros automáticos, reclamos

ABSTRACT

In recent years, financial entities or banks have used different means of access to provide their services, such as withdrawal ATMs, multifunctional ATMs, agents, web platform and mobile application. However, these avenues can be vulnerable to errors causing the issuance of a claim.

Objective: to identify the effectiveness of the customer service process for claims for truncated deposits at the ATMs of a Banco de Crédito del Perú headquarters between January and June 2019. Said process was evaluated in terms of visibility, accessibility, diligent response and improvement keep going. **Methods:** quantitative descriptive study that took into account 140 claims that represent the total population and the data was analyzed with the help of the Excel program. **Results:** the process of attention to claims for truncated deposits is not effective because its level of evaluation in four indicators has not achieved the desired evaluations. Regarding visibility, 64% of customers found the information visible to proceed with their claim; Regarding accessibility, 61% presented their claim in person and the rest by telephone; On the diligent response, the solution of the claim takes an average of 1.51 days +/- 0.93; Finally, according to the Likert scale from 1 to 5, users rated an average of 2.85 +/- 1.10, their satisfaction with the process. **Conclusion:** It is necessary that the agency intervene with the best strategies that provide a timely and quality solution to claims.

Keywords: Bank, truncated deposits, ATMs, claims

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática:

En el último año del 2018, según la INDECOPI, ha existido alrededor de 22 mil reclamos hacia empresas en el rubro de sistema financiero. Esto representa casi 50% del total de reclamos, 45 de cada 100 quejas son para este rubro económico; mientras que empresas de transporte terrestre y aéreo, tienen 8 de cada 100 quejas (Indecopi, 2019).

Entre dichos reclamos, el más resaltante se encuentra la clonación de tarjetas que se evidencian en consumos no reconocidos por vía online. Sin embargo, existe otro grupo de reclamos relacionados a las operaciones en cajeros automáticos y ventanillas. De acuerdo con ASBANC, en el primer trimestre del 2016, por cada 10 mil transacciones en el sistema bancario, se presentaron 12 reclamos que representa el 0.12% del universo de reclamos (Asociación de Bancos de Perú, 2018)

Teniendo en cuenta el gran número de operaciones bancarias, la cantidad de reclamos puede ser significativa. Si analizamos el número de operaciones en cajeros, entre 16 entidades bancarias, llegaron a 140 millones de operaciones solo en el mes de enero del presente año (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2019a). En cuanto a los reclamos específicos sobre depósitos trancos en cajeros multifuncionales aún no están disponibles a nivel nacional.

En cuanto a las atenciones sobre los reclamos a entidades bancarias, de acuerdo con ASBANC en el 2016, los bancos resuelven los reclamos de sus clientes en 13 días en

promedio. Esto indica un cumplimiento a la norma que indica que la resolución de problemas debe ser dentro de los 30 días calendario. Sin embargo, también es importante conocer la percepción del cliente ante la resolución de reclamos.

Los reclamos sobre problemas con el cajero automático deben ser prioridad para las empresas, pues el buen servicio o atención al cliente representa uno de los mayores distintivos por el cual las personas eligen los bancos con quienes quiere trabajar. La competencia es cada vez mayor y no se limita solo a los precios sino a un valor agregado. Si un cliente queda insatisfecho por el servicio, es altamente probable que no de buenos comentarios sobre la empresa (COACH Latinoamérica, 2015).

Por esta razón, hoy en día cualquier empresa exitosa brinda un buen servicio o atención al cliente, sobre todo ante un reclamo que afecta directamente a la economía del cliente. En la actualidad, los clientes son más exigentes y conocen más de finanzas que en el pasado; incluso existe más competencia, por lo que es de suma importancia distinguirse con el mejor servicio y valorando la opinión de su público. (Grasso V., 2017)

Por todo ello, las entidades bancarias tienen dentro de su proceso una encuesta de satisfacción dirigida a los clientes para evaluar su calidad. En ese aspecto, este trabajo de investigación se desarrolló con la finalidad de evaluar el proceso de atención al cliente ante reclamos por depósitos trancos en los cajeros de una sede del Banco de Crédito del Perú. Este proceso se evaluó en términos de tiempo de atención y evaluación de calidad por parte del cliente.

1.2. Delimitación del problema:

La evaluación de la eficacia de la atención a reclamos sobre depósitos trancos en cajeros multifuncionales incluyó los datos desde enero a junio del 2019 de la agencia Las Gardenias del Banco de Crédito del Perú en el distrito de Surco.

1.3. Formulación del problema:

1.3.1. Problema General:

¿Como se viene dando la atención de reclamos por depósitos trancos en la agencia las gardenias, banco de crédito del Perú, entre enero y junio del 2019?

1.3.2. Problemas Específicos:

- ¿Cómo se viene dando la visibilidad en la atención de reclamos por depósitos trancos en la agencia las Gardenias del Banco de crédito del Perú entre enero y junio del 2019?
- ¿Cómo se viene dando la accesibilidad a los reclamos por depósitos trancos en la agencia las Gardenias del Banco de crédito del Perú entre enero y junio del 2019?
- ¿Cómo se viene dando la respuesta diligente a los reclamos por depósitos trancos en la agencia las Gardenias del Banco de crédito del Perú entre enero y junio del 2019?

- ¿Cómo se viene dando la mejora continua a los reclamos por depósitos truncos en la agencia las Gardenias del Banco de crédito del Perú entre enero y junio del 2019?

1.4. Justificación

1.4.1. Justificación social:

Este estudio podría contribuir significativamente en la mejora de atención al público que además de promover el prestigio del banco, ayudaría a los clientes optimizando su tiempo y recursos. Esto es debido a que un cliente para presentar un reclamo necesita hacer una llamada que puede demandar hasta 30 minutos de su tiempo o hasta más dependiendo del banco. Además, si se trata de un depósito trunco fuera del horario de atención de oficina del banco, el cliente tendrá que ir otro día, perdiendo dinero en el transporte y tiempo dejando de hacer sus labores rutinarias.

Ante dicha situación, fue necesario realizar un estudio basal que evalúe la situación actual sobre los reclamos en la entidad bancaria. De esta forma, el banco podría tener en cuenta estas estadísticas e implementar nuevas estrategias de mejora en la atención de reclamos, en beneficio de la sociedad con la que trabaja. Esto tendrá un alto impacto en la facilidad y eficiencia de la solución a futuro, donde el mayor beneficiado será el cliente.

1.4.2. Justificación teórica

Este estudio se realizó con el propósito de brindar conocimientos a las distintas entidades bancarias sobre la importancia de la atención oportuna y de calidad ante un reclamo. En primera instancia, ha servido al banco BCP agencia las Gardenias para que pueda analizar todo su proceso de atención e identificar la causa de los resultados de este estudio. Además, puede extrapolarse a otras agencias del mismo banco que manejan similar flujo de atención, o incluso a otras entidades bancarias que puedan estar en la misma jurisdicción.

Estos conocimientos pueden cambiar a medida que cambia la población, por eso es importante este tipo de estudios. Y estar preparados ante las distintas amenazas u oportunidades son parte de la base del crecimiento de cualquier empresa. Por lo cual, se debe evaluar regularmente la opinión y sugerencias de los clientes.

1.4.3. Justificación metodológica

La realidad sobre la atención de reclamos por deposito trancos en el banco BCP, de acuerdo con los criterios basados en este estudio, representa un estudio basal que permitiría realizar estudios de intervención o experimentales con mayor oportunidad de éxito. Esto debido a que las debilidades serian reconocidas y las estrategias de mejoras se enfocarían principalmente en ellas.

Otra oportunidad de mejora, basándonos en este estudio, sería aplicar esta metodología de análisis para evaluar la realidad de otras entidades bancarias a nivel nacional. Un estudio regional ayudaría a los clientes a elegir al banco de su preferencia, de acuerdo con la calidad de atención demostrada. No solo de con respecto a reclamos por depósitos trancos, sino también por otro tipo de reclamos.

1.5. Objetivos:

1.5.1. Objetivo General:

Identificar la atención a reclamos por depósitos trancos en la agencia las Gardenias del Banco de crédito del Perú entre enero y junio del 2019.

1.5.2. Objetivo Específicos:

- Identificar la visibilidad a los reclamos por depósitos trancos en la agencia las Gardenias del Banco de crédito del Perú entre enero y junio del 2019.
- Identificar la accesibilidad a los reclamos por depósitos trancos en la agencia las Gardenias del Banco de crédito del Perú entre enero y junio del 2019.
- Identificar la respuesta diligente a los reclamos por depósitos trancos en la agencia las Gardenias del Banco de crédito del Perú entre enero y junio del 2019.

- Identificar la mejora continua a los reclamos por depósitos truncos en la agencia las Gardenias del Banco de crédito del Perú entre enero y junio del 2019.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes (nacionales e internacionales):

Internacionales:

Robinson, (2020) analizó el uso de canales alternativos de los clientes para ser atendido en el banco, con el objetivo de disminuir la afluencia de personas en las instalaciones de la agencia del Banco Pichincha de la ciudad de Babahoyo. Para ello, diseñaron un estudio descriptivo con método inductivo, utilizando una encuesta con preguntas cerradas y abiertas. Entre los resultados obtenidos, se identificaron debilidades en el manejo de las herramientas tecnológicas (web y aplicativo) y la poca cultura de uso; además, se presentan inconvenientes en el funcionamiento de los cajeros automáticos como la lectura de la tarjeta en la banda magnética de cajeros, el sistema informático de la institución colapsa e impide el uso de otro canal alternativo como Banca Web. En conclusión, evidenciaron un débil control interno en la gestión de los canales alternativos, lo cual afecta en la imagen institucional del Banco.

Ariza (2020) diseñó una estrategia para la mejora de servicio al cliente del Banco Itaú que atiende clientes de la ciudad de Bogotá. Para ello, se planteó una investigación de tipo descriptivo utilizando información documental, y los resultados fueron expresados en términos cualitativos y cuantitativos. En el caso de cuantitativos se basó en una encuesta para investigar peticiones, quejas, reclamos y sugerencias (PQRS). Estas encuestas de satisfacción se realizaron en el 2018 y se basó en indicadores como tiempo de permanencia y calidad en el servicio de las distintas áreas del banco. Esto permitió establecer estrategias de mejora como brindar más información al cliente en cada momento para que sepa el motivo de la demora en su atención promover la agilidad del empleado para la atención rápida y eficaz al cliente.

Vega, (2018) analizó las propuestas de mejora en la atención del cliente del Banco Security en Chile. Este estudio descriptivo aprovechó la etapa de innovación tecnológica

del banco para recolectar información en cuanto a sus estrategias en el año 2018. Dichas estrategias se enfocan a nivel operacional y de servicios, incorporando nuevos programas que permitan centralizar información, optimizar y apoyar sus operaciones. Además, estructurar, organizar y sincronizar actividades con el objetivo de cumplir con las demandas del cliente, por lo cual, implementaron un sistema CRM Microsoft Dynamics que reemplaza a la antigua plataforma workflow. Dicho CRM, les permitiría recolectar información estadística como tiempo de demora, nivel de satisfacción del cliente, gráficas de control y otros indicadores estadísticos que ayuden a su toma de decisiones.

Domínguez, (2018) presentó el análisis de la percepción de los clientes del Banco Internacional sobre la calidad del servicio recibido a través de la banca en línea. Este estudio cuantitativo, no probabilístico, aplicó una encuesta a los clientes para el levantamiento de información primaria. Se basó en el modelo SERVQUAL para medir el impacto que poseen la calidad de servicio percibido por los clientes y el grado de satisfacción. Con dichas evidencias, contribuyó en el diseño e implementación de nuevas estrategias para mejorar la calidad de servicio de la banca en línea, y sirva modelo para otras instituciones bancarias.

Verdezoto (2017) planteó un rediseño en el proceso de gestión de reclamos y requerimientos de una Institución Financiera Ecuatoriana (IFE). Su propuesta se basó en las buenas prácticas del Lean Manufacturing, teniendo en cuenta tres elementos: procesos operacionales, gestión de desempeño y mentalidades y conductas; para finalmente medir el nivel de satisfacción del cliente. La propuesta consistió en generar dos grupos de trabajo, el primero concentro el 60% de los casos general y el 40% restante a casos especiales. De esta manera, se redujo el tiempo significativamente en la atención de

reclamos, además de mejorar el desempeño y cultura organizacional entre los colaboradores de la empresa.

Nacionales:

Correa D. y col., (2019) propusieron un cambio en el proceso de peticiones, quejas y reclamos (PQR's) para mejorar la experiencia del cliente de la Industria de Licores del Valle. Para ello, se diseñó un estudio cualitativo con muestreo propositivo y observación directa de procesos. En cuanto al análisis cuantitativo, el indicador que más resalto en los últimos 3 meses, fue la pérdida \$ 4.781.372,78 debido a reclamos de productos y servicios. Entre las propuestas que se implementaron fue la recepción y registro de PQR's desde múltiples orígenes como internet, teléfono, por escrito y presencial. Además de registrar información y documentación asociada con las actividades que se ejecuten durante el proceso con el fin que los involucrados tengan acceso la información actualizada.

Maguiña J y col., (2018) determinaron la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente en el BBVA Continental de Los Olivos en el 2018. Esta investigación de corte transversal tuvo como muestra a 356 clientes. Se utilizó un cuestionario de 22 ítems cuyas respuestas se midieron con la escala Likert del 1 al 5. El 70,5% de los respondieron que es adecuada la calidad de servicio y un 0.3 % respondió que está en desacuerdo. En cuanto a la capacidad de respuesta, el 72,5% respondieron que están en desacuerdo y un 3,9% son indiferentes. Por último, en cuanto a aspectos tangibles del banco, el 53,4% están de acuerdo y un 1,7% están en total desacuerdo.

Valdivieso A. y col. (2017) determinaron la relación que existe entre la gestión de reclamos y la atención al cliente en Crediscotia Financiera S.A. Esta investigación de corte transversal estuvo conformada por 25 colaboradores del área de Soluciones al Cliente de la Financiera Crediscotia de San Isidro. De los 25, 19 colaboradores (76%) colocan la gestión de reclamos a nivel regular, 5 (20%) como mala; y 1 colaborador (4%) considera la gestión de reclamos como buena. Por último, se evalúa la cantidad de reclamos con la anterior versión y se concluye que existe relación significativa entre la gestión de reclamos y la atención al cliente con $p < 0,05$ y el coeficiente de correlación de Spearman tiene un valor de 0,686.

Francia y col. (2016) analizaron la calidad del servicio con respecto a la satisfacción de los clientes del banco Scotiabank. Para ello, incluyeron una muestra de 119 clientes particulares en Huánuco en el 2013. Utilizaron una encuesta validada para evaluar el nivel de satisfacción del cliente. De un total de 119 clientes 24 clientes contestaron la resolución de su problema fue rápido representando un 20.17 %. En cuanto a la rapidez en recibir una respuesta, 48 clientes (40.34%) contestaron que si tuvieron que esperar mucho tiempo para recibir respuesta ni bien se presentó el problema. Por último, en cuanto a la respuesta de los trabajadores, 71 clientes (59.7%) contestaron que los trabajadores le brindaron una excelente atención. Dichos resultados fueron analizados para establecer prioridades que mejoren la calidad de dicho servicio.

Chambi (2016) determinó y explicó el nivel de eficacia que presentan los mecanismos de resolución de reclamación para la protección del consumidor financiero. Para ello, realizó una investigación documental y de campo que tuvo como unidad de estudio los mecanismos de resolución de reclamación interpuestos por el consumidor financiero en

la INDECOPI de la ciudad de Arequipa en los años 2012 al 2013. De acuerdo con ese análisis, se identificó que los reclamos a las entidades financieras son por motivo de pago de membresía, falta de información e ineficiente calidad de atención del servicio por parte del personal. Durante todo ese tiempo analizado, su número aumento en lugar de disminuir. Por tanto, se concluyó que no existe énfasis en implementar nuevas estrategias de gestión de reclamos para dar solución a la quejas y reclamos.

2.2.Bases teóricas o científicas:

2.2.1. Entidad bancaria:

Un banco es una institución financiera cuya principal función es captar clientes que depositen su dinero, y con dichos depósitos realizar préstamos a terceros. Puede ofrecer los siguientes productos: Cuentas corrientes, cuentas de ahorro, plazos fijos de dinero o cheques, préstamos/créditos en efectivo, entre otros (Gobat J., 2012)

Entre los tipos de bancos, tenemos:

- **Público**: Administrado por el Estado. Ejemplo: Banco Central de Reserva del Perú.
- **Privado**: Administrado por particulares. Ejemplo: Banco Interbank.
- **Mixto**: Administrado por el Estado y por particulares. Ambas personas son accionistas.
- **Especializados**: Cubren un rubro específico. Por ejemplo, los bancos rurales o industriales.
- **De segundo piso**: Instituciones que no atienden personalmente, a los usuarios del sistema financiero, sino que actúan como intermediarios entre ellos y los establecimientos bancarios para gestionar los recursos (Dueñas R., 2008)

2.2.2. Tipo de operaciones bancarias:

Esta clasificación no es fija porque se van ajustando de acuerdo con la necesidad del cliente. Para ello, la entidad tiene que definir una serie de prestaciones y condiciones para ejercer un consumo inteligente de sus productos financieros (Cárdenas J & Gutiérrez M, 2000). Las operaciones que realizan las entidades financieras pueden clasificarse en tres grandes grupos:

- Operaciones activas: cuando la entidad financiera asume una posición de acreedor frente al usuario. El usuario necesita de un capital y la entidad se lo proporciona en forma de préstamos, créditos hipotecarios, tarjetas de crédito, etc.
- Operaciones pasivas: cuando la entidad financiera asume una posición de deudor frente al cliente. El usuario dispone de un capital y lo deposita en una entidad financiera, con el objetivo de obtener ganancias, mayor seguridad y disponibilidad. Aquí tenemos a depósitos a plazo fijo, en cuentas de ahorro, y depósitos en cuentas corrientes.
- Operaciones neutras: cuando la entidad financiera no asume una posición de acreedora, ni deudora frente al cliente. Son operaciones basadas en la prestación de servicios, que pueden cobrar comisiones. Entre ellas tenemos a las transferencias entre entidades, pagos de servicios públicos, pólizas, etc. La mayoría de estas operaciones son ejecutadas después de una operación activa o pasiva (Salazar B., 2016).

Actualmente muchas de las operaciones indicadas arriba no requieren asistir directamente al banco ya que existen otros medios como: página web del banco, aplicación móvil del banco o cajero multifuncional.

2.2.3. Causas de error en operaciones bancarias:

Este aspecto puede tener cierto grado de subjetividad, pero se podría clasificar de acuerdo al origen del error (Sebastián et al., 2005) :

- a) Por parte del trabajador: Si le dio una incorrecta capacitación o indicación al cliente sobre el manejo del cajero automático multifuncional.
- b) Por parte del cliente: En este caso, existen casos como: la inadecuada colocación de los billetes, uso de billetes falsos o deteriorados, entre otros.
- c) Por situaciones fortuitas o de desastres: Se han observado casos donde se va la electricidad en pleno proceso de depósito, el cajero sufre un desperfecto fortuito, u otra situación ajena al trabajador o cliente.

2.2.4. Calidad en servicio:

Calidad, que en latín significa "cualidad, manera de ser", se denota entonces como "propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permiten apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie". Al principio la palabra "Calidad" se utilizó en el campo industrial donde se analizaban aspectos meramente cuantitativos o técnicos. Sin embargo, ahora tiene un enfoque más flexible acorde con las necesidades del usuario (Camisón C. et al., 2006).

Por eso, el cliente o la persona que usa o se beneficia de un producto o proceso, es quien juega un rol fundamental en el mejoramiento de la calidad. Actualmente la calidad ha sufrido una evolución hasta llegar a Control Total de Calidad (TQC), donde el objeto de interés es la empresa como sistema, esta reorientada a valorar los recursos humanos y la innovación de todas sus áreas (Maldonado J, 2013).

Esta nueva tendencia desemboca en una calidad orientada a la prevención de problemas más que a detectar y corregir los errores. Por ello, unos de los más claros ejemplos son el Control de Costos y la Calidad de Servicio (orientada al consumidor). La evaluación continua de estos parámetros tendrá un determinado grado de influencia en el resultado final de la actividad empresarial y, por lo tanto, en su posicionamiento competitivo (Palacios J., 2006).

El sistema de gestión de calidad total es un asunto muy complejo que debe incorporar al producto final de todas las áreas, a fin de alcanzar un alto nivel de excelencia. En cualquier etapa de un proceso, la salida (producto) se convierte en la entrada (insumo) de una siguiente etapa. Cualquier actividad juega un triple papel de: proveedor-procesador-cliente. Por eso, se habla de la trilogía entre: planeación de la calidad (desarrollo de productos y procesos necesarios para satisfacer las necesidades de los clientes); control de la calidad y mejora continua de la calidad (Lozano, 1998). Para este estudio, nos enfocaremos en la atención al consumidor o cliente:

Según Poetzsch (2008), mientras más personalizada es la atención al cliente, mejor es la integración entre la empresa y la relación con la fidelización del cliente. Independientemente de la estructura organizativa, el trabajo del asesor personal está dirigido, comprender exactamente la situación individual y las necesidades del cliente.

Entre las formas de brindar al cliente una atención más personalizada y hacer que se sienta más a gusto con la empresa, algunas de estas son:

- Saludo

Dar un buen recibimiento al cliente, es super necesario. Debemos saludarlo con una sonrisa sincera y procurar saludarlo por su nombre.

- Trato Amable

La amabilidad y cortesía debe ser aplicado en todo momento, y demostrar genuinamente que estamos interesados en su satisfacción.

- Rápida Atención:

Una atención de excelente calidad podría quedar arruinada si no brindamos una rápida atención o si hacemos esperar mucho tiempo al cliente. Dependiendo del caso, es importante anticipar el tiempo al cliente para no causar incomodas sorpresas.

- Atención personalizada:

Consiste en ofrecerle al cliente promociones exclusivas, brindarle un producto que satisfaga sus necesidades particulares, y procurar que un mismo trabajador atienda todas sus consultas, etc.

- Comodidad:

El local donde se brinde el servicio debe ser lo suficientemente amplio como para desplazarse, contar con sillas o sillones cómodos, mesas amplias, estacionamiento vehicular, entre otros detalles que hagan sentirse cómodo al cliente.

- Seguridad:

Así como el cliente buscar sentirse cómodo en un negocio, también busca sentirse seguro. Nuestro local debe contar con todas las medidas de seguridad posibles, con suficiente personal de seguridad, zonas de seguridad marcadas, vías de escape señalizadas, botiquines médicos, etc.

- Información

Los vendedores deben estar bien informados, conocer bien sus productos y todos los aspectos relacionados con estos, para ser capaces de responder todas las consultas que haga el cliente.

- Servicios adicionales

En esta parte entra a tallar los productos exclusivos del banco o innovadores, de preferencia gratuitos. Por ejemplo, servicio de entrega a domicilio, la instalación gratuita del producto, servicio técnico ilimitado, u otros servicios de post venta.

2.2.5. Atención de reclamos

Un reclamo del cliente se debe a que éste considera que sus derechos han sido afectados y no te encuentras satisfecho con el servicio brindado por la entidad bancaria, ya sea por un mal servicio o por la deficiencia de uno de sus productos. La SBS brinda algunos ejemplos sobre los casos en que se debe presentar un reclamo (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2019b):

- Cuando no te han prestado adecuadamente un servicio.
- Estimas que la entidad ha procedido indebidamente ocasionándote inconvenientes. Por ejemplo: el atascamiento de tu dinero en los cajeros multifuncionales.
- Crees que tu cuenta ha sido inhabilitada sin tu autorización.
- Cuando te encuentras registrado en la central de riesgos sin que funjas de deudor, codeudor o sea garante.
- No haber recibido atención de tu reclamo ante la entidad financiera o no estás de acuerdo con la respuesta de la misma.

- Si consideras que la entidad controlada está incumpliendo la normativa vigente, vulnerando los principios básicos de equidad, transparencia y sanas prácticas.
- Otras causas que infrinjan las condiciones ofrecidas por el banco

Actualmente, los bancos ofrecen distintas vías para emitir el reclamo como correo electrónico, teléfono o presencial.

2.2.6. Marco legal sobre atención al cliente en el Perú

A nivel nacional, en el 2010, se estableció una ley de **protección del consumidor, Ley N° 29571**, que son el conjunto de normas que regulan las relaciones de entre consumidor y proveedor, cuando el primero adquiere un producto o contrata un servicio a cambio de una contraprestación económica (Código de protección y defensa del consumidor, 2010).

En caso, se produzca un reclamo en dicha relación, el consumidor está en su derecho de iniciar las acciones correspondientes ante las autoridades competentes. Para ello, primero los proveedores están obligados a atender los reclamos presentados por sus consumidores y dar respuesta a los mismos en un plazo no mayor a treinta (30) días calendario, salvo algunas excepciones.

En dicha ley, también hacen hincapié en las vías de atención de reclamos que puede ser electrónico o similares, que deben ser usados para brindar atención oportuna y no

representar un obstáculo para la viabilidad del reclamo. Estos puntos principales, no escapan del rubro de bancas y finanzas, por ende, son parte de los principios que debe tener en cuenta la entidad bancaria para procesar un reclamo.

2.2.7. Fundamentos de la atención al cliente según ISO

Además de la normativa nacional, existen marcos internacionales que influyen en la estandarización de atención al cliente en cuanto al proceso de reclamos o quejas. La ISO (Organización Internacional de Normalización) es una federación mundial de organismos formados por comités técnicos especializados que elaboran las Normas Internacionales. Cada organismo tiene una materia específica a cargo. En el caso del tema sobre satisfacción del cliente y gestión de reclamaciones, se tiene a la ISO 10002 (ISO (Organización Internacional de Normalización), 2018).

La norma ISO 10002 incorpora la guía necesaria para implantar un sistema de gestión de reclamaciones que ayuda a identificar las reclamaciones, sus causas y como eliminarlas. Además, le puede ayudar a identificar las áreas de la empresa dónde se pueda mejorar. Esto es un requisito básico y esencial para cualquier negocio y organización, especialmente para aquellos que quieren tener éxito y mantenerlo.

2.3.Marco conceptual (de las variables y dimensiones):

Según el ISO 10002 (2004), existen 9 directrices y principios fundamentales para una adecuada atención de reclamos (ISO, 2004).

1. **Visibilidad:** esta directriz refiere sobre condensar y mantener actualizada la información acerca del proceso de quejas y reclamos, por ejemplo, ¿Dónde? O ¿Cómo iniciar el proceso? De esta forma, pueda ser conocida por los clientes, el personal y otras partes interesadas.
2. **Accesibilidad:** Este principio trata del proceso de tratamiento de las quejas, es decir, si el cliente encontró fácilmente la vía para realizar el proceso y resolución de su reclamo o queja. Dicha información debería ser fácil de comprender y utilizar para mantener un seguimiento del proceso. Esta accesibilidad ofrecida por la empresa debería reflejarse en las vías de acceso para reclamar.
3. **Respuesta Diligente:** Este principio refiere sobre la recepción de cada queja del reclamante que debería ser reconocida inmediatamente y atendidas con prontitud de acuerdo con su urgencia. Por ejemplo, las quejas sobre el ámbito de la salud o la seguridad deberían ser prioridad. Además, sea el tiempo que tarde la atención y solución de la queja, es importante mantener informados a los reclamantes del progreso en todo el proceso.
4. **Objetividad:** Es conveniente que cada queja sea tratada de manera equitativa, objetiva e imparcial a través del proceso de tratamiento de las quejas, para ello es necesario la asignación clara de responsabilidades
5. **Costos:** El acceso al proceso de tratamiento de las quejas no debería tener costo para el reclamante.
6. **Confidencialidad:** Manejar con cuidado la información de carácter personal del reclamante cuando ésta sea necesaria para el tratamiento de la queja dentro de la

organización, y no divulgarla sin el consentimiento expreso del cliente o reclamante.

7. **Enfoque al cliente:** La organización debe ser receptiva a la retroalimentación, incluyendo las quejas, y demostrar, por sus acciones, el compromiso para la resolución de estas.
8. **Responsabilidad:** Es importante que se establezca claramente quién es responsable de responder sobre las acciones y decisiones de la organización en relación con el tratamiento de las quejas, y quién debe informar sobre ellas.
9. **Mejora continua:** Se refiere al proceso de tratamiento de las quejas y de la calidad de los productos debería ser un objetivo permanente de la organización El tratamiento de las quejas y de la calidad de los productos: se debe analizar, revisar y se realiza adecuaciones para minimizar los errores y la ejecución.

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS

3.1.Hipótesis

De acuerdo con Hernández y Mendoza (2018), al tratarse de un estudio descriptivo no es necesario la formulación de las hipótesis debido a que no se intenta predecir un valor en una o más variables que se observarán o medirán.

3.2.Variables (definición conceptual y operacional):

Ver anexo N°6

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

4.1.Método de investigación

Según Tamayo (2003), el método de investigación es científico cuantitativo porque se basa en una realidad observable y medible de manera precisa; por tanto, tiene resultados numéricamente analizados.

4.2.Tipo de investigación

De acuerdo con Hernández y col., (2014), el tipo de investigación es básica debido a que busca brindar las bases para tomar decisiones en favor de la mejora en la atención de reclamos por depósitos truncos.

4.3.Nivel de investigación

De acuerdo con Gómez (2009), el nivel de investigación es descriptivo porque se determinará la naturaleza de un segmento demográfico. Se describe un fenómeno sin enfocarse en las razones por las que se produce dicho fenómeno. Además, que no existe alguna intervención de los investigadores sobre las variables de estudio.

4.4.Diseño de investigación

De acuerdo a Hernández y col. (2014), el diseño de esta investigación es descriptivo simple, porque los investigadores no puede controlar, manipular o alterar a los sujetos; sino que se basa en la interpretación o las observaciones para llegar a una conclusión. En este tipo de estudio no se busca analizar variables con relación causa y efecto.

4.5.Población y muestra

La población está conformada por los clientes que acuden al banco entre enero a junio del 2019. Se estima que existen 5 reclamos por semana sobre depósitos truncos en los cajeros automáticos, por tanto, durante los 6 meses se tendrá 120 reclamos aproximadamente.

- Criterios de Inclusión: Todos los clientes que presentaron un reclamo al banco sobre depósitos truncos en los cajeros multifuncionales
- Criterios de Exclusión: Ninguno

No cuenta con tamaño de muestra, pues se recolectó todos los datos de enero a junio del 2019.

4.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Con la autorización para ejecutar este trabajo, se comenzó con la recolección de datos en el banco. Para ello, se utilizó un formato de recolección de datos simple (Anexo 1) que no necesitó ser validada. Esto debido a que la información que se encontró en la base de datos del banco fue registrada de acuerdo con protocolos estandarizados y encuestas validadas (Anexo 2). De dicha base de datos, solo se recolectó de aquellos clientes que hayan presentado su reclamo por depósitos trancos en cajeros automáticos entre enero a junio del 2019.

4.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Una vez obtenido los datos, se transcribió a una tabla de Excel por duplicado para disminuir errores inherentes al proceso. Se recodificó los códigos del cliente a unos propios del proyecto, de esta forma se respetó la confidencialidad de los datos. Se resumió los datos en tablas de frecuencias y gráficos para mejor representación del comportamiento de las variables.

4.8. Aspectos éticos de la Investigación

Este trabajo fue categorizado como exento de revisión, pues no utilizó nombres ni identificadores personales de los clientes. Se evaluó principalmente las frecuencias de las variables sin necesidad de guardar la identidad del cliente. Además, los datos fueron

guardados en una computadora de uso exclusivo de los investigadores.

CAPÍTULO V: RESULTADOS

5.1.Descripción de resultados

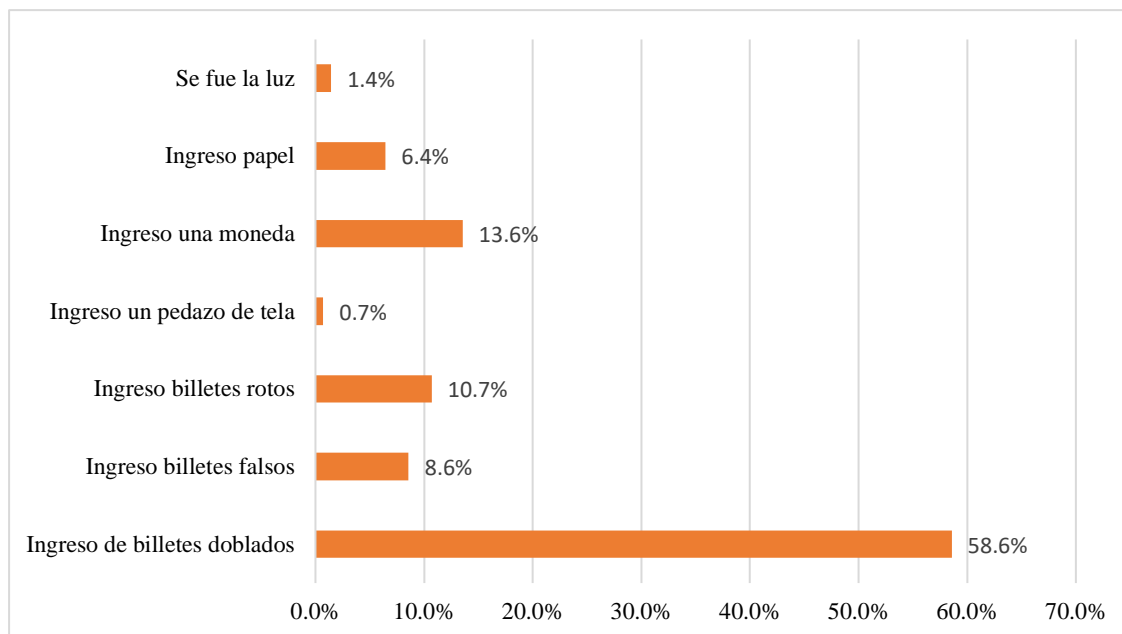
Durante los meses de enero a junio del 2019, 140 personas presentaron su reclamo sobre depósitos trancos en la agencia Las Gardenias del Banco de Crédito del Perú (BCP). Dicha población ha presentado las siguientes características: la edad promedio es de 35.5 +/- 13.3 años, el 50.7% es de sexo femenino, y en cuanto al nivel socioeconómico prevalece la clase D con un 37.9% y le sigue la clase C con un 29.3%. Ver detalle en tabla N°1.

**Tabla N°1: Datos generales de la población
(N=140)**

Edad			
Media +/- DE	Moda	Min	Max
35.5 +/- 13.3	18	18	66
Sexo			
Sexo	Cantidad	Frecuencia %	
Mujeres	71	50.7%	
Varones	69	49.3%	
Nivel socioeconómico			
Nivel	Cantidad	Frecuencia %	
B	4	2.9%	
C	41	29.3%	
D	53	37.9%	
E	36	25.7%	
F	6	4.3%	

En cuanto a las causas de reclamo por deposito trancos en BCP, se identificaron siete causas: Ingreso de billetes doblados con un 58.6%, ingreso billetes falsos 8.6%, ingreso billetes rotos 10.7%, ingreso un pedazo de tela 0.7%, ingreso una moneda 13.6%, ingreso papel 6.4% y cuando se fue la luz 1.4%. Ver detalle en figura N°1.

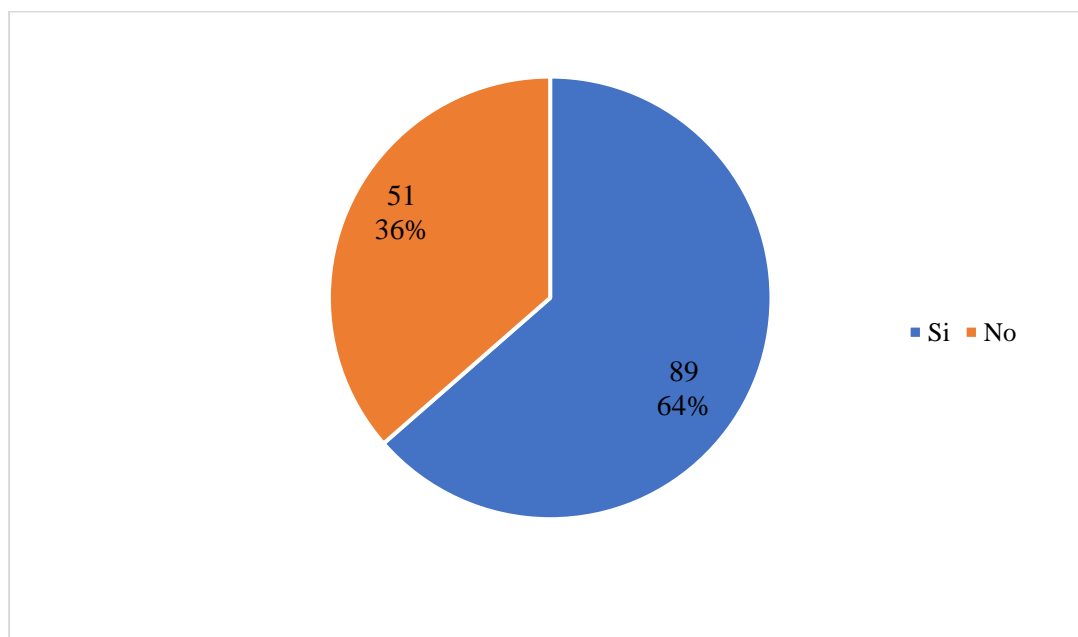
Figura N°1: Causas de reclamo (N=140)



Con respecto a los objetivos trazados en este estudio, se obtuvo los siguientes resultados:

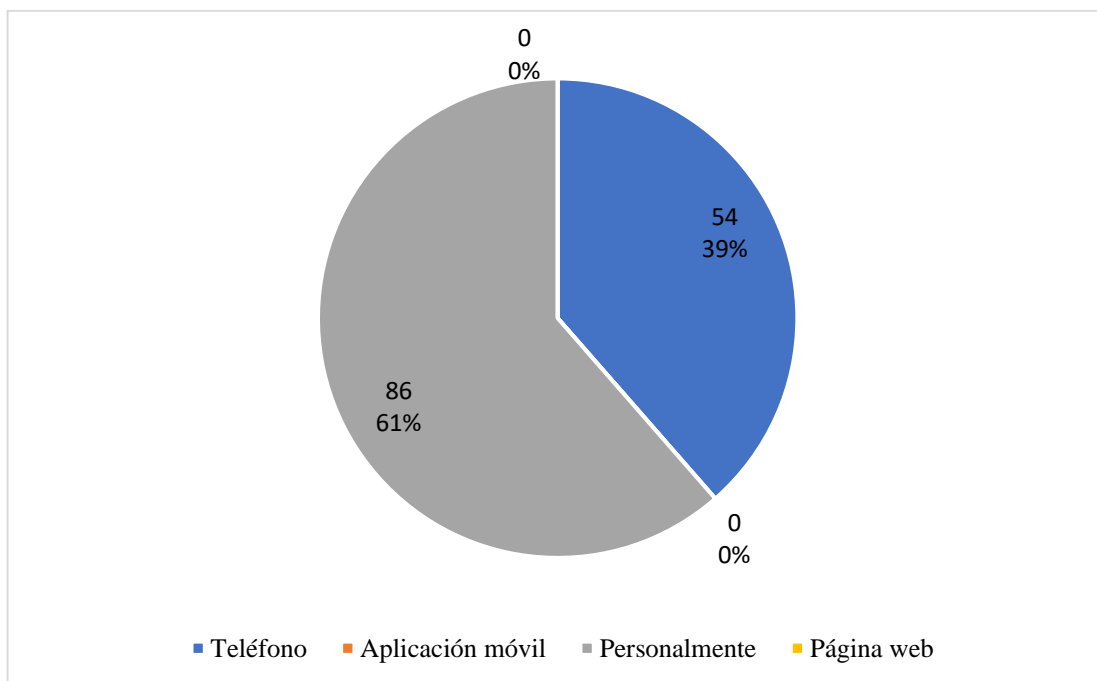
VISIBILIDAD:

De las 140 personas que presentaron su reclamo, 89 (64%) afirmaron haber encontrado información visible para presentar su reclamo ante el banco sobre el depósito trunco. Mientras que los 51 (36%) restantes no encontraron la información visible.

Figura N°2: Información visible para reclamar (N=140)

ACCESIBILIDAD

Las vías de acceso disponibles para presentar un reclamo son por teléfono, aplicación móvil, web y presencialmente. En el caso del reclamo por depósitos truncos, el 61% (86 de 140) lo realizó presencialmente y el 39% por teléfono. Mientras que las vías web o por aplicativo móvil no fueron usados para presentar este tipo de reclamos.

Figura N°3: Vías de acceso para realizar el reclamo (N=140)

RESPUESTA DILIGENTE

En cuanto a la variable de respuesta diligente, este fue medido con el tiempo de demora en la atención del reclamo por parte del banco. El promedio de tiempo que tomó atender el reclamo fue de 1.51 días y su valor máximo de tiempo fue de 4 días, ver detalle en Tabla N°2.

Tabla N°2: Tiempo de demora en la atención (N=140)

	Promedio	Desv. Estándar	Valor mínimo	Mediana	Valor máximo	Moda
Tiempo en días	1.51	0.93	0	1	4	1

MEJORA CONTINUA

De acuerdo con una escala de Likert del 1 al 5, los clientes calificaron en promedio 2.85 +/- 1.10, su nivel de satisfacción con respecto a la atención de su reclamo sobre depósitos trancos.

Tabla N°3: Nivel de satisfacción del cliente (N=140)

	Promedio	Desv. Estándar	Valor mínimo	Mediana	Valor máximo	Moda
Escala de Likert del 1 al 5	2.85	1.10	1	3	5	3

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

1. Análisis general de la población estudiada:

Este estudio tuvo como objetivo determinar la eficacia en el proceso de atención de reclamos por depósitos trancos en la agencia Las Gardenias del BCP. En total se recolectó información de 140 reclamos entre enero a junio del 2019. Dichos datos ayudaron a determinar el nivel de eficacia que tiene el proceso en términos de visibilidad, accesibilidad, respuesta diligente y mejora continua.

Para ello, primero se evaluaron las características de la población que presentaron su reclamo por depósitos trancos. Entre las características consideradas fueron edad, sexo y nivel socioeconómico. Esto ayuda a interpretar los resultados obtenidos en su calificación con respecto a la atención del banco. Con respecto a la edad, el promedio es de 35.5 +/- 13.3 años; es decir, los clientes son jóvenes y adultos en su mayoría, sin llegar a la tercera edad.

En cuanto al sexo, existe cierta igualdad debido a que el 50.7% de los clientes fueron mujeres y la otra mitad varones. Otra información recolectada fue el nivel socioeconómico donde la clase D fue la más prevalente con un 37.9% y en segundo lugar la clase C con un 29.3%. Estas prevalencias coinciden con los datos de la población a nivel nacional, donde el 27% pertenece a clase C y otro 27 % a la clase D (IPSOS, 2020). Por lo tanto, indistintamente de la clase socioeconómica, los clientes

presentaron inconvenientes con los depósitos en cajeros multifuncionales y emitieron su reclamo al banco.

Otra información importante es la causa por la que el cliente presenta su reclamo por depósito trunco en BCP. Se identificaron siete causas; entre las cuales destaca el ingreso de billetes doblados con un 58.6% y es seguido por el ingreso de monedas con un 13.6%. Por tanto, el banco podría brindar mayor orientación a los usuarios sobre la forma correcta del colocado de billetes en sus cajeros multifuncionales, ya que se evidencia que ese error es repetitivo.

2. Análisis de la primera variable en estudio: Visibilidad

En cuanto a los indicadores de eficacia del proceso de atención de reclamo, la visibilidad es el primero que hemos tomado en cuenta en este estudio. De acuerdo con los clientes, el 64% (89 de 140) afirmaron haber encontrado información visible y el grupo restante no encontraron fácilmente visible la información para presentar su reclamo. En este caso, de acuerdo con el estándar de la ISO, la información acerca de cómo y dónde reclamar debe ser conocida por todos los clientes; sin embargo, aún le falta un porcentaje pequeño en esta agencia de BCP.

Un caso similar ocurre en estudio en Lima en el mismo rubro, donde los socios de una Cooperativa financiera califican como regular el nivel de información que brinda el personal de quejas y reclamos con un 57%, con calificación mala el 33%, mientras que

solo el 10% calificación buena y 0% calificación excelente (Canales, 2019). A pesar, de ser una escala distinta nos ayuda a interpretar que aún falta información clara o promoción de la misma para lograr llegar al cliente sobre el proceso de presentar un reclamo, especialmente de depósitos truncos.

3. Análisis de la segunda variable en estudio: Accesibilidad

Otro indicador importante es la accesibilidad que, de acuerdo con la ISO, se refiere a la facilidad de acceder a una vía de reclamo, para todos los usuarios. En este estudio se encontró que los usuarios usan principalmente la vía presencial con un 61% (86 de 140), para presentar su reclamo sobre deposito truncos. En segundo lugar, utilizan la vía por teléfono con un 39%, cuya situación ocurre cuando el problema se les presenta fuera del horario de atención de las oficinas del BCP. Sin embargo, las otras vías como la página web o aplicativo web no son usados por los usuarios para este tipo de reclamo.

Dicha información sobre las vías de acceso al reclamo responde a que los cajeros de depósitos se encuentran en las mismas agencias de banco; por tanto, si ocurre un problema en el depósito de dinero, el cliente puede fácilmente ingresar a la agencia y reportar el problema. Pero, es importante resaltar que, si existe mucha afluencia en la agencia o ya no están en el horario de atención, es necesario acudir a otras vías de acceso para agilizar el reclamo. Por ello, es importante que los usuarios conozcan y utilicen las otras plataformas, y esa es misión de los bancos para mejorar en la eficacia de su proceso.

4. Análisis de la tercera variable en estudio: Respuesta diligente

Por otro lado, también se evaluó la respuesta diligente en términos de tiempo de demora en la atención del reclamo hasta la solución del mismo. De acuerdo con la ISO, la respuesta diligente se refiere principalmente a la inmediata atención del reclamo. Este estudio demostró que la solución del reclamo por depósito trunco tarda en promedio 1.51 días \pm 0.93, donde el valor mínimo fue cero (mismo día) y el máximo fue de 4 días. También se obtuvo una mediana de 1, que indica que más del 50% de los casos fueron resueltos entre cero a 1 día.

De acuerdo con INDECOPI, las empresas deben atender y solucionar los reclamos dentro de los 30 días después de emitido el reclamo (Decreto Supremo que aprueba la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor, 2017), por lo que, en este aspecto la agencia de BCP cumple con la atención oportuna del reclamo, respetando las normativas vigentes. Esto básicamente se puede deber al tipo de reclamo, debido a que un depósito trunco se evidencia cuando el cajero te emite un papel o mensaje en pantalla indicando que una operación no pudo ser realizada o, no reconoció todos los billetes que ingresaste. Por tanto, la investigación y solución del problema es más agilizada.

5. Análisis de la cuarta variable en estudio: Mejora continua

Por último, se evaluó la mejora continua del banco a través de los resultados en la encuesta de satisfacción. De acuerdo con la ISO, la mejora continua se refiere al conjunto de procesos y estrategias que buscan brindar un producto o servicio de calidad. Para ello, es muy importante la percepción de los usuarios al término de su atención. En

este estudio, de una escala de Likert del 1 al 5, los usuarios calificaron en promedio 2.85 +/- 1.10 con una mediana de 3. Por tanto, más del 50% de los clientes emitieron una calificación de 1 a 3 la satisfacción sobre la atención del reclamo.

De acuerdo con los anterior, podemos evidenciar que la satisfacción del cliente es baja, y es necesario una oportuna intervención de la agencia para mejorar este resultado. Incluso podría tomarse en cuenta referentes con mejores calificaciones en este indicador, por ejemplo, un estudio en Ecuador evaluó el nivel de satisfacción de los clientes de 12 bancos privados del país, con respecto a la atención de sus quejas y/o reclamos. Dicho estudio demostró que el 83.4 % (321 de 385 encuestados) se encontraba completamente satisfecho sobre el proceso de atención (Matamoros, 2017).

CONCLUSIONES

1. La atención a reclamos por depósitos truncos no cumplió con los cuatro indicadores con las valoraciones deseadas. Estos indicadores incluyen visibilidad, accesibilidad, respuesta diligente y mejora continua; sin embargo, el proceso no cumplió con una adecuada accesibilidad y mejora continua.
2. En cuanto al indicador de visibilidad, de los 140 casos, el 64% afirmaron haber encontrado información visible para proceder a su reclamo, por tanto, el proceso cumplió adecuadamente con este indicador.
3. En cuanto al indicador de accesibilidad, de los 140 casos, el 61% presentó su reclamo presencial y el resto por vía telefónica; es decir, no se han usado las otras vías de acceso. Es decir, a la entidad bancaria le falta promocionar las otras vías que ayuden a cumplir adecuadamente con este criterio.
4. En cuanto al indicador de respuesta diligente, la solución del reclamo por depósito trunco tarda en promedio 1.51 días +/- 0.93, donde el valor mínimo fue cero (mismo día) y con un máximo de 4 días. Por ende, tiene adecuada respuesta diligente porque cumple con el marco legal nacional.
5. En cuanto al indicador de mejora continua, con la escala de Likert del 1 al 5, los usuarios calificaron en promedio 2.85 +/- 1.10 con una mediana de 3. Es decir, el proceso no ha logrado demostrar una adecuada mejora continua porque su promedio no llega a una calificación adecuada.

RECOMENDACIONES

1. Establecer estrategias que mejore el proceso de atención de reclamo basándose en los resultados obtenidos.
2. Realizar estudios de intervención para mejorar la calificación de los clientes en cuanto al nivel de satisfacción sobre la atención de su reclamo.
3. Tener en cuenta que estos resultados son aplicables en la población de estudio, es importante no generalizar o asumir la misma realidad en otras entidades bancarias.
4. Realizar estudios posteriores similares a este, pero con mayor número de muestra y descentralizado a otras agencias bancaria para obtener un mayor poder estadístico.
5. Promocionar el uso de otras vías de acceso a reclamo por depósitos truncos, por parte del banco.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ariza, F. (2020). *Diseño de estrategia para la mejora de servicio al cliente del Banco Itaú oficina principal en la ciudad de Bogotá* [Tesis de Licenciatura, Universidad Agustiniana]. <http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/1164>
- Asociación de Bancos de Perú. (2018). *Estadísticas del Sistema Financiero*. ASBANC. <https://www.asbanc.com.pe:443/Paginas/Estadistica/Estadisticas.aspx>
- Camisón C., Cruz S., & Gonzáles T. (2006). *Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Pearson Educación.
- Canales, A. (2019). *Propuesta de un política para mejorar el proceso de atención de las quejas y reclamos en una cooperativa de ahorro y crédito periodo 2014-2017* [Tesis de Licenciatura, Universidad Científica del Sur]. <https://repositorio.cientifica.edu.pe/handle/UCS/1006>
- Cárdenas J & Gutiérrez M. (2000). *Gerencia Financiera*. TM editores. http://virtual.funlam.edu.co/repositorio/sites/default/files/repositorioarchivos/2012/02/Desarrollo_conceptual_unidad_1_8814371.1291.pdf
- Chambi, D. (2016). *Eficacia de los mecanismos de resolución de reclamación para la protección del consumidor financiero, Arequipa 2014* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de San Agustín]. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/5865>
- COACH Latinoamérica. (2015). La importancia del servicio al cliente. *Coach Latinoamerica*. <https://coachlatinoamerica.com/la-importancia-del-servicio-al-cliente/>
- Código de protección y defensa del consumidor, Pub. L. No. Ley N° 29571, 4 (2010). <https://www.gob.pe/institucion/indecopi/normas-legales/1244218-29571>

- Correa D. (2019). *Análisis del proceso de atención a las peticiones, quejas y reclamos en la Industria de Licores del Valle* [Tesis de Licenciatura, Universidad del Valle].
<http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/handle/10893/13646>
- Domínguez, J. (2018). *Análisis de la calidad de los servicios en línea y la satisfacción de los clientes del Banco Internacional de la ciudad de Guayaquil*. [Tesis de Maestría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil].
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/10987>
- Dueñas R. (2008). *Introducción al sistema financiero y bancario*. Politécnico Grancolombiano Institución Universitaria Member of Whitney International.
<https://crear.poligran.edu.co/publ/00008/SFB.pdf>
- Francia J. (2016). *Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes en el banco Scotiabank 2013* [Tesis de Licenciatura, Universidad de Huánuco].
<http://localhost:8080/xmlui/handle/123456789/273>
- Gobat J. (2012). *¿Qué es un banco?* Finanzas y Desarrollo.
<https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2012/03/pdf/basics.pdf>
- Gómez, M. (2009). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Editorial Brujas.
- Grasso V. (2017). Calidad del servicio bancario. *Finanzas Digital*.
<https://www.finanzasdigital.com/2017/03/calidad-del-servicio-bancario/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). McGraw-Hill Education.
- Hernández, R. & Mendoza, C (2018). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México, México: Mc Graw Hill Education, 714 p.

- Indecopi. (2019). *Anuario de Estadísticas Institucionales 2018*.
<https://www.indecopi.gob.pe/documents/20182/1651242/Anuario+2018+GEE+%281%29.pdf/f94d1524-e7e8-2fee-ff8a-ae4d90b23133>
- IPSOS. (2020). *Características de los niveles socioeconómicos en el Perú*. Ipsos.
<https://www.ipsos.com/es-pe/caracteristicas-de-los-niveles-socioeconomicos-en-el-peru>
- ISO (Organización Internacional de Normalización). (2004). *Gestión de la calidad y satisfacción del cliente. Directrices para el tratamiento de las quejas en las organizaciones*.
- ISO (Organización Internacional de Normalización). (2018). *ISO 10002:2018 Gestión de la Calidad y Satisfacción del cliente*. <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:10002:ed-3:v1:es>
- Lozano, L. (1998). ¿Qué es calidad total? *Revista Medica Herediana*, 9(1), 28–34.
- Maguiña J. (2018). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el BBVA Continental de Los Olivos, Lima 2018* [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo].
<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/24956>
- Maldonado J. (2013). *Fundamentos de Calidad Total*.
https://www.academia.edu/11743391/FUNDAMENTOS_DE_CALIDAD_TOTAL_J_OSE_ANGEL_MALDONADO-2005_LA_CALIDAD_TOTAL_El_elemento_generador_de_cambio
- Matamoros, R. (2017). *Nivel de satisfacción de clientes de la banca privada de Guayaquil, respecto a los canales de atención de reclamos*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Politécnica Salesiana]. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/14885>

- Palacios J. (2006). *Administración de la calidad*. Trillas Sa.
<https://www.iberlibro.com/Administracion-calidadQuality-Management-Jose-Luis-Palacios/22643858810/bd>
- Decreto Supremo que aprueba la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor,
Pub. L. No. Decreto Supremo N° 006-2017-PCM, 4 (2017).
- Poetzsch J. (2008). *Atención personalizada: ¿La solución óptima para la integración en el trabajo?* Asociación Internacional de la Seguridad Social.
- Robinson, N. (2020). *Calidad del servicio que ofrece Banco Pichincha sucursal Babahoyo ante el uso de los canales alternativos* [Tesis de Licenciatura, Universidad Técnica de Babahoyo]. <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/7599>
- Salazar B. (2016). Tipos de operaciones bancarias. *ABCFinanzas.com*.
<https://www.abcfinaanzas.com/finanzas-personales/productos-financieros/operaciones-financieras>
- Sebastián, J., Jara, M., & Beatriz, M. (2005). *Los bancos y las nuevas Tecnologías* [Tesis de Licenciatura, Universidad de Chile].
<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/111497/Herrera%2C%20Juan%20S..pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (2019a). *Información Estadística de Banca Múltiple*. SBS.
http://www.sbs.gob.pe/app/stats_net/stats/EstadisticaBoletinEstadistico.aspx?p=1#
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (2019b). *Reclamos—Portal del Usuario*.
<http://www.sbs.gob.pe/usuarios/nuestros-servicios/servicios-sbs/denuncias-y-reclamos/reclamos>
- Tamayo M. (2003). *El proceso de la investigación científica*. Grupo Noriega Editores.

- Valdivieso A. (2017). *Gestión de reclamos y atención al cliente en el área de soluciones al cliente en Crediscotia Financiera S.A., San Isidro, Lima 2017* [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/21662>
- Vega, G. (2018). *Mejora en la medición de calidad operacional del banco Security* [Tesis de Licenciatura, Universidad Andrés Bello]. <http://repositorio.unab.cl/xmlui/handle/ria/9623>
- Verdezoto, J. (2017). *Rediseño del proceso de gestión de reclamos y requerimientos de la unidad de atención al cliente de una institución financiera ecuatoriana* [Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. <http://repositorio.puce.edu.ec:80/xmlui/handle/22000/14533>

ANEXOS

ANEXO 1

AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA BANCARIA A LOS INVESTIGADORES

AUTORIZACION DE USO DE BASE DATOS

De acuerdo a la solicitud de RAUL AVALOS MATOS, se extiende esta autorización para que pueda utilizar los registros de clientes que presentaron reclamos sobre depósitos truncos en este banco, entre enero a junio del 2019. Dicha autorización tendrá las siguientes consideraciones:

1. No se utilizará datos sensibles
2. No se utilizará identificadores personales de los clientes
3. La información será utilizada única y exclusivamente en el trabajo de investigación titulado "Evaluación del proceso de atención de reclamos por depósitos truncos en cajeros de un banco del Perú entre enero y junio del 2019".
4. Dicha investigación será utilizada para sustentar en la Universidad Peruana de Los Andes con el fin obtener el título en administración.

Sin otro particular, se reitera la autorización del uso de base de datos de este banco.

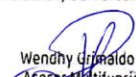

Rafael A. Matos K.
Asesor Multifunción
DNI 48598994 / MAT 538542
División de Canales de Atención
Firma y sello del representante de BCP

AUTORIZACION DE USO DE BASE DATOS

De acuerdo a la solicitud de MARYURIT ANDREA BUENO PUELL, se extiende esta autorización para que pueda utilizar los registros de clientes que presentaron reclamos sobre depósitos truncos en este banco, entre enero a junio del 2019. Dicha autorización tendrá las siguientes consideraciones:

1. No se utilizará datos sensibles
2. No se utilizará identificadores personales de los clientes
3. La información será utilizada única y exclusivamente en el trabajo de investigación titulado "Evaluación del proceso de atención de reclamos por depósitos truncos en cajeros de un banco del Perú entre enero y junio del 2019".
4. Dicha investigación será utilizada para sustentar en la Universidad Peruana de Los Andes con el fin obtener el título en administración.

Sin otro particular, se reitera la autorización del uso de base de datos de este banco.


Wendhy Grimaldo K.
Asesor Multifunción
UNI 48598994 / MAT 538542
División de Canales de Atención

Firma y sello del representante de BCP

ANEXO 2

FORMATO DE RECOLECCIÓN DE DATOS					
Investigadores:			RAUL AVALOS MATOS MARYURIT ANDREA BUENO PUELL		
Fecha de recolección:					
N°	Codigo de cliente	Cliente encontró información disponible	Vía de acceso del reclamo	Tiempo de atención	Evaluación de la calidad
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
		Firma del investigador			

ANEXO N°3

Registro oficial del banco sobre los reclamos de depósitos truncos

N CLIENTES	SEXO	EDAD	FECHA DE ATASCO	FECHA DE SOLUCION	NIVEL SOCIOECONOMICO	TIEMPO DE DEVOLUCION (DIAS)	MOTIVO DE ATASCO	PUNTUACION EN ENCUESTA DE SATISFACCION(1: NADA SATISFECHO,2 POCO SATISFECHO,3 SATISFECHO,4 MUY SATISFECHO Y 5 TOTALMENTE SATISFECHO)	ESTUVO VISIBLE EL RECLAMO
1	F	27	1/01/2019	4/01/2019	D	3	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
2	F	21	2/01/2019	4/01/2019	C	2	INGRESO BILLETES FALSOS	4	Si
3	M	29	2/01/2019	4/01/2019	D	2	INGRESO BILLETES ROTOS	3	Si
4	F	35	3/01/2019	5/01/2019	D	2	INGRESO UN PEDASO DE TELA	4	Si
5	M	40	4/01/2019	5/01/2019	D	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	5	Si
6	M	38	6/01/2019	8/01/2019	E	2	INGRESO BILLETES PARCHADOS	3	Si
7	M	27	6/01/2019	8/01/2019	D	2	INGRESO UNA MONEDA	3	Si
8	M	50	8/01/2019	9/01/2019	E	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
9	M	19	13/01/2019	15/01/2019	D	2	INGRESO BILLETES DOBLADOS	4	Si
10	F	18	13/01/2019	15/01/2019	D	2	INGRESO BILLETES DOBLADOS	4	Si
11	M	18	16/01/2019	17/01/2019	D	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	4	Si
12	M	20	18/01/2019	18/01/2019	E	0	INGRESO BILLETES DOBLADOS	4	Si

ANEXO 4

Distribución socioeconómica del Perú (IPSOS, 2020)



ANEXO N°5: MATRIZ DE CONSISTENCIA

“Reclamos por depósitos truncos en la agencia Las Gardenias del Banco de Crédito del Perú en el 2019”

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	MÉTODO
<p>Problema general</p> <p>¿Como se viene dando la atención de reclamos por depósitos truncos en la agencia las gardenias, banco de crédito del Perú, entre enero y junio del 2019?</p> <p>Problemas Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo se viene dando la visibilidad en la atención de reclamos por depósitos truncos en la agencia las Gardenias del Banco de crédito del Perú entre enero y junio del 2019? • ¿Cómo se viene dando la accesibilidad a los reclamos por depósitos truncos en la agencia las Gardenias del Banco de crédito del Perú entre enero y junio del 2019? • ¿Cómo se viene dando la respuesta diligente a los reclamos por depósitos truncos en la agencia las Gardenias del Banco de crédito del Perú entre enero y junio del 2019? • ¿Cómo se viene dando la mejora continua a los reclamos por depósitos truncos en la agencia las Gardenias del Banco de crédito del Perú entre enero y junio del 2019? 	<p>Objetivo General</p> <p>Identificar la atención a reclamos por depósitos truncos en la agencia las Gardenias del Banco de crédito del Perú entre enero y junio del 2019.</p> <p>Objetivo Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar la visibilidad a los reclamos por depósitos truncos en la agencia las Gardenias del Banco de crédito del Perú entre enero y junio del 2019. • Identificar la accesibilidad a los reclamos por depósitos truncos en la agencia las Gardenias del Banco de crédito del Perú entre enero y junio del 2019. • Identificar la respuesta diligente a los reclamos por depósitos truncos en la agencia las Gardenias del Banco de crédito del Perú entre enero y junio del 2019. • Identificar la mejora continua a los reclamos por depósitos truncos en la agencia las Gardenias del Banco de crédito del Perú entre enero y junio del 2019. 	<ul style="list-style-type: none"> • No amerita hipótesis por tratarse de un estudio descriptivo 	<p>Variable principal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eficacia en el proceso de atención a reclamos <p>Subvariables:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visibilidad • Accesibilidad • Respuesta Diligente • Mejora Continua 	<p>Método de investigación: Cuantitativo</p> <p>Tipo de investigación: Básico</p> <p>Nivel: descriptivo</p> <p>Diseño: no experimental, descriptivo simple</p> <p>Población y muestra: La población: 140 clientes. No cuenta con tamaño de muestra.</p> <p>Técnicas e Instrumentos de recolección de datos: la recolección de datos fue con un formato (Anexo 1) y para el análisis se utilizó el programa Excel. Se resumió los datos en tablas de frecuencias y gráficos.</p>

ANEXO N°6: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

“Atención de reclamos por depósitos truncos en la agencia Gardenias del Banco de Crédito del Perú en el 2019”

VARIABLE	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION	UNIDAD DE MEDIDA
Atención a reclamos por depósitos truncos	Según el ISO 10002 (2004), el proceso de tratamiento de las quejas debe cumplir con criterios de visibilidad, ser fácilmente accesible, tener respuesta diligente y evaluar su mejora continua	Para evaluar los criterios según la ISO 10002, se aplicaron preguntas en base a una encuesta para que el usuario pueda responder si encontraron información disponible, utilizaron alguna vía de reclamo, si demoraron en dar solución, y cuál fue su nivel de satisfacción.	VISIBILIDAD	Información disponible	Nominal	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No
			ACCESIBILIDAD	Vías de acceso para realizar el reclamo	Nominal	<ul style="list-style-type: none"> • Teléfono • Aplicación móvil • Personalmente Página web
			RESPUESTA DILIGENTE	Tiempo promedio de atención	De razón	Días
			MEJORA CONTINUA	Evaluación de calidad	Ordinal	Del 1 al 9

ANEXO N°7: MATRIZ DE CONSTRUCCIÓN DEL INSTRUMENTO

VARIABLE	Dimensiones	INDICADORES	Ítem	Respuesta
Atención a reclamos	VISIBILIDAD	Información disponible	¿Encontró información visible?	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No
	ACCESIBILIDAD	Vías de acceso para realizar el reclamo	¿Cuál fue la vía de acceso del reclamo?	<ul style="list-style-type: none"> • Teléfono • Aplicación móvil • Personalmente • Página web
	RESPUESTA DILIGENTE	Tiempo promedio de atención	¿Cuánto tiempo demoro la respuesta a su reclamo?	<ul style="list-style-type: none"> • Días
	MEJORA CONTINUA	Evaluación de calidad	¿Cuál fue la calificación de calidad?	<ul style="list-style-type: none"> • 1 • 2 • 3 • 4 • 5

ANEXO N°8: DATA DE PROCESAMIENTO DE DATOS

N CLIENTES	SEXO	EDAD	FECHA DE ATASCO	FECHA DE SOLUCION	NIVEL SOCIOECONOMICO	TIEMPO DE DEVOLUCION (DIAS)	MOTIVO DE ATASCO	PUNTUACION EN ENCUESTA DE SATISFACCION (1. NADA SATISFECHO, 2 POCO SATISFECHO, 3 SATISFECHO, 4 MUY SATISFECHO Y 5 TOTALMENTE SATISFECHO)	ESTUVO VISIBLE EL RECLAMO
1	F	27	1/01/2019	4/01/2019	D	3	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
2	F	21	2/01/2019	4/01/2019	C	2	INGRESO BILLETES FALSOS	4	Si
3	M	29	2/01/2019	4/01/2019	D	2	INGRESO BILLETES ROTOS	3	Si
4	F	35	3/01/2019	5/01/2019	D	2	INGRESO UN PEDASO DE TELA	4	Si
5	M	40	4/01/2019	5/01/2019	D	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	5	Si
6	M	38	6/01/2019	8/01/2019	E	2	INGRESO BILLETES PARCHADOS	3	Si
7	M	27	6/01/2019	8/01/2019	D	2	INGRESO UNA MONEDA	3	Si
8	M	50	8/01/2019	9/01/2019	E	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
9	M	19	13/01/2019	15/01/2019	D	2	INGRESO BILLETES DOBLADOS	4	Si
10	F	18	13/01/2019	15/01/2019	D	2	INGRESO BILLETES DOBLADOS	4	Si
11	M	18	16/01/2019	17/01/2019	D	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	4	Si
12	M	20	18/01/2019	18/01/2019	E	0	INGRESO BILLETES DOBLADOS	4	Si
13	F	39	20/01/2019	22/01/2019	D	2	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
14	F	42	21/01/2019	22/01/2019	D	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	4	Si
15	F	40	24/01/2019	24/01/2019	D	0	INGRESO UNA MONEDA	5	Si
16	M	28	25/01/2019	28/01/2019	E	3	INGRESO BILLETES FALSOS	3	Si
17	F	20	27/01/2019	29/01/2019	E	2	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
18	M	18	28/01/2019	30/01/2019	E	2	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
19	F	18	28/01/2019	30/01/2019	D	2	INGRESO BILLETES DOBLADOS	4	Si
20	F	23	28/01/2019	30/01/2019	D	2	INGRESO BILLETES DOBLADOS	4	Si
21	F	33	1/02/2019	2/02/2019	E	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
22	F	35	2/02/2019	4/02/2019	F	2	INGRESO BILLETES DOBLADOS	4	Si
23	M	52	4/02/2019	5/02/2019	F	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	5	Si
24	M	56	4/02/2019	5/02/2019	E	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	5	Si
25	F	21	7/02/2019	8/02/2019	D	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	5	Si
26	F	25	9/02/2019	11/02/2019	D	2	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	No
27	F	30	10/02/2019	11/02/2019	D	1	INGRESO BILLETES FALSOS	5	Si
28	F	19	12/02/2019	12/02/2019	D	0	INGRESO BILLETES DOBLADOS	5	Si
29	M	18	13/02/2019	15/02/2019	D	2	INGRESO BILLETES DOBLADOS	4	Si
30	M	27	16/02/2019	18/02/2019	D	2	INGRESO BILLETES FALSOS	4	Si

31	F	40	17/02/2019	18/02/2019	D	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
32	F	18	20/02/2019	21/02/2019	F	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
33	F	22	20/02/2019	21/02/2019	F	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
34	M	28	20/02/2019	21/02/2019	F	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	No
35	M	45	21/02/2019	22/02/2019	D	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	No
36	M	65	23/02/2019	25/02/2019	D	2	INGRESO BILLETES DOBLADOS	4	Si
37	F	39	26/02/2019	27/02/2019	B	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
38	M	24	26/02/2019	27/02/2019	D	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
39	F	21	27/02/2019	27/02/2019	D	0	INGRESO BILLETES DOBLADOS	4	Si
40	F	39	28/02/2019	1/03/2019	B	1	INGRESO BILLETES FALSOS	3	Si
41	M	45	1/03/2019	1/03/2019	F	0	INGRESO BILLETES DOBLADOS	2	No
42	F	44	3/03/2019	5/03/2019	D	2	INGRESO BILLETES FALSOS	3	Si
43	M	26	3/03/2019	5/03/2019	D	2	INGRESO UNA MONEDA	1	No
44	M	29	6/03/2019	7/03/2019	C	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	1	No
45	M	27	6/03/2019	7/03/2019	C	1	INGRESO BILLETES FALSOS	2	No
46	F	40	7/03/2019	8/03/2019	C	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	1	No
47	F	55	8/03/2019	11/03/2019	C	3	INGRESO UNA MONEDA	2	No
48	F	35	11/03/2019	12/03/2019	D	1	INGRESO BILLETES FALSOS	3	Si
49	F	24	13/03/2019	13/03/2019	C	0	INGRESO UNA MONEDA	4	Si
50	F	32	13/03/2019	13/03/2019	C	0	INGRESO BILLETES FALSOS	5	Si
51	F	19	13/03/2019	13/03/2019	D	0	INGRESO BILLETES DOBLADOS	4	Si
52	M	41	16/03/2019	18/03/2019	D	2	INGRESO BILLETES FALSOS	3	Si
53	M	52	17/03/2019	18/03/2019	C	1	INGRESO BILLETES FALSOS	3	Si
54	F	36	18/03/2019	20/03/2019	C	2	INGRESO BILLETES DOBLADOS	2	No
55	M	25	21/03/2019	22/03/2019	C	1	INGRESO BILLETES FALSOS	2	No
56	F	29	21/03/2019	22/03/2019	C	1	INGRESO UNA MONEDA	1	No
57	F	30	22/03/2019	25/03/2019	C	3	INGRESO BILLETES DOBLADOS	2	No
58	F	32	27/03/2019	28/03/2019	C	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	4	Si
59	F	37	29/03/2019	1/04/2019	D	3	INGRESO BILLETES DOBLADOS	2	No
60	M	43	30/03/2019	1/04/2019	C	2	INGRESO BILLETES DOBLADOS	2	No
61	M	33	1/04/2019	2/04/2019	C	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	2	No
62	F	30	2/04/2019	2/04/2019	D	0	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
63	M	18	4/04/2019	5/04/2019	C	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
64	M	27	6/04/2019	8/04/2019	D	2	INGRESO BILLETES DOBLADOS	4	Si
65	M	58	6/04/2019	8/04/2019	D	2	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
66	F	18	7/04/2019	9/04/2019	D	2	INGRESO BILLETES DOBLADOS	1	No
67	F	20	7/04/2019	9/04/2019	C	2	INGRESO PAPEL	1	No
68	F	25	9/04/2019	9/04/2019	C	0	INGRESO BILLETES DOBLADOS	5	Si
69	M	30	12/04/2019	15/04/2019	D	3	INGRESO UNA MONEDA	3	Si
70	F	19	14/04/2019	15/04/2019	D	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si

71	F	48	18/04/2019	22/04/2019	C	4	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
72	M	51	18/04/2019	22/04/2019	D	4	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
73	M	39	18/04/2019	22/04/2019	D	4	INGRESO PAPEL	3	Si
74	M	60	21/04/2019	22/04/2019	D	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
75	M	55	23/04/2019	24/04/2019	C	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	2	No
76	F	37	25/04/2019	26/04/2019	C	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	4	Si
77	M	30	26/04/2019	29/04/2019	C	3	INGRESO UNA MONEDA	3	Si
78	F	34	28/04/2019	29/04/2019	C	1	INGRESO PAPEL	4	Si
79	M	46	28/04/2019	29/04/2019	C	1	INGRESO PAPEL	4	Si
80	M	50	30/04/2019	2/05/2019	C	2	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
81	F	21	1/05/2019	3/05/2019	D	2	INGRESO BILLETES DOBLADOS	2	No
82	F	57	3/05/2019	6/05/2019	D	3	INGRESO BILLETES DOBLADOS	2	No
83	F	66	4/05/2019	6/05/2019	D	2	SE FUE LA LUZ	1	No
84	M	53	5/05/2019	6/05/2019	E	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
85	M	41	7/05/2019	7/05/2019	E	0	INGRESO BILLETES DOBLADOS	4	Si
86	F	32	9/05/2019	10/05/2019	E	1	INGRESO PAPEL	5	Si
87	M	23	11/05/2019	13/05/2019	E	2	INGRESO BILLETES DOBLADOS	2	No
88	M	20	11/05/2019	13/05/2019	D	2	INGRESO PAPEL	1	No
89	M	48	12/05/2019	13/05/2019	E	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	4	Si
90	F	61	13/05/2019	13/05/2019	E	0	INGRESO BILLETE ROTO	3	Si
91	F	33	17/05/2019	20/05/2019	D	3	INGRESO BILLETE ROTO	1	No
92	F	22	17/05/2019	20/05/2019	E	3	INGRESO BILLETES DOBLADOS	2	No
93	M	24	20/05/2019	21/05/2019	D	1	INGRESO BILLETE ROTO	2	No
94	M	59	22/05/2019	23/05/2019	D	1	INGRESO BILLETE ROTO	3	Si
95	M	61	23/05/2019	24/05/2019	E	1	SE FUE LA LUZ	3	Si
96	M	19	25/05/2019	27/05/2019	E	2	INGRESO PAPEL	3	Si
97	F	32	27/05/2019	27/05/2019	E	0	INGRESO BILLETES DOBLADOS	4	Si
98	F	30	28/05/2019	29/05/2019	E	1	INGRESO PAPEL	4	Si
99	F	46	28/05/2019	29/05/2019	C	1	INGRESO BILLETE ROTO	3	No
100	M	58	31/05/2019	3/06/2019	C	3	INGRESO PAPEL	3	Si
101	F	50	1/06/2019	3/06/2019	E	2	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
102	M	18	2/06/2019	3/06/2019	E	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	2	No
103	M	18	2/06/2019	3/06/2019	E	1	INGRESO UNA MONEDA	2	No
104	M	22	4/06/2019	4/06/2019	E	0	INGRESO UNA MONEDA	4	Si
105	F	61	5/06/2019	6/06/2019	C	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
106	F	38	7/06/2019	10/06/2019	C	3	INGRESO BILLETE ROTO	3	Si
107	M	49	8/06/2019	10/06/2019	C	2	INGRESO UNA MONEDA	2	No
108	F	33	10/06/2019	11/06/2019	E	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	2	No
109	M	39	12/06/2019	13/06/2019	C	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
110	M	47	12/06/2019	13/06/2019	E	1	INGRESO BILLETE ROTO	3	Si

111	F	57	15/06/2019	17/06/2019	C	2	INGRESO UNA MONEDA	3	Si
112	F	34	16/06/2019	17/06/2019	C	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
113	F	36	18/06/2019	19/06/2019	C	1	INGRESO BILLETE ROTO	2	No
114	F	54	20/06/2019	21/06/2019	E	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	4	Si
115	F	30	21/06/2019	24/06/2019	E	3	INGRESO BILLETE ROTO	3	Si
116	M	27	23/06/2019	24/06/2019	C	1	INGRESO UNA MONEDA	1	No
117	F	22	25/06/2019	25/06/2019	C	0	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
118	M	20	26/06/2019	27/06/2019	E	1	INGRESO UNA MONEDA	2	No
119	F	38	29/06/2019	1/07/2019	E	2	INGRESO UNA MONEDA	1	No
120	F	55	30/06/2019	1/07/2019	C	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	1	No
121	F	58	1/07/2019	2/07/2019	E	1	INGRESO UNA MONEDA	2	No
122	M	23	3/07/2019	3/07/2019	E	0	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
123	M	18	4/07/2019	5/07/2019	E	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	2	No
124	M	30	5/07/2019	8/07/2019	E	3	INGRESO BILLETES DOBLADOS	1	No
125	F	37	6/07/2019	8/07/2019	D	2	INGRESO BILLETE ROTO	3	Si
126	F	49	8/07/2019	10/07/2019	E	2	INGRESO UNA MONEDA	3	Si
127	F	62	10/07/2019	12/07/2019	D	2	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si
128	M	39	12/07/2019	15/07/2019	D	3	INGRESO BILLETES DOBLADOS	1	No
129	M	42	15/07/2019	17/07/2019	D	2	INGRESO BILLETES DOBLADOS	2	No
130	M	38	17/07/2019	19/07/2019	E	2	INGRESO UNA MONEDA	2	No
131	M	19	20/07/2019	22/07/2019	D	2	INGRESO BILLETES DOBLADOS	1	No
132	M	27	22/07/2019	23/07/2019	D	1	INGRESO BILLETE ROTO	1	No
133	M	22	24/07/2019	25/07/2019	D	2	INGRESO BILLETES DOBLADOS	2	No
134	M	53	26/07/2019	30/07/2019	E	4	INGRESO BILLETE ROTO	1	No
135	F	34	28/07/2019	30/07/2019	B	2	INGRESO BILLETE ROTO	1	No
136	M	39	28/07/2019	30/07/2019	B	2	INGRESO BILLETES DOBLADOS	2	No
137	F	50	28/07/2019	30/07/2019	C	2	INGRESO BILLETE ROTO	3	Si
138	M	57	29/07/2019	30/07/2019	C	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	1	No
139	F	29	30/07/2019	31/07/2019	C	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	2	No
140	M	39	30/07/2019	31/07/2019	C	1	INGRESO BILLETES DOBLADOS	3	Si