



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Análisis de la calidad de servicio del Banco Interbank en la ciudad de
Chimbote, 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración

AUTORAS:

Flores Honores, Karolay Olga (ORCID: 0000-0002-3286-9080)

Tapia Sandoval, Bianca Lucero (ORCID: 0000-0001-7177-1476)

ASESOR:

Mgtr. Gutierrez Chilca, Randall Manolo (ORCID: 0000-0003-2114-3724)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de organizaciones

CHIMBOTE - PERÚ

2019

Dedicatoria

Este trabajo dedicamos a nuestros padres que nos han dado la existencia y con ello la capacidad para superarnos y desarrollar en nosotros lo mejor siendo el motor de nuestra superación, y a quienes agradecemos su amor infinito y apoyo incondicional.

Karolay Flores

Bianca Tapia

Agradecimiento


Queremos de dedicar este trabajo primero a Dios por darnos la fortaleza de culminar este trabajo y guiar nuestros pasos.

A nuestros docentes de la universidad Mgtr. Gutierrez Chilca, Randall Manolo y Mgtr. Salazar Llanos, Juan Francisco por habernos brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento, así como también haber tenido la paciencia para guiarnos durante todo el desarrollo de la tesis.

Y para finalizar agradezco a todos mis compañeros de clase ya que gracias al compañerismo han aportado un alto porcentaje a las ganas de seguir adelante en nuestra carrera profesional.

Los autores

Página del jurado

	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
---	---------------------------------------	---

El jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a)

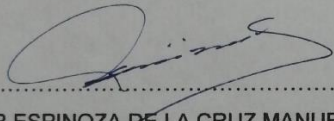
FLORES HONORES, KAROLAY OLGA

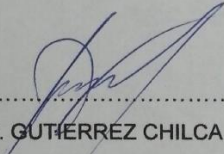
cuyo título es:

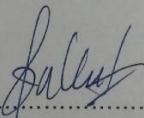
**Análisis de la calidad de servicio del Banco Interbank en la ciudad de
Chimbote, 2019.**

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por
el estudiante, otorgándole el calificativo de: ¹⁷ (Número).....
..... ^{DIECI SIETE} (Letras).


Chimbote 09 de Diciembre Del 2019


.....
DR. ESPINOZA DE LA CRUZ MANUEL
ANTONIO
PRESIDENTE


.....
MGTR. GUTIERREZ CHILCA RANDALL
MANOLO
SECRETARIO


.....
MGTR. SALAZAR LLANOS JUAN FRANCISCO
VOCAL

Página del jurado

	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
---	---------------------------------------	---

El jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a)

TAPIA SANDOVAL, BIANCA LUCERO


cuyo título es:

**Análisis de la calidad de servicio del Banco Interbank en la ciudad de
Chimbote, 2019.**

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por
el estudiante, otorgándole el calificativo de:17..... (Número).....

.....DIECISIETE..... (Letras).

Chimbote 09 de Diciembre Del 2019


.....
DR. ESPINOZA DE LA CRUZ MANUEL
ANTONIO
PRESIDENTE


.....
MGTR. GUTIERREZ CHILCA RANDALL
MANOLO
SECRETARIO


.....
MGTR. SALAZAR LLANOS JUAN FRANCISCO
VOCAL

Declaratoria de autenticidad

Declaratoria de autenticidad

Nosotras Karolay Flores Honores con DNI 73096827 y Bianca Tapia Sandoval con DNI 72989123 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaramos bajo juramento que toda la documentación que acompañamos es veraz y auténtica.

Así mismo, declaramos también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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



Flores Honores Karolay.

DNI N° 73096827



Tapia Sandoval Bianca

DNI N° 72919823

Chimbote, diciembre de 2019

Índice

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	vi
Índice	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MÉTODO.....	15
2.1. Diseño de investigación	15
2.2. Operacionalización de variables	16
2.3. Población, muestra y muestreo	17
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	20
2.5. Procedimiento	21
2.6. Métodos de análisis de datos.....	22
2.7. Aspectos éticos	22
III. RESULTADOS.....	23
IV. DISCUSIÓN.....	38
...	
V. CONCLUSIONES.....	41
VI. RECOMENDACIONES.....	43
VII. PROPUESTA.....	44
REFERENCIAS	50
ANEXOS	56

Resumen

El presente trabajo de investigación titulado “Análisis de la calidad de servicio del Banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019” procuró descubrir cuáles son las percepciones de los clientes y trabajadores del banco. Se tuvo como objetivo general analizar la calidad de servicio del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019.

La metodología que se utilizó es de enfoque mixto de tipo descriptivo y su diseño no experimental de corte transversal. La población estuvo conformada por 2,320 clientes y 22 trabajadores, y muestra de 330 clientes que fue seleccionado de manera aleatoria y censal a los trabajadores, a quienes se les aplicó un cuestionario y guía de entrevista para recoger información de la variable de estudio. Se obtuvo como resultado que los trabajadores de la agencia 617, 619 y 620 manifiestan que la calidad de servicio es muy buena, mientras que los clientes de dicha agencia expresan que la calidad de servicio es buena, entonces se puede decir que la calidad de servicio del Banco Interbank tiene un nivel bueno, siendo la agencia 617 la que más destaca en calidad de servicio a comparación de las otras dos.

La investigación concluye que la calidad de servicio del banco Interbank tanto clientes y trabajadores manifiestan que tiene un nivel bueno, resaltan las dimensiones de fiabilidad y capacidad de respuestas, sin embargo, esto puede mejorar reforzando las debilidades en las dimensiones que presentan en los elementos tangibles, seguridad y empatía.

Palabras Clave: Calidad de servicio, elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía

Abstract

This research paper entitled “Analysis of the quality of service of the Interbank Bank in the city of Chimbote, 2019” sought to discover what the perceptions of the bank's clients and workers are. The general objective was to analyze the quality of service of the Interbank bank in the city of Chimbote, 2019.

The methodology used is a mixed approach of descriptive type and its non-experimental cross-sectional design. The population was made up of 2,320 clients and 22 workers, and sample of 330 clients that was randomly and censually selected to the workers, to whom a questionnaire and interview guide were applied to gather information on the study variable. It was obtained as a result that the workers of the agency 617, 619 and 620 state that the quality of service is very good, while the clients of that agency express that the quality of service is good, then it can be said that the quality of service Interbank Bank has a good level, the agency 617 being the one that stands out the most in service quality compared to the other two.

The investigation concludes that the quality of service of the Interbank bank, both clients and workers, shows that it has a good level, highlighting the dimensions of reliability and response capacity, however, this can be improved by reinforcing the weaknesses in the dimensions they present in the tangible elements , security and empathy.

Keywords: Quality of service, tangible elements, reliability, responsiveness, security and empathy

I. Introducción

A nivel internacional el problema de brindar el mejor servicio en el mercado de la finanzas ante tanta competencia existe debido a una gran variedad de entidades financieras cuyo objetivo es captar nuevos clientes y fidelizar los que poseen, buscando ofrecer un servicio de calidad, de esta manera captar un gran número de negociaciones y generar rentabilidad, en el ámbito nacional, la oficina del Servicio de Atención al Ciudadano (SAC) del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – Indecopi recibieron 26 782 reclamos en 2017 en el sector financiero, de esta forma liderando el ranking por mala atención y escasa información de los productos que ofrecen (Gestión, 2017). El cliente lo que busca en el sector financiero es información honesta, debido a que son sus intereses y dinero que se encuentran de por medio, además de que se le brinde soluciones rápidas y seguras que faciliten los procesos de sus operaciones de esta forma la entidad se posiciona en la mente del consumidor y lo fideliza.

Interbank, es la segunda institución financiera en el país, siendo uno de los primordiales bancos del Perú, uno de sus importantes desafíos, es sostener el liderazgo ante la competencia de las demás entidades financieras que brindan servicios y productos similares, es por ello que busca distinguirse en la implementación de la tecnología moderna para aligerar los procedimientos, y contratando profesionales calificados, que se le facilita diversas herramientas y capacitaciones para brindar un servicio de calidad y tener a los consumidores satisfechos. Sin embargo a pesar de tener siempre presente que lo más importante es ofrecer un servicio de calidad y estar en constante mejora en ello, a nivel local presenta algunos problemas en cuanto al servicio en sus 3 establecimientos, la agencia 617, ubicada en MM Chimbote Real Plaza, Panamericana Norte, Av. Country Con, Chimbote presenta una problema con respecto a la escasez de gente que visita la agencia durante el horario de atención diaria, por otro lado la agencia 619, ubicada en MM Miramar Plaza vea Av. Enrique Meiggs, y la 620 Av. Francisco Bolognesi, presentan un problema con respecto al tiempo de espera de los usuarios por ser atendidos, esto debido a la gran abundancia de gente que acude a ambas agencias, por lo cual podría generar insatisfacción a los clientes ya que no se estaría cubriendo sus percepciones. Es por eso, que es considerable realizar una

investigación para lograr reconocer las percepciones de los clientes y poder plantear propuestas para mejorar la calidad de servicio, para obtener su fidelización.

Los antecedentes de este estudio a nivel internacional en España, Dávila y Romero (2017) en su artículo científico concluyó que: en las instituciones bancarias influyen tres aspectos para mejorar la calidad de servicio, el primero es el aspecto operativo se enfoca al desempeño de la presentación personal de los empleados, el segundo es el aspecto físico se enfoca a los elementos tangibles tales como la banca telefónica, las instalaciones y equipos modernos que incluyen los software, y por último el aspecto humano que se enfoca a las actitudes, capacidades y comportamiento de los empleados al brindar un servicio. El instrumento fue medido a través del SERVPERF que evalúa las percepciones de los consumidores sobre el servicio que perciben. Las nuevas tecnologías son muy importantes, porque influyen en la percepción del cliente que ha generado un fuerte impacto en los últimos años, ya que facilitan acceso a las transacciones por medio del aplicativo y página web (p. 2831).

En México, Vera y Trujillo (2018) en su artículo científico concluyó que: la empatía que percibe el consumidor por parte del personal del banco detallista puede incluir en la claridad y capacidad de respuesta que el personal muestre al consumidor, por otro lado, en las dimensiones de elementos tangibles y fiabilidad se basa mayormente en el aspecto del banco como empresa, y no se enfoca al personal que elabora allí (p. 13).

En Colombia, Gonzáles (2015) en su artículo científico concluyó que: las herramientas del procedimiento de Otorgamiento, Entrega de Créditos y Servicio de Solicitud, se pudo observar que existe insatisfacción de los consumidores en la calidad de servicio, por lo tanto, del resultado obtenido se pudo reconocer los problemas y proyectar solución para la mejora continua. La evaluación se hizo a través del modelo SERVQUAL donde se diferencia las percepciones y expectativas de la calidad de servicio. Los resultados obtenidos se mostraron que existe un deficiente en el nivel de calidad de servicio para las dimensiones de capacidad de respuesta y fiabilidad, lo cual se plantea una propuesta para mejorar la calidad del servicio esperado. Las instituciones bancarias desde su percepción buscan conseguir la satisfacción de los consumidores, objetivo que tiene toda empresa para poder fidelizar y tener nuevos consumidores (p. 133).

En Colombia, Rubio (2014) en su artículo científico concluyó que: es muy importante la calidad de servicio para la satisfacción del consumidor, no sólo desde la percepción del cliente sino también para la toma de decisiones por parte de la empresa. Además, los clientes valoran cada una las dimensiones porque son pilares fundamentales, sin embargo, destacan la dimensión de empatía resaltando la amabilidad del personal y la buena atención al cliente (p. 62).

En México, Torres y Luna (2017) en su artículo científico concluyó que: los clientes valoran los elementos tangibles de la empresa de igual manera en las dimensiones de seguridad y empatía. Además, busca mejorar en las dimensiones de fiabilidad y capacidad de respuesta para que los usuarios tengan una atención rápida sin perder precisión en el servicio esperado (p. 1288).

Ibarra y Casas (2015) en su artículo científico concluyó que: se debe hacer una revisión constante de los procesos, en especial en la atención para ofrecer una solución rápida, complaciente y eficaz a los problemas que presentan los clientes. Además, de un seguimiento al cliente antes y después de adquirir algún producto y de esta manera evaluar el servicio que presta el personal, para poder identificar los puntos débiles y así reforzar e invertir en capacitación del personal que está involucrado de forma directa al cliente (p. 255).

A nivel nacional con Podestá y Maceda (2018) en su artículo científico concluyó que: en la dimensión de los elementos tangibles la empresa cuenta con una infraestructura poco antigua y cuenta con equipos modernos. Además, en la dimensión de seguridad el personal tiene dificultades en realizar sus funciones asignadas, por otro lado, en la dimensión de fiabilidad el comportamiento del personal transmite confianza al paciente, pero muestra poca amabilidad, en cuanto en las dimensiones de seguridad y capacidad de respuesta el personal de muestra sus conocimientos, valores y habilidades para mantener un diálogo (p. 55).

Loli, Carpio y Vergara (2013) en su artículo científico concluyó que: el grado de satisfacción de los clientes o consumidores de entidades privadas y públicas de Lima, en su mayoría dice estar satisfecho o más o menos satisfecho con la calidad del producto/servicio ofrecido por las organizaciones privadas o públicas; vale decir, que el 43.1% de los participantes está insatisfecho o más o menos insatisfecho. Existe

asociación entre la calidad del producto/servicio percibida por los clientes y el grado de satisfacción de los mismos. Es decir, a igual grado de satisfacción corresponde igual percepción de la calidad del producto y o servicio (p. 188).

Lima, Suarez (2016) en su artículo científico concluyó que: el modelo SERVQUAL es la brecha de las expectativas y percepciones del cliente. Lo cual tuvo un ponderado que indica que el nivel de satisfacción es excelente. Por otro lado, los alumnos están de acuerdo con el compromiso del personal para que solucionen sus problemas. En la dimensión de capacidad de respuesta están satisfechos con los indicadores de actitud y disposición teniendo un porcentaje alto, en cuanto al indicador de rapidez de servicio los estudiantes están de acuerdo en la atención brindada (p. 16).

Huánuco, Rojas (2018), en su artículo científico concluyó que: se comprobó que el reconocimiento del esfuerzo influye en la calidad de servicio en el banco. A medida que existe un mayor reconocimiento del esfuerzo la calidad de servicio al usuario mejora. Se comprobó que la comunicación y equidad organizacional influyen en la calidad de servicio en el banco. A medida que mejora la comunicación y equidad organizacional mejora parcialmente la calidad de servicio a los consumidores (p.4)

Lima, Vargas, Narváez y Acosta (2014) en su artículo científico concluyó que: la calidad de servicio entre las dimensiones de seguridad, tangibilidad y confiabilidad influyen para generar un análisis estratégico en busca de mejorar la calidad del servicio en la empresa. Así mismo, poder observar donde se encuentra los problemas y determinar las futuras amenazas. Los resultados pueden ayudar para mejorar y fortalecer las dimensiones y tener un buen nivel en la calidad de servicio (p. 21).

Lima, Saltos y Arguello (2017) en su artículo científico concluyó que: las dimensiones de la calidad de servicios inciden de manera favorable, en los elementos tangibles encontramos la limpieza, decoración, el ambiente, infraestructura y presentación del personal teniendo una calificación excelente; en capacidad de respuesta encontramos la puntualidad, disponibilidad e información teniendo una calificación excelente por lo estudiantes. Mientras en la dimensión empatía encontramos el trato personalizado, empeño, lenguaje, comprensión y atención de quejas que es percibida como buena; en el indicador de fiabilidad encontramos la rapidez, el desempeño y los

medios de información que es percibida como buena. Y por último la seguridad, los estudiantes manifiestan que esta dimensión es buena por el servicio percibido (p. 85).

Arrunátegui (2018) en su tesis llegó a las conclusiones siguientes: La calidad de servicio de la academia preuniversitaria, el 60% de los estudiantes reconocieron que es eficiente la calidad del servicio, mientras el 40% opinan lo contrario. Cabe precisar las dimensiones más resaltadas fueron la Sensibilidad (De acuerdo 27% y muy de acuerdo 26%), Tangibles (De acuerdo 42% y muy de acuerdo 22%), Capacidad de Respuesta (De acuerdo 13% y muy de acuerdo 32%) y Empatía (De acuerdo 6% y muy de acuerdo 38%) (p. 61).

Castro (2017) en su tesis llegó a las siguientes conclusiones: La organización es liderada por el gerente, cuenta con una estructura organizacional donde se identifica los niveles. Por otro lado, el hotel ofrece diferentes servicios para satisfacer las percepciones y expectativas del cliente, la empresa se destaca por tener una ubicación céntrica en la ciudad de Chimbote, cuenta con un ambiente acogedor y confortable, siendo una empresa nueva en rubro de hotelería. Los empleados no cuentan con la preparación y capacitación necesarias para que puedan cumplir bien sus funciones en la empresa de manera eficiente y eficaz, porque cuentan con estudios primarios y secundarios (p. 155).

Martínez (2016) en su tesis llegó a las conclusiones siguientes: Se encontró que las variables tienen una relación directa, por lo cual los consumidores califican como alta la calidad de servicio en la dimensión de tangibilidad y a la vez sienten insatisfacción por el servicio percibido en el restaurante. En la dimensión de seguridad los clientes califican como alta la calidad de servicio y se sienten satisfechos por el servicio percibido por el restaurante (p. 102).

Con respecto a las teorías relacionadas al tema se define la Calidad Según Alcaide (2015) como uno de los elementos más importante dentro de la organización, brindarle un servicio o producto de calidad al cliente que genere satisfacción al cubrir con sus deseos y expectativas (p. 22.).

Sin embargo, Cronin y Taylor (1992) mencionan que investigaron la capacidad de medición de una escala más precisa para medir la calidad de servicio que el modelo Servqual, que está basada exclusivamente en la percepción del cliente en diferentes

dimensiones con respecto a la entidad, utilizando el modelo Servperf. (p. 61). Asimismo, reforzando esta teoría Moliner (2001) para brindar calidad a los clientes, de acuerdo a investigaciones debería considerarse 5 dimensiones que los consumidores toman en cuenta la empatía, confianza, responsabilidad, seguridad y elementos tangibles. Con los autores mencionados podemos definir que la calidad es un factor primordial dentro de cualquier empresa, ya que de él depende el fracaso o éxito de una empresa, brindarle al consumidor un servicio o producto de calidad va a generarle satisfacción y por tanto obtener una buena percepción del cliente.

Por otro lado, el Servicio para García (2016) sostienen que es un factor fundamental dentro de las empresas, que es el conjunto de vivencias en el cual se espera una interacción entre la empresa y cliente para medir el desempeño a través del tiempo y obtener los resultados deseados, de esto depende la supervivencia y éxito. Así mismo, Prieto (2014) considera que para toda empresa el servicio es un procedimiento de cambio que compromete a toda la empresa de forma interna y externa entorno a valores y conducta a favor de los consumidores del negocio (p.130).

De acuerdo con los autores, la calidad en el servicio es como la comparación entre lo que el cliente desea percibir, es decir, su percepción, esto conlleva que los consumidores se sientan cómodos con la empresa, esta debe tener la excelencia o superioridad como objetivo principal. Además, las empresas tienen dos maneras de determinar excelencia en el servicio que es la efectividad y eficiencia.

Los Modelos de la calidad de servicio se dividen en dos, modelo de la calidad total y el modelo de evaluación de la calidad de servicio. Para Catalán (2015) el modelo de calidad total se basa en cuatro teorías: la teoría de Deming, es un modelo que recopila las teorías Japonesas para el control de la calidad, y forma parte principal de las bases de la calidad total.

Su objetivo principal es evaluar la implementación de mecanismo de control de calidad en todas las áreas de una empresa, que hayan obtenido los resultados esperados. La teoría de Deming se basa en 10 criterios para la evaluación de la calidad total en una empresa son: organización y operativa, política y objetivos, flujo de organización y su utilización, educación y su dimensión, gestión y control, estandarización, resultados, garantía de la calidad de funciones de sistemas y control, y planes para el futuro. La teoría

de Malcolm es un modelo para la gestión de excelencia de estadounidense. El objetivo de este modelo de calidad es brindar el uso de la calidad total para hacer crecer la competitividad de las organizaciones. La teoría de Malcom se en basa 7 criterios para la evaluación de la calidad son: planificación estratégica, liderazgo, dimensión análisis y dirección de conocimiento, enfoque en el consumidor, en el mercado, en los recursos humanos, dirección de procesos y resultados económicos y empresariales.

Así menciona que la teoría EFQM es el modelo que mide la calidad de la gestión, que tiene por concepto central la estimación centrada basada en un estudio detallado del funcionamiento del sistema de gestión de la empresa usando como guía los 9 criterios de evaluación: policía y estrategia, liderazgo, recursos y alianzas, personas, procesos, resultados en personas, en la sociedad, en clientes y resultados clave. Además, opina que la teoría Iberoamericano es uno de los modelos que puede ser estudiado en todo tipo empresa y funciona como referente para determinar una organización, instaurar soluciones de prosperidad, y así mismo es considerado fuente de información para el incremento y la planificación estratégica. Esta teoría cuenta 9 criterios de evaluación son: política y estrategia, liderazgo y estilo de gestión, clientes, recursos y asociados, resultados de clientes, resultados de sociedad, resultados de desarrollo de personas, resultados globales.

La perspectiva teórica de evaluación de la calidad de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) señala que el modelo SERVQUAL es el modelo de medición de calidad de servicio, multidimensional. Este modelo se encarga en evaluar la calidad de servicio, para conocer las expectativas del consumidor, proporcionando información detallada de opiniones, sugerencias y comentarios de los consumidores, por otro lado, recopilando también impresión de los empleados con la percepción y expectativa del cliente. Se definieron 10 dimensiones son: fiabilidad, comunicación, acceso, cortesía, seguridad, confianza, competencia, acceso, credibilidad, tangibilidad y conocimiento del cliente; en los cual se redujeron en 5 dimensiones: fiabilidad, elementos tangibles, capacidad de respuesta, empatía y seguridad.

Por otro lado, la teoría de Cronin y Taylor (1992) surgió a raíz de las críticas realizada por varios autores a la teoría SERVQUAL, especialmente por su escala de medición. Es por eso Cronin y Taylor plantearon el modelo SERVPERF es un modelo alternativo que

mide únicamente la percepción que tiene los clientes acerca la productividad del servicio. Esta teoría no toma en cuenta el uso de las expectativas en la evaluación, pero utiliza la misma escala de evaluación a la del SERVQUAL. Este modelo presenta datos más relevantes en la percepción del servicio prestado, además estos autores plantean examinar las relaciones que existe entre la calidad de servicio, satisfacción e intención de compra.

Sin embargo, Torres y Vásquez (2015) y Arciniega y Mejías (2017) opinan que la teoría de Gronroos en su modelo de imagen, se define que la calidad de servicio es el resultado de integrar la calidad total en tres tipos de dimensiones: la calidad percibida, funcional (cómo se da) e imagen corporativa y calidad técnica (qué se da). Este modelo se explica a partir de cuatro elementos fundamentales del mismo: el desarrollo de un paquete básico de servicios, del concepto de servicio, la gestión de la imagen y de la comunicación y de la oferta de servicio incrementada. Así mismo Salazar (2018) argumenta que la teoría de la servucción de Eigler y Langeard es un intento de sistematizar la "producción. La servucción es la organización coherente y sistemática de todos los elementos físicos y humanos de la relación consumidores-organización necesaria para la realización de una prestación de servicio cuyas características comerciales y niveles de calidad han sido determinados.

El modelo SERVPERF presenta datos más relevantes en la percepción del servicio percibido, además los autores concluyeron plantearon examinar la relación entre la calidad de servicio, satisfacción y la intención de compra. (Cronin y Taylor, 1992). El modelo de calidad está compuesto en 5 dimensiones a la del SERVQUAL, la única diferencia es que no toma en cuenta a la expectativa del cliente.

Los elementos tangibles que son fáciles de identificar y evaluar, son cuantificables y medibles, debido al soporte físico, personal, apariencia física, instalaciones, materiales de comunicación y equipos (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988). Además, Hoffman & Bateson (2012) sostienen que lo elementos tangibles son bidimensional, porque una dimensión se centra en los materiales de comunicación y el personal y el otro en lo equipos e instalaciones (p. 328). Esto ha sido reafirmado por Matsumoto (2014) que esta dimensión puede ser determinante en la imagen percibida por los clientes del servicio prestado. Sus indicadores son: Equipos Tecnológicos, Infraestructura, Presentación personal.

Quiroz y Correa (2014) menciona que hace algunos años, tener un celular inteligente parecía suficiente para estar a la vanguardia de la tecnología, comunicarse y entretenerse; hoy por hoy la industria que fabrica diferentes equipos móviles, para el hogar y el comercio entrega una amplia variedad de dispositivos, entre los cuales algunos son tan populares como el celular o el computador, en el futuro las marcas apostarán por mejorar sus dispositivos con tecnologías como la Inteligencia Artificial para mejorar y agilizar los procesos. Este indicador apegado a la realidad se relaciona con los equipos tecnológicos que posee el banco para agilizar procesos y brindar un servicio de calidad a sus consumidores como brindar cajeros automáticos para facilitar y ahorrar tiempo en la operación y las máquinas de tickets para fomentar un orden de atención.

Urgal (2007) hace referencia de la infraestructura, a las construcciones o instalaciones físicas, diseñadas y realizadas por personas especializadas, utilizadas como base de desarrollo que son esenciales en toda sociedad moderna y globalizada. (p. 6). Tomando como referencia a Urgal, relacionado con la realidad se hace referencia al aspecto físico por fuera y dentro del banco, si cuenta o no con un ambiente y capacidad apropiados para brindar una buena atención y servicio financiero.

Barruezo (2016) manifiesta que la presentación personal es una forma más de comunicar, que nuestra imagen comunica lo que somos, lo que queremos y lo que la gente puede esperar de nosotros. (p. 30). Es un indicador muy importante y se refiere a la importancia de una buena presentación de los colaboradores frente al público, ya que la imagen dentro de las empresas en general es muy influyente, sobre todo a una entidad de prestación de servicios que están constante contacto con el público.

La Fiabilidad es la destreza en realizar un servicio en el tiempo prometido, de forma cuidadosa, fiable bien y a la primera, la empresa cumple con sus promesas, fijación de precios y solución de problemas. (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988). Del mismo modo Hoffman & Bateson (2012) sostienen que la fiabilidad refleja la confiabilidad y congruencia del desempeño de una empresa (p. 329). Esto ha sido reafirmado por Matsumoto (2014) argumenta que un atributo que se basa en la percepción del cliente sobre la capacidad de realizar el servicio acordado en la forma y plazo establecido. Sus indicadores son: Compromiso y Atención de quejas.

Opere (2018) sostiene que el compromiso laboral de los colaboradores es la base primordial para disponer del capital humano de la productividad que consiga llevar a la compañía tenga una mejora continua. De acuerdo con el autor es muy importante el compromiso por parte de los colaboradores del banco para prestar el mejor servicio al público, siempre mostrándose con el compromiso de apoyar ante cualquier tipo de inconveniente que se suscite.

Coffey (2019) menciona que queja es aquella insatisfacción que se tiene por el servicio que recibimos, mientras que el reclamo es aquel producto o servicio contratado no entregado de la manera adecuada. Es importante para cualquier empresa atender los pedidos, reclamos, sugerencias, quejas por parte de los clientes, ya que es una estrategia para ganar su preferencia, hacerles sentir que no solo son atractivos para nosotros para venderles algo sino también que cuentan con nosotros a solucionar sus problemas.

La capacidad de respuesta es la disposición en asistir a los consumidores de una manera inmediata, se refiere al interés y rapidez, en responder a los reclamos e inquietudes de los consumidores, y para resolver sus problemas. Consiste en gestionar las percepciones a partir de la perspectiva en cuanto a la seguridad que se logra transmitir, lo que implica una proyección en los diferentes gestos, las palabras o todo el comportamiento, se sabe que la seguridad o el aseguramiento se encuentra también presente en la credibilidad que respalda a una empresa o marca (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988). Por otro lado, Hoffman & Bateson (2012) sostienen que la capacidad de respuesta es una de las dimensiones más importante en la calidad de servicio, porque así mismo ayuda minimizar errores y las quejas posteriores del cliente (p.330). Esto ha sido reafirmado por Matsumoto (2014) que esta dimensión responde a la inmediatez en hacer cargo de la rapidez y la demanda o puntualidad de una solución. Sus indicadores son: Rapidez, Manejo de información, Disponibilidad.

De acuerdo a conocimientos básicos y vivencias del día a día, en la actualidad el mercado se mueve con mayor velocidad, cambian de gustos constantemente y la tecnología se reinventa a constantemente, y las empresas tiene el reto de la rapidez, el que decide y brinda buenas soluciones a corto plazo es el mejor, porque ahora todos los clientes buscan resultados inmediatos. Basado a la realidad este indicador se refiere al tiempo en que los colaboradores se toman para atender a cada cliente en sus operaciones.

Kimfor (2015) sostiene que la información es un bien que se involucra en los niveles económicos e intelectuales de una compañía, siendo muy importante para la solución de los problemas y la toma de decisiones siendo una clave para el desarrollo organizacional. Hace referencia a la capacidad de los colaboradores del banco en cuanto a sus conocimientos, el cual es muy importante porque permite hacer mucho más fácil y ágil el proceso de atención al consumidor, generando confianza y satisfacción.

Según Sistema de Gestión de Seguridad de la Información (2018) asocian el término disponibilidad con el recurso humano y tecnológico, mencionan que no solo es suficiente con que el sistema informático se mantenga trabajando sin sufrir ninguna degradación en cuanto a accesos, también es necesario que ofrezcan los recursos que requieran los usuarios autorizados cuando se necesiten. De acuerdo con la realidad, la disponibilidad que tiene el banco en cuanto capital humano y tecnológico para atender oportunamente la quejas, reclamos, dudas, etc.

La seguridad son los conocimientos y atención técnicos necesarios de los colaboradores y su habilidad para inspirar al cliente y obtener su confianza y credibilidad (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988). Por otro lado, Hoffman & Bateson (2012) sostienen que la seguridad es muy importante, porque esta refleja el sentimiento del cliente de no estar en riesgo, duda o peligro. Además del peligro físico, también se puede reflejar los riesgos financieros y las cuestiones de confidencialidad (p.331). Esto ha sido reafirmado por Matsumoto (2014) argumenta que el cliente ante un servicio reconoce la seguridad en la percepción del mismo, cuando le inspira tranquilidad de estar haciendo lo adecuado en la empresa. Sus indicadores son: Comprensión y Capacidad de personal.

De acuerdo a conocimientos básicos y vivencias se entiende la comprensión como la capacidad de entender, saber escuchar y ponerse en el lugar de otra persona para tratar de vivenciar sus sentimientos y/o emociones y poder brindar propuestas o alternativas relativamente en la situación que se encuentre. Dentro del banco es un indicador importante, pues diariamente se trata directamente con personas y es esencial desarrollar este indicador, puesto que de no ser así no se efectuará un servicio de calidad que es lo que se busca.

Bermúdez (2015). Sostiene que la capacitación está orientada a la preparación técnica del recurso humano de las empresas para que se desempeñen eficientemente en las

funciones establecidas, produzcan resultados de calidad, brinden excelentes servicios a sus consumidores, prevengan y solucionen anticipando problemas potenciales dentro de la empresa. (p. 9). Hace referencia a la capacidad de los colaboradores ante las diferentes situaciones diarias que se presentan, la forma de proceder y el manejo de las mismas.

La empatía es el nivel de atención particularizada que ofrece la empresa a sus consumidores, se debe mostrar por medio de un servicio personalizado al consumidor y velando por los sus intereses. (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988). Por otro lado, Hoffman & Bateson (2012) afirman que la empatía en la calidad de servicio en las organizaciones no proporciona a los consumidores una atención personalizada cuando se le solicita y brinda horarios de atención conveniente para la organización (p.332). Esto ha sido reafirmado por Matsumoto (2014) argumenta que es necesario mantener actualizado al cliente de un servicio a lo largo de todo el proceso con información relevante para el mismo. Sus indicadores son: Preocupación y Comunicación.

Agostino (2015) afirma que, en este nuevo mundo laboral, las empresas deberán pensar en nuevos procedimientos de cómo gestionar a sus colaboradores, concibiendo y proponiendo ideas que generen recuperar al menos parte de ese control, estrategias para saber comprometer a toda la empresa y estas cumplan con el cuidado de los intereses de sus clientes. Hace referencia dentro del banco a la preocupación que manifiesta el mismo en cuidar los intereses de sus clientes.

Castelló (2018) menciona que el avance de la tecnología y de la sociedad da lugar a nuevas relaciones entre los clientes y las organizaciones de comunicación y las empresas tienen que saber adelantarse a lo que está por venir, lo cual es importante para ofrecer a tus seguidores lo que están demandando o incluso nuevas oportunidades de interacción. Es muy importante la comunicación dentro del proceso de atención para ofrecer una excelente calidad de servicio, ya que, existiendo una buena comunicación, existirá una buena comprensión y por tanto satisfacción en el servicio.

Estas dimensiones nos ayudarán a medir y evaluar la calidad de servicio mediante las percepciones de los consumidores, a través de las actitudes y nivel de satisfacción. Como señala con los hallazgos de una investigación cuantitativa, las cinco dimensiones nombradas son importantes para instituciones financieras, empresa de seguros, servicio telefónico, entre otros. De acuerdo a la investigación la calidad en el servicio es de vital

interés para la vigencia de una organización, de modo que la imagen que el consumidor se llevará del banco a través del contacto con el personal capacitado y la especificación de la variedad de productos y servicios de esa manera poder fidelizar a los clientes para la prestación de nuestros servicios.

Por tanto, la formulación del problema fue ¿Cómo es la calidad de servicio que ofrece el banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019?

El presente informe de investigación se justifica por conveniencia, porque de los resultados que se obtuvieron se pudo diseñar una propuesta para poder mejorar la calidad de servicio, así contribuir a la mejora continua del banco brindando un servicio único y personalizado, por relevancia social porque permitió conocer las percepciones de los clientes, para plantear propuestas de mejora continua en los resultados a obtener, sin permitir ninguna distinción en los clientes del banco, por lo que se debe atender con el mismo compromiso e interés a todos los clientes si realmente se quiere alcanzar la calidad de servicio, en la cual los beneficiados son los consumidores al obtener un servicio óptimo.

Implicancias prácticas porque la presente investigación fue de mucha ayuda para la entidad financiera Interbank ya que se pudo utilizar los resultados adquiridos para mejorar las deficiencias que presentaba en la calidad de su servicio, gracias a la aplicación del modelo Servperf, y por utilidad metodológica debido a que se realizó un estudio de enfoque mixto, con el diseño descriptivo no experimental, en donde se conceptualizó teóricamente la variable de la investigación, a través de las encuestas y entrevistas, así mismo el análisis estadístico de los resultados obtenidos, permitiendo obtener los datos que nos servirá para poder dar como validez la metodología utilizada en la investigación.

El objetivo general fue analizar la calidad de servicio del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019, y los objetivos específicos fueron describir los niveles de calidad de los elementos tangibles del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019, describir los niveles de calidad de la fiabilidad del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019, describir los niveles de calidad de la capacidad de respuesta del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019, describir los niveles de calidad de la seguridad del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019, describir los niveles de calidad de la empatía del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019, plantear propuesta de

mejora para la calidad de servicios del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019 y el objetivo general es analizar la calidad de servicio del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019.

En el estudio es descriptivo se formula hipótesis cuando se predice suceso (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

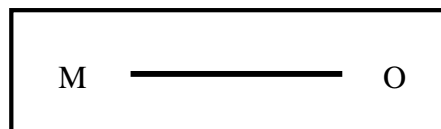
II. Método

2.1. Diseño de investigación

En cuanto al diseño, se consideró no experimental como lo expresa Hernández, Fernández y Baptista (2014) debido a que son estudios que se realizan sin la manipulación de la variable, por lo que solo se observó los fenómenos a estudiar; ya que no se está manipulando la variable para generar algún cambio, sino recolectar información actual (p.152).

El diseño de la investigación es de corte transversal como lo sostiene Hernández, Fernández y Baptista (2014) porque se consiguió los datos en un tiempo único. Se describió la variable y se analizó su independencia e interrelación en un momento dado (p.154).

El nivel de investigación es descriptiva de acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2014) quienes expresan que busca características y perfiles de personas, grupos, comunidades, especificar las propiedades, procesos o cualquier otro fenómeno que se someta a estudio. En este sentido se describió la calidad de servicio que existe en el banco Interbank (p.92).



Donde:

M = Muestra

O = Observación de las variables

El enfoque de la investigación es mixto de acuerdo a lo expresado por Hernández, Fernández y Baptista (2014) los métodos mixtos son un conjunto de procesos empíricos, críticos y sistemático de investigación e implica el análisis y recolección de datos mixtos cualitativos y cuantitativo que se desarrolla al mismo tiempo de la investigación (p.546).

2.2. Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Calidad de servicio	Para Cronin y Taylor (1992) la calidad del servicio debe ser una medida de desempeño, tomando únicamente las percepciones.	La definición operacional de la variable calidad de servicio percibe el juicio que posee el cliente mediante las dimensiones de los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.	Elementos tangibles	Equipos	Ordinal
				Infraestructura	
				Presentación personal	
			Fiabilidad	Compromiso	
				Atención de quejas	
			Capacidad de respuesta	Rapidez	
				Manejo de información	
				Disponibilidad	
			Seguridad	Comprensión	
				Capacidad de personal	
			Empatía	Preocupación	
				Comunicación	

2.3. Población, muestra y muestreo

Población

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) sostienen que la población es el conjunto de elementos de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. (p.174). De acuerdo a la realidad en la investigación se estudió a los clientes y trabajadores del Banco Interbank en la ciudad de Chimbote 2019.

Agencia Banco Interbank	Trabajadores	Clientes
Bolognesi (620)	11	1,440
Miramar (619)	6	700
Real Plaza (617)	5	180
Total	22	2,320

Muestra

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirma que la muestra es el subgrupo de elementos que pertenece a la población definida en sus características (p.175). Ya que gracias a ésta se generan los datos en las cuales se analizó las fallas dentro del proceso.

Muestra 1

La muestra de los trabajadores es censal, como lo sostienen Otzen y Manterola (2017) este tipo de método estudió aquella porción que representa toda la población, que permitió recoger información de los 22 trabajadores del Banco Interbank.

Muestra 2

La muestra se determinó a través de la fórmula finita para los clientes del Banco Interbank.

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

Donde:

- n = Es el tamaño de la muestra.
- Z= Nivel de confianza (95%). Valor de la distribución normal = 1.96.
- p = es la proporción de éxito. Valor p= 0.50.
- q = Proporción de fracaso. Valor = 0.50.
- e = Error de precisión = 5%.
- N = Tamaño de la población = 2320.

$$n = \frac{2,320 \times 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}{(2,320 - 1) \times 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = 330$$

Agencia Banco Interbank	Clientes	Porcentaje	Muestra
Bolognesi (620)	1,440	62%	205
Miramar (619)	700	30%	99
Real Plaza (617)	180	8%	26
TOTAL	2,320	100%	330

En ese sentido, en la presente investigación la muestra dos está conformado por 330 clientes del Banco Interbank, al que se realizó para poder obtener resultados.

Muestreo

Muestreo 1

Está dirigido al cuestionario que se aplicó a clientes y trabajadores.

El muestreo para la muestra de clientes fue aleatorio simple, como lo sostiene Otzen y Manterola (2017) que todos los individuos que conforman la población blanco tienen la misma oportunidad de ser incluidos en la muestra.

Para los trabajadores no se aplicó un muestreo porque se midió mediante una muestra censal.

Muestreo 2

Está dirigido la guía de entrevista que se aplicó a clientes y trabajadores.

Agencia Banco Interbank	Muestra Trabajadores	Muestra Clientes
Bolognesi (620)	2	2
Miramar (619)	2	2
Real Plaza (617)	2	2
TOTAL	6	6

En ese sentido, en la presente investigación el muestreo está conformado por 6 trabajadores y 6 clientes del Banco Interbank. El muestreo para la muestra de clientes y trabajadores fue por conveniencia, como lo argumenta Otzen y Manterola (2017) se selecciona aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos, que se fundamenta en la mejor proximidad y accesibilidad de los sujetos para el investigador.

Criterios de inclusión y exclusión para los clientes del Banco Interbank

Inclusión, clientes que realizaron diversas operaciones y están registrados en la data del Banco Interbank Chimbote 2019.

Exclusión, clientes que realizaron diversas operaciones y no están registrados en la data del Banco Interbank Chimbote 2019.

Criterios de inclusión y exclusión para los trabajadores del Banco Interbank

Inclusión, trabajadores que tenían un contacto directo con los clientes del Banco Interbank Chimbote 2019.

Exclusión, trabajadores que no tenían un contacto directo con los clientes del Banco Interbank Chimbote 2019.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnica

Se realizó uso de la técnica de la encuesta, la cual permitió recoger la información directamente de los trabajadores y clientes del Banco Interbank, de acuerdo a la muestra de estudio, mediante la representación de preguntas y respuestas contenidas en la encuesta.

Además, se utilizó la técnica de la entrevista, que permitió recoger la información directamente de los trabajadores y clientes del Banco Interbank.

Instrumento

Se aplicó dos cuestionarios, que permitió identificar la calidad de servicio del Banco Interbank mediante los clientes y trabajadores. El cuestionario tuvo preguntas vinculadas a las dimensiones del SERVPERF: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y seguridad. El instrumento se utilizó para la recolección de datos, el cual contiene 26 ítems cada cuestionario.

Por consiguiente, se aplicó una guía de entrevistas, que permitió identificar la calidad de servicio a través de los trabajadores y clientes del Banco Interbank, mediante de la variable de Calidad de servicio y dimensiones. El instrumento consta de 8 preguntas.

Validez

Para la validación de los dos instrumentos de la recopilación de información se procedió a la fabricación de la matriz de cuestionario para ver la relación que existe entre la variable, dimensiones e indicadores, además de la revisión técnica de tres juicios de expertos. De igual manera para la validación de la guía de entrevista, se evaluó si existe relación entre la variable y dimensiones, además de la revisión técnica de tres juicios de expertos.

Confiabilidad

Para establecer la confiabilidad del instrumento uno, dirigido a los clientes de la presente investigación, se empleó el Coeficiente Alfa de Cronbach, que establece que mientras más cerca esté el valor del coeficiente 1, mayor es la consistencia interna de los ítems, siendo 0.9 una consistencia excelente, mientras que 0.8 es bueno, 0.7 aceptable, 0.6 cuestionable y 0.5 inaceptable. Este coeficiente se aplicó primero al total de los ítems del instrumento y luego a los ítems de cada variable, teniendo una confiabilidad de 0.873.

Así mismo, para la confiabilidad del instrumento dos, dirigido a los trabajadores de la presente investigación se empleó el Coeficiente Alfa de Cronbach teniendo como resultado de confiabilidad 0.827.

Sin embargo, para la guía de entrevista no se establecieron la confiabilidad al ser un enfoque cualitativo.

2.5. Procedimiento

Los datos se recogieron de la muestra seleccionada para la investigación, se recolectó información importante para la variable a estudiar. Se utilizó las fuentes de datos de tipo primarias mediante las encuestas y entrevistas que se realizó a los clientes y trabajadores de la empresa. Finalmente teniendo los datos se transfirieron a un matriz y se elaboró los gráficos en el programa Excel.

2.6. Métodos de análisis de datos

Se realizó según los métodos correspondientes de la estadística descriptiva de acuerdo Hernández, Fernández y Baptista (2014) es una análisis cuantitativo, con la cual se caracteriza y describe un conjunto determinado como la edad, el sexo, la altura o cualquier otro dato de un segmento determinado de la masa. Para ello se deben conocer las variables las cuales pueden ser cualitativas o cuantitativas. Se usó el programa Excel versión 2013. En la investigación se observó los datos extraídos de la muestra a través de métodos estadísticos para luego proceder a explicar e interpretarlos de manera clara y simple en las tablas estadísticas, figuras y gráficos.

2.7. Aspectos éticos.

La presente investigación respeta los principios jurídicos y éticos, el derecho de autor haciendo debido uso de las normas APA bajo la fiabilidad de fuentes bibliográficas consultadas; así como la confiabilidad que presenta la información seleccionada.

Se tuvo en cuenta los siguientes aspectos éticos:

Confidencialidad. - La identidad de los clientes y trabajadores que participaron en este estudio de investigación que se mantuvieron en total reserva por políticas que maneja el banco como lo muestra el Anexo 13.

Originalidad. - Toda la declaración presentada en el proyecto de investigación como fuentes bibliográficas mostrada careció de plagio.

Veracidad. - La información mostrada en este trabajo fue absolutamente verdadero y careció de datos y resultados fraudulentos.

III. Resultados

Objetivo general: Analizar la calidad de servicio del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019.

Tabla 1

Opinión de clientes y trabajadores encuestados sobre la calidad de servicio del banco Interbank.

	Real Plaza Agencia 617	Plaza Vea Agencia 619	Bolognesi Agencia 620	Total
Trabajadores	Muy bueno (4.27)	Muy bueno (4.33)	Muy bueno (4.33)	Muy bueno (4.31)
Clientes	Bueno (3.79)	Bueno (3.90)	Bueno (4.09)	Bueno (3.93)
Promedio	Bueno (4.03)	Bueno (4.12)	Muy bueno (4.21)	Bueno (4.12)

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes y trabajadores del Banco Interbank agosto de 2019

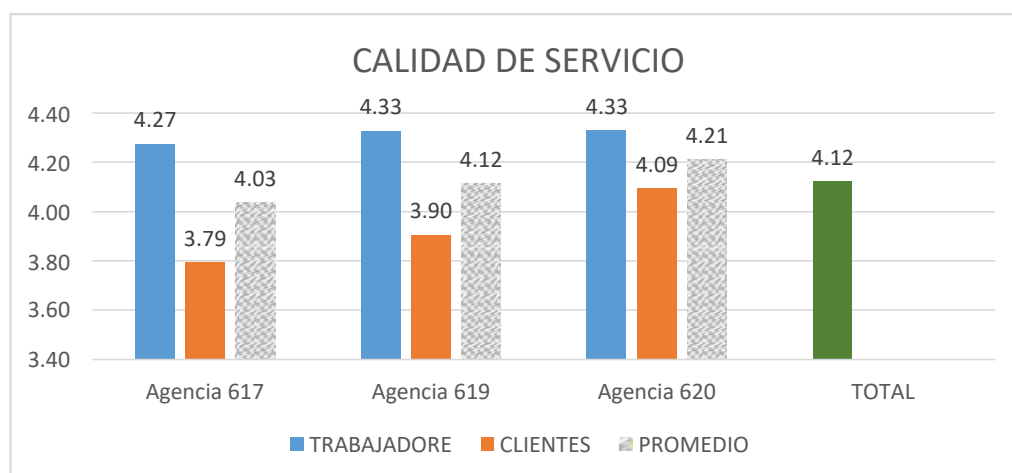


Figura 1: *Opinión de clientes y trabajadores encuestados sobre la calidad de servicio del banco Interbank.*

Fuente: Tabla 1.

Descripción

Según la figura 1, se observó que los trabajadores de la agencia 617, 619 y 620 manifiestan que la calidad de servicio es muy buena, mientras que los clientes de dicha agencia expresan que la calidad de servicio es buena, entonces se puede decir que la calidad de servicio del Banco Interbank tiene un nivel bueno, siendo la agencia 617 la que más destaca en calidad de servicio a comparación de las otras dos.

Tabla 2

Opinión de clientes y trabajadores encuestados sobre las dimensiones de la calidad de servicio del banco Interbank.

Dimensiones	Clientes	Trabajadores	Promedio
Elementos Tangibles	Bueno 3.79	Bueno 4.12	Bueno 3.96
Fiabilidad	Bueno 3.97	Muy bueno 4.49	Muy bueno 4.23
Capacidad de Respuesta	Bueno 3.98	Muy bueno 4.44	Muy bueno 4.21
Seguridad	Bueno 3.96	Muy bueno 4.36	Bueno 4.16
Empatía	Bueno 4.1	Muy bueno 4.22	Bueno 4.16

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes y trabajadores del Banco Interbank agosto de 2019

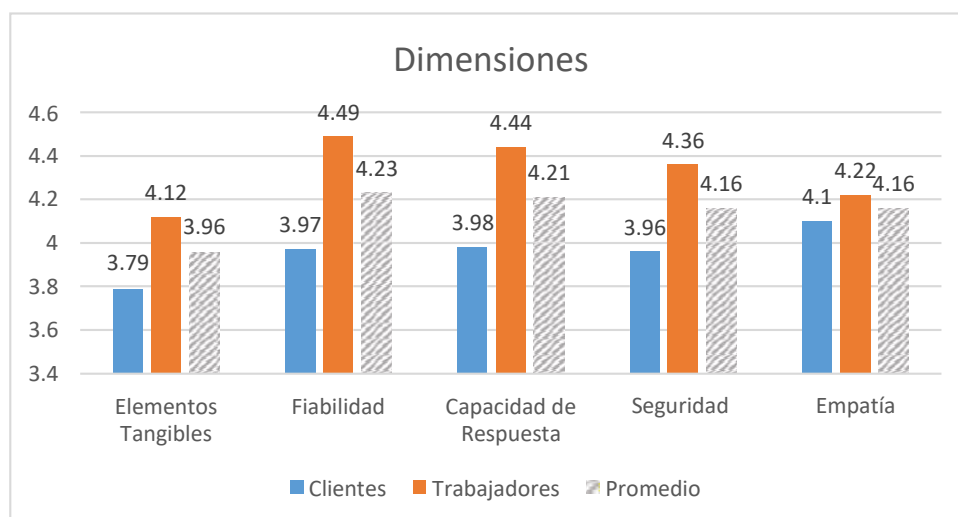


Figura 2: Opinión de clientes y trabajadores encuestados sobre las dimensiones de la calidad de servicio del banco Interbank.

Fuente: Tabla 2.

Descripción

Según la figura 2, se observó que los trabajadores de las tres agencias 617, 619 y 620 manifiestan que el banco tiene un nivel muy bueno en fiabilidad y capacidad de respuesta; en seguridad, empatía y elementos tangibles califican con un nivel bueno, por otro lado los clientes de las tres agencias manifiestan que el banco posee un nivel bueno en las cinco dimensiones, teniendo como resultado que dentro del banco las dimensiones que más resaltan es la fiabilidad y la capacidad de respuesta.

Objetivo específico: Describir los niveles de calidad de los elementos tangible del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019.

Tabla 3

Opinión de clientes y trabajadores encuestados sobre los elementos tangibles del banco Interbank.

	Real Plaza Agencia 617	Plaza Vea Agencia 619	Bolognesi Agencia 620	Total
Trabajadores	Muy bueno (4.27)	Bueno (3.93)	Bueno (4.18)	Bueno (4.12)
Clientes	Bueno (3.79)	Bueno (3.48)	Bueno (4.10)	Bueno (3.79)
Promedio	Bueno (4.03)	Bueno (3.70)	Bueno (4.14)	Bueno (3.96)

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes y trabajadores del Banco Interbank agosto de 2019

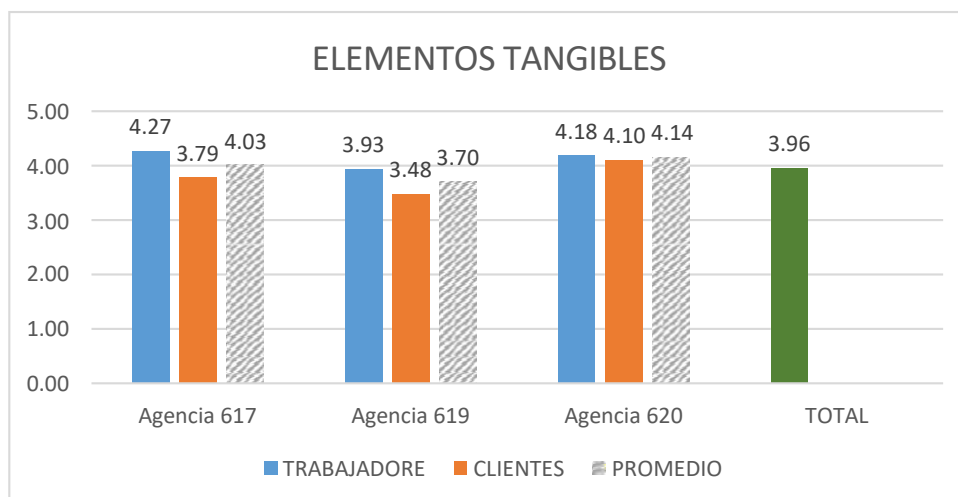


Figura 3: Opinión de clientes y trabajadores encuestados sobre los elementos tangibles del banco Interbank.

Fuente: Tabla 3.

Descripción

Según la figura 3, se observó que los trabajadores de la agencia 617 manifiesta que los elementos tangibles del banco tienen un nivel muy bueno, mientras que las agencias 619 y 620 expresan que tienen un nivel bueno. Por otro lado, los clientes de las tres agencias expresan que los elementos tangibles del banco tienen un nivel bueno, entonces se puede decir que los elementos tangibles del Banco Interbank tienen un nivel bueno, siendo la agencia 617 la que posee mayor calidad en los elementos tangibles a diferencia de las otras dos.

Tabla 4

Opinión de clientes y trabajadores entrevistados sobre el funcionamiento de los cajeros automáticos del banco Interbank.

	Clientes		Trabajadores	
	N°	%	N°	%
Facilidad	1	17%	1	17%
Rapidez	2	33%	1	17%
Desabastecimiento	2	33%	3	50%
Pocos cajeros	1	17%	0	0%
Buen funcionamiento	0	0%	1	17%
TOTAL	6	100%	6	100%

Fuente: Guía de entrevista aplicada a los clientes y trabajadores del Banco Interbank agosto de 2019

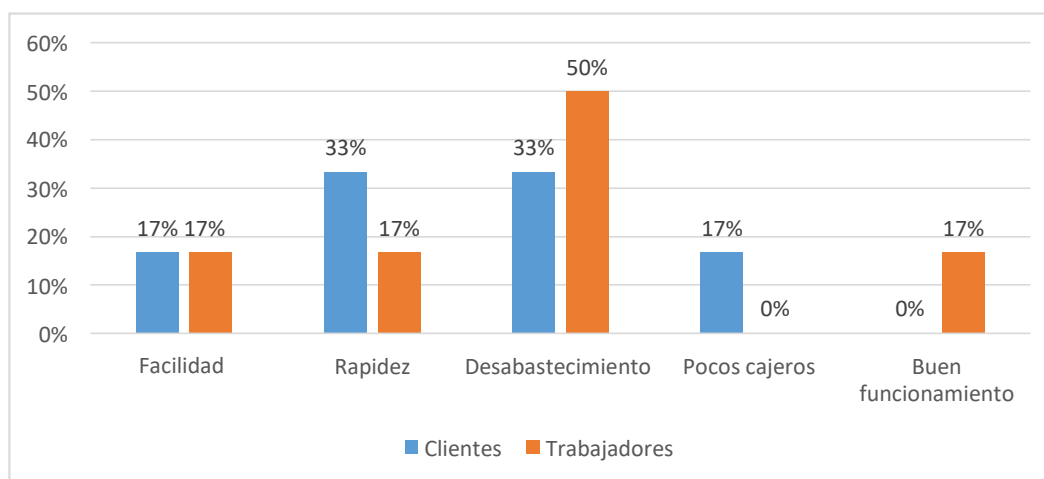


Figura 4: Opinión de clientes y trabajadores entrevistados sobre el funcionamiento de los cajeros automáticos del banco Interbank.

Fuente: Tabla 4.

Descripción

Según la figura 4, se observó que los trabajadores de la agencia 617, 619 y 620 manifiestan que el funcionamiento de los cajeros automáticos del banco es bueno, fácil y rápido sin embargo presentan un gran problema con respecto a la demora para su abastecimiento lo que provoca el aumento de la cola en ventanilla. Por otro lado, los clientes de la agencia 617, 619 y 620 manifiestan que los cajeros automáticos son fáciles y rápidos, pero también coinciden con el desabastecimiento de los cajeros lo que les provoca incomodidad y fastidio aparte consideran que deberían existir más cajeros automáticos en toda la zona centro de Chimbote.

Tabla 5

Opinión de clientes y trabajadores entrevistados sobre el aspecto tangible del banco en el área de ventanilla con mayor debilidad banco Interbank.

	Clientes		Trabajadores	
	N°	%	N°	%
Enumerar ventanillas	1	17%	0	0%
Incomodidad	2	33%	0	0%
Eficiente	2	33%	0	0%
Inseguridad	0	0%	2	33%
Lentitud en atención	1	17%	3	50%
Falta de información	0	0%	1	17%
TOTAL	6	100%	6	100%

Fuente: Guía de entrevista aplicada a los clientes y trabajadores del Banco Interbank agosto de 2019

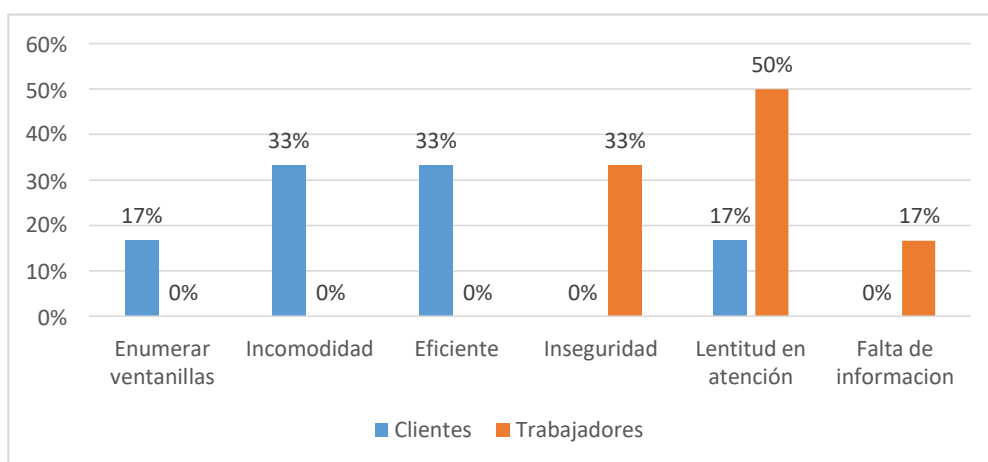


Figura 5: Opinión de clientes y trabajadores entrevistados sobre el aspecto tangible del banco en el área de ventanilla con mayor debilidad banco Interbank.

Fuente: Tabla 5.

Descripción

Según la figura 5, se observó que los trabajadores de la agencia 617, 619 y 620 manifiestan que su mayor debilidad en área de ventanilla no son los aspectos tangibles sino la demora en la atención, además de que los RF no se encuentren bien informados seguido de la inseguridad en el banco con respecto en la agencia 619. Por otro lado, los clientes de la agencia 617, 619 y 620 manifiestan que uno de los aspectos tangibles con mayor debilidad es que no tienen enumeradas las ventanillas del banco lo que retrasa la atención y provoca incomodidad, sin embargo, otros manifiestan que el banco es muy eficiente con respecto a la agencia 617.

Tabla 6

Opinión de clientes y trabajadores entrevistados sobre mejoras que deberían incorporar el banco en el área de ventanilla.

	Clientes		Trabajadores	
	N°	%	N°	%
Lentitud en atención	4	67%	1	17%
Falta de capacitación	0	0%	1	17%
Falta de implementación equipos	0	0%	3	50%
Eficiente	2	33%	0	0%
Espacios reducidos	0	0%	1	17%
TOTAL	6	100%	6	100%

Fuente: Guía de entrevista aplicada a los clientes y trabajadores del Banco Interbank agosto de 2019.

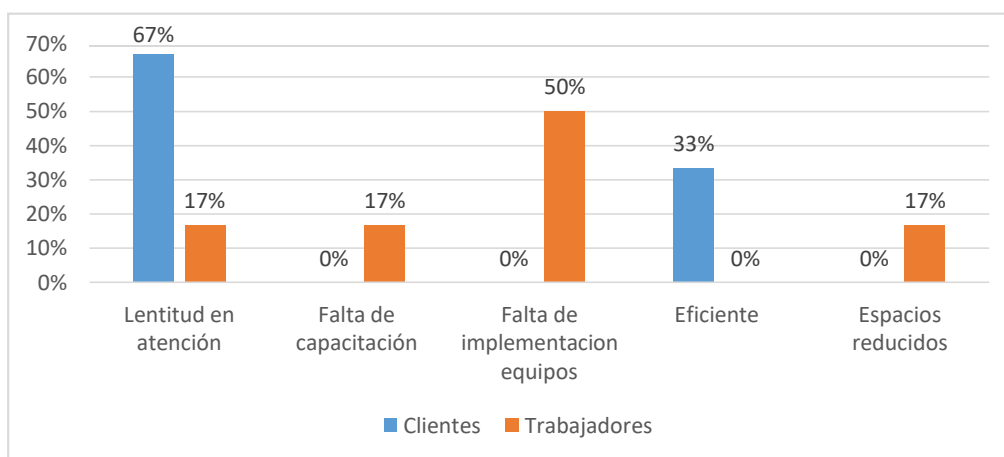


Figura 6: Opinión de clientes y trabajadores entrevistados sobre mejoras que deberían incorporar el banco en el área de ventanilla.

Fuente: Tabla 6.

Descripción

Según la figura 6, se observó que los trabajadores de la agencia 617, 619 y 620 manifiestan que el banco debería realizar constante mantenimiento a sus equipos para agilizar procesos, a las computadoras, teclados, impresoras, e incorporar los contadores de monedas, además de brindar a los clientes un espacio donde puedan contar su dinero una vez que han sido atendidos y no demorar en la atención con los demás, y sobre todo de capacitar a los trabajadores para obtener mejores resultados de acuerdo a los requerimientos del banco. Por otro lado, los clientes de la agencia 617, 619 y 620 manifiestan que debería mejorar la rapidez en la atención y otros manifiestan que el área de ventanilla es eficiente.

Objetivo específico: Describir los niveles de calidad de la fiabilidad del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019

Tabla 7

Opinión de clientes y trabajadores encuestados sobre la fiabilidad del banco Interbank.

	Real Plaza Agencia 617	Plaza Vea Agencia 619	Bolognesi Agencia 620	Total
Trabajadores	Muy bueno (4.40)	Muy bueno (4.67)	Muy bueno (4.42)	Muy bueno (4.49)
Clientes	Bueno (3.82)	Bueno (4.07)	Bueno (4.04)	Bueno (3.97)
Promedio	Bueno (4.11)	Muy bueno (4.37)	Muy bueno (4.23)	Muy bueno (4.23)

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes y trabajadores del Banco Interbank agosto de 2019

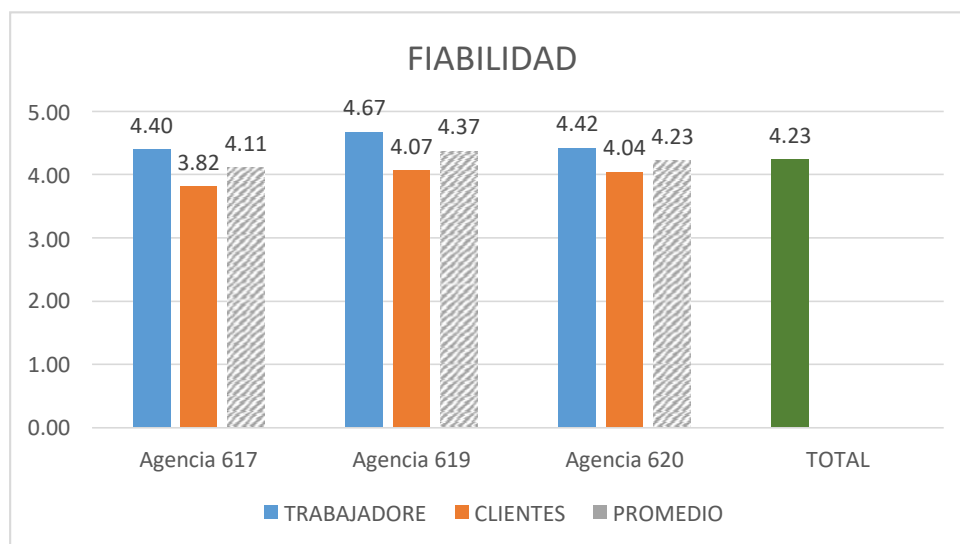


Figura 7: *Opinión de clientes y trabajadores encuestados sobre la fiabilidad del banco Interbank.*

Fuente: Tabla 7.

Descripción

Según la figura 7, se observó que los trabajadores de la agencia 617, 619 y 620 manifiestan que la fiabilidad del banco tiene un nivel muy bueno, mientras que los clientes de las tres agencias expresan que tiene un nivel bueno, entonces se puede decir que la fiabilidad del Banco Interbank tiene un nivel muy bueno, siendo la agencia 619 la que brinda mayor fiabilidad a diferencia de las otras dos.

Tabla 8

Opinión de clientes y trabajadores entrevistados sobre el mejoramiento de la productividad del banco en el área de ventanilla.

	Clientes		Trabajadores	
	N°	%	N°	%
Falta de personal	2	33%	0	0%
Falta de seguimiento a clientes	1	17%	0	0%
Falta de capacitación	1	17%	2	33%
Motivación a los clientes	1	17%	0	0%
Transparencia	1	17%	0	0%
Falta de motivación	0	0%	4	67%
TOTAL	6	100%	6	100%

Fuente: Guía de entrevista aplicada a los clientes y trabajadores del Banco Interbank agosto de 2019

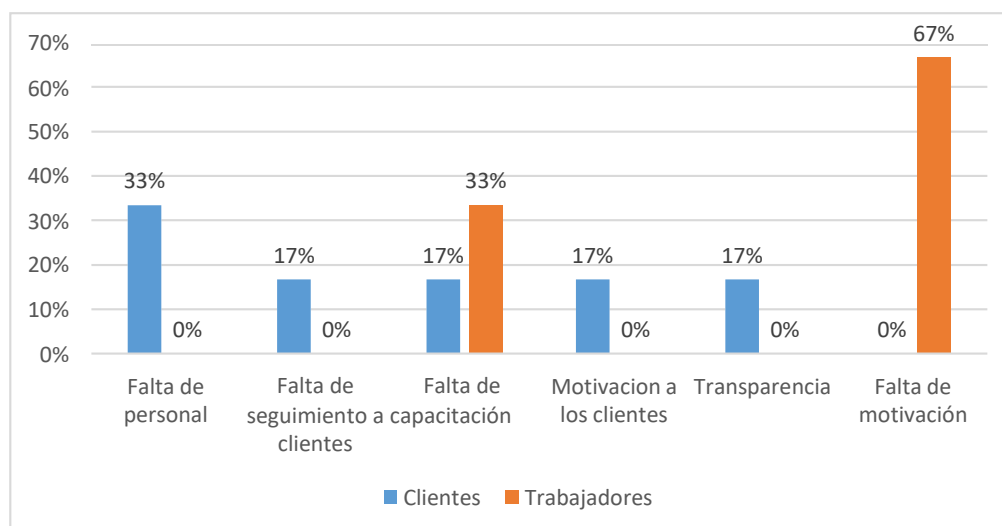


Figura 8: Opinión de clientes y trabajadores entrevistados sobre el mejoramiento de la productividad del banco en el área de ventanilla.

Fuente: Tabla 8.

Descripción

Según la figura 8, se observó que los trabajadores de la agencia 617, 619 y 620 manifiestan que, para mejorar la productividad del banco, deberían ofrecerles mayores incentivos, seguido de capacitaciones. Por otro lado, los clientes de la agencia 617, 619 y 620 manifiestan que para mejorar la productividad del banco se debería aumentar el número de personal en las agencias, además de brindarles información veraz, ofreciéndoles más beneficios y mayor seguimiento por parte de lo RF con respecto a las ofertas que ofrecen.

Objetivo específico: Describir los niveles de calidad de la capacidad de respuesta del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019

Tabla 9

Opinión de clientes y trabajadores encuestados sobre la capacidad de respuesta del banco Interbank.

	Real Plaza Agencia 617	Plaza Vea Agencia 619	Bolognesi Agencia 620	Total
Trabajadores	Muy bueno (4.32)	Muy bueno (4.53)	Muy bueno (4.47)	Muy bueno (4.44)
Clientes	Bueno (3.76)	Bueno (4.10)	Bueno (4.06)	Bueno (3.98)
Promedio	Bueno (4.04)	Muy bueno (4.32)	Muy bueno (4.27)	Muy bueno (4.21)

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes y trabajadores del Banco Interbank agosto de 2019

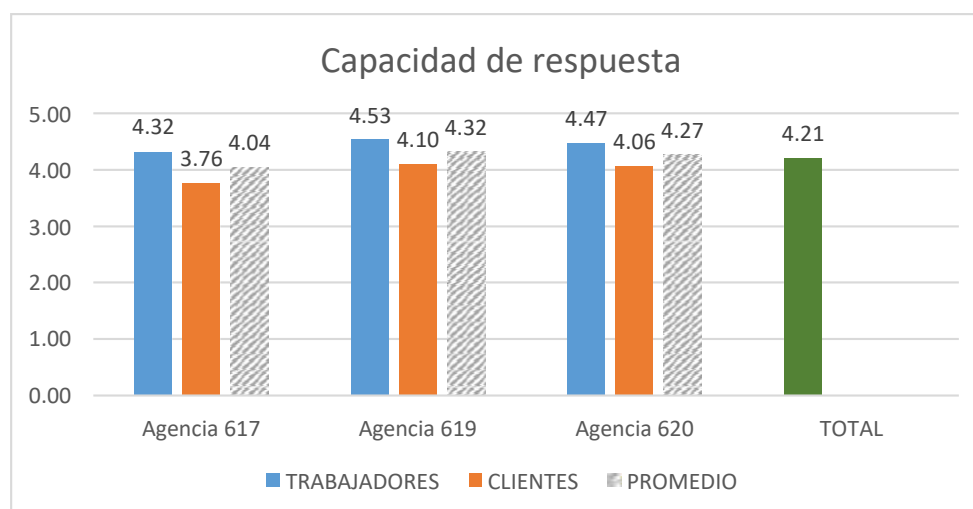


Figura 9: *Opinión de clientes y trabajadores encuestados sobre la capacidad de respuesta del banco Interbank.*

Fuente: Tabla 9.

Descripción

Según la figura 9, se observó que los trabajadores de la agencia 617, 619 y 620 manifiestan que la capacidad de respuesta tiene un nivel muy bueno, mientras que los clientes de dichas agencias expresan que tienen un nivel bueno, entonces se puede decir que la capacidad de respuesta del Banco Interbank tiene un nivel muy bueno, siendo la 617 la que posee una mejor capacidad de respuesta a diferencia de las otras dos agencias.

Tabla 10

Opinión de clientes y trabajadores entrevistados sobre la capacidad de respuesta en el tiempo de espera.

	Clientes		Trabajadores	
	N°	%	N°	%
Lentitud en atención	2	33%	3	50%
Rapidez	2	33%	1	17%
Incomodidad	0	0%	2	33%
Tolerancia	2	33%	0	0%
TOTAL	6	100%	6	100%

Fuente: Guía de entrevista aplicada a los clientes y trabajadores del Banco Interbank agosto de 2019

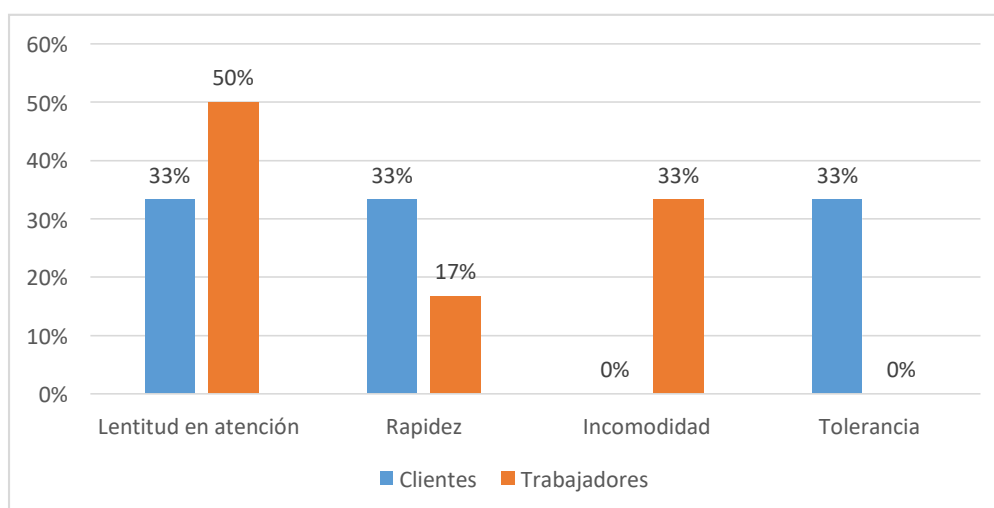


Figura 10: Opinión de clientes y trabajadores entrevistados sobre la capacidad de respuesta en el tiempo de espera.

Fuente: Tabla 10.

Descripción

Según la figura 10, se observó que los trabajadores de la agencia 617, 619 y 620 manifiestan que es muy importante y guarda mucha relación la capacidad de respuesta en el tiempo de espera, si es larga la espera para la atención genera incomodidad como ocurre en la agencia de Plaza Ve a y Bolognesi, por otro lado, si la atención es inmediata los clientes se mantienen contentos y complacidos como sucede en la agencia de Real Plaza. Por otro lado, los clientes de la agencia 617, 619 y 620 manifiestan también que guarda relación a mayor tiempo de espera mayor incomodidad, menor tiempo de espera, los mantiene contentos y otros manifiestan ser tolerantes a este tipo de situaciones.

Objetivo específico: Describir los niveles de calidad de la seguridad del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019

Tabla 11

Opinión de clientes y trabajadores encuestados sobre la seguridad del banco Interbank.

	Real Plaza Agencia 617	Plaza Vea Agencia 619	Bolognesi Agencia 620	Total
Trabajadores	Muy bueno (4.25)	Muy bueno (4.50)	Muy bueno (4.32)	Muy bueno (4.36)
Clientes	Bueno (3.72)	Bueno (4.07)	Bueno (4.07)	Bueno (3.96)
Promedio	Bueno (3.99)	Muy bueno (4.299)	Bueno (4.20)	Bueno (4.16)

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes y trabajadores del Banco Interbank agosto de 2019

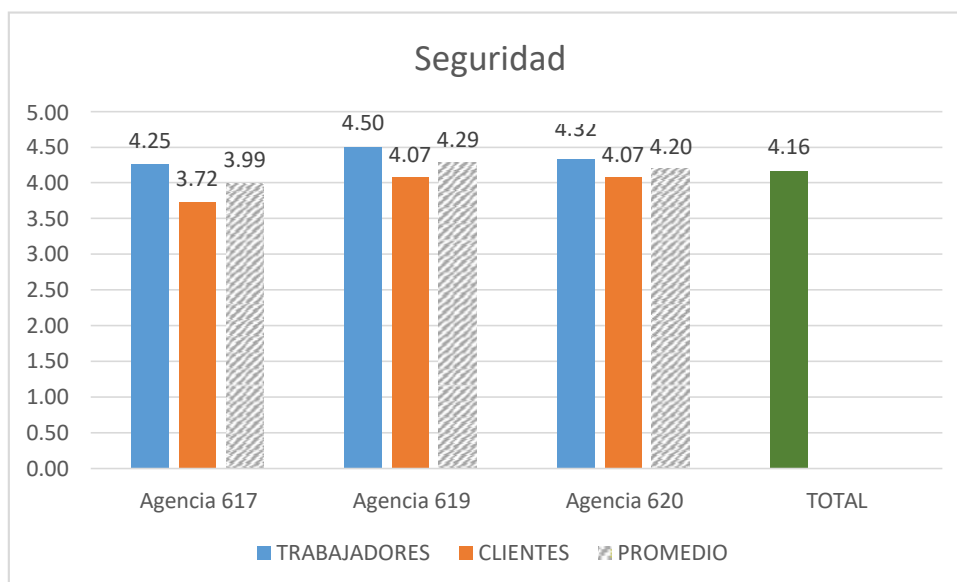


Figura 11: *Opinión de clientes y trabajadores encuestados sobre la seguridad del banco Interbank.*

Fuente: Tabla 11.

Descripción

Según la figura 11, se observó que los trabajadores de la agencia 617, 619 y 620 manifiestan que la seguridad del banco tiene un nivel muy bueno, mientras que los clientes de dichas agencias expresan que tiene un nivel bueno, entonces se puede decir que la seguridad del Banco Interbank tiene un nivel bueno siendo la agencia 617 la que posee mayor nivel de seguridad a diferencia de la otras dos.

Tabla 12

Opinión de clientes y trabajadores entrevistados sobre la seguridad en el servicio al cliente en el área de ventanilla.

	Clientes		Trabajadores	
	N°	%	N°	%
Seguridad	6	100%	2	33%
Inseguridad	0	0%	3	50%
Confidencial	0	0%	1	17%
TOTAL	6	100%	6	100%

Fuente: Guía de entrevista aplicada a los clientes y trabajadores del Banco Interbank agosto de 2019

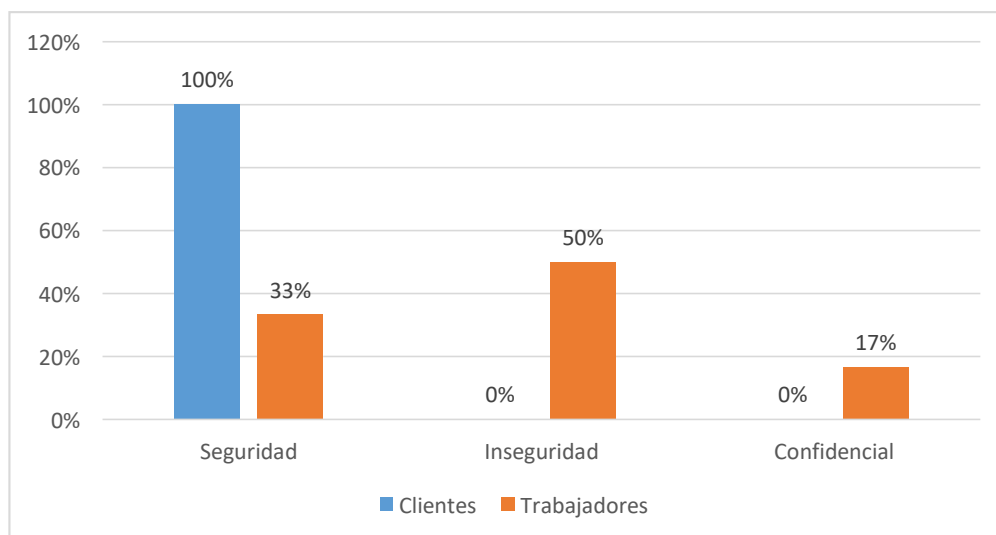


Figura 12: Opinión de clientes y trabajadores entrevistados sobre la seguridad en el servicio al cliente en el área de ventanilla.

Fuente: Tabla 12.

Descripción

Según la figura 12, se observó que los trabajadores de la agencia 617, 619 y 620 manifiestan que es muy importante la seguridad en el área de ventanilla en todo aspecto, tanto en las operaciones como en la información de cada cliente y es lo que precisamente ofrece Interbank en sus distintas agencias, sin embargo, existe peligro con respecto a la agencia 619 por ser un money market dentro de un supermercado el cual lo hace más vulnerable a un robo. Por otro lado, los clientes de la agencia 617, 619 y 620 manifiestan también que es muy importante la seguridad en el banco por que se trabaja con mucho dinero, pero a pesar de los riesgos a que se encuentran expuestos declaran sentirse muy seguros con el banco.

Objetivo específico: Describir los niveles de calidad de la empatía del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019.

Tabla 13

Opinión de clientes y trabajadores encuestados sobre la empatía del banco Interbank.

	Real Plaza Agencia 617	Plaza Vea Agencia 619	Bolognesi Agencia 620	Total
Trabajadores	Bueno (4.00)	Muy bueno (4.28)	Muy bueno (4.39)	Muy bueno (4.22)
Clientes	Bueno (3.87)	Bueno (4.20)	Muy bueno (4.24)	Bueno (4.10)
Promedio	Bueno (3.94)	Muy bueno (4.24)	Muy bueno (4.31)	Bueno (4.16)

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes y trabajadores del Banco Interbank agosto de 2019

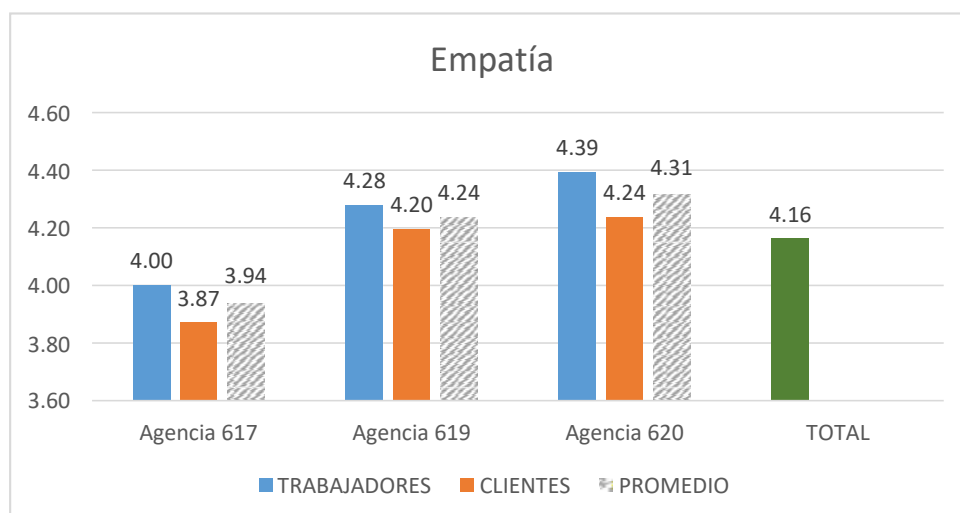


Figura 13: *Opinión de clientes y trabajadores encuestados sobre la empatía del banco Interbank.*

Fuente: Tabla 13.

Descripción

Según la figura 13, se observó que los trabajadores de la agencia 619 y 620 manifiestan que la empatía del banco tiene un nivel muy bueno, mientras que la agencia 617 expresa que tiene un nivel bueno. Por otro lado, los clientes de las agencias 619 y 620 manifiestan que la empatía del banco tiene un nivel muy bueno, mientras que los clientes de la agencia 617 expresa que tiene un nivel bueno, entonces se puede decir que la empatía del Banco Interbank tiene un nivel bueno, siendo la agencia 620 la que brinda mayor nivel de empatía a diferencia de las otras dos agencias.

Tabla 14

Opinión de clientes y trabajadores entrevistados sobre la atención al cliente.

	Clientes		Trabajadores	
	N°	%	N°	%
Amabilidad	2	33%	3	50%
Lentitud en atención	1	17%	0	0%
Respecto por parte del cliente	1	17%	0	0%
Formalidad	1	17%	0	0%
Eficientes	0	0%	3	50%
Cordial	1	17%	0	0%
TOTAL	6	100%	6	100%

Fuente: Guía de entrevista aplicada a los clientes y trabajadores del Banco Interbank agosto de 2019

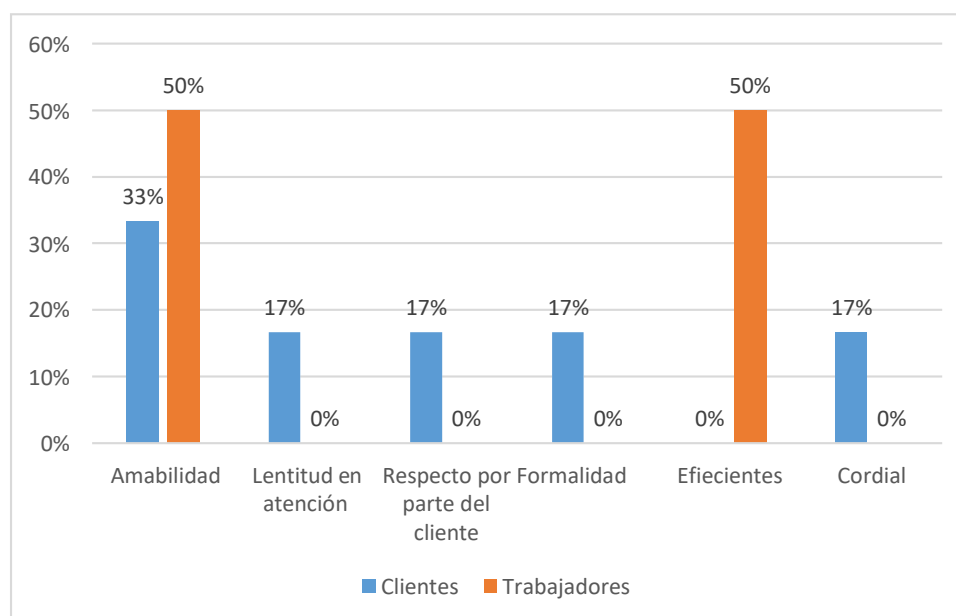


Figura 14: Opinión de clientes y trabajadores entrevistados sobre la atención al cliente.

Fuente: Tabla 14.

Descripción

Según la figura 14, se observó que los trabajadores de la agencia 617, 619 y 620 manifiestan que la atención que brindan al cliente es eficiente y resaltan la amabilidad que les brindan. Por otro lado, los clientes de la agencia 617, 619 y 620 manifiestan la atención es cordial, formal y que ellos también deben mostrar una actitud de respeto durante su atención pero también su atención es lenta.

Tabla 15

Opinión de clientes y trabajadores entrevistados sobre el mejoramiento de la calidad de servicio.

	Clientes		Trabajadores	
	N°	%	N°	%
Falta de personal	2	33%	0	0%
Amabilidad	0	0%	3	50%
Falta de información	2	33%	0	0%
Poco cajeros	1	17%	0	0%
Agilidad	0	0%	1	17%
Ser eficaz	1	17%	0	0%
Capacitar a los clientes	0	0%	2	33%
TOTAL	6	100%	6	100%

Fuente: Guía de entrevista aplicada a los clientes y trabajadores del Banco Interbank agosto de 2019

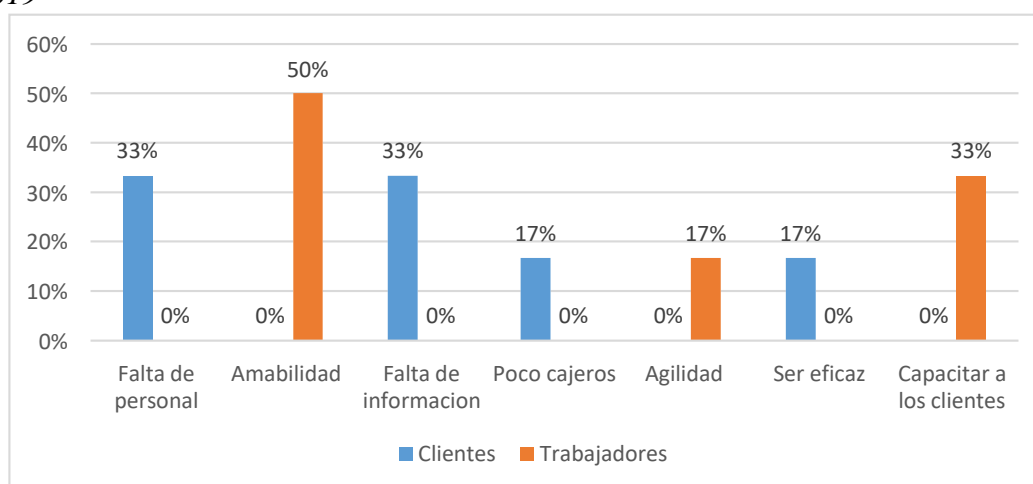


Figura 15: Opinión de clientes y trabajadores entrevistados sobre el mejoramiento de la calidad de servicio.

Fuente: Tabla 15.

Descripción

Según la figura 15, se observó que los trabajadores de la agencia 617, 619 y 620 manifiestan que para mejorar la calidad de servicio se debe capacitar al personal, ser siempre amables con los clientes y ser más rápidos en la atención. Por otro lado, los clientes de la agencia 617, 619 y 620 manifiestan para mejorar la calidad del servicio del banco debe contar con mayor personal en ventanilla, que se les brinde información completa, e incrementar cajeros automáticos.

IV. Discusión

Cronin y Taylor (1992) plantearon un nuevo modelo de evaluación de la calidad de servicio midiendo únicamente la percepción que tienen los clientes a través de las 5 dimensiones, este modelo presenta datos más relevantes y tiene como objetivo examinar la relación que existe entre la calidad de servicio, satisfacción e intención de compra. Así mismo, Saltos y Arguello (2017) concluyeron que las dimensiones de la calidad de servicio inciden de manera favorable, en los elementos tangibles y capacidad de respuesta teniendo una calificación excelente por los estudiantes. Mientras en la dimensión de seguridad, empatía y fiabilidad es percibida como buena. En comparación con los resultados de la investigación que fue medido a través de la encuesta en base a las mismas dimensiones se obtuvo una calificación muy buena en fiabilidad y capacidad de respuesta como representan en las tablas 6 y 8, por otro lado las dimensiones de seguridad, empatía y elementos tangibles fueron percibidas como buenas en las tablas 10, 12, 1. En conclusión el Servperf es un modelo confiable y seguro, porque brinda resultados relevantes que aportan mucho a la investigación ayudando a resolver el problema que se plantea, gracias a su amplio enfoque de las 5 dimensiones que mide la productividad del servicio.

Hoffman y Bateson (2012) mencionaron que los elementos tangibles son bidimensionales porque se centran en los materiales de comunicación, el personal y en otro a los equipos e instalaciones, además de ser una dimensión determinante en la imagen percibida por los clientes que fue reafirmado por Matsumoto (2014). Así mismo, Dávila y Romero (2017) concluyeron que en las instituciones bancarias influyen tres aspectos para mejorar la calidad de servicio, el primero es el aspecto operativo se enfoca al desempeño de la presentación personal de los empleados, el segundo es el aspecto físico se enfoca a los elementos tangibles tales como la banca telefónica, las instalaciones y equipos modernos que incluyen los softwares, y el aspecto humano. En comparación con los resultados de la investigación el banco presenta una debilidad en la dimensión de los elementos tangibles de acuerdo a la guía de entrevista en la tabla 3 los clientes manifiestan que se cuenta con pocos cajeros automáticos y tanto clientes como trabajadores coinciden con la demora para el abastecimiento de los mismos, el cual genera incomodidad y provoca largas colas en ventanilla, por esta razón su nivel de calidad es calificada como buena de acuerdo a la encuesta en la tabla 1. En conclusión esta dimensión es muy importante para la percepción

del cliente porque es la carta de presentación que determina la calidad del futuro servicio prestado.

Passuraman, Zeithaml y Berry (1988) mencionaron que la fiabilidad es la destreza en realizar un servicio en tiempo prometido, de forma cuidadosa, fiable, bien y a la primera, la empresa cumple con su promesa y soluciona sus problemas. Así mismo, Saltos y Arguello (2017) concluyeron que uno de los indicadores de fiabilidad es la rapidez, que ha sido percibida como buena. Por otro lado de acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta en la tabla 6 el nivel de calidad de fiabilidad es muy bueno, sin embargo resaltando el indicador dicho por los autores de acuerdo a la guía de entrevista en la tabla 7 los clientes manifiestan que una de las mayores debilidades es la lentitud en la atención, sobre todo en las agencias 620 y 619 y sugieren que exista un mayor número de personal para aumentar la rapidez, porque eso le daría un mayor nivel de calidad al banco. En conclusión esta dimensión busca generar confianza y conectar al cliente con la empresa, fidelizando y crear relaciones redituales.

Hoffman y Bateson (2012) afirmaron que la capacidad de respuesta en una de la dimensiones más importante en la calidad de servicio, porque ayuda a minimizar errores y la quejas posteriores del cliente, es relaciona con la inmediatez reafirmado por Matsumoto (2014). Así mismo, Suarez (2016) concluyó que en la dimensión de capacidad de respuesta están satisfechos con los indicadores de actitud y disposición teniendo un porcentaje alto, en cuanto al indicador de rapidez de servicio los estudiantes están de acuerdo en la atención brindada. En comparación a los resultados obtenidos, la dimensión de capacidad de respuesta tiene un nivel muy bueno de acuerdo a los resultados de la encuesta en la tabla 8, con los indicadores manejo de información y disponibilidad, en cuanto al indicador de rapidez presenta un porcentaje alto, de acuerdo a los resultados de la guía de entrevista en la tabla 9 sin embargo, esto es algo contradictorio debido a que al mismo tiempo tanto clientes como trabajadores también manifiestan la lentitud en la atención, esto sucede porque a nivel de la tres agencias dos de ellas aún falta mejorar este indicador. En conclusión el indicador que resalta la medición de esta dimensión es la rapidez, porque el cliente desea optimizar su tiempo y así poder realizar otras actividades.

Hoffman y Bateson (2012) afirmaron que la seguridad es muy importante, porque refleja el sentimiento del cliente de no estar en riesgo, duda o peligro, además del peligro físico, riesgos financieros y las cuestiones de confidencialidad reafirmado por Matsumoto (2014). Así mismo, Torres y Luna (2017) concluyeron que los clientes valoran la seguridad. Se

afirma lo concluido por los autores de acuerdo a los resultados de la guía de entrevista donde los clientes y trabajadores manifiestan que la seguridad es una dimensión muy importante en lo que se refiere calidad de servicio y más en una entidad financiera, donde a diario se trabaja con grandes sumas de dinero, donde se encuentran expuestos tanto clientes y trabajadores, el cual manifestaron seguridad física e integral en el banco al realizar sus operaciones, sin embargo se obtuvo un nivel bueno, de acuerdo a los resultados de la encuesta en la tabla 10, no se alcanzó el nivel muy bueno debilidad de esta dimensión en una de las agencias. En conclusión esta es una dimensión primordial en toda empresa, velar por el bienestar de sus clientes de esta forma generando su fidelización.

Matsumoto (2014) argumento que la empatía en la calidad de servicio es necesario mantener actualizado al cliente a lo largo del todo el proceso como información relevante para el mismo. De esta manera Rubio (2014) concluyó que es muy importante la calidad de servicio para la satisfacción del consumidor, no sólo desde la percepción del cliente sino también para la toma de decisiones por parte de la empresa, destaca la dimensión de empatía resaltando la amabilidad del personal y la buena atención al cliente. Se afirma lo concluido por el autor resaltando dentro de la empatía los indicadores de preocupación y comunicación por parte del banco hacia los clientes, en donde los clientes manifestaron que reciben una buena atención destacando la amabilidad y cordialidad de los trabajadores, esto en base a la guía de entrevista en la tabla 13 sin embargo tiene un nivel de empatía bueno, resultado obtenido a través de la encuesta en la tabla 12 esto debido que para los clientes tener una atención de calidad brindar rapidez. En conclusión esta dimensión refleja la capacidad de entendimiento que tiene la empresa así como los trabajadores en saber brindar lo que el cliente necesita como uno mismo.

V. Conclusiones

En base a los resultados de la investigación, la recopilación de datos obtenidos de los clientes y trabajadores del banco Interbank, se obtuvo las siguientes conclusiones:

- 5.1. En relación con el objetivo general se analizó que la calidad de servicio del banco Interbank tanto clientes y trabajadores manifiestan que tiene un nivel bueno, resaltan las dimensiones de fiabilidad y capacidad de respuestas sin embargo, esto puede mejorar reforzando las debilidades en las dimensiones que presentan en los elementos tangibles, seguridad y empatía (Tabla 1,2).
- 5.2. Se obtuvo como resultado que en la calidad de los elementos tangibles el banco tiene un nivel bueno, teniendo como resultado que la agencia 617 tiene un promedio de 4.03, la agencia 619 tiene 3.70 y la 620 tiene un promedio de 4.14, de acuerdo a la guía de entrevista los clientes y trabajadores resaltan su eficiencia, la rapidez y facilidad, teniendo como debilidad el desabastecimiento de dinero, cuenta con pocos cajeros automáticos, incomodidad, inseguridad y la falta de información (Tabla 3, 4, 5,6).
- 5.3. Se obtuvo como resultado que el nivel de calidad de la fiabilidad del banco es muy bueno, teniendo como resultado que la agencia 617 tiene un promedio de 4.11, la agencia 619 tiene 4.37 y la 620 tiene un promedio de 4.23, de acuerdo a la guía de entrevista los clientes y trabajadores resaltan la transparencia y la motivación a los clientes que sienten hacia la entidad, teniendo como debilidad la falta capacitación, desmotivación de los trabajadores y la falta de personal. (Tabla 7,8).
- 5.4. Se obtuvo como resultado que el nivel de calidad de la capacidad de respuesta el banco tiene un nivel muy bueno, teniendo como resultado que la agencia 617 tiene un promedio de 4.04, la agencia 619 tiene 4.32 y la 620 tiene un promedio de 4.27, de acuerdo a la guía de entrevista los clientes y trabajadores resaltan la rapidez y tolerancia, teniendo como debilidad la lentitud en atención y la incomodidad de los trabajadores. (Tabla 9, 10).
- 5.5. Se obtuvo como resultado que el nivel de calidad de seguridad el banco tiene un nivel bueno, teniendo como resultado que la agencia 617 tiene un promedio de 3.99, la agencia 619 tiene 4.29 y la 620 tiene un promedio de 4.20, de acuerdo a

la guía de entrevista los clientes y trabajadores resaltan la seguridad y confidencialidad de la entidad, teniendo como debilidad la inseguridad que sienten los trabajadores del banco. (Tabla 11, 12).

- 5.6. Se obtuvo como resultado que el nivel de calidad de empatía el banco tiene un nivel bueno, teniendo como resultado que la agencia 617 tiene un promedio de 3.94, la agencia 619 tiene 4.24 y la 620 tiene un promedio de 4.31, de acuerdo a la guía de entrevista los clientes y trabajadores resaltan la agilidad, amabilidad, cordialidad, formalidad y eficiencia, teniendo como debilidad la lentitud en atención y la falta de personal e información. (Tabla 13, 14, 15).

VI. Recomendaciones

- Se sugiere al Gerente Zonal del Banco Interbank de las ciudades de Chimbote y Nuevo Chimbote reforzar la rapidez en su servicio de atención contratando mayor número de personal con una buena distribución de horarios, brindar a sus colaboradores capacitaciones con el fin de captar un mayor número de clientes mejorando su percepción e incrementando la productividad.
- Se recomienda mayor inversión en la capacitación de los trabajadores para ofrecer un buen servicio y experiencia, brindando toda la información correspondiente, veraz y oportuna con el fin de que el cliente se sienta confiado y seguro del servicio que va prestar.
- Se recomienda implementar mayor números de cajeros multifuncionales en ambas ciudades con el objetivo de reducir las grandes e incómodas colas en ventanilla facilitando los procesos al cliente, optimizando su tiempo brindando un servicio de calidad.
- Se recomienda realizar planes de acción para que los colaboradores estén comprometidos con la importancia de la retroalimentación en la comunicación que tienen con los clientes, para generar una relación sólida con el cliente.
- Se recomienda a las futuras investigaciones utilizar un diseño experimental con el fin de enriquecer los resultados obtenidos a través de un plan de mejora eficiente y eficaz.

VII. Propuesta

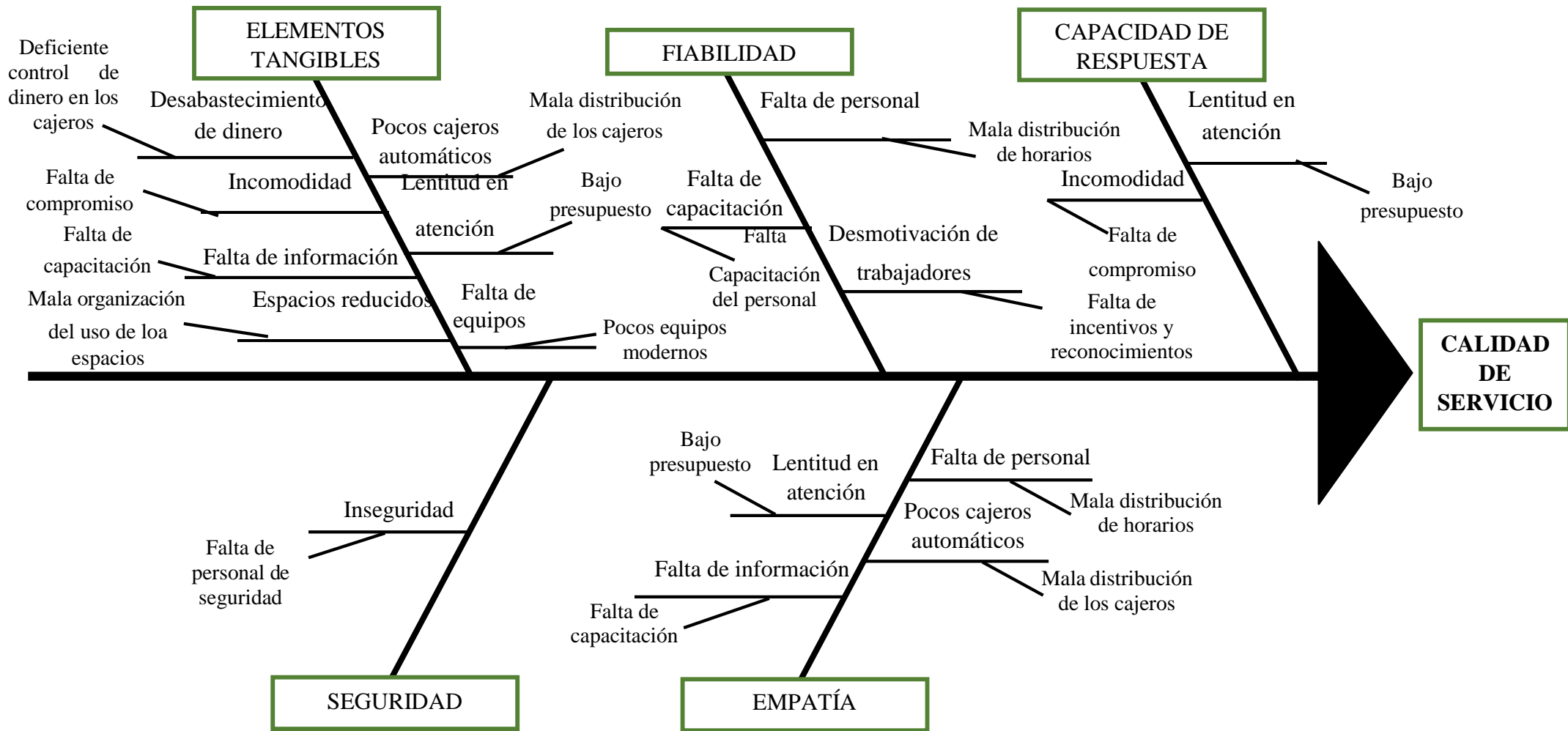
Plan de Mejora del Banco Interbank

1. Análisis de las áreas de mejora

Para la identificación del análisis de las áreas de mejora se elaboró el diagrama de espina de pescado, que es un diagrama de causa-efecto que se pudo utilizar para reconocer las causas potenciales del problema. Este diagrama puede servir para poder identificar y plantear acciones de mejora para la empresa.

Se trabajó en base a los resultados del cuestionario y guía de entrevista de la calidad de servicio de acuerdo a las dimensiones de los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, lo cual se detalla en el diagrama de espina de pescado las causas-efectos que se pudo identificar a través de los resultados obtenidos.

Se destacan la falta de compromiso por parte de los empleados, falta de capacitación por parte de la empresa, la mala distribución de horarios y la falta de mayores incentivos y reconocimientos, estas debilidades se reforzaran aprovechando las fortalezas que tiene el banco, pertenecer al grupo INTERCORP un grupo sólido con los recursos necesarios para implementar mayor número de capacitaciones, y estimulación para los colaboradores, la cultura lineal del banco provoca un ambiente ameno entre jefe y colaborador, eso permite la confianza para trabajar la distribución de los horarios, reconocer y reforzarlas ayuda en todo sentido a la empresa porque genera un incremento en la productividad y mejora la calidad del servicio que es el fin de toda empresa exitosa.



2. Formulación de objetivos

Objetivo general

- Mejorar la calidad de servicio del banco Interbank

Objetivo específico

- Aumentar el nivel de calidad del banco Interbank
- Fortalecer las dimensiones de elementos tangibles, seguridad y empatía
- Diseñar actividades, procedimiento y acciones de mejora
- Crear mecanismo de evaluación para las acciones de mejora

3. Seleccionar las acciones de mejora

CAUSAS	ACCIONES DE MEJORA	PESO CRÍTICO	FACTIBILIDAD	TOTAL
Deficiente control de dinero en los cajeros	Implementar un sistema de alerta para el abastecimiento del cajero	0.13	2	0.26
Mala distribución de los cajeros	Incrementar mayor números de cajeros en la ciudad	0.13	2	0.26
Falta de compromiso	Compromiso de colaboradores	0.11	4	0.44
Bajo presupuesto	Mayor número de personal	0.13	2	0.26
Falta de capacitación	Mayor capacitación del personal	0.10	4	0.40
Pocos equipos modernos	Implementación de equipos modernos	0.08	3	0.24
Mala organización del uso de los espacios	Creación de espacios para contar el dinero	0.05	1	0.05
Mala distribución de horarios	Mejorar la distribución de horarios	0.10	4	0.40
Falta de incentivos y reconocimientos	Incrementos de incentivos y reconocimientos	0.10	4	0.40
Falta de personal de seguridad	Reforzamiento de la seguridad	0.07	2	0.14
	TOTAL	1		2.85

4. Realizar una planificación

Nº	Acciones de mejoras que se llevará a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Compromiso de colaboradores	3	3	2	8
2	Mayor capacitación del personal	4	3	3	10
3	Mejorar la distribución de horarios	4	4	4	12
4	Incrementos de incentivos y reconocimientos	3	2	3	8

Nº	Acciones de mejoras que se llevará a cabo	Responsables	Cronograma 2020					
			Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
1	Compromiso de colaboradores	Gerente de tienda						
2	Mayor capacitación del personal	Gerente de tienda						
3	Mejorar la distribución de horarios	Gerente de tienda						
4	Incrementos de incentivos y reconocimientos	Gerente de tienda						

5. Propuestas

- El Gerente debe realizar semanalmente el Feedback de forma grupal y personal no solo de temas estrictamente laborales sino sobre sus habilidades blandas, con el objetivo de hacerle sentir al colaborador que es importante para la empresa y así crear un compromiso por parte del trabajador con la identidad.
- El banco debe implementar capacitaciones (trimestrales) con el objetivo de reforzar y ampliar los conocimientos de sus colaboradores y así generar eficiencia en la calidad de su servicio, creando competitividad dentro del mercado laboral.
- El gerente debe supervisar la distribución de los horarios realizado por el personal encargado, con el objetivo de no generar tiempos muertos y/o contratiempos en la atención, de esta forma se busca brindarle una calidad de atención al cliente.
- El Banco debe poner en práctica la propuesta de los incentivos laborales, económicos asociados a bonos, comisiones, compensaciones por conocimientos especializados e incentivos no económicos tales como recreativos, reconocimiento, asistenciales y supletorios.
- Además el Gerente debe definir metas claras de la empresa con el fin de que los trabajadores tengan bien definido lo que deben de realizar para el alcance de los incentivos económicos y no económicos propuestos, con los que se van a beneficiar tanto el banco como los trabajadores.

Referencias

- Agostino, A. (2015). Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/87-empresas-considera-falta-compromiso-laboral-principal-problema-105592>
- Alcaide, J. (2015). Fidelización de clientes. Madrid: Esic editorial.
- Arciniega, J. y Mejías, A. (2017). Percepción de la calidad de los servicios prestados por la Universidad Militar Nueva Granada con base en la escala Servqualing, con análisis factorial y análisis de regresión múltiple. *Comunicación*, Vol. 8, N° 1, enero-junio 2017, pp. 26-37. Universidad Militar Nueva Granada, Colombia. Recuperado de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682017000100003
- Arrumátegui, M. (2018). Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la academia Preuniversitaria Andreas Vesalius, Nuevo Chimbote, 2018. (Tesis de grado), Universidad Cesar Vallejo, Chimbote, Perú. Recuperado de file:///D:/TESIS/trabajos%20previos/tesis/arrunategui_cm.pdf
- Barruezo, E. (25 de Octubre de 2016). Image consulting and personal marketing. Recovered from IMEP: www.protocoloimep.com
- Bermúdez, L. (2015). Capacitación: una herramienta de fortalecimiento de las pymes. *Redalyc*, vol. 16, núm. 33, mayo 2015, pp 1-25. Universidad de Costa Rica, Liberia de Guanacaste, Costa Rica. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/666/66638602001.pdf>
- Castello, A. (2018). Xalok hiberus media lab. Recuperado de <http://www.xalok.com/blog/2018/11/22/tendencias-comunicacion-2019>
- Castro, V. (2017). Evaluación de la calidad del servicio del hotel buenos aires de la ciudad de Chimbote utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2014. (Tesis de grado), Universidad Católica los Angeles de Chimbote, Perú. Recuperado de <file:///D:/TESIS/trabajos%20previos/tesis/local.pdf>

- Catalán, C. (2015). Modelo de calidad de servicio para el sector previsional. Previsión social. Recuperado de http://www.superacionpobreza.cl/wp-content/uploads/2015/03/modelo_calidad_de_atencion.pdf
- Coffey, H. (2019). How to claim compensation for delayed or cancelled flights. Recovered from <https://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/flight-delay-compensation-how-to-claim-eu-airline-uk-brexit-a8728381.html>
- Cronin, J., & Taylor, S. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal article, Vol. 56, N° 3, July, 1992, pp. 55-68.* Florida State University, New York. Recovered from <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/002224299205600304>
- Dávila, J. y Romero, M. (2017). Estrategia de calidad del servicio en instituciones bancarias, factores que influyen en la calidad de servicio percibida. *Fundación Daniel, vol.24, núm. 5, junio, 2017, pp 2821-2835.* Universidad de León, España. Recuperado de <file:///C:/Users/usuario/Downloads/Dialnet->
- García, A. (2016). Service culture in customer service improvement. *Journal of Interdisciplinary Studies in Social Sciences, Vol. 18, N° 3, october - may, 2016, pp. 381-398.* Universidad Privada Dr. Rafael Bellosó Chacín, Venezuela. Recovered from <https://www.redalyc.org/html/993/99346931003/>
- Gestión (2017). Indecopi: 45 de cada 100 reclamos son contra entidades financieras. Recuperado de <https://gestion.pe/tu-dinero/indecopi-45-100-reclamos-son-entidades-financieras-134556-noticia/?ref=gesr>
- González, R. (2015). Evaluation of perceived service quality in banks using the servqual scale. *Scielo, Vol. 25, N° 1, march, 2015, pp 113-135.* Universidad Militar Nueva Granada, Bogota, Colombia. Recovered from <file:///D:/TESIS/trabajos%20previos/articulos%20cientificos/v25n1a08.pdf>
- Hernández, R., Fernandez, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. Mexico: Editorial Mexicana.
- Hoffman, D., y Bateson, J. (2012). Service marketing Concepts, strategies and cases. (4° Ed). México: Cengage Learning Edition, S.A.

- Ibarra, L. y Casas, E. (2015). Application of the Servperf model in Telcel attention centers in Hermosillo: a measurement of the quality of service. *Accounting and Management, Vol. 60*, N° 1, January–march, 2015, pp. 229- 260. Universidad Estatal de Sonora, Mexico. Recovered from <https://www.google.com/search?q=Universidad+Estatal+de+Sonora&oq=Universidad+Estatal+de+Sonora&aqs=chrome.69i57j0l5.1038j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- Kimfor, F. (2015). How our brains forget information to make room for new memories. Recovered from <https://www.independent.co.uk/life-style/health-and-families/features/how-our-brains-forget-information-to-make-room-for-new-memories-10303164.html>
- Loli, A., Carpio, J. y Vergara, A. (2013). La satisfacción y la calidad de servicio en Organizaciones públicas y privadas de Lima Metropolitana. *Revista Ipsi, Vol. 16*, N° 1, febrero-mayo, 2013, pp. 171-190. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Recuperado de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/psico/article/view/3926/3150>
- Martínez, R. (2016). Calidad del servicio y satisfacción del cliente en restaurantes de comida marina Chimbote, 2016. (Tesis de grado), Universidad Católica los Angeles de Chimbote, Perú. Recuperado de <file:///D:/TESIS/trabajos%20previos/tesis/local%202.pdf>
- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Perspectives Magazine, Vol. 1*, N° 34, octubre, 2014, pp. 181-209. Universidad Católica Boliviana San Pablo, Bolivia. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>
- Moliner, C. (2001). Calidad de Servicio y Satisfacción del cliente. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones, Vol. 17*, N°. 2, junio 2001, pp. 233-235. Colegio Oficial de Psicólogos de Madrid, España. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=231324550006&fbclid=IwAR0Ha8mrSL08Eer0d1g_xh4_98zkNTLkXLkY1sqJ2MWZlftTBpwxqv-Gtck
- Opere, M. (2018). The work commitment: the key to business success. Recovered from <https://blog.grupo-pya.com/12984/>

- Otzen, T. y Manterola, C. (2017) Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, Vol. 35, N° 1, junio, 2017, pp. 227-232. Universidad Autónoma de Chile. Recuperado de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Parasuraman, A., Berry, L. y Zeithaml, V. (1988). Servqual: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, Vol. 64, N° 1, January 1998, pp. 12-40, Texas A & M University, New York. Recovered from https://www.researchgate.net/profile/Valarie_Zeithaml/publication/225083802_SERVQUAL_A_multiple-Item_Scale_for_measuring_consumer_perceptions_of_service_quality/links/5429a4540cf27e39fa8e6531/SERVQUAL-A-multiple-Item-Scale-for-measuring-consumer-perceptions-of-service-quality.pdf
- Podestá, L. y Maceda, M. (2018). Calidad percibida del servicio y cultura de seguridad en salud en el personal médico del Hospital II EsSalud Vitarte. Lima, 2017. *Horizonte Médico*, Vol. 18, N° 3, July, 2018, pp. 48-56. Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú. Recuperado de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-558X2018000300008&fbclid=IwAR0uynKJbuvD9ySxFQrCmDI_O-6T7m7bhtv0tuvR8NcoK48epPKeeMn_vSA
- Prieto, J. (2014). Service management, the key to winning all. (3°. Ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones
- Quiroz, J. y Correa, S. (2014). Tecnología y sociedad: una aproximación a los estudios sociales de la tecnología. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*, Vol. 9, N° 26, mayo 2014, pp. 129-144. Centro de Estudios sobre Ciencia, Desarrollo y Educación Superior, Buenos Aires, Argentina. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/924/92430866007.pdf>
- Rojas, L. (2018). Cultura organizacional y la calidad de servicio en el banco de la nación - 2017. *Repositorio UDH*, Vol. 20, N° 1, marzo, 2018, pp 1-5. Universidad Nacional Huanuco, Perú. Recuperado de <http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1020/LUIS%20PAUL%20C%20ROJAS%20GUTIERREZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Rubio, G. (2014). Customer Service Quality in Large Supermarkets in Ibagué, Colombia: Analysis through the Servqual Multidimensional Scale. *Administration Notebooks*, Vol. 30, N° 52, Universidad del Valle, Colombia. Recovered from http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v30n52/v30n52a06.pdf?fbclid=IwAR3oundl4RnD_iFjTuNPpA6iYRvX2nmMPhSxrIkJ4S29hkd7xnXw7o36Mrw
- Salazar, D. (2018). Contextualization of services marketing and its relationship with marketing mix of services in the food and beverage sector. *Innova Research Journal*, Vol. 3, N°. 2, dicember - february 2018, pp. 134-138. Universidad Tecnológica Equinoccial, Ecuador. Recovered from <http://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/693>
- Salto, W. y Arguello, S. (2017). La calidad de los servicios que perciben los estudiantes de la Universidad Nacional de Chimborazo de la ciudad de Riobamba - Ecuador. *Redalyc*, vol.20, núm. 1, abril, 2017, pp 79-86. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Recuperado de <https://www.redalyc.org/html/816/81652135009/>
- Sistema de Gestión de Seguridad de la Información (2018). The three pillars of information security: confidentiality, integrity and availability. Recovered from <https://www.pmg-ssi.com/2018/02/confidencialidad-integridad-y-disponibilidad/>
- Suarez, R. (2016). Nivel de calidad del servicio aplicando el modelo servqual en el Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao, *Redalyc*, vol.19, núm. 1, enero-junio, 2016, pp 7-16. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/816/81650062002.pdf>
- Torres, J. y Luna, I. (2017). Evaluación de la percepción de la calidad de los servicios bancarios mediante el modelo SERVPERF. *Accounting and Management*, Vol. 62, N°4, octubre-diciembre, 2017, pp. 1270-1293. Universidad del Istmo, México. Recueprado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104217300694>
- Torres, M. y Vásquez, C. (2015). Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis. *Redalyc*, vol. 18, núm. 35, diciembre 2015, pp. 57-76. Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado, Venezuela. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/880/88043199005.pdf>

- Urgal, B. (2007). How influences the manufacturing infrastructure in the performance of the manufacturer firms? *Journal of Economic Literature*, vol. 7, N° 2, january-september, 2007, pp. 13-27. Universidad de Vigo, España. Recovered from <http://www.ehu.es/cuadernosdegestion/documentos/721.pdf?fbclid=IwAR2XhbZDLS6AIjfJ4UTKCi7Xot84NSLDJcyCh49CGt0D818SquYEQtEapEM>
- Vargas, M., Narvaez, J. y Acosta, A. (2014). La calidad de los servicios médicos asistenciales: estudio de caso en una institución privada. *Revista de la facultad de ingeniería Industrial*, vol.17, núm. 1, abril, 2014, pp 16-27. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Recuperado de file:///D:/Descargas/12027-Texto%20del%20art%C3%ADculo-41911-1-10-20160618.pdf
- Vera, J y Trujillo, A. (2018). Measuring service performance of retail banks in Mexico: A Servperf adaptation. *Accounting and Management*, Vol. 63, N° 4, may - october, 2018, pp 1-18, Universidad Nacional Autónoma de México, Monterrey, México. Recovered from http://www.cya.unam.mx/index.php/cya/article/viewFile/1106/1004?fbclid=IwAR00myNfysBEwkvs45k84up4uIMNfzpdf51_rOl-xqd7qAyOsEmyA3tWJzA

Anexos

Anexo 01: Matriz de consistencia lógica de la investigación

Título: Análisis de la calidad de servicio del Banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019

Problema	Objetivos General	Objetivo Especifico	Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Marco Teórico	Método
¿Cómo es la calidad de servicio que ofrece el banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019?	Analizar la calidad de servicio del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019	Describir los niveles de calidad de los elementos tangibles del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019	Calidad de servicio	Elementos tangibles	Equipos	1,2,3,4	Calidad Es un factor importante dentro de cualquier organización, ya que de él depende el éxito o fracaso de una empresa. Servicio Es un factor también muy importante dentro de las organizaciones en el cual se espera un intercambio de valor entre el comprador y vendedor para medir el desempeño a través del tiempo. Elementos tangibles Los recursos tangibles son fáciles de identificar y evaluar. Fiabilidad	Tipo de Investigación Cualitativo y cuantitativo Nivel de investigación Descriptivo Metodología No experimental de corte transversal. Población
					Infraestructura	5,6,7		
					Presentación personal	8,9		
		Fiabilidad		Compromiso	10,11,12			
				Atención de quejas	13,14			
		Rapidez		15,16				

		Describir los niveles de calidad de la capacidad de respuesta del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019	Capacidad de respuesta	Manejo de información	17,18	<p>Es la habilidad de realizar el servicio en el tiempo prometido, de forma fiable, cuidadosa.</p> <p>Capacidad de respuesta La disposición de ayudar a los clientes de una manera rápida.</p> <p>Seguridad Los conocimientos y atención técnicos necesarios de los empleados.</p> <p>Empatía Nivel de atención individualizada que ofrece la empresa a sus clientes.</p>	<p>Clientes y trabajadores del Interbank</p> <p>Muestra Finita</p> <p>Técnica e</p> <p>Instrumento de investigación Cuestionario y guía de entrevista</p>
		Disponibilidad		19			
		Describir los niveles de calidad de la seguridad del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019	Seguridad	Comprensión	20,21		
				Capacidad de personal	22,23		
		Describir los niveles de calidad de la empatía del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019	Empatía	Preocupación	24		
				Comunicación	25,26		

Anexo 02: Instrumento de recolección de datos para clientes

CUESTIONARIO DE LA CALIDAD DE SERVICIO

NOTA: Usted tiene 5 opciones de respuesta, marque la opción que más se acerque a su percepción. Todas las preguntas tienen una respuesta, debería elegir solo una, marque con un aspa (x).

Totalmente desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Nombre: _____ **Sexo:** _____

Edad:

- a) 18 - 26 b) 27 - 35 c) 36 - 44 d) 45 - 55 e) Mayores de 55

Ingresos Económicos:

- a) 700 - 1000 b) 1000 - 2000 c) 2000 - 3000 d) 3000 - 4000 e) 4000 a más

Indique su nivel educativo:

- a) Sin estudios b) Primaria c) Secundaria d) Técnico o Profesional e) Pos-grado

DIMENSIÓN	INDICADORES	VALORACIÓN				
		T. desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	T. de acuerdo
ELEMENTOS TANGIBLES	1. La Banca Móvil del banco tiene una apariencia moderna y facilita un buen servicio.					
	2. Los cajeros automáticos del banco funcionan en óptimas condiciones lo que facilita la calidad de servicio.					
	3. Los cajeros automáticos son modernos y permite un servicio eficiente.					
	4. El módulo de Ticket dentro del banco se encuentra en un buen estado y opera a solicitud del cliente.					
	5. El ambiente del banco es atractivo y capta su atención.					

	6. Las instalaciones del banco son limpias para su comodidad en el servicio.					
	7. El banco cuenta con mobiliarios adecuados que ayudan brindarte una mejor comodidad para el buen servicio.					
	8. El personal está correctamente uniformado para brindarte un buen servicio.					
	9. Los empleados del Banco muestran una imagen adecuada para brindarte una buena atención.					
FIABILIDAD	10. Los empleados del banco muestran un alto rendimiento en el servicio que te brindan.					
	11. Los empleados del banco desempeñan bien sus funciones para facilitar tus operaciones.					
	12. Los empleados del banco están comprometidos con brindarles un buen servicio facilitando y agilizando sus operaciones.					
	13. El personal corrige algún error presentado en el proceso del servicio brindado.					
	14. El banco le brinda una solución en la fecha establecida ante un pedido o reclamo para mejorar la eficiencia del servicio.					
CAPACIDAD DE RESPUESTA	15. El banco realiza sus operaciones en forma ágil y precisa para mejorar su servicio.					
	16. El banco le ofrece respuestas inmediatas para potenciar su servicio.					
	17. Los empleados le transmiten confianza al realizar sus operaciones para generar un buen servicio.					
	18. El banco le brinda información oportuna y beneficiosa para proporcionarle un buen servicio.					
	19. Los empleados están dispuestos en ayudar a los clientes en sus operaciones bancarias para brindarle un servicio de calidad.					
SEGURIDAD	20. Los empleados comprenden lo que el cliente desea para mejorar la calidad de servicio.					
	21. El banco te brinda una buena atención y experiencia.					
	22. Los empleados del banco en el área de ventanilla tienen conocimiento de todas las operaciones para brindar un servicio.					
	23. Los empleados del banco cuentan con la preparación necesaria al realizar sus					

	operaciones generando eficiencia en el servicio.					
EMPATÍA	24. Los empleados muestran interés al realizar tus operaciones para brindarte un buen servicio.					
	25. Los empleados están dispuestos en escucharte para brindarte un mejor servicio.					
	26. Los horarios que brinda el banco son favorables para elaborar tus operaciones.					

Anexo 03: Ficha Técnica – Calidad de Servicio de clientes

FICHA TÉCNICA

I. DATOS INFORMATIVOS

1. **Técnica e instrumento:** Encuesta / Cuestionario
2. **Nombre del instrumento:** Cuestionario “Calidad de Servicio”
3. **Autor original:** Flores y Tapia (2019)
4. **Forma de aplicación:** Colectiva.
5. **Medición:** Nivel de Calidad de Servicio
6. **Administración:** Clientes del Banco Interbank
7. **Tiempo de aplicación:** 15 minutos
8. **Escala:** Likert

II. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO:

Diagnosticar el nivel de Calidad de Servicio de los Clientes del Banco Interbank

III. VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD:

El instrumento fue sometido a juicio de expertos; esto según lo indican Hernández et al. (2014), a fin de analizar las proposiciones para comprobar si los enunciados están bien definidos en relación con la temática planteada, y si las instrucciones son claras y precisas, a fin de evitar confusión al desarrollar la prueba. Para la **validación** se empleó como procedimientos la selección de los expertos, en investigación y en la temática de investigación. La entrega de la carpeta de evaluación a cada experto: cuadro de operacionalización de las variables, instrumento y ficha de opinión de los expertos; mejora de los instrumentos en función a las opiniones y sugerencias de los expertos.

Se estableció la confiabilidad del instrumento, test de relaciones interpersonales, se aplicó una prueba piloto; posterior a ello, los resultados fueron sometidos a los procedimientos del método Alpha de Crombach, citado por Hernández et al. (2014); el cálculo de confiabilidad que obtuvo del instrumento fue **0.873**, resultado que a luz de la tabla de valoración e interpretación de los resultados de Alpha de Cronbach se asume como una confiabilidad muy buena, que permitió determinar que el instrumento proporciona la confiabilidad necesaria para su aplicación.

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.873	26

IV. DIRIGIDO A:

330 Clientes del Banco Interbank.

V. MATERIALES NECESARIOS:

Fotocopias del instrumento, lápiz, borrador.

VI. DESCRIPCIÓN DEL INSTRUMENTO:

El instrumento referido presenta 26 ítems con una valoración de 1 a 5 puntos cada uno (Totalmente desacuerdo= 1, Desacuerdo=2, Ni de acuerdo ni desacuerdo=3, De acuerdo=4 y Totalmente de acuerdo=5); los cuales están organizados en función a las dimensiones de la variable Calidad de Servicio.

La evaluación de los resultados se realiza por dimensiones y por todos los enunciados (variable), considerando la valoración referenciada. Los resultados, de la escala de estimación serán organizados o agrupados en función a la escala establecida.

DISTRIBUCIÓN DE ÍTEMS POR DIMENSIONES

Elementos tangible	1,2,3,4,5,6,7,8,9
Fiabilidad	10,11,12,13,14
Capacidad de respuesta	15,16,17,18,19
Seguridad	20,21,22,23
Empatía	24,25,26

PUNTAJE POR DIMENSIÓN Y VARIABLE

Valoración	Niveles	Rango
Totalmente de acuerdo	Muy bueno	4.20 – 5.00
De acuerdo	Bueno	3.40 – 4.20
Ni de acuerdo ni desacuerdo	Regular	2.60 – 3.40
Desacuerdo	Malo	1.80 – 2.60
Totalmente desacuerdo	Muy malo	1 – 1.80

Anexo 04: Instrumento de recolección de datos para trabajadores

CUESTIONARIO DE LA CALIDAD DE SERVICIO

NOTA: Usted tiene 5 opciones de respuesta, marque la opción que más se acerque a su percepción. Todas las preguntas tienen una respuesta, debería elegir solo una, marque con un aspa (x).

Totalmente desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Nombre: _____ **Sexo:** _____

Edad:

- a) 18 - 26 b) 27 - 35 c) 36 - 44 d) 45 - 55 e) Mayores de 55

Tiempo que labora:

- a) 6 meses b) 1 año c) 2 años d) 3 años e) 4 años a más

Indique su nivel educativo:

- a) Sin estudios b) Primaria c) Secundaria d) Técnico o Profesional e) Pos-grado

DIMENSIÓN	INDICADORES	VALORIZACIÓN				
		T. desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	T. de acuerdo
ELEMENTOS TAGIBLES	1. La Banca Móvil del banco tiene una apariencia moderna y facilita un buen servicio.					
	2. Los cajeros automáticos del banco siempre funcionan en óptimas condiciones lo que facilita la calidad de servicio.					
	3. Los cajeros automáticos son modernos y permite un servicio eficiente.					
	4. El módulo de Ticket dentro del banco siempre se encuentra en un buen estado y opera a solicitud del cliente.					
	5. El ambiente físico del banco es atractivo y capta la atención del cliente.					
	6. Las instalaciones del banco son limpias para la comodidad del servicio al cliente.					

	7. El banco cuenta con mobiliarios adecuados que ayudan brindar una mejor comodidad para el buen servicio del cliente.					
	8. Sus compañeros del Banco siempre están correctamente uniformados para brindar un buen servicio.					
	9. Sus compañeros del Banco siempre muestran una imagen adecuada para brindar una buena atención al cliente.					
FIABILIDAD	10. Sus compañeros del Banco siempre muestran un alto rendimiento en el servicio que brindan a los clientes.					
	11. Sus compañeros del Banco siempre desempeñan bien sus funciones para facilitar las operaciones del cliente.					
	12. Sus compañeros del Banco están comprometidos con brindarle al cliente un buen servicio facilitando y agilizando sus operaciones.					
	13. Sus compañeros del banco corrigen algún error presentado en el proceso del servicio brindado.					
	14. Sus compañeros del Banco brindan soluciones en la fecha establecida ante un pedido o reclamo para mejorar la eficiencia del servicio.					
CAPACIDAD DE RESPUESTA	15. Sus compañeros del Banco realizan sus operaciones en forma ágil y precisa para mejorar el servicio al cliente.					
	16. Sus compañeros del Banco ofrecen respuestas inmediatas para potenciar el servicio al cliente.					
	17. Sus compañeros del Banco transmiten confianza a los clientes al realizarle sus operaciones para generar un buen servicio.					
	18. Sus compañeros del Banco brindan información oportuna y beneficiosa para proporcionarle un buen servicio al cliente.					
	19. Sus compañeros del Banco están dispuestos en ayudar a los clientes en sus operaciones bancarias para brindar un servicio de calidad a los clientes.					
SEGURIDAD	20. Sus compañeros del Banco comprenden lo que el cliente desea para mejorar la calidad de servicio.					
	21. Sus compañeros del Banco brindan una buena atención y experiencia a los clientes.					

	22.Sus compañeros del Banco en el área de ventanilla tienen conocimiento de todas las operaciones para brindar un servicio al cliente.					
	23.Sus compañeros del Banco cuentan con la preparación necesaria al realizar las operaciones generando eficiencia en el servicio.					
EMPATÍA	24.Sus compañeros del Banco muestran interés al realizar las operaciones para brindar un buen servicio.					
	25.Sus compañeros del Banco están siempre dispuestos a escuchar a los clientes para brindar un mejor servicio.					
	26.Sus compañeros consideran que los horarios que brinda el banco son favorables para los clientes.					

Anexo 05: Ficha Técnica – Calidad de Servicio de trabajadores

FICHA TÉCNICA

I. DATOS INFORMATIVOS

1. **Técnica e instrumento:** Encuesta / Cuestionario
2. **Nombre del instrumento:** Cuestionario “Calidad de Servicio”
3. **Autor original:** Flores y Tapia (2019)
4. **Forma de aplicación:** Colectiva.
5. **Medición:** Nivel de Calidad de Servicio
6. **Administración:** Trabajadores del Banco Interbank
7. **Tiempo de aplicación:** 15 minutos
8. **Escala:** Likert

II. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO:

Diagnosticar el nivel de Calidad de Servicio de los Clientes del Banco Interbank

III. VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD:

El instrumento fue sometido a juicio de expertos; esto según lo indican Hernández et al. (2014), a fin de analizar las proposiciones para comprobar si los enunciados están bien definidos en relación con la temática planteada, y si las instrucciones son claras y precisas, a fin de evitar confusión al desarrollar la prueba. Para la **validación** se empleó como procedimientos la selección de los expertos, en investigación y en la temática de investigación. La entrega de la carpeta de evaluación a cada experto: cuadro de operacionalización de las variables, instrumento y ficha de opinión de los expertos; mejora de los instrumentos en función a las opiniones y sugerencias de los expertos.

Se estableció la confiabilidad del instrumento, test de relaciones interpersonales, se aplicó una prueba piloto; posterior a ello, los resultados fueron sometidos a los procedimientos del método Alpha de Crombach, citado por Hernández et al. (2014); el cálculo de confiabilidad que obtuvo del instrumento fue **0.827**, resultado que a luz de la tabla de valoración e interpretación de los resultados de Alpha de Cronbach se asume como una confiabilidad muy buena, que permitió determinar que el instrumento proporciona la confiabilidad necesaria para su aplicación.

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.827	26

IV. DIRIGIDO A:

23 Trabajadores del Banco Interbank.

V. MATERIALES NECESARIOS:

Fotocopias del instrumento, lápiz, borrador.

VI. DESCRIPCIÓN DEL INSTRUMENTO:

El instrumento referido presenta 26 ítems con una valoración de 1 a 5 puntos cada uno (Totalmente desacuerdo= 1, Desacuerdo=2, Ni de acuerdo ni desacuerdo=3, De acuerdo=4 y Totalmente de acuerdo=5); los cuales están organizados en función a las dimensiones de la variable Calidad de Servicio.

La evaluación de los resultados se realiza por dimensiones y por todos los enunciados (variable), considerando la valoración referenciada. Los resultados, de la escala de estimación serán organizados o agrupados en función a la escala establecida.

DISTRIBUCIÓN DE ÍTEMS POR DIMENSIONES

Elementos tangible	1,2,3,4,5,6,7,8,9
Fiabilidad	10,11,12,13,14
Capacidad de respuesta	15,16,17,18,19
Seguridad	20,21,22,23
Empatía	24,25,26

PUNTAJE POR DIMENSIÓN Y VARIABLE

Valoración	Niveles	Rango
Totalmente de acuerdo	Muy bueno	4.20 – 5.00
De acuerdo	Bueno	3.40 – 4.20
Ni de acuerdo ni desacuerdo	Regular	2.60 – 3.40
Desacuerdo	Malo	1.80 – 2.60
Totalmente desacuerdo	Muy malo	1 – 1.80

Anexo 06: Instrumento para la recolección de datos para clientes y trabajadores

GUÍA DE ENTREVISTA

1. ¿Cuál es su opinión sobre el funcionamiento de los cajeros automáticos del banco?

2. ¿Cuál es el aspecto tangible del banco en el área de ventanilla que usted considera que tiene mayor debilidad?

3. ¿Cuáles son los cambios o mejoras que, en su opinión, debería incorporar el banco en el área de ventanilla?

4. ¿Qué sugerencia darías para mejorar la productividad del banco en el área de ventanilla?

5. ¿Cómo impacta la capacidad de respuesta en el tiempo de espera para el cliente?

6. ¿Considera importante la seguridad en el servicio del cliente en el área de ventanilla?

7. ¿Cuál es tu opinión sobre la atención al cliente?

8. ¿Tienes alguna sugerencia para la mejorar la calidad de servicio del banco?

Anexo 07: Confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos de clientes

CUESTIONARIO PARA LOS CLIENTES																											
N°	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	I9	I10	I11	I12	I13	I14	I15	I16	I17	I18	I19	I20	I21	I22	I23	I24	I25	I26	vt
1	4	2	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	94
2	3	4	2	4	4	4	1	3	3	3	4	4	3	4	2	2	4	2	3	4	4	4	4	4	2	3	84
3	1	3	3	3	3	1	3	3	1	2	4	2	4	4	3	2	3	2	1	2	1	2	3	2	3	1	62
4	3	4	4	1	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	1	4	1	1	2	3	4	3	2	1	2	2	61
5	4	2	4	4	4	4	4	1	4	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	1	4	4	4	2	4	3	89
6	3	3	3	2	3	3	2	3	2	1	2	1	2	4	2	3	4	3	3	0	4	4	4	2	3	2	68
7	4	2	2	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	4	4	4	88
8	3	4	4	4	4	3	2	4	4	3	4	2	4	2	3	2	4	1	2	2	4	4	4	4	4	4	85
vi	1	0.9	0.9	1.1	0.6	1.3	0.8	1	1.1	0.9	0.8	1.3	0.8	0.9	1.3	1	1.1	1.4	1.1	1.9	1.1	0.8	0.8	1.6	0.8	1.3	172
PROMEDIO	2.89	2.76	2.76	2.79	3.06	2.92	2.43	2.66	2.79	2.32	3.09	2.70	3.09	3.21	2.70	2.89	3.24	2.38	2.46	2.21	3.35	2.98	3.09	2.73	2.98	2.70	

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left(1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right)$$

$$\alpha = \frac{26}{26 - 1} \left(1 - \frac{28}{172} \right)$$

$$\alpha = 0.873$$

Anexo 08: Confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos de clientes

CUESTIONARIO PARA LOS TRABAJADORES																											
N°	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	I9	I10	I11	I12	I13	I14	I15	I16	I17	I18	I19	I20	I21	I22	I23	I24	I25	I26	vt
1	3	2	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	3	4	4	92
2	2	3	2	4	2	4	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	91
3	4	4	4	3	3	3	3	3	1	4	4	2	4	4	3	2	3	2	1	2	1	4	3	4	3	3	77
4	3	2	4	1	4	2	4	2	3	4	3	3	2	2	1	4	1	3	2	3	2	3	2	1	2	2	65
5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	1	4	4	4	2	3	3	92
6	2	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	70
7	4	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	4	4	4	89
8	4	4	4	4	5	3	2	4	4	3	4	2	4	2	3	2	4	1	2	2	4	2	4	1	4	3	81
vi	0.8	0.7	1	1	0.9	0.6	0.7	0.6	1	0.7	0.6	0.9	0.6	0.8	1.3	0.8	1.4	1.1	1.1	1.1	1.6	0.6	0.8	1.6	0.6	0.5	113
PROMEDIO	2.98	2.86	2.89	2.89	3.21	3.06	2.86	3.06	2.66	2.86	3.17	2.76	3.28	3.09	2.92	3.09	3.04	2.79	2.46	2.35	2.95	2.73	2.98	2.63	3.06	2.94	

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left(1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right)$$

$$\alpha = \frac{26}{26 - 1} \left(1 - \frac{23}{113} \right)$$

$$\alpha = 0.827$$

Anexo 09: Validación de los instrumentos de recolección de datos

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario SERVPERF - Percepción de los clientes del Banco Interbank en la ciudad de Chimbote.

OBJETIVO: Analizar la calidad de servicio del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019

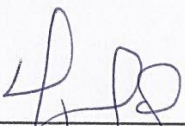
DIRIGIDO A: Banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		X		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : Aguilar Sánchez Sonia

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : Magister


Mg. Sonia Aguilar Sanchez
DNI: 32963014

38

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario SERVPERF - Percepción de los clientes del Banco Interbank en la ciudad de Chimbote.

OBJETIVO: Analizar la calidad de servicio del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019


DIRIGIDO A: Banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		X		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : Espinoza de la Cruz Manuel *Antonio*

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : DOCTOR



Dr. Espinoza de la Cruz Manuel
DNI: 18195946

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario SERVPERF - Percepción de los clientes del Banco Interbank en la ciudad de Chimbote.

OBJETIVO: Analizar la calidad de servicio del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019

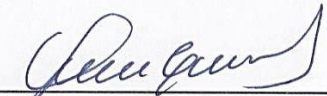
DIRIGIDO A: Banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		✓		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : David Tinoco Neyra

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : DOCTOR EN ADMINISTRACION


Dr. David Tinoco Neyra
DNI: 08480142

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario SERVPERF - Percepción de los trabajadores del Banco Interbank en la ciudad de Chimbote.

OBJETIVO: Analizar la calidad de servicio del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019

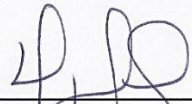
DIRIGIDO A: Banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		X		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : Aguilar Sánchez Sonia

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : Magister


Mg. Sonia Aguilar Sanchez
DNI: 32263014

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignar una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario SERVPERF - Percepción de los trabajadores del Banco Interbank en la ciudad de Chimbote.

OBJETIVO: Analizar la calidad de servicio del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019

DIRIGIDO A: Banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		X		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : Espinoza de la Cruz Manuel *ANTONIO*

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : DOCTOR

Dr. Espinoza de la Cruz Manuel
DNI: 18195946

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignar una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario SERVPERF - Percepción de los trabajadores del Banco Interbank en la ciudad de Chimbote.

OBJETIVO: Analizar la calidad de servicio del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019

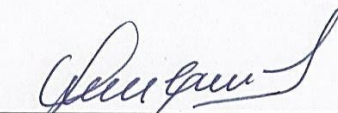
DIRIGIDO A: Banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		✓		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : David Tinoco Neyra

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : DOCTOR EN ADMINISTRACION



Dr. David Tinoco Neyra
DNI: 08480142

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Guía de entrevista - Percepción de los clientes y trabajadores del Banco Interbank en la ciudad de Chimbote.

OBJETIVO: Analizar la calidad de servicio del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019


DIRIGIDO A: Banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		X		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : Aguilar Sanchez Sonia

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : Magister


Mg. Sonia Aguilar Sanchez
DNI: 32269014

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignar una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Guía de entrevista - Percepción de los clientes y trabajadores del Banco Interbank en la ciudad de Chimbote.

OBJETIVO: Analizar la calidad de servicio del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019

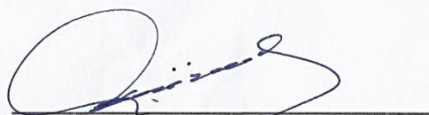
DIRIGIDO A: Banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		X		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : Espinoza de la Cruz Manuel

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : Doctor


Dr. Espinoza de la Cruz Manuel
DNI: _____

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Guía de entrevista - Percepción de los clientes y trabajadores del Banco Interbank en la ciudad de Chimbote.

OBJETIVO: Analizar la calidad de servicio del banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019


DIRIGIDO A: Banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		✓		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : David Tinoco Neyra

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : DOCTOR EN ADMINISTRACION


Dr. David Tinoco Neyra
DNI: 08480142

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

Anexo 10: Base datos de trabajadores – Calidad de servicio

TABULACIÓN DE LOS TRABAJADORES																																	
	N°	DATOS				DIMENSIÓN 1									DIMENSIÓN 2						DIMENSIÓN 3					DIMENSIÓN 4				DIMENSIÓN 5			TOTAL DE DIMENSIONES
		S	E	T.L	N.E	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26		
617	1	2	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	150	
	2	1	1	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	150	
	3	1	2	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	141	
	4	1	1	1	4	5	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	143	
	5	1	2	5	4	2	3	2	3	3	1	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	61	
619	6	2	2	4	4	5	4	5	2	4	5	2	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	123	
	7	1	1	3	4	5	4	5	2	5	5	2	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	3	3	4	136	
	8	1	1	3	4	5	3	3	1	4	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	136		
	9	1	1	2	4	5	4	3	1	4	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	137	
	10	1	1	2	4	5	4	5	1	5	5	1	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	136	
620	11	1	1	1	4	5	5	5	1	5	5	1	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	139	
	12	1	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119	
	13	2	2	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	149	
	14	2	2	4	4	5	3	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	126	
	15	2	2	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	130	
	16	2	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	144	
	17	1	2	5	4	2	2	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	112
	18	2	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	140		
	19	2	1	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	124	
	20	2	4	5	4	5	2	3	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	135	
	21	1	1	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	148	
22	1	2	4	4	5	2	3	4	3	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	3	3	3	3	3	4	118	

Anexo 11: Base datos de Clientes – Calidad de servicio

	N°	DATOS				DIMENSIÓN 1									DIMENSIÓN 2					DIMENSIÓN 3					DIMENSIÓN 4				DIMENSIÓN 5			TOTAL DIMENSIONES						
		S	E	T.L	N.E.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26							
	1	2	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	126
	2	1	2	2	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125
	3	1	2	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
	4	1	3	1	4	5	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	124	
	5	1	2	2	5	2	3	3	2	1	2	2	1	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	54	
	6	1	2	1	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84		
	7	2	2	1	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	2	2	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	91		
	8	2	2	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	118		
	9	1	2	2	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	115		
	10	1	2	1	4	4	4	4	3	5	5	3	5	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	100		
	11	1	3	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	106		
	12	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	105		
	13	1	2	2	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112	
	14	1	4	1	4	4	4	4	2	3	4	2	4	2	3	4	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	2	4	3	3	4	3	3	4	4	82		
	15	2	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	104		
	16	1	2	1	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	97		
	17	2	2	1	4	2	3	3	2	1	2	2	1	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	54		
	18	1	2	1	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	105		
	19	1	2	2	5	2	3	3	2	1	2	2	1	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	54		
	20	1	2	1	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84		
	21	2	2	1	4	4	4	3	4	3	3	4	4	2	4	2	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	88			
	22	2	3	2	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	124		
	23	1	2	2	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125		
	24	2	3	4	5	2	3	3	2	1	2	2	1	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	54		
	25	2	2	1	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	110			
	26	1	2	1	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100		
619	27	2	2	1	4	4	4	4	1	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	98		

57	2	2	1	4	4	4	4	2	5	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	106
58	1	2	1	4	3	4	4	1	3	4	1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	95
59	2	2	1	4	4	4	4	1	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	98	
60	1	2	1	4	3	3	3	1	3	3	1	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	80	
61	2	2	1	4	4	4	3	1	3	3	1	4	2	4	2	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	82	
62	1	2	2	5	5	4	3	1	3	5	1	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	102	
63	1	4	1	4	4	4	4	1	3	4	1	4	2	3	4	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	2	4	3	3	4	80	
64	1	2	2	5	2	3	3	1	1	2	1	1	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	52	
65	1	2	1	4	3	3	3	1	3	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	84	
66	2	3	4	5	4	4	4	1	5	5	2	2	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	93	
67	2	2	1	4	4	4	4	2	5	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	106	
68	1	2	1	4	3	4	4	1	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96	
69	1	1	3	4	5	3	3	1	4	5	2	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	115	
70	1	1	2	4	5	4	3	1	4	5	2	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	111	
71	1	1	2	4	5	4	5	1	5	5	2	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	119	
72	2	3	2	5	5	5	5	1	5	5	2	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	119	
73	1	2	2	4	5	5	5	1	5	5	2	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	118	
74	1	2	5	4	5	4	5	1	5	5	2	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	113	
75	1	3	1	4	5	2	3	1	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	116	
76	1	2	2	5	2	3	3	2	1	2	2	1	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	54	
77	2	2	1	4	4	4	3	2	3	3	2	4	2	4	2	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	84	
78	2	3	2	5	5	5	5	1	5	5	1	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	117	
79	1	2	2	4	5	5	5	2	5	5	2	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	118	
80	2	3	4	5	4	4	4	1	5	5	1	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	98	
81	2	2	1	4	4	4	4	2	5	4	2	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	108	
82	1	3	5	4	4	3	4	1	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	97	
83	2	2	5	4	5	5	5	1	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	122	
84	2	2	4	4	5	3	4	1	4	4	1	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	108	
85	2	2	5	4	5	5	4	1	4	4	1	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	106	

620	114	1	1	2	4	5	4	5	1	5	5	1	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	118					
	115	1	1	1	4	5	5	5	1	5	5	1	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	120				
	116	1	3	5	4	4	3	4	2	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	98				
	117	2	2	5	4	5	5	5	1	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	122				
	118	2	2	4	4	5	3	4	1	4	4	1	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	108					
	119	2	2	5	4	5	5	4	2	4	4	1	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	107					
	120	2	3	5	4	5	4	5	2	5	5	2	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	119				
	121	1	2	5	4	2	2	4	1	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	93				
	122	2	3	5	4	5	4	4	2	4	4	2	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	117			
	123	2	1	3	4	4	4	5	1	4	4	2	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	102				
	124	2	4	5	4	5	2	3	1	5	5	2	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	112			
	125	1	1	5	4	5	4	5	2	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	123			
	620	126	1	2	4	4	5	2	3	4	3	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	102			
		127	1	2	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	109	
		128	1	2	4	5	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	101	
129		1	1	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	105		
130		1	2	4	4	4	3	3	3	3	4	5	5	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	94		
131		1	1	1	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	129		
132		1	1	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	127	
133		1	2	3	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	119
134		2	2	5	4	2	3	3	2	1	2	2	1	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	54	
135		1	2	2	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	115		
136		1	2	1	4	4	4	4	3	5	5	3	5	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	100			
137		1	3	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	106			
138		2	2	4	4	2	3	3	2	1	2	2	1	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	54		
139		1	2	2	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112	
140		1	4	1	4	4	4	4	2	3	4	2	4	2	3	4	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	82		
141		2	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	104		

142	1	2	1	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	97
143	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	105
144	1	2	1	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	105	
145	1	2	2	5	2	3	3	2	1	2	2	1	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	54	
146	1	2	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	109	
147	1	2	4	5	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	101
148	1	1	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	105	
149	1	2	4	4	4	3	3	3	4	5	5	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	94	
150	1	1	1	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	129	
151	1	1	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	127	
152	1	2	3	4	5	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	119	
153	2	2	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	118	
154	1	2	2	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	115	
155	1	2	1	4	4	4	4	3	5	5	3	5	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	100	
156	1	3	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	106	
157	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	3	3	3	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	105	
158	1	2	1	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	105	
159	1	2	2	5	2	3	3	2	1	2	2	1	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	54	
160	1	2	1	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84	
161	2	2	1	4	4	4	3	4	3	3	4	4	2	4	2	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	88	
162	2	3	2	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	124	
163	1	2	2	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	125	
164	2	3	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	97	
165	2	2	1	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	110	
166	1	2	1	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100	
167	1	2	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	119	
168	1	1	3	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	123	
169	1	1	3	4	5	3	3	5	4	5	3	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	103	

198	1	2	1	4	4	4	4	3	5	5	3	5	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	100
199	1	3	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	119
200	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	3	5	4	4	4	4	5	4	3	105
201	1	2	2	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112
202	1	4	1	4	4	4	4	2	3	4	2	4	2	3	4	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	2	4	3	3	4	82
203	2	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	104
204	1	2	1	4	4	3	4	4	3	5	4	4	2	2	2	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	91
205	2	2	1	4	2	2	2	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	90
206	1	2	1	5	4	5	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	86
207	1	1	2	4	5	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125
208	1	1	2	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125
209	1	1	1	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	127
210	1	3	5	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	103
211	2	2	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	122
212	2	2	4	4	5	3	4	3	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	114
213	2	2	5	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	112
214	1	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	89
215	1	1	1	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	129
216	1	1	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	127
217	1	2	3	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	119
218	2	2	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	118
219	1	2	2	5	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	115
220	1	2	1	4	4	4	4	3	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	105
221	1	3	3	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	97
222	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	3	3	3	4	3	5	4	4	4	4	5	4	3	103
223	1	2	2	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112
224	1	4	1	4	4	4	4	2	3	4	2	4	2	3	4	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	2	4	3	3	4	82
225	2	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	104

226	1	2	1	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	97
227	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	105
228	1	2	1	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	105	
229	1	2	4	4	4	3	3	3	4	5	5	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	94	
230	1	1	1	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	121	
231	1	1	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	123	
232	1	2	3	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	119	
233	2	2	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	118		
234	1	2	2	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	115	
235	1	2	1	4	4	4	4	3	5	5	3	5	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	101	
236	1	3	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	119	
237	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	3	105	
238	1	2	2	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112	
239	1	4	1	4	4	4	4	2	3	4	2	4	2	3	4	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	2	4	3	3	4	82	
240	2	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	104	
241	1	2	1	4	4	3	4	4	3	5	4	4	2	2	2	2	2	2	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	87	
242	2	2	1	4	2	2	2	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	87	
243	1	2	1	5	4	5	4	4	4	4	2	2	2	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	89	
244	1	2	3	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	119	
245	2	2	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	118		
246	1	2	2	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	115	
247	1	2	1	4	4	4	4	3	5	5	3	5	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	100	
248	1	3	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	106	
249	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	3	5	4	4	4	4	5	4	3	105	
250	1	2	2	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112	
251	1	4	1	4	4	4	4	2	3	4	2	4	2	3	4	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	2	4	3	3	4	82	
252	2	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	104	
253	1	2	1	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	97	

254	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	105
255	1	2	1	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	105
256	1	2	2	5	2	3	3	2	1	2	2	1	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	54
257	1	2	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	109
258	1	2	4	5	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	101
259	1	1	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	105
260	1	2	1	4	4	4	4	3	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	105
261	1	3	3	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	97	
262	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	3	3	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	3	103	
263	1	2	2	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112
264	1	4	1	4	4	4	4	2	3	4	2	4	2	3	4	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	2	4	3	3	4	4	82	
265	2	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	104
266	1	2	1	4	4	4	4	3	5	5	3	5	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	100	
267	1	3	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	106	
268	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	3	105	
269	1	2	1	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	105
270	1	2	2	5	2	3	3	2	1	2	2	1	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	54
271	1	2	1	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84	
272	2	2	1	4	4	4	3	4	3	3	4	4	2	4	2	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	88	
273	2	3	2	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	124
274	1	2	2	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	125	
275	2	3	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	2	4	4	97	
276	2	2	1	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	110	
277	1	2	1	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100	
278	1	2	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	119	
279	1	1	3	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	123	
280	1	1	3	4	5	3	3	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	103	
281	1	1	2	4	5	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125	

282	1	1	2	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125
283	1	1	1	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	127
284	1	3	5	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	103
285	2	2	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	122
286	2	2	4	4	5	3	4	3	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	114
287	2	2	5	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	112
288	1	2	4	4	4	3	3	3	4	5	5	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	94
289	1	1	1	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	129
290	1	1	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	127
291	1	2	3	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	119
292	2	2	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	118
293	1	2	2	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	115
294	1	2	1	4	4	4	4	3	5	5	3	5	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	100
295	1	3	3	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	97
296	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	3	5	4	4	4	4	5	4	105
297	1	2	1	4	4	4	4	3	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	105
298	1	3	3	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	97
299	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	3	3	4	3	5	4	4	4	4	5	103
300	1	2	2	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112
301	1	4	1	4	4	4	4	2	3	4	2	4	2	3	4	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	2	4	3	3	82
302	2	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	104
303	1	2	3	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	119
304	2	2	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	118
305	1	2	2	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	115
306	1	2	1	4	4	4	4	3	5	5	3	5	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	100
307	1	3	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	106
308	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	3	5	4	4	4	4	5	4	105
309	2	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	126

310	1	2	2	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	125
311	1	2	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	120	
312	1	3	1	4	5	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	124
313	1	2	2	5	2	3	3	2	1	2	2	1	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	54
314	1	2	1	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84	
315	1	2	1	4	4	4	4	3	5	5	3	5	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	100	
316	1	3	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	106	
317	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	3	5	4	4	4	4	5	4	3	105	
318	1	2	2	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112	
319	1	4	1	4	4	4	4	2	3	4	2	4	2	3	4	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	2	4	3	3	4	82	
320	2	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	104	
321	2	2	4	4	5	3	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	114	
322	2	2	5	4	5	5	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	112	
323	1	2	4	4	4	3	3	3	4	5	5	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	94	
324	1	1	1	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	129	
325	1	1	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	127	
326	1	2	3	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	119	
327	2	2	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	118		
328	1	2	2	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	115	
329	1	2	1	4	4	4	4	3	5	5	3	5	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	100	
330	1	3	3	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	97	

Anexo 12: Recolección de datos de la guía de entrevista

Nombre del Instrumentos cualitativo: GUÍA DE ENTREVISTA CLIENTES		
Pregunta 1: ¿Cuál es su opinión sobre el funcionamiento de los cajeros automáticos del banco?		
Frases o transcripción Respuesta	Sub categorías	Categorías
Persona 1: Son buenos, ya que ayuda a facilitar a realizar los procesos que se tienen que hacer en las ventanillas	Facilidad	Eficaz
Persona 2: Muy buena, puedes hacer tus retiros y pagos muy rápido	Rapidez	
Persona 3: Los cajeros son muy efectivos, pero deberían implementar el rápido abastecimiento de dinero, su funcionamiento es positivo.	Desabastecimiento	
Persona 4: Son buenos, pero debería aumentar el número de cajeros en la ciudad, pero su funcionamiento es fácil y rápido	Pocos cajeros	
Persona 5: Son rápidos, sin embargo la demora en el abastecimiento del dinero	Desabastecimiento	
Persona 6: Es bueno te permite retirar una buena suma diaria de dinero, lo cual me evita hacer las grandes colas que se generan en ventanilla	Rapidez	

Nombre del Instrumentos cualitativo: GUÍA DE ENTREVISTA CLIENTES		
Pregunta 2: ¿Cuál es el aspecto tangible del banco en el área de ventanilla que usted considera que tiene mayor debilidad?		
Frases o transcripción Respuesta	Sub categorías	Categorías
Persona 1: La atención al cliente, considero esto en momentos donde se forma grandes colas por la incomodidad de la espera en la cola los jóvenes de ventanilla, tratan de hacer las operaciones de forma rápida y se genera un ambiente tenso.	Incomodidad	Compromiso
Persona 2: La atención al cliente, en Interbank generalmente se generan grandes colas y eso produce incomodidad	Incomodidad	
Persona 3: Considero que todo es positivo, no tengo malas experiencias en ventanilla con respecto al banco	Eficiente	
Persona 4: La atención debería ser más rápida, tal vez en los horarios poner más personal a trabajar	Lentitud en atención	
Persona 5: Deberían colocar números en sus ventanillas para así saber dónde dirigirnos cuando nos llaman	Enumerar ventanillas	
Persona 6: No tengo problema ni considero que tenga alguna debilidad siempre me atiendo muy bien y rápido	Eficiente	

Nombre del Instrumentos cualitativo: GUÍA DE ENTREVISTA CLIENTES		
Pregunta 3: ¿Cuáles son los cambios o mejoras que, en su opinión, debería incorporar el banco en el área de ventanilla?		
Frases o transcripción Respuesta	Sub categorías	Categorías
Persona 1: Deberían mejorar la rapidez en la atención	Lentitud en atención	Rapidez
Persona 2: La agilidad y rapidez al atender	Lentitud en atención	
Persona 3: Ninguno, el funcionamiento es óptimo, siempre hay buen trato por parte de los RF y es accesible.	Eficiente	
Persona 4: Rapidez en la atención, no precisamente cuando se atiende personalmente porque es rápido sino cuando se está en la cola de espera	Lentitud en atención	
Persona 5: Contratar mayor personal para agilizar procesos	Lentitud en atención	
Persona 6: Considero que está correcto todos los procesos que sigue para la atención	Eficiente	

Nombre del Instrumentos cualitativo: **GUÍA DE ENTREVISTA CLIENTES**

Pregunta 4:
¿Qué sugerencia darías para mejorar la productividad del banco en el área de ventanilla?

Frasas o transcripción Respuesta	Sub categorías	Categorías
Persona 1: Mejorar la atención del cliente, tener más personal y tener un personal que ayude al cliente desorientado.	Falta de personal	Fiabilidad
Persona 2: Que se cuente con mayor personal en el área de ventanilla para agilizar la atención	Falta de personal	
Persona 3: Mayor seguimiento con los clientes que se les ofrece algún producto, porque el cliente puede estar muy interesado en alguna oferta, sin embargo por distintas cosas se puede olvidar y los RF podrían llamar para hacer recordar las ofertas, de esta manera cerrar más ventas.	Falta de seguimiento a clientes	
Persona 4: Capacitación para el personal, y mantenerlos contentos con incentivos	Falta de capacitación	
Persona 5: Ofrecer mayor beneficios para nosotros los clientes, para recomendarlo y gane mayores clientes	Motivación a los clientes	
Persona 6: Ser honestos y cumplir con todas las ofertas que ofrecen el banco para poder ser recomendados con demás familiares y conocidos	Transparencia en información al cliente	

Nombre del Instrumentos cualitativo: GUÍA DE ENTREVISTA CLIENTES		
Pregunta 5: ¿Cómo impacta la capacidad de respuesta en el tiempo de espera para el cliente?		
Frases o transcripción Respuesta	Sub categorías	Categorías
Persona 1: Es muy importante e impacta bastante porque si existe demora en la atención en la ventanilla genera un fastidio en el cliente, lo cual lo hace preferir a la competencia	Lentitud en atención	Disponibilidad
Persona 2: Es muy influyente y guarda mucha relación si más rápido me atienden más contento estoy, si más demoran estoy descontento	Lentitud en atención	
Persona 3: Es muy rápido a comparación de otros bancos, además que la infraestructura es muy cómoda para la espera	Rapidez	
Persona 4: Es muy importante para nosotros como clientes, porque mientras menos tiempo demoro en hacer una operación me siento más contento, y siento que no pierdo mucho tiempo.	Rapidez	
Persona 5: Es muy importante, a veces se me he atendido muy rápido y habido ocasiones donde también he tenido que esperar para ser atendido un buen tiempo	Tolerancia	
Persona 6: No me incomoda esperar el tiempo que considero prudente para ser atendido, siempre y cuando vea que los RF avanzan en las operaciones y el tiempo de espera se produce por la gran cantidad de gente.	Tolerancia	

Nombre del Instrumentos cualitativo: GUÍA DE ENTREVISTA CLIENTES		
Pregunta 6: ¿Considera importante la seguridad en el servicio del cliente en el área de ventanilla?		
Frases o transcripción Respuesta	Sub categorías	Categorías
Persona 1: Claro que sí, en todo banco por el tema de movimiento de dinero es importante el tema de la seguridad en vigilancia, como en información por parte del banco.	Seguridad	Seguridad
Persona 2: Si es importante, porque hay operaciones que se tiene que tener cuidado porque son privados	Seguridad	
Persona 3: Sí, es muy importante porque al trabajar con efectivo se tiene que tener un gran seguridad	Seguridad	
Persona 4: Claro que sí porque mayormente mis operaciones son depósitos que realizo y me siento mucho más seguro cuando ya me encuentro dentro del banco	Seguridad	
Persona 5: Claro que sí sobre todo cuando realizo el retiro de mi dinero, cuento bien mi dinero y nadie me apresura y eso me hace sentir más segura	Seguridad	
Persona 6: Me gusta Interbank porque no comparte información personal con nadie así sea el familiar, el cual me parece que es muy bueno, aunque a otros les moleste porque respetan la privacidad que cada cliente tiene.	Seguridad	

Nombre del Instrumentos cualitativo: GUÍA DE ENTREVISTA CLIENTES		
Pregunta 7: ¿Cuál es tu opinión sobre la atención al cliente?		
Frases o transcripción Respuesta	Sub categorías	Categorías
Persona 1: Es buena, pero debe mejorar la rapidez de atención evitar que se genere la grandes colas	Lentitud en atención	Empatía
Persona 2: Es buena, no sólo la atención es del personal, el cliente también debe mostrar una buena conducta ante la atención	Respeto por parte del cliente	
Persona 3: Es buena, es formal, ordenado en su protocolo de atención siempre me siento bien, con el saludo amical que me ofrece el área de ventanilla cuando realizo mis operaciones	Formalidad	
Persona 4: Es buena, las personas de ventanilla son muy amables	Amabilidad	
Persona 5: Es buena, cordial, amable y confiable.	Amabilidad	
Persona 6: Ya soy cliente años en Interbank lo cual permite que la relación sea mucho más cordial y amical, me hace sentir más en confianza.	Cordial	

Nombre del Instrumentos cualitativo: GUÍA DE ENTREVISTA CLIENTES		
Pregunta 8: ¿Tienes alguna sugerencia para la mejora de la calidad de servicio del banco?		
Frases o transcripción Respuesta	Sub categorías	Categorías
Persona 1: Mayor número de trabajadores para atender a más clientes	Falta de personal	Implementación
Persona 2: Identificar de manera oportuna lo que el cliente quiere y atenderlo en el momento adecuado	Ser Eficaz	
Persona 3: Aumentar la cantidad de cajeros a nivel local, eso ayudaría mucho a no generar tantos clientes en cola	Pocos cajeros	
Persona 4: Contratar mayor personal para agilizar los procesos	Falta de personal	
Persona 5: Que nos brinden mayor información sobre los otros canales que ofrecen con el fin de no estar yendo al banco por cosas simples, sino en ocasiones que lo ameritan	Falta información	
Persona 6: Considero que también nosotros los clientes deberíamos adaptarnos a todo los nuevos canales que nos ofrece el banco, porque lo implementan para agilizar ellos su proceso y hacernos la vida más fácil a nosotros, en este caso me refiero en hacer más uso del aplicativo móvil, es muy seguro, fácil y rápido, y eso evitaría de que muchos se estén acercando al banco por cosas que lo pueden realizar a través del aplicativo móvil	Falta información	

Nombre del Instrumentos cualitativo: GUÍA DE ENTREVISTA TRABAJADORES		
Pregunta 1: ¿Cuál es su opinión sobre el funcionamiento de los cajeros automáticos del banco?		
Frases o transcripción Respuesta	Sub categorías	Categorías
Persona 1: Tienen un buen funcionamiento ya que apenas se reporta una avería por parte del cliente esto es atendido rápidamente en el área correspondiente del banco son fáciles de usar, son simples no tiene mucha complejidad al cargar cuando el cliente quiere hacer algún retiro o un pago de sus servicios por el cajero.	Buen funcionamiento	
Persona 2: El funcionamiento es bueno porque puedes realizar diferentes operaciones, pero se debería solicitar una atención más rápida en el tema de abastecimiento cuando los cajeros se quedan sin efectivo	Desabastecimiento	
Persona 3: El funcionamiento de los cajeros es muy buena sencilla y rápida tenemos la opción de retiro sin tarjeta	Facilidad	Eficiencia
Persona 4: Los cajeros no tienen un funcionamiento óptimo, presentan problemas de abastecimiento y se paralizan cuando se hacen retiros, o la retención de las tarjetas	Desabastecimiento	
Persona 5: Es muy buena opción que se les da a los clientes y no clientes de realizar sus operaciones, es rápido, hay varios cajeros en lugares accesibles, ya no hay necesidad de ir hasta el banco o hacer cola	Rapidez	
Persona 6: Considero debería haber mayor eficiencia en cuanto el abastecimiento del cajero para evitar las colas en el banco.	Desabastecimiento	

Nombre del Instrumentos cualitativo: **GUÍA DE ENTREVISTA TRABAJADORES**

Pregunta 2:
¿Cuál es el aspecto tangible del banco en el área de ventanilla que usted considera que tiene mayor debilidad?

Frasas o transcripción Respuesta	Sub categorías	Categorías
<p>Persona 1: De cada cliente considero que la privacidad, creo que está muy a la vista del cliente cuando retira una fuerte cantidad de dinero no tiene donde guárdalo rápido para que pueda, otras persona no pueda ver lo que está haciendo</p>	<p>Inseguridad</p>	<p>Privacidad</p>
<p>Persona 2: En nuestro caso que la tienda es un módulo creo que la mayor debilidad es tener la cola muy cerca de ventanilla, ya que los otros clientes que están esperando pueden ver las operaciones y el manejo de efectivo de los clientes que están en atención.</p>	<p>Inseguridad</p>	
<p>Persona 3: El biométrico, ya que es de suma importancia y a veces dificulta o demora el proceso</p>	<p>Lentitud en atención</p>	
<p>Persona 4: Los biométricos, son uno de las debilidades, debido a que no todos cuentan con ellos</p>	<p>Lentitud en atención</p>	
<p>Persona 5: Colocar números en cada ventanilla para que el cliente reconozca rápidamente hacia que ventanilla se atenderá</p>	<p>Lentitud en atención</p>	
<p>Persona 6: Que los RF estén mayor informados sobre los productos que tiene el banco a mayor conocimiento mayores ventas</p>	<p>Falta de Información</p>	

Nombre del Instrumentos cualitativo: GUÍA DE ENTREVISTA TRABAJADORES		
Pregunta 3: ¿Cuáles son los cambios o mejoras que, en su opinión, debería incorporar el banco en el área de ventanilla?		
Frases o transcripción Respuesta	Sub categorías	Categorías
Persona 1: Más que mejorar, capacitación constante hacia nosotros lo RF, que este caso siempre estamos inmerso al cambio de una actualización que hay siempre para el sistema.	Falta capacitación	Tecnología moderna
Persona 2: Deberían incrementar equipos que utilizamos a diarios que sean más óptimos para poder agilizar las operaciones que nosotros realizamos para que los clientes esperen menos tiempo en cola.	Falta de implementación equipos	
Persona 3: Realizar constante mantenimiento de las impresoras del counter	Falta de implementación equipos	
Persona 4: Colocar contadores de monedas, haría el trabajo más fácil y la atención más rápido.	Falta de implementación equipos	
Persona 5: Considero un espacio donde puedan contar su dinero, y así no demorarse tanto, porque algunos clientes no se van de ventanilla hasta que no terminen de contar su dinero y eso toma tiempo para atender al siguiente.	Espacios reducidos	
Persona 6: Agilizar los procesos, debido que los clientes buscan rapidez, poco tiempo de espera y seguridad en sus operaciones	Lentitud en atención	

Nombre del Instrumentos cualitativo: **GUÍA DE ENTREVISTA TRABAJADORES**

Pregunta 4:
¿Qué sugerencia darías para mejorar la productividad del banco en el área de ventanilla?

Frasas o transcripción Respuesta	Sub categorías	Categorías
<p>Persona 1: Tener bastante capacitación, incentivos económicos, reconocimientos por parte de sus superiores eso nos motiva para ser más productivo y trabajar más motivados.</p>	<p>Falta de capacitación</p>	
<p>Persona 2: Creemos que sería conveniente incrementar los incentivos de ventas ya que eso nos impulsaría a nosotros para poder poner más empeño al momento de realizar una venta.</p>	<p>Mayor motivación</p>	
<p>Persona 3: En primer lugar que los equipos de trabajo se encuentren en óptimas condiciones e incrementar los incentivos</p>	<p>Mayor motivación</p>	<p>Motivación</p>
<p>Persona 4: Interactuar mucho más con el cliente, crear relaciones redituables en base de la confianza</p>	<p>Mayor motivación</p>	
<p>Persona 5: Capacitación al personal, incrementar los incentivos, así como el banco incrementa las metas.</p>	<p>Falta capacitación</p>	
<p>Persona 6: Incrementar los incentivos, esos motiva a los trabajadores a esforzarse más y siempre ser el mejor para obtener los premios o los mejores incentivos</p>	<p>Mayor motivación</p>	

Nombre del Instrumentos cualitativo: **GUÍA DE ENTREVISTA TRABAJADORES**

Pregunta 5:

¿Cómo impacta la capacidad de respuesta en el tiempo de espera para el cliente?

Frasas o transcripción Respuesta	Sub categorías	Categorías
<p>Persona 1: Cada cliente que tiene un producto con interbank , el tiempo de espera no es tanto, cada cliente que no tiene un producto con interbank la espera es mucho mayor y eso incomoda bastante, algo como que debería mejorarse para que los no clientes tenga un tiempo de espera menor.</p>	<p>Incomodidad</p>	
<p>Persona 2: Impacta sobre todo en la productividad como tienda ya que si un cliente tiene mucho tiempo esperando en calo mayormente le produce fastidio y cundo nosotros queremos ofrecerle un producto nos rechaza la venta.</p>	<p>Incomodidad</p>	
<p>Persona 3: Impacta mucho ya que nuestra tienda tiene bastante acogida del cliente y se forman grandes colas cuando el cliente se acerca a ventanilla las operaciones tienen que ser rápidas y evitar que el cliente siga en espera y genere incomodidad</p>	<p>Lentitud en atención</p>	<p>Insatisfacción</p>
<p>Persona 4: Bastante, porque si el tiempo de espera en la cola fue por varios minutos, el cliente va a mostrar malestar</p>	<p>Lentitud en atención</p>	
<p>Persona 5: Sí, porque los clientes se molestan si se demoran mucho, o si alguno de los RF se encuentra en ventanilla y no está atendiendo por “x” motivo, la gente comienza a reclamar, se tiene que hacer sentir al cliente que su tiempo importa y que ellos son importantes para nosotros</p>	<p>Lentitud en atención</p>	
<p>Persona 6: Mucho, como lo menciones anterior el cliente busca agilidad en las operaciones mientras más rápido sea atendido el cliente más satisfecho se siente, brindado la seguridad en sus operaciones</p>	<p>Rapidez</p>	

Nombre del Instrumentos cualitativo: GUÍA DE ENTREVISTA TRABAJADORES		
Pregunta 6: ¿Considera importante la seguridad en el servicio del cliente en el área de ventanilla?		
Frases o transcripción Respuesta	Sub categorías	Categorías
Persona 1: Es bastante importante ya que todo el día trabajamos con dinero el cliente debe sentirse seguro que Interbank va poder retirar su efectivo sin que tenga ningún inconveniente por fuera.	Seguridad	Inseguridad
Persona 2: Sí, es muy importante porque constantemente estamos moviendo efectivo y más que todo por la seguridad del cliente y por la nuestra tener una seguridad presente en la tienda.	Inseguridad	
Persona 3: Si, ya que toda información que tiene el cliente es confidencial y no podemos proporcionarlo a terceros	Confidencial	
Persona 4: No porque hay clientes que se encuentran esperando en cola, los cuales observan y escuchan que es lo que está realizando el cliente que está en ventanilla	Inseguridad	
Persona 5: Si, ya que al trabajar con dinero se tiene que tener un resguardo tanto para el banco como para el cliente, de igual forma con la información del cliente con terceros	Inseguridad	
Persona 6: Claro que sí el cliente aparte de agilidad busca seguridad en sus operaciones y en su dinero	Seguridad	

Nombre del Instrumentos cualitativo: GUÍA DE ENTREVISTA TRABAJADORES		
Pregunta 7: ¿Cuál es tu opinión sobre la atención al cliente?		
Frases o transcripción Respuesta	Sub categorías	Categorías
Persona 1: Nos caracterizamos por ser un banco que tiene un buen servicio ya que es lo que busca interbank contratar colaboradores que sean eficientes y sean serviciales en cada cliente.	Eficientes	Eficaz
Persona 2: Nosotros tenemos una buena atención aquí con los clientes, ya que el banco busca personas que estén dispuesto en atender a los demás.	Amabilidad	
Persona 3: La atención es muy buena ya que seguimos el protocolo de atención, teniendo amabilidad, escuchando su duda y brindándole una buena información sobre lo que necesita saber	Amabilidad	
Persona 4: Es buena, aunque varía dependiendo a cada colaborador que atiende, pero no es el más adecuado, porque no todos dan la misma atención	Amabilidad	
Persona 5: Brindamos buena atención al cliente somos cordiales y respetuosos, y siempre tratamos de resolver los problemas que puedan presentar nuestros clientes con el fin de mantenerlos contentos y confíen en nosotros	Eficientes	
Persona 6: Considero que brindamos buena atención al cliente, a pesar de sufrir contratiempos por los diversos problemas que se pueden presentar, siempre estamos pensando en los clientes y tratamos de orientarlos por el mejor canal	Eficientes	

Nombre del Instrumentos cualitativo: **GUÍA DE ENTREVISTA TRABAJADORES**

Pregunta 8:

¿Tienes alguna sugerencia para la mejora de la calidad de servicio del banco?

Frasas o transcripción Respuesta	Sub categorías	Categorías
<p>Persona 1: No, porque Interbank siempre se caracteriza por eso, en contratar personas que sean serviciales busca más que el lado solo hacer productividad, personas que sean amables, sencillas, respetuosas todo eso es lo que busca Interbank en cuando contrata una persona que esté en el área de ventanilla.</p>	Amabilidad	Personal calificado
<p>Persona 2: Con respeto al tema de atención, no porque como indique anteriormente el banco busca personas que tenga esta actitud siempre en colaborar con los clientes, pero quizás en el tema de procesos agilizarlos un poco.</p>	Agilidad	
<p>Persona 3: No, considero que el banco brinda una buena atención, sugerir incentivar más a los clientes a usar el App del banco con el fin de evitar las grandes colas</p>	Capacitar a los clientes	
<p>Persona 4: En el aspecto de atención, que los colaboradores sean un poco más amables e indicarle a todos los beneficios y contras de los productos del banco</p>	Amabilidad	
<p>Persona 5: Incentivar a los clientes al manejo de la tecnología, a través de nuestro aplicativo móvil que es muy bueno</p>	Capacitar a los clientes	
<p>Persona 6: Simplemente el de estar comprometidos con la entidad de esa forma asumir las metas y te enfocas en lo que quieres lograr, y siempre realizar una retroalimentación con el GT para llevar un control de lo que pasa a nivel de tienda y colaboradores</p>	Amabilidad	

Anexo 13: Constancia de recolección de datos

CONSTANCIA DE RECOLECCION DE DATOS

El que suscribe:

GERENTE ZONAL: Roberto Nuñez Guzman

Hace Constar:

Que: las Srtas. Karolay Flores Honores y Bianca Tapia Sandoval identificadas con DNI 73096827 y DNI 72919823 respectivamente, estudiantes del X ciclo de la escuela de administración de la Universidad César Vallejo, han recolectado datos correspondientes al desarrollo de su trabajo de Investigación "Análisis de la calidad de servicio del Banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019".

Se expide el presente documento, a petición de las interesadas.

Chimbote, 26 de agosto del 2017



Interbank
ROBERTO ENRIQUE NUÑEZ GUZMAN
GERENTE DE PLAZA

Anexo 14: Registro de recolección de datos de la guía de entrevista


Registro de trabajadores

APELLIDOS Y NOMBRES	DNI	FIRMA
Chero Mezarina Nicole Lisseth	73442954	
Herrera la Rosa María de los Angeles	32187395	
Rodriguez Jaimos Yerson	70003158	
GONZALEZ Cruz WILLIAMS I.	70524110	
Ortiz de Villate Gabriela	70208907	
Villena Orellana Greyci	70799579	

Registro de clientes

APELLIDOS Y NOMBRES	DNI	FIRMA
Ruiz Mattus José	47641569	
Marcos Montenegro Acero	47119351	
Arcego Shiron Lucia	43998512	
Perez Hoyos Frank	44505228	
CAPRESTAN EDUAR	74088423	
Robin Miranda	46484441	

Anexo 15: Acta de Aprobación de Originalidad de Tesis

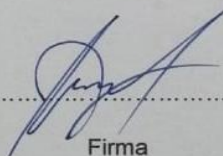
	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
---	--	---

Yo, Randall Manolo Gutierrez Chilca, Docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo - Chimbote, revisor de la tesis titulada:

“Análisis de la calidad de servicio del Banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019”, de las estudiantes Flores Honores Karolay Olga y Tapia Sandoval Bianca Lucero, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y Fecha: Nuevo Chimbote 02 de Diciembre de 2019



Firma


Randall Manolo Gutierrez Chilca

DNI: 41942904

Anexo 16: Captura de pantalla del turnitin

Feedback Studio - Google Chrome
ev.turnitin.com/app/carta/es/?s=1&lang=es&ro=103&u=1088032488&o=1227700811

feedback studio | Análisis de la calidad de servicio del Banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Análisis de la calidad de servicio del Banco Interbank en la ciudad de Chimbote, 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración

AUTORAS:

Flores Hllores, Karolay Olga (ORCID: 0000-0002-3286-9080)
Tapia Sandoval, Bianca Lucero (ORCID: 0000-0001-7177-1476)

ASESOR:

Mgr. Gutierrez Chilca, Randall Manolo (ORCID: 0000-0003-2114-3724)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de organizaciones

CHIMBOTE - PERÚ

2019

Resumen de coincidencias

19 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	7 %	>
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	3 %	>
3	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %	>
4	repositorio.uigv.edu.pe Fuente de Internet	1 %	>
5	Entregado a EP NBS S... Trabajo del estudiante	1 %	>
6	www.theibfr.com Fuente de Internet	1 %	>
7	Entregado a Pontificia ... Trabajo del estudiante	1 %	>
8	dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	1 %	>
9	www.elcolombiano.com Fuente de Internet	1 %	>

Página: 1 de 43 | Número de palabras: 11876 | Text-only Report | High Resolution | Activado

09:30 5/12/2019

Anexo 17: Formulario de Autorización de Publicación Electrónica de la Tesis



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

FLORES HONORES KAROLAY OLGA

D.N.I. : 73096827

Domicilio : LUIS PRADO MZ 11 LT 20 – SAN JUAN

Teléfono : Fijo : Móvil : 955559814

E-mail : karito13flores02honores@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela : ADMINISTRACIÓN

Carrera : ADMINISTRACIÓN

Título : LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado :

Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

FLORES HONORES KAROLAY OLGA

Título de la tesis:

ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO DEL BANCO INTERBANK
EN LA CIUDAD DE CHIMBOTE, 2019

Año de publicación : 2019

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma : 

Fecha : 18/12/2019



Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

TAPIA SANDOVAL BIANCA LUCERO

D.N.I. : 72919823

Domicilio : AV. JOSE BALTA 314-1

Teléfono : Fijo : Móvil : 928688958

E-mail : blucero.05@outlook.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : CIENCIAS EMPRESARIALES

Escuela : ADMINISTRACIÓN

Carrera : ADMINISTRACIÓN

Título : LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado :

Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

TAPIA SANDOVAL BIANCA LUCERO

Título de la tesis:

ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO DEL BANCO INTERBANK
EN LA CIUDAD DE CHIMBOTE, 2019

Año de publicación : 2019

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma : 

Fecha : 18/12/2019

Anexo 18: Autorización de la Versión Final del Trabajo de Investigación



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
EP DE ADMINISTRACIÓN

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

FLORES HONORES KAROLAY OLGA

INFORME TITULADO:


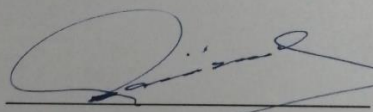
“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO DEL BANCO INTERBANK EN LA CIUDAD
DE CHIMBOTE, 2019”

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 09/12/2019

NOTA O MENCIÓN: Diecisiete (17)



DR. MANUEL ANTONIO ESPINOZA DE LA CRUZ

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
EP DE ADMINISTRACIÓN

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:
TAPIA SANDOVAL BIANCA LUCERO

INFORME TÍTULADO:

“ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE SERVICIO DEL BANCO INTERBANK EN LA CIUDAD
DE CHIMBOTE, 2019”

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 09/12/2019

NOTA O MENCIÓN: Diecisiete (17)

DR. MANUEL ANTONIO ESPINOZA DE LA CRUZ

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN

