



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Canales alternativos y su influencia en la satisfacción de los clientes  
del BCP – Agencia Talara 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

**AUTORA:**

Saavedra Rosas, Leidy Lizbeth (ORCID 0000-0003-4033-5297)

**ASESOR:**

Dr. Castillo Palacios, Freddy William (ORCID 0000-0001-5815-6559)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing

PIURA – PERÚ

2020

## **Dedicatoria**

A mi Padre Dios, todo poderoso, quien me guio por el buen camino, logrando terminar uno de mis claros objetivos que me propuse y sé que lograré todo lo demás.

A mi Familia, en especial a mi madre Gladys y a mi abuela Jacinta, quienes fueron mi inspiración completa para centrarme y lograr terminar mi carrera universitaria.

A mi hermosa hija Aysel, que me motivo siempre y sé que estará orgullosa de mi por todo lo logrado.

## **Agradecimiento**

A Dios, tu amor y tu bondad no tienen fin, me has enseñado muchas cosas, permitiéndome levantar y seguir luchando por mis logros. Esta investigación ha sido una bendición en todo sentido y siempre estaré agradecido de ti Padre todo poderoso.

A mi abuela, a mi mamá, que han estado siempre conmigo en todo momento, a pesar de mis errores siempre han logrado que me recupere y siga adelante.

A mi hija, que, a pesar de no compartir momentos por trabajo y por estudios, estuvo siempre apoyándome con mi carrera y mi proyecto de vida.

Al Dr Freddy Castillo, por asesorarme desde el inicio del proyecto, a través de sus capacidades y experiencias, logrando un buen desarrollo en un tema de investigación.

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de Contenidos .....	iv
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	6
III. METODOLOGÍA .....	13
3.1. Tipo y diseño de investigación. ....	13
3.2. Variables y operacionalización.....	13
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis. ....	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	15
3.5. Procedimientos. ....	16
3.6. Método de análisis de datos.....	17
3.7. Aspectos éticos.....	17
IV. RESULTADOS .....	18
V. DISCUSIÓN.....	29
VI. CONCLUSIONES .....	36
VII. RECOMENDACIONES.....	38
VIII.PROPUESTA.....	39
REFERENCIAS:.....	48
ANEXOS	

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> Análisis de correlación entre los Agentes BCP y la satisfacción de los clientes del BCP .....	18
<b>Tabla 2.</b> Determinación de la influencia de los agentes BCP en la satisfacción de los clientes .....	19
<b>Tabla 3.</b> Análisis de correlación entre los Cajeros Automáticos y la satisfacción de los clientes del BCP .....	19
<b>Tabla 4.</b> Determinación de la influencia de los Cajeros Automáticos en la satisfacción de los clientes .....	20
<b>Tabla 5.</b> Análisis de correlación entre la banca por internet y la satisfacción de los clientes del BCP .....	20
<b>Tabla 6.</b> Determinación de la influencia de la Banca por Internet en la satisfacción de los clientes .....	21
<b>Tabla 7.</b> Análisis de correlación entre la banca móvil y la satisfacción de los clientes del BCP .....	22
<b>Tabla 8.</b> Determinación de la influencia la Banca Móvil en la satisfacción de los clientes	23
<b>Tabla 9.</b> Análisis de correlación entre Yape y la satisfacción de los clientes del BCP .....	23
<b>Tabla 10.</b> Determinación de la influencia de Yape en la satisfacción de los clientes.....	24
<b>Tabla 11.</b> Análisis de correlación entre la banca por teléfono y la satisfacción de los clientes del BCP .....	24
<b>Tabla 12.</b> Determinación de la influencia de la Banca por Teléfono en la satisfacción de los clientes.....	25
<b>Tabla 13.</b> Análisis de correlación entre las plataformas digitales y la satisfacción de los clientes del BCP .....	26
<b>Tabla 14.</b> Determinación de la influencia de las plataformas digitales en la satisfacción de los clientes.....	27
<b>Tabla 15.</b> Análisis de correlación entre los canales alternativos y la satisfacción de los clientes del BCP .....	27
<b>Tabla 16.</b> Determinación de la influencia de los Canales Alternativos en la satisfacción de los clientes .....	28
<b>Tabla 17.</b> Matriz FODA.....	42

## Resumen

Esta investigación tuvo como objetivo principal el analizar la influencia de los canales alternativos en la satisfacción de los clientes del BCP - Agencia Talara 2019. Se planteó una investigación con enfoque cuantitativa, con diseño no experimental y alcance correlacional – descriptiva, en donde se estudió a los clientes de dicha entidad financiera, a quienes se les aplicó un cuestionario validado y con consistencia interna, así como la aplicación de una entrevista a un funcionario de la agencia del Banco. Entre los principales resultados se encontró que los agentes BCP, los cajeros automáticos, la banca por internet, banca móvil, Yape, banca por teléfono y las plataformas digitales mostraron una relación significativa con la satisfacción del cliente haciendo uso del coeficiente de Rho de Spearman, concluyendo que los canales alternativos influyen significativamente en la satisfacción del cliente de acuerdo al valor de significancia de .000 de la prueba t de student. Se llegó a la conclusión que los canales alternativos muestran una influencia significativa en la satisfacción del cliente, de acuerdo al valor de  $t = 21.307$  y un  $p = .000$ ; gracias a que estos ayudan a minimizan los tiempos de espera, operaciones presenciales, afluencia de público y gastos a los clientes, brindándoles seguridad, accesibilidad, rapidez, exonerando comisiones en servicios u operaciones y ahorro de tiempo.

**Palabra clave:** Canales alternativos, satisfacción del cliente, Banco .

## **Abstract**

The main objective of this research was to analyze the influence of alternative channels on the satisfaction of the clients of the BCP - Agencia Talara 2019. A research with a quantitative approach, with a non-experimental design and correlational-descriptive scope was proposed, where the clients of said financial institution, to whom a validated and internally consistent questionnaire was applied, as well as the application of an interview to a Bank agency official. Among the main results, it was found that BCP agents, ATMs, internet banking, mobile banking, Yape, telephone banking and digital platforms showed a significant relationship with customer satisfaction using Spearman's Rho coefficient, concluding that the alternative channels significantly influence customer satisfaction according to the significance value of .000 of the student's t test. It was concluded that alternative channels show a significant influence on customer satisfaction, according to the value of  $t = 21,307$  and  $p = .000$ ; Thanks to the fact that these help to minimize waiting times, face-to-face operations, public influx and expenses to customers, providing security, accessibility, speed, exempting commissions on services or operations and saving time.

**Keyword:** Alternative channels, customer satisfaction, Bank.

## I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día las entidades financieras han logrado expandir sus productos y servicios, optando cada vez en ser más complejos y competentes, con la inserción de canales de atención han logrado facilitar a los usuarios a entender sus procedimientos y que ejecuten sus operaciones de forma sencilla a través de la tecnología, lo cual se ve manifestado en el continuo aumento de las operaciones comerciales ejecutadas por estos canales, y consiguiendo que los usuarios perciban un buen servicio, caracterizado y único en las entidades bancarias.

El usuario multicanal solicita información útil sobre los medios en que pueda atenderse queriendo minimizar su tiempo y gastos que le puedan ocasionar, el cliente al disponer de los diferentes medios de contacto puede tener ventajas o inconvenientes. Se facilita la comunicación e interacción con el cliente, lo que lleva a mejorar la atención personalizándola, obteniendo oportunidades de ventas; por otro lado, el usuario puede exigir un sobre esfuerzo para poder atenderlo como espera, donde puede identificar una insatisfacción por circunstancias diferentes como la afluencia de público, largas colas de espera y cobro de comisiones.

En el Perú, periodos tras períodos, de manera permanente la innovación tecnológica y financiera está residiendo en las entidades bancarias, consiguiendo que la visión que se tenía de un banco tradicional, ahora se enfoque en “estar más cerca” entendiendo las necesidades de los clientes; a la vez, la competitividad del sector financiero invita a que toda entidad financiera busque que los canales alternativos permitan posicionarse en las preferencias de los usuarios financieros.

Banco de Crédito del Perú, conocido comercialmente como BCP, es la entidad financiera con mayor cobertura y líder de productos financieros en el Perú. Ha desarrollado en su trayectoria diferentes canales alternativos de atención, para llevar “el banco” a diferentes usuarios en cualquier parte del país y del mundo. Ha incorporado tecnología y puntos de contacto en sus 6764 agencias a nivel nacional;

los agentes BCP son alianzas comerciales con negocios minoristas para brindar atención a usuarios de todos los sectores económicos, sobre todo a clientes con menos acceso a canales digitales o agencia cercanas. Existen más de 2271 ATM'S en él Perú, permitiendo al usuario realizar sus transacciones sin comisiones.

Las plataformas digitales o kioskos, con poco tiempo de implementación, permitieron a los clientes realizar transacciones para minimizar sus tiempos de espera. Actualmente se ha implementado la activación de token digital mediante el biométrico, para que el usuario pueda realizar sus operaciones en la banca móvil e internet; la banca por internet implementada como canal alternativo, soluciona y ayuda al usuario a realizar transacciones sin ir al banco, incluso aperturar cuentas de ahorro mediante este canal. Yape y banca móvil, aplicaciones con interacciones de fácil uso para el cliente permite realizar operaciones sin cobro de comisiones.

Banca por teléfono como punto de contacto alternativo (01 3119898), ayuda a los clientes en atender sus solicitudes, consultas y reclamos, mediante la atención de jóvenes profesionales a cualquier hora del día. Como se ve, el BCP ha invertido mucho en la digitalidad, se ha expandido en todas las redes sociales, como “Arturito” que te permite consultar saldo y movimientos mediante el Facebook, los cuysejos que contactando al 963319244 mediante la aplicación de WhatsApp, asesora en el cuidado de los ahorros.

En Talara, la agencia BCP se encuentra ubicada en la Av. Centro Cívico 147, cuenta con 4 cajeros automáticos, 2 plataformas digitales, 6 ventanillas de operaciones, 3 plataformas de servicios y 2 funcionarios de negocios; vive una problemática que no logra alcanzar los niveles de satisfacción esperados para los clientes, saturándose de público, ya que los usuarios realizan sus operaciones aun en las ventanillas o plataformas de atención, pudiendo utilizar los canales alternativos de atención.

Esta situación se da por factores como desconfianza al usar los canales de atención, asesoramiento inadecuado, inseguridad ciudadana, agentes BCP por su

horario de atención hace restricciones, deterioro de ATMS, temor en usar canales digitales, desconocimiento de una cultura bancaria o colaboradores descontentos con su labor diario, ha generado que las operaciones bancarias que realizan los clientes no sean canalizadas a los medios alternativos, manteniendo el modelo tradicional, causando así molestias y reclamos por la espera en su atención.

De continuar con esta situación el banco estaría proyectando una mala imagen en su atención, por lo tanto, los clientes se pueden inclinar más por la competencia, perjudicando a la entidad. El desarrollo de la presente indagación procura evaluar si estos canales alternativos influyen sobre la satisfacción de los usuarios mediante la creación y desarrollo de técnicas e instrumentos de estudio, como resultado permitirá identificar lo positivo y lo negativo que afectan, encontrando los puntos críticos en los cuales se necesitará énfasis para su mejora en el tiempo menos posible, con el propósito que los usuarios tengan la mejor experiencia WOW cuando utilicen estos medios y estén totalmente satisfechos con la agencia Talara.

Ante lo expuesto, se formula el siguiente problema general: ¿Cómo influyen los canales alternativos en la satisfacción de los clientes del BCP – Agencia Talara 2019? y también se formulan los siguientes problemas específicos: P1:¿Cómo los agentes influyen en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara?, P2:¿Cómo los cajeros automáticos influyen en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara?, P3:¿Cómo la banca por internet influye en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara?, P4:¿Cómo la banca móvil influye en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara?, P5:¿Cómo Yape influye en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara?, P6:¿Cómo banca por teléfono influye en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara?, P7:¿Cómo las plataformas digitales influyen en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara?.

Hernández (2014) menciona que para desarrollar la justificación se debe considerar el por qué y para que se está realizando dicha investigación y cuáles son las razones. A nivel práctico, el estudio se basó especialmente en una realidad

problemática que coexiste en la agencia de Talara, debido que los clientes aún tienen un desconocimiento y poca información en los canales de atención, se lleva a cabo el análisis y la aplicación de instrumentos para proponer una mejora a la entidad. Consecuentemente la investigación servirá de soporte para los próximos estudios con referencia a la satisfacción de los canales alternativos de atención de las instituciones financieras, empleando las tácticas oportunas en la investigación.

En lo social, para la agencia de Talara es compensar los inconvenientes que generan a que los usuarios no realicen sus operaciones a través de los canales de atención brindados por la entidad financiera, dado que por múltiples experiencias han resuelto el grado de insatisfacción en la agencia Talara, contrarrestando estos malestares que son ocasionados por los clientes por no optar por realizar sus operaciones a través de los canales de atención establecidos por el banco, dado a que las experiencias se mostraron insatisfactorias para el cliente al momento de su uso. Con esta investigación se dará recomendaciones y pautas que ayudarán a la mejora de la agencia.

A continuación se indica el objetivo general de la investigación el cual es: analizar la influencia de los canales alternativos en la satisfacción de los clientes del BCP - Agencia Talara 2019; y los objetivos específicos: O1: Evaluar si los agentes BCP influyen significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara, O2: Determinar si los cajeros automáticos influyen significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara, O3: Evaluar si la Banca por Internet influye significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP Agencia Talara, O4: Comprobar si la banca móvil influye significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara, O5: Determinar si Yape influyen significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara, O6: Determinar si banca por teléfono influyen significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara, O7: Comprobar si las Plataformas Digitales influyen significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara.

Para finalizar se presentan la hipótesis general: Los canales alternativos influyen significativamente en la satisfacción en los clientes del BCP - Agencia Talara 2019 y las hipótesis específicas son: H1: Los agentes BCP tienen influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara; H2: Los cajeros automáticos tienen influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara; H3: La banca por internet tiene influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara; H4: La banca móvil tiene influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara; H5: Yape tiene influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara; H6: Banca por teléfono tiene influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara; H7: Las plataformas digitales tienen influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara.

## II. MARCO TEÓRICO

Como antecedentes internacionales se consideró a Domínguez (2018), quien realizó un trabajo de investigación titulado “Análisis de la calidad de los servicios en línea y la satisfacción de los clientes del Banco Internacional de la ciudad de Guayaquil”. Su objetivo fue estudiar si la calidad se relaciona con la satisfacción de los clientes del servicio online del Banco Internacional. Su tipo investigación fue cuantitativa, utilizó un muestreo no probabilístico y aplicó el instrumento de cuestionario a clientes para obtener información principal. El resultado se obtuvo por aplicación del modelo SERVQUAL, lo cual se pudo calcular el impacto que tienen las establecidas variables viendo su respuesta de la banca en línea con respecto a la calidad del servicio. Como conclusiones encontró que el servicio de e-banking ha crecido de forma exponencial y que genera muchos beneficios, especialmente en la experiencia de uso de internet, lo que se refleja en la satisfacción del usuario bancario.

Carrasco (2015), señala en su investigación: “Análisis de la aplicación de la tecnología móvil en las propuestas”, tuvo como objetivo el conocer el impacto, las ventajas e inconvenientes de las aplicaciones móviles como herramienta empresarial para las empresas. Entre sus conclusiones encontró que los usuarios conocen las aplicaciones mediante búsqueda o por recomendaciones de otras personas y las eligen con mayor preferencia si son gratuitas, que el desarrollo de estos aplicativos dan buen resultado cuando se involucra a los usuarios en la toma de decisiones, familiarizándolos con la interfaz y generando la idea de tener un medio seguro, adaptable, lo que le genera una experiencia satisfactoria al poder realizar sus operaciones sin dificultad.

Galdo (2015), manifiesta con su investigación “Multicanalidad y digitalización bancaria: innovación y tendencias”, cuyo objetivo fue analizar la manera como el internet ha influido en la relación entre los clientes y el banco. Esta investigación tuvo un diseño de investigación no experimental, con alcance correlacional descriptivo y desarrollando una encuesta a una muestra 227 clientes. Como conclusiones encontró que existen clientes online que rebuscan nuevos criterios y experiencias nuevas,

interactuando con los bancos, donde busca su atención de forma dinámica y rápida. Los bancos han optado por la tecnología como manera de mantenerse cerca del cliente, y asegurar así su supervivencia considerando el nuevo perfil del consumidor. El modelo bancario actual se ha enfocado en el cliente, y que la relación cliente-banco es importante, por lo que la búsqueda de su máxima experiencia positiva es primordial.

Entre los antecedentes nacionales tenemos a Romero (2018), en su investigación denominada “El nivel de complacencia de los usuarios con los nuevos canales de atención en el Banco de la Nación de Jaén”. Su objetivo principal es determinar si el nivel de satisfacción de los clientes, así como la usabilidad de los canales alternativos del Banco de la Nación. Tuvo una muestra de 60 usuarios lo cual se le aplicó un cuestionario validado y confiable. Como conclusión encontró que el 58.3% de usuarios evaluaron los canales de atención en nivel medio, y que el 50% de usuarios indicaron que su satisfacción se encontraba en nivel bajo medio. Así también que los usuarios requieren de orientación en el uso de cajeros automáticos.

Aredo (2016), en su investigación denominada “Influencia de los canales alternativos en la satisfacción de los clientes del centro contacto del Banco de Crédito del Perú – Sede Trujillo”, el objetivo de la indagación fue establecer si existe influencia de los canales alternativos y la satisfacción de los clientes del centro contacto; se empleó la metodología analítica y deductiva, asimismo se aplicaron instrumentos como entrevista y cuestionario para recolectar información Como conclusión los usuarios se encuentran satisfechos con los canales de atención del banco, requieren de mayor información adicional para que puedan efectuar sus operaciones y las condiciones de uso. La indagación realizada resulta significativa por el diseño empleado, conjuntamente, accederá a brindar el mejor procedimiento con respecto a la satisfacción del cliente.

Llanto (2018), en su investigación: “Mejoras en la atención de la banca telefónica”, tuvo como objetivo aumentar la productividad del servicio de banca telefónica y a la vez disminuir la cantidad de rellamadas de clientes, para esto implementó un audio informativo con las consultas más comunes. Entre sus

conclusiones, el autor encontró que la banca por teléfono puede brindar un mejor servicio, siempre y cuando se considere la implementación de envío de mensajes personalizados, locuciones informativas, lo que generaría la disminución de las largas colas virtuales, brindando así una mejor experiencia al cliente.

En la investigación: “La calidad de servicio de los agentes Multired y la satisfacción de los clientes del Banco de la Nación de la Región Tacna, 2015”, elaborada por Iparraguirre (2016), se tuvo como objetivo el determinar la satisfacción y la calidad de servicio percibida por los clientes de la entidad bancaria, asimismo, se empleó instrumentos como la encuesta para la recolección de datos, la metodología aplicada fue correlacional – descriptiva y el diseño de investigación fue no experimental. Se llegó como conclusión que la satisfacción y la calidad percibida por los clientes del Banco, que utilizan los agentes Multired se encuentran relacionadas de forma significativa y que ambas variables se comportan en un nivel medio.

Con respecto a los antecedentes locales, según Chero (2017), en su tesis denominada “Efectos del uso de los canales alternativos de atención en el nivel de satisfacción de los clientes del Banco de Crédito del Perú de la agencia Talara, 2017”, tuvo como principal objetivo el establecer si los canales alternativos generan un efecto en el nivel de satisfacción de los usuarios bancarios. Esta investigación tuvo un diseño no experimental – transversal, con alcance correlacional – causal, debido a que se evidencia la relación entre las dos variables. Se aplicaron tres instrumentos para recolectar datos como la encuesta, focus group y entrevista. Se llegó a la conclusión que los canales alternativos tienen un efecto significativo, donde se señaló que los usuarios al usar los canales nuevos de atención destacarían sus expectativas y experiencias, si existen errores ocurrirá lo inverso, ello forjaría que no se logre obtener los propósitos de la entidad.

Gonzales (2016), en su investigación: “Satisfacción del cliente y su influencia en los canales alternativos de la CMAC Piura S. A - 2016” cuyo objetivo fue analizar la correlación entre la satisfacción de los usuarios de CMAC Piura y los canales alternativos de la caja Piura. Se concluyó que hay una influencia de los canales

alternativos CMAC Piura en la satisfacción del cliente externo, que existió una correlación lineal satisfacción del cliente y canales alternativos, evidenciando una relación altamente significativa, así como también nos reflejó información sobre el nivel de satisfacción del usuario a través de la disminución de los tiempos de espera en colas, brindándoles una mejor atención información oportuna al instante de hacer sus reclamos.

En función a las teorías relacionadas al tema, ABC de la Banca (2016) define que los canales alternativos son los diferentes medios en la que los clientes podrán efectuar sus operaciones de modo rápido y sencillo, por lo que él cliente preferirá el canal alternativo que más le sea favorable según sus operaciones y necesidades.

Para Aredo (2016), los canales de atención, son medios utilizados por los usuarios financieros para que puedan realizar sus operaciones frecuentes de forma autónoma, simple y práctica, sin que exista la aportación de algún asesor o se tenga que encontrarse en el mismo banco. Estos canales pueden ser cajeros automáticos, banca por internet o banca móvil y comúnmente son desarrollados por las entidades financieras considerando como principal fuente de información al propio usuario frecuente.

Según Gestión (2015). Los beneficios de los canales alternativos son: a) Mayor seguridad, Las entidades financieras sitúan a disposición canales de atención para que los medianos y pequeños empresarios que están expuestos siempre al riesgo no tengan la necesidad de tener efectivo en físico, y puedan usar la banca móvil o la banca por internet; b) Ahorrar tiempo y dinero al utilizar canales de atención, exonerando costos relacionados al transporte y comisiones por uso de la ventanilla e inclusive ahorrar tiempo, dado que las operaciones en banca por teléfono, móvil o internet pueden ejecutarse sin necesidad de moverse de oficina o casa; c) Nuevas oportunidades de negocio al utilizar estos canales donde se conseguirán negociar y efectuar operaciones con clientes o proveedores que se hallen lejos de la residencia o negocio.

De acuerdo a lo establecido por el BCP (2014), se tomarán como dimensiones de los canales alternativos siguientes: Agentes BCP, proveedores comerciales establecidos por el banco que es operado por un proveedor o persona que tiene este servicio a través del dispositivo POS”, en donde se realizan pago de servicios, consulta de saldos, disposición de efectivo de Tarjeta de Crédito o débito, depósitos, transferencias entre cuentas o terceros, entre otros.

Los cajeros automáticos, es uno de los canales nuevos y masivos utilizados por los clientes que siguen conquistando terreno en forma pausada pero segura, jugando un rol significativo en este avance. El BCP tiene más de 2271 cajeros en todo el Perú, se encuentran disponibles las 24 hrs del día, realiza transacciones de retiro y deposito (Ahorro, cte. y maestra), disposición de efectivo de TC, adelanto de sueldo, consulta de saldo, cambio de clave y transferencia entre cuentas propias o terceros.

Banca por internet, es una página web que se accede a través de una laptop, Tablet, smartphone o PC; el cliente debe crear su Clave de seis números a través de la URL [www.viabcp.com](http://www.viabcp.com), esta banca permite hacer consultas de Saldos y Movimientos, transferencia de dinero a cuentas (propias, de terceros, a otras entidades financieras), pagos de créditos (propias, terceros, de otras entidades bancarias o financieras), bloqueo de tarjetas, pago de servicios, solicitud de productos, revisión de estados de cuenta, adelanto de sueldo, entre otras. Para realizar operaciones como medida de seguridad se necesita la confinación de la clave TOKEN para ser procesadas (Física o Digital).

Banca móvil, aplicación que se descarga en celular desde AppStore o PlayStores, donde se pueden realizar diferentes transacciones como consultar saldos como movimientos, transferencias entre mismas cuentas, terceros o de otros bancos; recargas de celulares, donaciones, ver ofertas, disposición de efectivo, pago de servicios, estados de cuenta, adelanto de sueldo, pago de TC de mismo BCP, de terceros o de otros bancos o financieras, entre otras. Se necesita la confirmación de la clave TOKEN (Digital, física, o Touch ID) y la clave de 6 dígitos. Yape, es un aplicativo que se descarga al celular desde AppStore o PlayStores, permite recibir y enviar dinero

de forma rápida y efectiva, se elige a un contacto que ya cuenta con la aplicación, se ingresan el monto a enviar o cobrar junto al mensaje que se desea enviar, también permite escanear códigos QR para transferir efectivo y consultar saldos.

Banca por teléfono, punto de contacto alternativo en que el cliente se puede contactar (01 3119898) para realizar sus solicitudes, consultas y reclamos, mediante la atención de jóvenes profesionales a cualquier hora del día. Para ser atendido por la Banca por Teléfono, se deberá indicar tu número de documento de identidad y/o tu número de Tarjeta BCP. Las plataformas digitales, son kioscos de atención que permiten al usuario ver sus saldos y movimientos, aperturar cuentas, activar token digital mediante el biométrico, enviar e imprimir estados de cuenta, para minimizar los turnos de espera de los clientes dentro de las agencias.

Mejías y Manrique (2011), consideran que la satisfacción es la percepción que tiene un cliente con relación a un servicio o producto adquirido y que proviene de una empresa, y que depende de que éste respondió o responde con sus expectativas y/o cubre sus necesidades, caso contrario se genera insatisfacción del cliente.

Así mismo Thompson (2006) indica que la satisfacción es una de las exigencias precisas para llegar a conquistar un espacio en la mente del consumidor. El punto importante es satisfacer al cliente conservándolo, destacando los límites del mercadeo para ser considerado como una de las entidades financieras exitosas.

Kotler y Armstrong (2003) indicaron que la satisfacción del cliente es un indicador que refleja los beneficios de la organización a futuro. Donde el estado de ánimo de los clientes como resultado es comparar el rendimiento de un servicio o producto ante las necesidades.

Mejías y Manrique (2011) que la valoración de la variable se tiene en cuenta las siguientes dimensiones respecto a la satisfacción del cliente: calidad funcional percibida, son las acciones que convencen al cliente en la atención del producto o servicio, conteniendo elementos notorios; la confiabilidad como la empatía y la capacidad de respuesta; Calidad técnica percibida, es todo aquello relacionado con la confiabilidad del producto, desempeño o servicio. La calidad técnica permite que se

genere resultados esperados. A la vez, demanda que las entidades manejen de forma adecuada los procesos. Lo fundamental es que se logre satisfacer los requerimientos técnicos del usuario y que se genere a través de la interacción, situaciones que permitan al cliente estar seguro de que sus expectativas serán superadas.

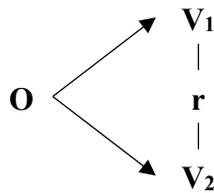
Valor del servicio, es entendido como el vínculo entre la calidad y el precio o la calidad y las tasas y tarifas que el usuario obtiene tras recibir un servicio o producto; Confianza, vinculado a la satisfacción y es consecuencia del nivel de cumplimiento de expectativas del cliente, esta percepción permite a las empresas retener a sus clientes en el futuro, incluso esperar que su reputación se fortalezca gracias a las recomendaciones hacia otros clientes potenciales; Expectativas, entendido como lo que espera el cliente, considerando la información recibida por parte de amigos, familiares o publicidad, y que ha generado la decisión positiva de adquirir el bien o servicio.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación.

Tomando los aportes de Hernández, Fernández y Baptista (2014), se desarrolló una investigación de alcance correlacional – descriptivo y de enfoque cuantitativo. El estudio estuvo basado en la descripción de la variable canales alternativos y satisfacción del cliente; así como su correlación. El diseño fue No experimental – transversal, porque no se manipularon las variables e estudio y se investigó en un determinado momento.

**Esquemática:**



Dónde:

O: Clientes del Banco de Crédito del Perú - Agencia de Talara

V<sub>1</sub>: Canales alternativos

V<sub>2</sub>: Satisfacción de clientes

r: Influencia

#### 3.2. Variables y operacionalización.

*Variable independiente: Canales Alternativos*

El ABC de la Banca (2016) define que los canales alternativos son los diferentes medios en la que los clientes podrán efectuar sus operaciones de modo rápido y sencillo, por lo que el cliente preferirá el canal alternativo que más le sea favorable según sus operaciones y necesidades.

### *Variable dependiente: Satisfacción*

Mejías y Manrique (2011), consideran que la satisfacción es la percepción que tiene un cliente con relación a un servicio o producto adquirido y que proviene de una empresa, y que depende de que éste respondió o responde con sus expectativas y/o cubre sus necesidades, caso contrario se genera insatisfacción del cliente.

## **3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis.**

### **3.3.1. Población:**

Como población, se consideró a los 2393 clientes del BCP agencia Talara para la realización de esta tesis, ya que se considera que mediante ellos se puede obtener información relevante que ayude a cumplir los propósitos de esta investigación, específicamente en la guía de agencia. Se tomó los datos del resumen regional de leads BCP, donde se contabilizan visitas de clientes que realizan transacciones constantemente en el mes, considerando para el presente estudio el mes de agosto.

### **Criterios de selección**

#### **Inclusión**

Se seleccionó para la muestra a los usuarios que presentan el rango de edad de veinte y setentaicinco años, pues estos usuarios son los que realizan operaciones de manera continua en la agencia Talara.

#### **Exclusión**

No se considerarán a las personas discapacitadas, iletradas, y otras que dificulten realizar sus operaciones de forma independiente.

### 3.3.2. Muestra:

Se realizó una muestra estadística que representara la totalidad de los sujetos con un nivel de confianza del 0,95 y un error de estimación del 0,06, con una probabilidad de éxito de 0,6. La fórmula utilizada fue:

$$\frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{E^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Dónde:

**N** = 2393

**Z** = 1.96, que corresponde a un nivel de confianza del 0,95

**p** = Probabilidad de éxito p = 0,6

**q** = (1-p) = 0,4

**E** = Error de estimación de 6% o 0,06

$$n = \frac{2393 * 1.96^2 * 0.5(1 - 0.5)}{0.06^2 (2393 - 1) + 1.96^2 * 0.5(1 - 0.5)} = 240$$

### 3.3.3. Muestreo:

La muestra fue obtenida a través del muestreo aleatorio simple, el cual forma parte de los tipos de muestreo probabilístico, obteniendo un tamaño de muestra de 240 clientes, a quienes se les aplicaron los cuestionarios respectivos para obtener información que permitió alcanzar los objetivos de investigación.

## 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

### 3.4.1. Técnicas:

Encuesta: Estuvo constituida por las dimensiones e indicadores de las variables de la presente investigación cuyo objetivo primordial fue recopilar la

información necesaria para describir su comportamiento individual y su correlación. Esta técnica fue aplicada a la muestra determinada.

Entrevista: Técnica de tipo cualitativa, relacionada a las dimensiones e indicadores de las variables a analizar, desde un enfoque social y económico. Fue aplicada a la gerencia de la agencia Talara. Esta entrevista fue de tipo estructurada, directa y permitió cumplir con los objetivos de la presente investigación.

### **3.4.2. Instrumentos:**

Para el desarrollo de esta investigación y para la recolección de datos, se consideró:

Cuestionario: Bernal (2010) señala que permite cumplir con los objetivos trazados en la investigación y que a partir de este se obtiene información de las variables de interés. En la investigación se recurrió a este instrumento para recopilar diferentes puntos de vista en cuanto a los canales alternativos y satisfacción.

Guía de Entrevista estructurada: Para Denzin y Lincoln (2012) es una interacción entre dos individuos donde a partir de preguntas se obtiene la información necesaria. Esta fue aplicada a la Gerencia de la Agencia del BCP Talara.

### **3.5. Procedimientos.**

Para la ejecución de esta investigación se continuaron una sucesión de pasos que a continuación se muestran:

- Realización del cuestionario y preguntas para la entrevista basada en la información de las teorías relacionadas al tema.

- Se solicitó permiso al gerente en la fecha conveniente para realizar las encuestas y la entrevista, así como entregarle una copia del mismo.
- Aplicación de la encuesta a los clientes, realizándola en 5 días continuos hasta llegar a la cantidad de clientes que arrojó el resultado de la muestra, ya que fue difícil para los clientes encontrar el momento adecuado para desarrollar el cuestionario.
- Agradecimiento al gerente por haber permitido realizar las encuestas a los clientes, y también darnos su opinión en la entrevista dada.
- Análisis de resultados.
- Informe de resultados.

### **3.6. Método de análisis de datos.**

Con la información recopilada se procedió a realizar estadística descriptiva e inferencial, para describir el comportamiento de nuestras variables en estudio, a partir de niveles y para contrastar las hipótesis de correlación planteadas en la presente investigación. Se utilizó el software SPSS versión 24 para poder obtener los resultados, así también se utilizó las hojas de cálculo para realizar operaciones para determinar los niveles de las variables en estudio.

### **3.7. Aspectos éticos.**

Con relación al desarrollo de la investigación, se consideró algunos aspectos éticos en relación a la indagación de las variables que serán de mucho valor durante el proceso del estudio, cumpliendo con las siguientes reglas; Respetar los derechos de autor citando con las Normas APA los aportes de distintos investigadores, conservando la confidencialidad de las fuentes primarias y secundarias, además de la información provista por la entidad bancaria.

#### IV. RESULTADOS

En base a los objetivos planteados en la investigación, se empleó un cuestionario para recoger información de los clientes del BCP agencia Talara, dicho instrumento fue estructurado con las escalas de Likert, con las siguientes alternativas: Totalmente en desacuerdo, desacuerdo, indeciso, de acuerdo y totalmente de acuerdo, dándole valores del 1 al 5, tiendo como resultado lo siguiente:

**OBJETIVO ESPECÍFICO N°1:** Evaluar si los agentes BCP influyen significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara.

**Tabla 1.** Análisis de correlación entre los Agentes BCP y la satisfacción de los clientes del BCP

		Agente BCP	Satisfacción del cliente	
Rho de Spearman	Agente BCP	Coeficiente de correlación	1,000	,267**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	240	240

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la agencia Talara

El estadístico correlacional de Rho de Spearman, muestra que existe una relación altamente significativa ( $p= 0,000$ ) y que esta relación es positiva media entre los agentes BCP y la satisfacción de los clientes ( $Rho=0,267$ ). Los agentes BCP como puntos estratégicos para banco y siendo unos de los canales frecuentes por los clientes para realizar sus operaciones en cualquier horario de atención, deben mostrarse confiables, la atención del personal debe ser proactiva, brindando acceso y ayuda a los usuarios para que pueda realizar sus transacciones, esto ayuda con la satisfacción de los clientes.

**Tabla 2.** *Determinación de la influencia de los agentes BCP en la satisfacción de los clientes*

Agente BCP	t	Sig.
	5,543	,000

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la agencia Talara

El estadístico t para determinar la influencia de una variable sobre otra, encontramos que toma un valor  $p=0,000$  lo que refleja que existe influencia significativa de los agentes BCP en la satisfacción de los clientes. Accediendo en tomar la decisión de ACEPTAR la hipótesis específica 1 que indicó que los agentes BCP tienen influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara.

**OBJETIVO ESPECÍFICO N°2:** Determinar si los cajeros automáticos influyen significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara.

**Tabla 3.** *Análisis de correlación entre los Cajeros Automáticos y la satisfacción de los clientes del BCP*

			Cajeros automáticos	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Cajeros automáticos	Coeficiente de correlación	1,000	,519**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	240	240

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la agencia Talara

En la Tabla 3, el estadístico correlacional de Rho de Spearman, muestra que existe una relación altamente significativa ( $p= 0,000$ ) y que esta relación es positiva considerable entre los cajeros automáticos y la satisfacción de los clientes ( $Rho=0,519$ ). Los cajeros automáticos son los canales más utilizados por los clientes ya que realizan sus transacciones básicas de retiro, depósito y transferencias estando operativos las 24 horas; los límites que ofrece el BCP son adecuados para los clientes

ya que con restricciones protegen a los usuarios ante eventualidades de asaltos fraudes o robos, esto demuestra que los clientes están satisfechos con este canal, aunque hay sugerencias que el límite en depósito aumente.

**Tabla 4.** *Determinación de la influencia de los Cajeros Automáticos en la satisfacción de los clientes*

Cajeros automáticos	t	Sig.
	11,707	,000

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la agencia Talara

En la Tabla 4, el estadístico t para determinar la influencia de una variable sobre otra, encontramos que toma un valor  $p=0,000$  lo que refleja que existe influencia significativa de los cajeros automáticos en la satisfacción de los clientes. Accediendo en tomar la decisión de ACEPTAR la hipótesis específica 2 que indicó que los cajeros automáticos tienen influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara.

**OBJETIVO ESPECÍFICO N°3:** Evaluar si la banca por internet influye significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara.

**Tabla 5.** *Análisis de correlación entre la banca por internet y la satisfacción de los clientes del BCP*

		Banca por internet	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Banca por internet	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	240
		240	,582**
		,000	240

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la agencia Talara

En la Tabla 5, el estadístico correlacional de Rho de Spearman, muestra que existe una relación altamente significativa ( $p= 0,000$ ) y que esta relación es positiva considerable entre la banca por internet y la satisfacción de los clientes ( $Rho=0,582$ ). La banca por internet con su nueva interfaz ha permitido que muchos clientes puedan interactuar de manera rápida y efectiva con la página web y más aún realizar sus transacciones seguras con la utilización del token ya sea físico o digital, pero aún hay muchos clientes que temen o desconocen el uso de este canal o que transacción puede realizar, es por ello que debería brindar más información precisa y entendible para que el cliente sólo pueda ingresar o realizar operaciones por este medio.

**Tabla 6.** *Determinación de la influencia de la Banca por Internet en la satisfacción de los clientes*

<b>Banca por Internet</b>	t	Sig.
	12,950	,000

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la agencia Talara

En la Tabla 6, el estadístico t para determinar la influencia de una variable sobre otra, encontramos que toma un valor  $p=0,000$  lo que refleja que existe influencia significativa de la banca por internet en la satisfacción de los clientes. Accediendo en tomar la decisión de ACEPTAR la hipótesis específica 3 que indicó que la banca por internet tiene influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara.

**OBJETIVO ESPECÍFICO N°4:** Comprobar si la banca móvil influye significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara.

**Tabla 7.** *Análisis de correlación entre la banca móvil y la satisfacción de los clientes del BCP*

			Banca Móvil	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Banca Móvil	Coeficiente de correlación	1,000	,725**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	240	240

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la agencia Talara

En la Tabla 7, el estadístico correlacional de Rho de Spearman, muestra que existe una relación altamente significativa ( $p= 0,000$ ) y que esta relación es positiva considerable entre la banca móvil y la satisfacción de los clientes ( $Rho=0,725$ ). La banca móvil es una aplicación muy útil para realizar operaciones básicas, pero también tiene restricciones con respecto a horarios de atención como lo es las transferencias interbancarias que se atienden de 8:30 am a 4:00 pm, y los pagos de servicios que son de 8:30 am hasta 8:00 pm, lo cual dificulta en ciertas ocasiones a los clientes pasando la hora de atención, pero se le brinda protección al cliente en caso de fraude. Aun los clientes solicitan ayuda para descargar la aplicación y generar la clave de 6 dígitos para ingresar a dicho canal, ya que les facilita a realizar sus operaciones sin cargos de comisión.

**Tabla 8.** *Determinación de la influencia la Banca Móvil en la satisfacción de los clientes*

Banca Móvil	t	Sig.
	17,521	,000

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la agencia Talara

En la Tabla 8, el estadístico t para determinar la influencia de una variable sobre otra, encontramos que toma un valor  $p=0,000$  lo que refleja que existe influencia significativa de la banca móvil en la satisfacción de los clientes. Accediendo en tomar la decisión de ACEPTAR la hipótesis específica 4 que indicó que la banca móvil tiene influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara.

**OBJETIVO ESPECÍFICO N° 5:** Determinar si Yape influye significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara.

**Tabla 1.** *Análisis de correlación entre Yape y la satisfacción de los clientes del BCP*

		Yape	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Yape	1,000	,645**
			,000
	N	240	240

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la agencia Talara

En la Tabla 9, el estadístico correlacional de Rho de Spearman, muestra que existe una relación altamente significativa ( $p= 0,000$ ) y que esta relación es positiva considerable entre Yape y la satisfacción de los clientes ( $Rho=0,645$ ). Yape es una aplicación reciente que permite transferir efectivo siempre y cuando los contactos estén registrados con la aplicación o escanear códigos QR, pero aun los clientes desconocen cómo usar yape o como poder activarlo en el celular de cualquier

operador. Los montos de envío son de s/ 500 como máximo por día lo cual hay clientes que utilizan esta aplicación y desean que aumenten el importe de transferencias.

**Tabla 10.** *Determinación de la influencia de Yape en la satisfacción de los clientes*

Yape	t	Sig.
	13,535	,000

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la agencia Talara

En la Tabla 10, el estadístico t para determinar la influencia de una variable sobre otra, encontramos que toma un valor  $p=0,000$  lo que refleja que existe influencia significativa de Yape en la satisfacción de los clientes. Accediendo en tomar la decisión de ACEPTAR la hipótesis específica 5 que indicó que Yape tiene influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara.

**OBJETIVO ESPECÍFICO N° 6:** Determinar si Banca por teléfono influye significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara.

**Tabla 2.** *Análisis de correlación entre la banca por teléfono y la satisfacción de los clientes del BCP*

		Banca por teléfono	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	,379**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	240	240

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la agencia Talara

En la Tabla 11, el estadístico correlacional de Rho de Spearman, muestra que existe una relación altamente significativa ( $p= 0,000$ ) y que esta relación es positiva

media entre la banca por teléfono y la satisfacción de los clientes ( $Rho=0,379$ ). Los clientes muestran una satisfacción positiva cuando realizan sus reclamos por la banca por teléfono, son atendidos cordialmente por los colaboradores, resolviendo sus dudas e inconvenientes, como bloqueo y desbloqueo de tarjetas, reseteo de claves, consultas de productos, transferencias, activación de adelanto de sueldo y actualización de datos, atendiendo las 24 horas del día.

**Tabla 12.** *Determinación de la influencia de la Banca por Teléfono en la satisfacción de los clientes*

Banca por Teléfono	t	Sig.
	11,272	,000

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la agencia Talara

En la Tabla 12, el estadístico t para determinar la influencia de una variable sobre otra, encontramos que toma un valor  $p=0,000$  lo que refleja que existe influencia significativa de la banca por teléfono en la satisfacción de los clientes. Accediendo en tomar la decisión de ACEPTAR la hipótesis específica 6 que indicó que la banca por teléfono tiene influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara.

**OBJETIVO ESPECÍFICO N° 7:** Comprobar si las plataformas digitales influyen significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara.

**Tabla 3.** *Análisis de correlación entre las plataformas digitales y la satisfacción de los clientes del BCP*

			Plataformas digitales	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Plataformas digitales	Coeficiente de correlación	1,000	,524**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	240	240

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la agencia Talara

En la Tabla 13, el estadístico correlacional de Rho de Spearman, muestra que existe una relación altamente significativa ( $p= 0,000$ ) y que esta relación es positiva considerable entre las plataformas digitales y la satisfacción de los clientes ( $Rho=0,524$ ). Las plataformas digitales permiten minimizar el tiempo en las aperturas cuenta con tan solo colocar la huella digital, recoger o reponer tarjetas, activar token digital, consultas saldos y movimientos o emitir copias de estado de cuentas, lo cual esto ha ayudado a muchos clientes sin realizar tanto trámite, mejorando la perspectiva de los clientes. El papel del guía ayuda mucho al cliente a realizar las operaciones en caso no pudiera solo, y más aún filtrarlo para que no espere mucho por su atención en plataforma de servicios.

**Tabla 4.** Determinación de la influencia de las plataformas digitales en la satisfacción de los clientes

Plataformas digitales	t	Sig.
		11,461

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la agencia Talara

En la Tabla 14, el estadístico t para determinar la influencia de una variable sobre otra, encontramos que toma un valor  $p=0,000$  lo que refleja que existe influencia significativa de las plataformas digitales en la satisfacción de los clientes. Accediendo en tomar la decisión de ACEPTAR la hipótesis específica 7 que indicó que las plataformas digitales tienen influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara.

**OBJETIVO GENERAL:** Analizar la influencia de los canales alternativos en la satisfacción de los clientes del BCP - Agencia Talara 2019.

**Tabla 15.** Análisis de correlación entre los canales alternativos y la satisfacción de los clientes del BCP

			Canales alternativos	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Canales alternativos	Coeficiente de correlación	1,000	,749**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	240	240

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la agencia Talara

En la Tabla 15, el estadístico correlacional de Rho de Spearman, muestra que existe una relación altamente significativa ( $p= 0,000$ ) y que esta relación es positiva considerable entre los canales alternativos y la satisfacción de los clientes

(Rho=0,749). Los clientes muestran una gran aceptación ante los canales alternativos ya que estos ayudan a reducir el tiempo de espera, las largas colas, realizar las operaciones presencialmente y reducir costos de comisión, siendo en algunos casos una respuesta indecisa en las personas que aún tienen inconvenientes en cuanto a la forma de uso y algunas otras informaciones en cuanto a la seguridad de cada operación, generando así la desconfianza pero con ayuda y guía puede conocer más sobre los canales de atención.

**Tabla 5.** *Determinación de la influencia de los Canales Alternativos en la satisfacción de los clientes*

Canales Alternativos	t	Sig.
	21,307	,000

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de la agencia Talara

En la Tabla 16, el estadístico t para determinar la influencia de una variable sobre otra, encontramos que toma un valor  $p=0,000$  lo que refleja que existe influencia significativa de los canales alternativos en la satisfacción de los clientes. Accediendo en tomar la decisión de ACEPTAR la hipótesis general que indicó que los canales alternativos tienen influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara.

## V. DISCUSIÓN

Esta investigación tiene el propósito de determinar si los canales alternativos influyen en la satisfacción de los clientes de la agencia Talara, de acuerdo a los resultados del instrumento como la guía de entrevista al gerente de agencia, sirvieron para sustentar el estudio de la indagación, lo cual se procede a discutir los aportes teóricos, hallazgos de otros estudios y apreciación crítica sobre el valor de cada una de las dimensiones, las cuales estuvieron determinadas respecto a cada objetivo específico y general. A continuación, se detallan:

Respecto al objetivo específico 1: Evaluar si los agentes BCP influyen significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara; Chacón (2018) indica que el uso de servicios externos bancarios genera un impacto en la satisfacción de los usuarios, pues implica recibir el servicio en un tiempo menor. En la presente investigación, se encontró que los agentes BCP, presentan una relación significativa y positiva media con la satisfacción de los usuarios de la agencia Talara, esto posiblemente por solo existir en Pariñas cuatro agentes que no atienden de acuerdo a las políticas del banco y que esto repercute en la disponibilidad del servicio y lo que se refleja en una relación por debajo de lo esperado, teniendo en cuenta el buen nivel de satisfacción que presentan los usuarios con los servicios bancarios.

Con los estudios realizados por Iparraguirre (2016), se llegó a coincidir, pues en su estudio realizado en Tacna, a los usuarios del Banco de la Nación, se encontró que la satisfacción se encuentra relacionada con el uso de agentes Multired, siendo esta relación de nivel medio. Este resultado nos conlleva a concluir que el uso de terceros, como en el caso de agentes bancarios, no encuentra una relación alta con la satisfacción de los usuarios, posiblemente por la falta de disposición de servicio y proactividad que éstos muestran y la falta de dominación por parte de la entidad financiera.

Considerando los resultados descritos, tanto de la presente investigación y el antecedente descrito, la hipótesis específica 1: Los agentes BCP tienen influencia

significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara, será ACEPTADA, puesto que el  $p=0,000$  señaló que existe relación significativa y que el  $Rho=0,267$ , mostró que los agentes BCP tienen una influencia positiva media sobre la satisfacción de los usuarios.

Respecto al objetivo específico 2: Determinar si los cajeros automáticos influyen significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara; Gastaud (2001) señaló que la tecnología de la información en el sector bancario genera eficiencia en los servicios ofrecidos y efectividad para las organizaciones, lo que trae consigo una mejor experiencia de los usuarios de la banca. En la presente investigación, se encontró que los cajeros automáticos, presentan una relación significativa y positiva considerable con la satisfacción de los usuarios de la agencia Talara, esto posiblemente por la disponibilidad de los cajeros durante las 24 horas del día, los límites de efectivo se muestran adecuados de acuerdo a la mayoría de usuarios y los cajeros son preferidos que otros canales alternativos.

Con los estudios realizados por Romero (2018), se llegó a discrepar, pues en su estudio realizado en Jaén, a los usuarios del Banco de la Nación, se encontró que la satisfacción con el uso de cajeros automáticos es de nivel bajo medio. El autor describe que este resultado se dio porque los usuarios requieren de orientación en el uso de cajeros automáticos para realizar sus operaciones bancarias.

Considerando los resultados descritos, tanto de la presente investigación y el antecedente descrito, la hipótesis específica 2: Los cajeros automáticos tienen influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara, será ACEPTADA, puesto que el  $p=0,000$  señaló que existe relación significativa y que el  $Rho=0,519$ , mostró que los cajeros automáticos tienen una influencia positiva considerable sobre la satisfacción de los usuarios.

Respecto al objetivo específico 3: Evaluar si la Banca por Internet influye significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP Agencia Talara; Pires y Alves (2018) señalaron que la tecnología de la información en el sector bancario

genera un impacto positivo, pero que la banca por internet es una herramienta innovadora que requiere adaptabilidad del usuario y tener la sensación de seguridad para realizar transacciones. En la presente investigación, se encontró que la banca por internet, presentan una relación significativa y positiva considerable con la satisfacción de los usuarios de la agencia Talara, esto posiblemente por considerar que la Banca Vía BCP es segura, fácil de interactuar, y ésta brinda toda la información necesaria sobre productos y servicios al usuario.

Con los estudios realizados por Domínguez (2018), se llegó a coincidir, pues en su estudio realizado en Guayaquil - Ecuador, los usuarios del Banco Internacional mostraron satisfacción con el servicio recibido, y el autor encontró que el uso de internet o e-banking fue uno de los factores que influyó en dicho resultado, debido a los beneficios que la banca por internet genera, por la rapidez en las operaciones y el hacerlo desde cualquier lugar.

Considerando los resultados descritos, tanto de la presente investigación y el antecedente descrito, la hipótesis específica 3: La banca por internet tiene influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara, será ACEPTADA, puesto que el  $p=0,000$  señaló que existe relación significativa y que el  $Rho=0,582$ , mostró que la Banca Vía BCP tienen una influencia positiva considerable sobre la satisfacción de los usuarios.

Respecto al objetivo específico 4: Comprobar si la banca móvil influye significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara; Murillo (2009) señaló que el optar por tecnología e innovación en el sector financiero incrementa la confiabilidad y la validez de sus procesos, así también produce una mayor agilidad y flexibilidad en las operaciones, especialmente el autocontrol de las operaciones. En la presente investigación, se encontró que la banca móvil, presentan una relación significativa y positiva considerable con la satisfacción de los usuarios de la agencia Talara, esto posiblemente porque la banca móvil es efectiva al realizar operaciones, aunque existen restricciones debido al horario, pero es algo que solo afecta a la minoría de usuarios.

Con los estudios realizados por Galdó (2015), se llegó a coincidir, pues en su estudio realizado en España, encontró que los clientes buscan tener nuevas experiencias y elevan así su satisfacción cuando logran cubrir sus necesidades, por eso las entidades financieras deben buscar desarrollar mecanismos enfocados a las necesidades de los clientes, para que éstos obtengan información de forma rápida y dinámica.

Considerando los resultados descritos, tanto de la presente investigación y el antecedente descrito, la hipótesis específica 4: La banca móvil tiene influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara, será ACEPTADA, puesto que el  $p=0,000$  señaló que existe relación significativa y que el  $Rho=0,725$ , mostró que la banca móvil tiene una influencia positiva considerable sobre la satisfacción de los usuarios.

Respecto al objetivo específico 5: Determinar si Yape influyen significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara; Murillo (2009) señaló que el optar por innovación y tecnología en los bancos permite el autocontrol de las operaciones, incrementa la confiabilidad y la validez de sus procesos, así como una mayor agilidad y flexibilidad en las transferencias bancarias. En la presente investigación, se encontró que el aplicativo Yape, presentan una relación significativa y positiva considerable con la satisfacción de los usuarios de la agencia Talara, esto posiblemente porque el aplicativo permite transferir montos pequeños pero considerados adecuados y por la practicidad de la forma de transferir dinero a otros contactos.

Con los estudios realizados por Carrasco (2015), se llegó a coincidir, pues en su estudio realizado en España, encontró que los usuarios conocen las aplicaciones mediante búsqueda o por recomendaciones de otras personas y las eligen con mayor preferencia si son gratuitas y que el desarrollo de estos aplicativos dan buen resultado cuando se involucra a los usuarios en la toma de decisiones. Estas aplicaciones, al ser desarrolladas involucrando al cliente, permite que éste se sienta familiarizado con la

interfaz y provoque en él la percepción de tener un medio seguro, adaptable, lo que le genera una experiencia satisfactoria al poder realizar sus operaciones sin dificultad.

Considerando los resultados descritos, tanto de la presente investigación y el antecedente descrito, la hipótesis específica 5: Yape tiene influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara, será ACEPTADA, puesto que el  $p=0,000$  señaló que existe relación significativa y que el  $Rho=0,645$ , mostró que la APP Yape tiene una influencia positiva considerable sobre la satisfacción de los usuarios.

Respecto al objetivo específico 6: Determinar si banca por teléfono influyen significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara; Pires y Alves (2018) señalaron que la tecnología de la información en el sector bancario genera un impacto positivo en la comodidad, seguridad y el optimismo de los usuarios de la banca. En la presente investigación, se encontró que la banca por teléfono, presentan una relación significativa y positiva media con la satisfacción de los usuarios de la agencia Talara, esto posiblemente porque la banca por teléfono facilita a los usuarios a realizar todo tipo de reclamos y consultas, pero su uso por diversos usuarios genera un tiempo de espera prolongado pero menor a si se optara por plataforma. Así también, el personal de atención por banca por teléfono presenta predisposición a escuchar al cliente y brindarle una solución a su consulta o reclamo.

Con los estudios realizados por Llanto (2018), se llegó a coincidir, pues en su estudio realizado en el banco Interbank de Perú, encontró que la banca por teléfono puede brindar un mejor servicio, siempre y cuando se considere la implementación de envío de mensajes personalizados, locuciones informativas, lo que generaría la disminución de las largas colas virtuales, brindando así una mejor experiencia al cliente.

Considerando los resultados descritos, tanto de la presente investigación y el antecedente descrito, la hipótesis específica 6: Banca por teléfono tiene influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara, será ACEPTADA, puesto que el  $p=0,000$  señaló que existe relación significativa y que el

Rho=0,379, mostró que la banca por teléfono tiene una influencia positiva media sobre la satisfacción de los usuarios.

Respecto al objetivo específico 7: Comprobar si las Plataformas Digitales influyen significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara; Gastaud (2001) señaló que la tecnología de la información en el sector bancario es utilizada como herramienta estratégica, la cual genera eficiencia en los servicios ofrecidos y efectividad, lo que trae consigo una mejor experiencia de los usuarios de la banca. En la presente investigación, se encontró que las plataformas digitales, presentan una relación significativa y positiva considerable con la satisfacción de los usuarios de la agencia Talara, esto posiblemente porque los servicios de las plataformas digitales son conocidas por los usuarios, y existe personal del banco que guía en su uso de manera correcta.

Con los estudios realizados por Gonzáles (2016), se llegó a coincidir, pues en su estudio realizado en la ciudad de Piura, encontró que los usuarios prefieren las plataformas digitales y otros medios por la reducción de los tiempos de espera y obtener información necesaria de sus operaciones de forma inmediata. Esto refleja que este tipo de tecnología facilita al usuario a realizar operaciones y consultas de manera rápida y práctica.

Considerando los resultados descritos, tanto de la presente investigación y el antecedente descrito, la hipótesis específica 7: Las plataformas digitales tienen influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara, será ACEPTADA, puesto que el  $p=0,000$  señaló que existe relación significativa y que el Rho=0,524, mostró que las plataformas digitales tienen una influencia positiva considerable sobre la satisfacción de los usuarios.

Respecto al objetivo general: Analizar la influencia de los canales alternativos en la satisfacción de los clientes del BCP - Agencia Talara 2019; el ABC de la Banca (2016) define que los canales alternativos son los diferentes medios en la que los clientes podrán efectuar sus operaciones de modo rápido y sencillo, por lo que él

cliente preferirá el canal alternativo que más le sea favorable según sus operaciones y necesidades. En la presente investigación, se encontró que los canales alternativos, presentan una relación significativa y positiva considerable con la satisfacción de los usuarios de la agencia Talara, esto posiblemente porque los canales alternativos permiten a los usuarios a realizar sus operaciones de forma sencilla y de forma rápida, cubriendo sus necesidades financieras.

Con los estudios realizados por Chero (2017), se llegó a coincidir, pues en su estudio realizado en la ciudad de Talara, encontró que los usuarios se encuentran satisfechos con los canales alternativos, donde sus expectativas y experiencias se encuentran en buen nivel, sin embargo, es importante realizar un seguimiento para lograr los propósitos de la entidad. Aredo (2016), por su parte, encontró tras su investigación que los usuarios se encuentran satisfechos con los canales de atención del Banco de Crédito del Perú, pues al requerir información para sus operaciones, estos canales los satisfacen ante su necesidad.

Considerando los resultados descritos, tanto de la presente investigación y el antecedente descrito, la hipótesis general: Los canales alternativos tienen influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara, será ACEPTADA, puesto que el  $p=0,000$  señaló que existe relación significativa y que el  $Rho=0,749$ , mostró que los canales alternativos tienen una influencia positiva considerable sobre la satisfacción de los usuarios.

## VI. CONCLUSIONES

1. Los agentes BCP influyen significativamente en la satisfacción de los clientes, de acuerdo al valor de  $t = 5.543$  y un  $p = .000$ . Los resultados obtenidos muestran que los clientes están de acuerdo en que son confiables y proactivos de rápido acceso y ayudan a realizar transacciones de forma cotidiana, dando solución a las largas colas que se presentan en las ventanillas de la agencia.
2. Los cajeros automáticos influyen de forma significativa con la satisfacción del cliente, de acuerdo al valor de  $t = 11.707$  y un  $p = .000$ . Los cajeros es el canal alternativo más usado, aportando soluciones al cliente en su horario de atención las 24 horas del día, con un adecuado límite de efectivo, que le permitirá prevenirse de algún fraude o robo.
3. La banca por internet influye significativamente con la satisfacción de los clientes, de acuerdo al valor de  $t = 12.950$  y un  $p = .000$ . Los usuarios se mostraron estar de acuerdo con que este canal es seguro, fácil de interactuar y brinda la información de los productos y servicios que se necesita, ayudando a los clientes a realizar sus operaciones sin necesidad de ir al banco.
4. La banca móvil influye de forma significativa en la satisfacción de los clientes; de acuerdo al valor de  $t = 17.521$  y un  $p = .000$ . La mayor parte de usuarios se mostraron de acuerdo con este canal, pues demuestra que es efectiva en realizar transacciones y existiendo algunas restricciones manejables de los servicios por el horario, limitando a ciertos equipos celulares que deben tener el sistema Android 4.1 y versiones posteriores.
5. Yape influye significativamente en la satisfacción de los clientes; de acuerdo al valor de  $t = 13.535$  y un  $p = .000$ . Un alto porcentaje de clientes mostraron que

están totalmente de acuerdo en que los montos de envío de efectivo son de manera rápida y gratuita, que permite que se amplíe para pequeños negocios.

6. La banca por teléfono influye de manera significativa en la satisfacción de los clientes, de acuerdo al valor de  $t = 11.272$  y un  $p = .000$ . Los clientes mostraron estar de acuerdo en que se puede realizar todo tipo de reclamo y consultas; lo colaboradores siempre están dispuestos ayudar a los clientes, dado que al finalizar la llamada son evaluados por los mismos clientes para una mejora continua.
7. Las plataformas digitales influyen de forma significativa en la satisfacción de los clientes, de acuerdo al valor de  $t = 11.461$  y un  $p = .000$ . Los clientes conocen los servicios que brinda los kioskos debido a que los Guías están siempre ayudando en el uso de las plataformas digitales, minimizando el tiempo de espera de cada cliente.
8. En general, se concluye que los canales alternativos muestran una influencia significativa en la satisfacción del cliente, de acuerdo al valor de  $t = 21.307$  y un  $p = .000$ ; gracias a que estos ayudan a minimizan los tiempos de espera, operaciones presenciales, afluencia de público y gastos a los clientes, brindándoles seguridad, accesibilidad, rapidez, exonerando comisiones en servicios u operaciones y ahorro de tiempo.

## VII. RECOMENDACIONES

1. En los agentes, se debe mejorar el inconveniente común al realizar algunas transacciones dado que el límite del balance de entrada y salida en estos, restringe las operaciones en casos de retiro, depósito, o giros nacionales.
2. En los cajeros automáticos, aumentar el número de ATMS, dado que en hora punta se congestiona la zona electrónica, provocando largas colas para realizar sus transacciones en dicho canal.
3. En la banca por internet, ampliar la disponibilidad del uso a equipos celulares gama baja usando SMS, previamente registrado el número del celular que se va a usar en la base de dato.
4. En la banca móvil, anexar más operaciones como giros nacionales ya que es una operación muy utilizada por los clientes en las agencias y agentes.
5. En Yape, ampliar el monto en las transferencias para que los usuarios puedan realizar sus operaciones de manera rápida y efectiva.
6. En la banca por teléfono, capacitar al personal para que puedan atender los reclamos y consultas de manera más efectiva, minimizando el tiempo de espera.
7. En las plataformas digitales, reducir los tiempos de espera para aperturar cuentas, solicitar reposición de tarjetas o activar token.
8. A los colaboradores, capacitarlos con mejoras en pautas de atención, brindándoles información general de todos los canales y como usarlos, incentivándolos para que puedan sentirse a gusto en su zona de trabajo y así brindar la mejor experiencia y satisfacción a los clientes.

## **VIII. PROPUESTA**

### **ESTRATEGIAS PARA PROMOVER EL USO DE LOS CANALES ALTERNATIVOS MEDIANTE LOS COLABORADORES DEL BCP - AGENCIA TALARA 2019.**

#### **8.1 Introducción**

En la actualidad, la aparición de nuevas empresas bancarias y la mejora de las ya existentes, han generado una competitividad muy reñida, obligando a estas a mejorar los productos y servicios ofrecidos por estos, la gran mayoría de estas entidades ha optado por implementar canales alternativos, los cuales favorecen en gran magnitud a los clientes, brindándoles diferentes beneficios.

La agencia BCP – Talara no es la excepción; cuenta con agentes BCP, cajeros automáticos, banca por internet, banca por teléfono, banca móvil, YAPE y plataforma digitales, los cuales a través de nuestra investigación hemos obtenido que los canales alternativos influyen significativamente en la satisfacción de los clientes, pero cabe resaltar que existe un índice de indecisión, en un mercado donde todas las entidades bancarias están atentas a los potenciales clientes, ofreciéndoles toda clase de incentivos, es de vital importancia centrarse en la fidelización y calidad de atención de los clientes.

Por tal motivo se ha desarrollado la presente propuesta con el motivo de aumentar el porcentaje del número de usuarios que usen más los canales alternativos a través del personal del BCP Talara. Hemos desarrollado estrategias que mejoraran este índice, asegurándose de que los colaboradores puedan brindar la mejor satisfacción a los usuarios sintiéndose informados, cómodos y seguros al realizar sus operaciones bancarias a través de los canales alternativos del banco.

## **8.2. Objetivos**

- ✓ Realizar el análisis FODA para identificar los puntos importantes para la mejora en la satisfacción de los clientes en la agencia BCP – Talara 2019.
- ✓ Elaborar estrategias que motiven, informen, capaciten y brinden la seguridad necesaria para el uso correcto de los canales alternativos a los colaboradores para mejorar la satisfacción de los clientes en la agencia BCP - Talara 2019.

## **8.3. Justificación**

La presente propuesta tiene como finalidad potenciar los conocimientos sobre los canales alternativos al personal del BCP Talara, motivando su uso, resaltando el proceso necesario para utilizarlos a través de las diferentes estrategias, debido a que existe una gran necesidad de fidelizar a los clientes que aún no utilizan estos canales alternativos, sin embargo existen una serie de deficiencias o limitaciones por las cuales también se justifica el estudio, que han sido identificados pertinentemente en los instrumentos aplicados, entre las que destaca principalmente la disponibilidad de tiempo, la inseguridad por el miedo a sufrir algún tipo de fraude, poco conocimiento en usa de la tecnología, deseándose lograr un aumento en ambas variables en relación al nivel de satisfacción de clientes y poder lograr las metas proyectadas por la agencia BCP – Talara.

## **8.4. Análisis FODA**

Los espacios de atención en que está constituida la agencia de Talara, es por canal de ventanilla a cargo de 2 supervisoras de operaciones, un promotor principal y 8 promotores de servicios; canal de plataforma de atención a cargo de 7 asesores de ventas y servicios; canal de banca empresa conformado por 3 funcionarios de negocios, y el área de atención , 2 guías de agencia y el gerente. Cada uno de estos efectúan un rol significativo, asumiendo sus tareas y compromisos que son fijadas por el área pertinente. Es puntual señalar que, por ser la agencia única, en los momentos

claves ha sido casi difícil compensar las necesidades del cliente, provocando una experiencia de atención de molestia por la afluencia de clientes, convirtiéndose de pronto para los servidores un tema de presión agotadora.

Con respecto a los equipos de trabajo y la tecnología al alcance de los colaboradores, no han sido la base eficaz para la atención de los clientes, esto es debido a que si la agencia cuenta con 4 cajeros automáticos en su mayoría han creado reclamos por motivo de las operaciones bancarias trucas. En cuanto a los trabajadores, es preciso señalar programas de capacitación, actualización, manejo y uso de los canales alternativos del BCP. Cada uno de estos factores perjudicaría Agencia directamente.

**Tabla 6. Matriz FODA**

<p><b>FODA</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gran cantidad de clientes</li> <li>2. Mejora Continua en la tecnología que ofrece el BCP.</li> <li>3. Ahorro de tiempo en las operaciones con el uso de los canales alternativos.</li> <li>4. Ubicación estratégica.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Horarios limitados en algunos agentes BCP.</li> <li>2. Cantidad Limitada de agentes BCP.</li> <li>3. Saturación en la banca por teléfono.</li> <li>4. Falta capacitación en el manejo del uso de la tecnología a los clientes (canales alternativos).</li> <li>5. Saturación de la zona electrónica</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Establecimiento de nuevas empresas en la ciudad.</li> <li>2. Mercado en Crecimiento.</li> <li>3. Aumento en el uso de la tecnología para realizar operaciones.</li> <li>4. El bajo costo en uso de los canales alternativos.</li> <li>5. Remodelación la Agencia BCP – Talara</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIA FO</b></p> <p>Capacitar al personal sobre el uso de los canales alternativos</p> <p>Informar, guiar, mostrar a los clientes y usuarios lo que la tecnología brinda la reducción de tiempo y costos al usar los canales alternativos por parte de los guías de agencia.</p>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIA DO</b></p> <p>Monitoreo y comunicación continua de los agentes BCP, banca por teléfono, cajeros automáticos, plataformas digitales u otro canal alternativo.</p>
<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cercanía de la múltiples entidades bancarias y financieras (competencia).</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIA FA</b></p> <p>Brindar la mejor experiencia al cliente, ayudándolos a realizar sus</p>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIA DA</b></p> <p>Controlar la afluencia de público y medidas de seguridad en horarios de atención.</p>

<p>2. Fraude por diferentes canales alternativos (Llamadas, sms, clonación y cambio de tarjetas, phishing).</p> <p>3. Inseguridad en los establecimientos (agentes BCP, agencia BCP - Talara).</p> <p>4. Personal desmotivado.</p>	<p>operaciones en casos de contingencia.</p>	
--	--	--

*Fuente: Elaborado por el autor.*

## **8.5. Estrategias:**

### **8.5.1. FO: Informar, guiar, mostrar a los clientes y usuarios lo que la tecnología brinda, la reducción de tiempo y costos al usar los canales alternativos por parte de los guías de agencia.**

#### **a) Descripción:**

A través de esta estrategia se busca informar de manera detallada el funcionamiento de los canales alternativos, los beneficios obtenidos al ser usados, la seguridad que esto brindan y la amplia cantidad de servicios que estos ofrecen, aprovechando la tecnología que está al alcance de sus manos, a través de los guías de agencia.

#### **b) Tácticas:**

- Se informará sobre los canales alternativos a través de volantes, dícticos, u otros proporcionados por el BCP.
- Derivar a los usuarios y clientes para que realicen las transacciones en los cajeros y agentes BCP, si es el caso de un reclamo lo ingresen por la banca por teléfono ahorrando su tiempo y costo.
- Inculcarle educación financiera, es decir la información de las cuentas, importes, operaciones, límites en cada transacción, incluyendo los productos y servicios que este ofrece.

### **8.5.2. DO: Monitoreo y comunicación continua de los agentes BCP, banca por teléfono, cajeros automáticos, plataformas digitales u otro canal alternativo.**

#### **a. Descripción:**

A través de la comunicación entre el gerente, supervisor y guías de agencia controlar y monitorear las actividades y operaciones que puedan

causas afluencia, saturación y/o malestar a los usuarios y clientes, derivándolos inmediatamente al canal alternativo necesario.

**b. Tácticas:**

- Se le pedirá al encargado del agente que nos brinde la información necesaria como teléfono y ubicación, para que en el caso de afluencia en la agencia derivar al usuario o cliente hacia el agente más cercano para que realice la operación previamente coordinada.
- En caso de saturación de la banca por teléfono derivar a plataforma o área especializada, para resolver el inconveniente lo más pronto posible.
- Control y seguimiento a los saldos de los cajeros para que no queden desabastecidos y no causen malestar o incomodidad en los clientes.

**8.5.3. FA: Brindar la mejor experiencia al cliente, ayudándolos a realizar sus operaciones en casos de contingencia.**

**a. Descripción:**

Se brindará ayuda a clientes en caso de que presente alguna incidencia, inconveniente al realizar sus operaciones, dándoles la pautas para cada caso específico y así brindarles una mejor experiencia.

**b. Tácticas:**

- Se le explica al cliente o usuario claramente que en el caso de incidencias del sistema el banco está autorizado derivar a un agente BCP cercano para realizar el emisiones y cobros de giros, pagos de servicios, cambios clave, pago de servicios, disposición de tarjetas de crédito y otros.
- Flexibilización en operaciones para los clientes en casos excepcionales como lo serian, el olvido de DNI, olvido de tarjeta u otro documento, la realización de extornos, informándolo y guiándolo en el llenado de

formulario, priorización de atención para los canales de ventanilla u plataformas digitales.

#### **8.5.4. DA: Controlar la afluencia de público y medidas de seguridad en horarios de atención.**

##### **a. Descripción:**

A través de esta estrategia se controlará el número de clientes evitando la aglomeración de público dentro de la agencia lo cual con una buena supervisión de la zona electrónica evitará cualquier tipo de inseguridad con los clientes.

##### **b. Tácticas:**

- Se observa la afluencia de clientes que se encuentran en la agencia calculando el número máximo de capacidad aforo, luego con ayuda del agente de seguridad se controlara la afluencia de público, este derivara el número de clientes restantes para llegar a la capacidad máxima permitida.
- Supervisión de la zona electrónica como los son cajeros, plataformas digitales, banca por teléfono, para evitar la manipulación por terceros evitando así el fraude.
- Los clientes evaluarán el servicio que se les brinda a través de todos sus canales alternativos por medio de una encuesta la cual emitirá un reporte que informara el número de clientes que estén contentos con el servicio de cada medio atendido.

#### **8.5.5. Responsable**

El responsable del cumplimiento, aplicación y monitoreo de las estrategias serán los guías de agencia quienes estarán a la disposición en

el momento indicado dado que ellos están entrados de la agencia realizando sus labores.

#### **8.5.6. Cronograma de actividades**

Todas las actividades con respecto a la aplicación de las estrategias se realizarán durante las horas de trabajo, y no generarán gasto alguno por que está dentro las actividades del día y del puesto.

#### **8.5.7 Mecanismo de Control**

- Clientes con la mejor experiencia en servicios.
- Menos aglomeración de publica en toda la agencia BCP – Talara.
- Zona electrónica prevenida ante fraudes.
- Aumento de operación en los agentes BCP.
- Reporte de encuestas con seguimiento semanal por el servicio brindado en cada canal.

## REFERENCIAS

- ABC de la Banca (2016) *Canales de atención*. Recuperado de: <https://www.abcdelabanca.com/que...el.../canales-de-atencion/canales-deatencion.html>
- Aredo, U. (2016) *Influencia de los canales alternativos en la satisfacción de los clientes del centro contacto del Banco de Crédito del Perú – Sede Trujillo, 2015*. Recuperado de: [http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4960/aredorodriguez\\_uber.pdf?sequence=1](http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4960/aredorodriguez_uber.pdf?sequence=1)
- Aragadvay, S. (2017), “Satisfacción del usuario externo del hospital básico moderno de Riobamba”. (Tesis de Postgrado). Universidad Técnica de Ambato. Ambato, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/26492/1/44%20GIS.pdf>
- BCP (2017) *Banco de Crédito del Perú*. Recuperado De <https://www.viabcp.com/>
- Bernal, A.(2010) *Libro Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. DE C.V. A Subsidiary of The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Borda (2013) *La investigación acción participativa y la producción del conocimiento* recuperado de <http://servicio.bc.uc.edu.ve/faces/revista/a2n6/2-6-11.pdf>
- Caminante et Alabama (2008) *Banca y tecnología: dos realidades hermanadas*. Recuperado de [http://www.gref.org/nuevo/articulos/art\\_120315.pdf](http://www.gref.org/nuevo/articulos/art_120315.pdf)
- Chero, J. (2017). Efectos del uso de los canales alternativos de atención en el nivel de satisfacción de los clientes del banco de crédito del Perú de la agencia Talara.
- Denzin N. y Lincoln Y. ( 2012). *La entrevista en investigación cualitativa*. Recuperado de: [http://www.ujaen.es/investiga/tics\\_tfg/pdf/cualitativa/recogida\\_datos/recogida\\_entrevista.pdf](http://www.ujaen.es/investiga/tics_tfg/pdf/cualitativa/recogida_datos/recogida_entrevista.pdf)

- Domínguez J. (2018). *Análisis de la calidad de los servicios en línea y la satisfacción de los clientes del Banco Internacional de la ciudad de Guayaquil*. Recuperado de: <https://docplayer.es/126421151-Tema-analisis-de-la-calidad-de-los-servicios-en-linea-y-la-satisfaccion-de-los-clientes-del-banco-internacional-de-la-ciudad-de-guayaquil.html>
- Galdo Souto, M. (2015), *Multicanalidad y digitalización bancaria: innovación y tendencias. Desarrollada en la Universidad Pontificia Comillas de Madrid – España*, Recuperado de: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/6338>
- Gestión.pe (2015) *Conozca las ventajas de usar los canales alternativos de los bancos si es un cliente pyme*. Recuperado de: <http://gestion.pe/tudinero/conozca-ventajas-usar-canales-alternativos-bancos-si-cliente-pyme2154201>
- Gonzales (2017) Tesis *Satisfacción del cliente y su influencia en los canales alternativos de la CMAC Piura S. A – 2016*.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación. México: Interamericana Editores S.A. DE C.V.
- Iparraguirre, D. (2016) Tesis *La calidad de servicio de los agentes multired y la satisfacción de los clientes del Banco de la Nación de la Región Tacna, año 2015*. Tesis de grado – Universidad Privada de Tacna. Recuperado de: <http://repositorio.upt.edu.pe/handle/UPT/82>
- Kuznik, Hurtado y Espinal (2010). *Recolección de Datos en la Investigación cuantitativa*. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/gambitguille/recoleccion-de-datos-en-investigacion-cuantitativa>
- Kotler, & Armstrong. (2003). Dimensiones de la Satisfacción de los clientes Bancarios universitarios. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/html/3604/360433575007/>.
- Leland y Pyle. (2007). Impacto de las nuevas tecnologías en el negocio Bancario Español. Obtenido de Impacto de las nuevas tecnologías en el negocio Bancario Español: Recuperado de: [file:///D:/fotos/datos%20Pc/Downloads/S1135252312600793\\_S300\\_es.pdf](file:///D:/fotos/datos%20Pc/Downloads/S1135252312600793_S300_es.pdf)

- Marketing financiero (2011) *La importancia de la comunicación banco - cliente*. Recuperado de: <https://mkfinancieromu.wordpress.com/2011/12/01/laimportacia-de-la-comunicacion-banco-cliente/>
- Melara, M. (2013) *La relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente*. Recuperado: <http://marlonmelara.com/la-relacion-entre-calidad-de-servicio-ysatisfaccion-del-cliente/>
- Mejías A. y Manrique A. (2011) *Dimensiones de la satisfacción de clientes bancarios universitarios*. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/html/3604/360433575007/>
- Neovantas.com (2015) Como es el nuevo cliente bancario. Recuperado de: <http://www.neovantas.com/como-es-el-nuevo-cliente-bancario/>
- Noreña, A. (2012) *Applicability of the Criteria of Rigor and Ethics in Qualitative Research*. Recuperado de: <http://aquichan.unisabana.edu.co/index.php/aquichan/article/view/1824/2936>
- Rivera (2015) El clima organizacional en la satisfacción del cliente en el Banco de la Nación - Agencia Sullana, 2015. Tesis de maestría - Universidad César Vallejo.
- Romero, K. (2018) Tesis “*El nivel de satisfacción de los clientes con los nuevos canales de atención en el Banco de la Nación, Jaén*”. Recuperado de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/21794/romero\\_pk.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/21794/romero_pk.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Sagastegui, J. (2015) *Desarrollo de nuevos servicios en entidades financieras de la ciudad de Piura, Perú*. Tesis de grado - Universidad de Piura. Recuperado de: [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2277/ING\\_553.pdf?sequence=1](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2277/ING_553.pdf?sequence=1)
- Thompson, I. (2006). Satisfacción del Cliente. Satisfacción del Cliente, Recuperado de: [http://moodle2.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_md/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion\\_d\\_el\\_Cliente.pdf](http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion_d_el_Cliente.pdf).

Vijay M. (2015) *Alternative Banking Channels and Customers Satisfaction: An Empirical Study of Public and Private Sector Banks*. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/235923310\\_Alternative\\_Banking\\_Channels\\_and\\_Customers'\\_Satisfaction\\_An\\_Empirical\\_Study\\_of\\_Public\\_and\\_Private\\_Sector\\_Banks](https://www.researchgate.net/publication/235923310_Alternative_Banking_Channels_and_Customers'_Satisfaction_An_Empirical_Study_of_Public_and_Private_Sector_Banks)

**ANEXOS:**

**Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables.**

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Definición Operacional	Indicador	Escala de Medición
<p style="text-align: center;">V1 CANALES ALTERNATIVOS</p>	<p>El ABC de la Banca (2016) define que los canales alternativos son los diferentes medios en la que los clientes podrán efectuar sus operaciones de modo rápido y sencillo, por lo que el cliente preferirá el canal alternativo que más le sea favorable según sus operaciones y necesidades.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agente BCP</li> </ul>	<p>Se evaluará la confianza hacia el proveedor y la frecuencia de uso del Agente BCP, para lo cual se aplicará un cuestionario y entrevista.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Confianza hacia el proveedor.</li> <li>• Frecuencia de uso del Agente BCP</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ordinal</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cajeros Automáticos</li> </ul>	<p>Se medirá la disponibilidad para su uso, la preferencia para retirar dinero y límites de efectivo mediante la aplicación de un cuestionario y entrevista.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponibilidad para su uso.</li> <li>• Preferencia para retirar dinero.</li> <li>• Límites de efectivo</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banca por internet</li> </ul>	<p>Se evaluará la percepción de la seguridad en las operaciones, los factores de motivación de su uso y la Amigabilidad de la interfaz con la aplicación de un cuestionario y entrevista.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Percepción de la Seguridad en las operaciones</li> <li>• Factores de motivación de su uso.</li> <li>• Amigabilidad de la interfaz</li> </ul>	

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banca Móvil</li> </ul>	<p>Se medirá la disponibilidad en el uso del aplicativo y restricciones para acceder a la aplicación. mediante la aplicación de un cuestionario y entrevista.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponibilidad en el uso del aplicativo.</li> <li>• Restricciones para acceder a la aplicación.</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yape</li> </ul>	<p>Se analizará las restricciones en las operaciones o montos y la rapidez de las transacciones mediante la aplicación de un cuestionario y entrevista.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Restricciones en operaciones o montos</li> <li>• Rapidez de las transacciones</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banca por Teléfono</li> </ul>	<p>Se evaluará si se realiza todo tipo de reclamo y consultas, si el personal es calificado y proactivo para la atención con la aplicación de un cuestionario y entrevista.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención de reclamos y consultas.</li> <li>• Personal calificado y proactivo para la atención</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plataformas Digitales</li> </ul>	<p>Se medirá la Información sobre el canal y la asistencia por parte de los Guía mediante la aplicación de un cuestionario y entrevista.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información sobre el canal</li> <li>• Asistencia por parte de los Guías</li> </ul>	

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Definición Operacional	Indicador	Escala de Medición
<b>V<sub>2</sub>: SATISFACCIÓN AL CLIENTE</b>	Mejías y Manrique (2011), consideran que la satisfacción es la percepción que tiene un cliente con relación a un servicio o producto adquirido y que proviene de una empresa, y que depende de que éste respondió o responde con sus expectativas y/o cubre sus necesidades, caso contrario se genera insatisfacción del cliente.	• Calidad Funcional Percibida	Se medirá la accesibilidad y el medio ambiente del banco mediante la aplicación de un cuestionario y una entrevista.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accesibilidad</li> <li>• Medio ambiente del banco.</li> </ul>	• Ordinal
		• Calidad Técnica percibida	Se evaluará si el servicio es oportuno, el valor del servicio y producto del banco son de calidad con la aplicación de un cuestionario y una entrevista.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio oportuno</li> <li>• Valor del servicio y productos</li> </ul>	
		• Valor Percibido	Se medirá las expectativas y la garantía que tienes los clientes mediante la aplicación de un cuestionario y una entrevista.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Expectativa</li> <li>• Garantía</li> </ul>	
		• Confianza	Se evaluará si el cliente se siente comodidad, calidez y un buen trato con la aplicación de un cuestionario y una entrevista	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comodidad</li> <li>• Calidez</li> <li>• Buen trato</li> </ul>	
		• Expectativas	Se medirá las expectativas del cliente si el personal está capacitado y si la información es clara mediante la aplicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal Capacitado</li> <li>• Información Clara</li> </ul>	

			de un cuestionario y una entrevista.		
--	--	--	--------------------------------------	--	--

## Anexo 2: Matriz de consistencia

TÍTULO	PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	MÉTODO
	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HPÓTESIS GENERAL	
Canales alternativos y su influencia en la satisfacción de los clientes Del Bcp – Agencia Talara 2019	¿Cómo influyen los canales alternativos en la satisfacción de los clientes del BCP – Agencia Talara 2019?	Analizar la influencia de los canales alternativos en la satisfacción de los clientes del BCP- Agencia Talara 2019	Los canales alternativos influyen significativamente en la satisfacción en los clientes del BCP Agencia Talara 2019	<p><b>Diseño de la Investigación:</b> - No experimental, Transversal - Correlacional</p> <p><b>Enfoque:</b> Mixta; Cuantitativa y Cualitativa</p> <p><b>Población:</b> Conformada por los 2393 clientes del BCP agencia Talara en el mes de agosto</p> <p><b>Muestra:</b> Se realizó un muestreo probabilístico Aleatorio Simple que comprende a 240 encuestados.</p> <p><b>Técnica:</b></p>
	<b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b>	
	P1: ¿Cómo los agentes influyen en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara?	O1: Evaluar si los agentes BCP influyen significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara	H1: Los agentes BCP tienen influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara	
	P2: ¿Cómo los cajeros automáticos influyen en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara?	O2: Determinar si los cajeros automáticos influyen significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara,	H2: Los cajeros automáticos tienen influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara	
	P3: ¿Cómo la banca por internet influye en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara?	O3: Evaluar si la Banca por Internet influye significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP Agencia Talara	H3: La banca por internet tiene influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara	

	P4: ¿Cómo la banca móvil influye en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara?	O4: Comprobar si la banca móvil influye significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara	H4: La banca móvil tiene influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara	Encuesta y Entrevista
	P5: ¿Cómo Yape influye en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara?	O5: Determinar si Yape influyen significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara	H5: Yape tiene influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara	<p><b>Instrumentos:</b></p> <p>Cuestionario a los Clientes del BCP Guía de Entrevista al Gerente del BCP</p> <p><b>Método de Análisis:</b></p> <p>Se realizo análisis correlacional mediante el SPSS V.25</p>
	P6: ¿Cómo la banca por teléfono influye en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara?	O6: Determinar si banca por teléfono influyen significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara	H6: Banca por teléfono tiene influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara	
	P7: ¿Cómo las plataformas digitales influyen en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara?	O7: Comprobar si las Plataformas Digitales influyen significativamente en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara.	H7: Las plataformas digitales tienen influencia significativa en la satisfacción de los clientes del BCP agencia Talara	

**Anexo 3: Formato de Cuestionario aplicado a los clientes del BCP Agencia Talara**



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**ENCUESTA APLICADA A CLIENTES**

**N.º**

Cordiales saludos: solicito su colaboración para la realización de la presente encuesta, por lo que se le agradece complete todo el cuestionario el cual tiene un carácter confidencial. Este cuestionario está destinado a recopilar información que será necesaria como sustento de la investigación "Canales Alternativos y su influencia en la satisfacción de los clientes BCP - Agencia Talara 2019". Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un aspa (x) la alternativa que Ud. crea conveniente según la escala que se presenta a continuación. Muchas gracias

**(5) TOTALMENTE DE ACUERDO - (4) DE ACUERDO - (3) INDECISO - (2) EN DESACUERDO - (1) TOTALMENTE EN DESACUERDO**

**CANALES ALTERNATIVOS**

**AGENTE BCP**

**ESCALA**

		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
		TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
<b>1</b>	El proveedor que atiende en los agentes BCP es confiable y proactivo.					
<b>2</b>	Los agentes BCP son canales de rápido acceso y le ayudan a realizar transacciones cotidianamente.					

**CAJEROS AUTOMÁTICOS**

**ESCALA**

		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
		TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
<b>3</b>	Los Cajeros automáticos están disponibles las 24 Hrs.					
<b>4</b>	Los límites de efectivo de los cajeros son adecuados.					
<b>5</b>	Los Cajeros automáticos son más utilizados que otros canales alternativos.					

**BANCA POR INTERNET**

**ESCALA**

		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
		TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
<b>6</b>	La banca por internet es segura.					

7	La página del BCP (www.viabcp.com) es fácil de interactuar.					
8	Banca por internet le brinda toda la información de los productos o servicios que necesita.					
<b>BANCA MÓVIL</b>		<b>ESCALA</b>				
		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
		TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
9	Banca móvil es efectiva para realizar sus transacciones.					
10	Existen restricciones de servicios en la aplicación por el horario.					
<b>YAPE</b>		<b>ESCALA</b>				
		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
		TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
11	Los montos de envío que maneja Yape son los más idóneos.					
12	Yape realiza transacciones de efectivo de manera rápida.					
<b>BANCA POR TELÉFONO</b>		<b>ESCALA</b>				
		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
		TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
13	Banca por teléfono realiza todo tipo de reclamos o consultas.					
14	Los colaboradores siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes por este medio.					
<b>PLATAFORMAS DIGITALES</b>		<b>ESCALA</b>				
		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
		TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
15	Conoce los servicios que brinda las plataformas digitales.					
16	El personal encargado lo guía en el uso de la plataforma digital .					
<b>SASTIFACCIÓN DE CLIENTES</b>						
<b>CALIDAD FUNCIONAL PERCIBIDA</b>		<b>ESCALA</b>				
		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
		TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
17	En esta agencia se le da el servicio que usted espera.					

18	El personal de la agencia conoce los intereses y necesidades de sus usuarios.					
19	Las instalaciones físicas son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio.					
<b>CALIDAD TÉCNICA PERCIBIDA</b>		<b>ESCALA</b>				
		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
		TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
20	Usted ha observado mejoras en el servicio ofrecido por el BCP.					
21	La calidad de los servicios y productos del BCP cubre sus necesidades.					
<b>VALOR PERCIBIDO</b>		<b>ESCALA</b>				
		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
		TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
22	Usted tiene confianza en esta entidad bancaria.					
23	No ha tenido problemas o inconvenientes con los servicios prestados por el BCP.					
24	Si otro banco le ofrece los mismos servicios, prefiere continuar en el BCP.					
<b>CONFIANZA</b>		<b>ESCALA</b>				
		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
		TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
25	Usted recomendaría al BCP a otras personas.					
26	Al acudir a esta agencia sabe que no tendrá problemas o inconvenientes con los servicios recibidos.					
27	El comportamiento de los colaboradores le inspira confianza y seguridad.					
<b>EXPECTATIVAS</b>		<b>ESCALA</b>				
		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
		TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	INDECISO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
28	Usted espera que el servicio que se ofrece en esta sucursal se adapte a sus necesidades como cliente.					
29	Usted espera que el personal de la agencia sea claro en las explicaciones o informaciones dadas.					
30	Usted espera que el personal de atención posea los conocimientos acerca de los servicios o productos.					

**DATOS GENERALES**

EDAD: \_\_\_\_\_

FECHA: \_\_\_\_\_

SEXO: \_\_\_\_\_

ESTADO CIVIL: \_\_\_\_\_

GRADO DE INSTRUCCIÓN: \_\_\_\_\_

**Anexo 4: Formato de Guía de Entrevista realizada al Gerente del BCP Agencia Talara**

 <b>UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO</b> <b>ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN</b>	
<b>GUÍA DE ENTREVISTA APLICADA AL GERENTE DE OFICINA DEL BCP AGENCIA TALARA</b>	
<b>Aplicado a: Brenda Peixoto Vise</b> <b>GERENTE DE AGENCIA.</b>	
<b>CANALES ALTERNATIVOS</b>	
<b>1</b>	¿Cuáles son los canales alternativos que ofrece el BCP?
<b>2</b>	De acuerdo a la experiencia en el cargo dentro del BCP. ¿Cuál ha sido la evolución de los canales de atención propuestos para los clientes?
<b>AGENTE BCP</b>	
<b>3</b>	¿Qué mejoras recomendaría que se aplican en los agentes BCP de la Ciudad de Talara? ¿Por qué?
<b>CAJEROS AUTOMÁTICOS</b>	
<b>4</b>	En su opinión. ¿Se debería aumentar los límites en cajeros automáticos? ¿Por qué?
<b>BANCA POR INTERNET</b>	
<b>5</b>	¿Considera que banca por internet con su nueva interfaz ayudaría a los clientes a buscar sus opciones más rápido? Explique
<b>BANCA MÓVIL</b>	
<b>6</b>	¿Cree que banca móvil es una aplicación completa para el uso del cliente? ¿Por qué?
<b>YAPE</b>	
<b>7</b>	¿Cree que la aplicación de Yape debería tener otras operaciones? Argumente
<b>BANCA POR TELÉFONO</b>	
<b>8</b>	¿Considera que el canal de banca por teléfono es efectivo al momento que el cliente lo contacta? Explique

<b>PLATAFORMAS DIGITALES</b>	
<b>9</b>	¿Considera que las plataformas digitales deberían minimizar más el tiempo en sus transacciones? ¿Por qué?

<b>SASTIFACCIÓN DE CLIENTES</b>	
<b>10</b>	¿Considera usted que los clientes se encuentran satisfechos con los canales alternativos del BCP? Explique
<b>CALIDAD FUNCIONAL PERCIBIDA</b>	
<b>11</b>	¿Cree que el BCP debe dar mayor información de cómo usar los canales de atención? ¿Por qué?
<b>CALIDAD TÉCNICA PERCIBIDA</b>	
<b>12</b>	¿Qué medidas está tomando el BCP para aumentar el nivel de satisfacción de los clientes? Explique
<b>VALOR PERCIBIDO</b>	
<b>13</b>	¿En qué canal debería invertir más el BCP para satisfacer a los clientes y por qué ?
<b>CONFIANZA</b>	
<b>14</b>	¿Considera que los canales alternativos ofrecen seguridad en sus operaciones ?. Explique
<b>EXPECTATIVAS</b>	
<b>15</b>	¿Cómo cree Usted que debería ser la atención al cliente para que en los canales alternativos sean de gran aceptación y facilidad? Explique

## Anexo 5: Resultados Complementarios

Tabla 18. *Clientes según percepción del agente BCP.*

AGENTE BCP Items	Totalmente desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%
El proveedor que atiende en los agentes BCP es confiable y proactivo.	0	0%	0	0%	33	14%	130	54%	77	32%
Los agentes BCP son canales de rápido acceso y le ayudan a realizar transacciones cotidianamente.	0	0%	24	10%	18	8%	90	38%	108	45%

**Fuente:** Información recopilada en la agencia Talara.

### Interpretación:

El 32% de los clientes se mostraron en total de acuerdo con la confianza y proactividad de los agentes BCP, un 54% de clientes se mostraron de acuerdo y un 14% indecisos. Así también, en cuanto a la accesibilidad, se encontró que el 45% de clientes se mostraron totalmente de acuerdo, un 38% de acuerdo, un 8% se mostraron indecisos y un 10% señalaron estar en total desacuerdo.

Tabla 19. *Clientes según percepción de los cajeros automáticos.*

CAJEROS AUTOMÁTICOS Items	Totalmente desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%
Los Cajeros automáticos están disponibles las 24 Hrs.	0	0%	0	0%	0	0%	112	47%	128	53%
Los límites de efectivo de los cajeros son adecuados.	0	0%	0	0%	0	0%	74	31%	166	69%
Los Cajeros automáticos son más utilizados que otros canales alternativos.	0	0%	0	0%	0	0%	78	33%	162	68%

**Fuente:** Información recopilada en la agencia Talara.

**Interpretación:**

El 53% de los clientes se mostraron totalmente de acuerdo afirmando que los cajeros automáticos están disponibles las 24 horas y un 47% de acuerdo. Asimismo, en cuanto a si los límites de efectivo de los cajeros son adecuados, el 69% de los clientes manifestaron estar totalmente de acuerdo y un 31% de acuerdo. Finalmente, un 68% de los clientes estuvo totalmente de acuerdo

indicando que los cajeros automáticos son más utilizados que otros canales alternativos y un 33% indico estar de acuerdo con ello.

Tabla 20. *Clientes según percepción de la banca por internet.*

BANCA POR INTERNET Items	Totalmente desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%
La banca por internet es segura.	0	0%	0	0%	0	0%	85	35%	155	65%
La página del BCP (www.viabcp.com) es fácil de interactuar.	0	0%	0	0%	9	4%	77	32%	154	64%
Banca por internet le brinda toda la información de los productos o servicios que necesita.	0	0%	0	0%	16	7%	87	36%	137	57%

**Fuente:** Información recopilada en la agencia Talara.

**Interpretación:**

El 65% de los clientes dijo estar totalmente de acuerdo con la seguridad de la banca por internet y un 35% de acuerdo. Así también, en lo que se refiere a la facilidad para interactuar en la página del BCP, el 64% de clientes dijo estar totalmente de acuerdo, un 32% de acuerdo y el 4% se mostraron indecisos. El 57% de los clientes indicaron estar totalmente de acuerdo al

mencionar que la banca por internet les brinda toda la información de los productos o servicios que necesita, un 36% de acuerdo y el 7% se mostraron indecisos.

Tabla 21. *Clientes según percepción de la banca móvil.*

BANCA MÓVIL Items	Totalmente desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%
Banca móvil es efectiva para realizar sus transacciones.	0	0%	0	0%	37	15%	64	27%	139	58%
Existen restricciones de servicios en la aplicación por el horario.	0	0%	0	0%	26	11%	83	35%	131	55%

**Fuente:** Información recopilada en la agencia Talara.

**Interpretación:**

El 58% de los clientes indicaron estar totalmente de acuerdo con la efectividad de la banca móvil para realizar sus transacciones, un 27% dijo solo estar de acuerdo y el 15% se mostraron indecisos. Así también, el 55% de los clientes dijo estar totalmente de acuerdo al mencionarles que existen restricciones de servicios en la aplicación por el horario, un 35% dijo estar de acuerdo y el 11% se mostró indeciso.

Tabla 22. *Clientes según percepción de la app YAPE.*

YAPE Items	Totalmente desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%
Los montos de envío que maneja Yape son los más idóneos.	0	0%	0	0%	7	3%	102	43%	131	55%
Yape realiza transacciones de efectivo de manera rápida.	0	0%	0	0%	0	0%	84	35%	156	65%

**Fuente:** Información recopilada en la agencia Talara.

**Interpretación:**

El 55% de los clientes respondieron estar totalmente de acuerdo con que los montos de envíos que maneja Yape son los más idóneos, un 43% de acuerdo y el 3% indeciso. Asimismo, el 65% de los clientes está totalmente de acuerdo con la rapidez que Yape realiza sus transacciones en efectivo y el 35% dijo estar de acuerdo.

Tabla 23. *Clientes según percepción de la banca por teléfono.*

BANCA POR TELÉFONO	Totalmente desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%
Banca por teléfono realiza todo tipo de reclamos o consultas.	0	0%	0	0%	0	0%	58	24%	182	76%
Los colaboradores siempre están dispuestos en ayudar a sus clientes por este medio.	0	0%	0	0%	0	0%	77	32%	163	68%

Fuente: Información recopilada en la agencia Talara.

**Interpretación:**

EL 76% de los clientes se mostró totalmente de acuerdo indicando que la banca por teléfono realiza todo tipo de reclamos o consultas y el 24% de acuerdo. El 68% de los clientes manifestó estar totalmente de acuerdo con la disposición por parte de los colaboradores en ayudarlos por medio de la banca por teléfono y el 32% dijo estar de acuerdo.

Tabla 24. *Cientes según percepción de las plataformas digitales.*

PLATAFORMA S DIGITALES Items	Totalmente desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%
Conoce los servicios que brinda las plataformas digitales.	0	0%	0	0%	0	0%	105	44%	135	56%
El personal encargado lo guía en el uso de la plataforma digital.	0	0%	0	0%	0	0%	116	48%	124	52%

**Fuente:** Información recopilada en la agencia Talara.

**Interpretación:**

El 56% de los clientes se encontró totalmente de acuerdo en la afirmación de conocer los servicios que brinda las plataformas digitales y un 44% dijo estar de acuerdo. Así también, el 52% de los clientes en lo que refiere a si el personal encargado guía en el uso de la plataforma digital, dijeron estar totalmente de acuerdo y el 48% dijo estar de acuerdo.

Tabla 25. *Clientes según percepción de la calidad funcional percibida.*

CALIDAD FUNCIONAL PERCIBIDA Items	Totalmente desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%
En esta agencia se le da el servicio que usted espera.	0	0%	0	0%	10	4%	90	38%	140	58%
El personal de la agencia conoce los intereses y necesidades de sus usuarios.	0	0%	0	0%	0	0%	93	39%	147	61%
Las instalaciones físicas son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio.	0	0%	0	0%	0	0%	117	49%	123	51%

**Fuente:** Información recopilada en la agencia Talara.

**Interpretación:**

El 58% de los clientes respondió estar totalmente de acuerdo en que esta agencia le da el servicio que ellos esperan, el 38% dijo estar de acuerdo y el 4% indecisos. El 61% de los clientes manifestó estar totalmente de acuerdo en lo que se refiere a si el

personal de la agencia conoce los intereses y necesidades de los usuarios y un 39% dijo estar de acuerdo. Finalmente, el 51% de los clientes indicaron estar totalmente de acuerdo con que las instalaciones físicas son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un bien servicio.

Tabla 26. *Cientes según percepción de la calidad técnica.*

CALIDAD TÉCNICA PERCIBIDA Items	Totalmente desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%
Usted ha observado mejoras en el servicio ofrecido por el BCP.	0	0%	0	0%	28	12%	117	49%	95	40%
La calidad de los servicios y productos del BCP cubre sus necesidades.	0	0%	0	0%	7	3%	79	33%	154	64%

**Fuente:** Información recopilada en la agencia Talara.

**Interpretación:**

El 40% de los clientes indicó estar totalmente de acuerdo sobre si ha observado mejoras en el servicio ofrecido por el BCP, el 49% dijo estar de acuerdo y un 12% se mostraron indecisos. Asimismo, en lo que se refiere a la calidad de los servicios y productos del BCP cubren sus necesidades, el 64% dijo estar totalmente de acuerdo, el 33% de acuerdo y un 3% indecisos.

Tabla 27. *Clientes según percepción del valor.*

VALOR PERCIBIDO Items	Totalmente desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%
Usted tiene confianza en esta entidad bancaria.	0	0%	0	0%	9	4%	86	36%	145	60%
No ha tenido problemas o inconvenientes con los servicios prestados por el BCP.	0	0%	0	0%	9	4%	77	32%	154	64%
Si otro banco le ofrece los mismos servicios, prefiere continuar en el BCP.	0	0%	0	0%	9	4%	127	53%	104	43%

Fuente: Información recopilada en la agencia Talara.

**Interpretación:**

El 60% de los clientes manifestó estar totalmente de acuerdo en el nivel de confianza que tienen con esta entidad bancaria, el 36% estuvo de acuerdo y el 4% indeciso. Así también, sobre si han tenido problemas o inconvenientes con los servicios prestados por el BCP, el 64% de los clientes indico estar totalmente de acuerdo, el 32% de acuerdo y un 4% indecisos. Finalmente, en lo

que refiere si otro banco le ofrece los mismos servicios, prefiere continuar en el BCP, el 43% dijo estar totalmente de acuerdo, el 53% de acuerdo y un 4% indeciso.

Tabla 28. *Cientes según percepción de la confianza.*

CONFIANZA Items	Totalmente desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%
Usted recomendaría al BCP a otras personas.	0	0%	0	0%	0	0%	77	32%	163	68%
Al acudir a esta agencia sabe que no tendrá problemas o inconvenientes con los servicios recibidos.	0	0%	0	0%	0	0%	148	62%	92	38%
El comportamiento de los colaboradores le inspira confianza y seguridad.	0	0%	0	0%	26	11%	109	45%	105	44%

Fuente: Información recopilada en la agencia Talara.

### **Interpretación:**

El 68% de los clientes respondió estar totalmente de acuerdo si recomendaría al BCP a otras personas y un 32% dijo estar de acuerdo. En lo que refiere a si al acudir a esta agencia sabe que no tendrá problemas con los servicios recibidos, el 38% dijo estar

totalmente de acuerdo y un 62% de acuerdo. Sobre si el comportamiento de los colaboradores le inspira confianza y seguridad, el 44% estuvo totalmente de acuerdo, 45% de acuerdo y un 11% indecisos.

Tabla 29. *Cientes según percepción de las expectativas.*

EXPECTATIVAS Items	Totalmente desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%	ni	%
Usted espera que el servicio que se ofrece en esta sucursal se adapte a sus necesidades como cliente.	0	0%	0	0%	0	0%	97	40%	143	60%
Usted espera que el personal de la agencia sea claro en las explicaciones o informaciones dadas.	0	0%	0	0%	0	0%	95	40%	145	60%
Usted espera que el personal de atención posea los conocimientos acerca de los servicios o productos.	0	0%	0	0%	0	0%	80	33%	160	67%

Fuente: Información recopilada en la agencia Talara.

**Interpretación:**

El 60% de los clientes manifestaron estar totalmente de acuerdo sobre si esperan que el servicio que se ofrece en esta sucursal se adapte a sus necesidades como cliente y el 40% dijo estar de acuerdo. Así también, en lo que se refiere a si esperan que el personal de agencia sea claro en las explicaciones o informaciones dadas, el 60% estuvo totalmente de acuerdo y el 40% de acuerdo. Finalmente, sobre si esperan que el personal de atención posea los conocimientos acerca de los servicio o productos, el 67% dijo estar totalmente de acuerdo y el 33% de acuerdo.

## Anexo 6: Validaciones de instrumentos



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Freddy Castillo Palacios con DNI/Nº 02842237  
 en Doctor en Ciencias Administrativas con mención en Dirección Emp.  
 Nº ANR: A202520, de profesión lic. en Ciencias Administrativas  
 desempeñándome actualmente como Docente T.P.  
 en U.C.V. Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento:

Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario para los clientes del BCP- Agencia Talara	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

  
 Dr. Freddy W. Castillo Palacios  
 REG. UNIC DE COLEG. Nº 843

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 9 días del mes de octubre del Dos mil Diecinueve.

Dr.

.....

DNI

Especialidad :

E-mail



Freddy W. Castillo Palacios  
REG. UNIC DE COLEG. N° 843

02842227

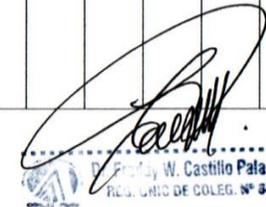
Administración / Investigación

fcastillo30@hotmail.com

**“CANALES ALTERNATIVOS Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DEL BCP- AGENCIA TALARA 2019”**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
<b>ASPECTOS DE VALIDACION</b>		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				97	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																				97	
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																				97	
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																				97	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																				97	

  
 D. Erwin W. Castillo Palacios  
 REG. UNIO DE COLEG. N° 347





### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Regina Jimenez ch. con DNI N° 02654918 Mg.  
en Ciencias Administrativas  
N° ANR: ....., de profesión Administración  
desempeñándome actualmente como Docente  
en Universidad Cesar Vallejo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento:

Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario para los clientes del BCP- Agencia Talara	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 9 días del mes de octubre del Dos mil Diecinueve.

  
Mg. Regina Jimenez Ch.  
DNI : 02654918  
Especialidad : Administración  
E-mail : regi\_jimenez@hotmail.com

**“CANALES ALTERNATIVOS Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DEL BCP- AGENCIA TALARA 2019”**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
<b>ASPECTOS DE VALIDACION</b>		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			95		
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																			95		
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																			95		
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																			95		
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																			95		





**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, José Martín Lazo Sánchez con DNI N° 07778943 Lic.  
 en Creencias Administrativas  
 N° ANR: 23792 de profesión Administrador  
 desempeñándome actualmente como Docente  
 en la Escuela de Administración UCV-Piura

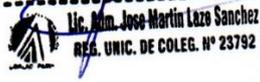
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el instrumento:

Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario para los clientes del BCP- Agencia Talara	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 9 días del mes de octubre del Dos mil Diecinueve.

Lic. : José Martín Lazo Sánchez  
DNI : 02778943  
Especialidad : Administración  
E-mail : milazo@hotmail.com

**“CANALES ALTERNATIVOS Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DEL BCP- AGENCIA TALARA 2019”**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
<b>ASPECTOS DE VALIDACION</b>		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																				100	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																				100	
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																				100	
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																				100	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																			95		



## Anexo N° 7. Confiabilidad

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	---	-----------------------

### I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTE	:	Saavedra Rosas Leidy
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	:	Canales alternativos y su influencia en la satisfacción de los clientes Del Bcp – Agencia Talara 2019
1.3. ESCUELA PROFESIONAL	:	Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)	:	Cuestionario sobre Canales alternativos
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	:	KR-20 kuder Richardson ( )
	:	Alfa de Cronbach. ( X )
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	:	24-10-2019
1.7. MUESTRA APLICADA	:	24

### II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	<b>0.819</b>
------------------------------------	--------------

### III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (*Ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.*)

<p>Ítems iniciales: 16</p> <p>Ítems finales: 16</p> <p>Para verificar la confiabilidad del instrumento se utilizó el índice de consistencia y coherencia interna, Alfa de Cronbach, cuyo valor de 0.819 cae en un rango de confiabilidad alta, lo que garantiza la aplicabilidad del instrumento.</p>
---

  
-----  
Estudiante: Leidy Saavedra Rosas  
DNI : 45130153

  
-----  
LEMIN ABANTO CERNA  
LIC. EN ESTADÍSTICA  
COESPE 506

## Anexo N° 8. Aplicación de la Entrevista al Gerente del BCP agencia Talara

 <b>UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO</b> <b>ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN</b>	
<b>GUÍA DE ENTREVISTA APLICADA AL GERENTE DE OFICINA DEL BCP AGENCIA TALARA</b>	
<b>Aplicado a : Brenda Peixoto Vise GERENTE DE AGENCIA.</b>	
<b>CANALES ALTERNATIVOS</b>	
<b>1</b>	<b>¿ Cuáles son los canales alternativos que ofrece el BCP?</b>
	Los canales de atención que tiene el son los cajeros automáticos, agentes BCP, Banca por teléfono; en lo que es digitalmente tenemos Banca móvil, Yape, Kioskos (plataformas digitales) y banca por internet.
<b>2</b>	<b>De acuerdo a la experiencia en el cargo dentro del BCP. ¿Cuál ha sido la evolución de los canales de atención propuestos para los clientes?</b>
	Anteriormente el banco con sus canales de atención tradicionales no se enfocaba en la migración de los clientes, ahora con la tecnología implementada ha permitido evolucionar rotundamente, creando los canales digitales como la Banca móvil, Yape, reestructura de la banca por internet, creación de plataformas digitales que ayudan a los clientes a realizar sus operaciones de manera rápida y efectiva, sin ir al banco.
<b>AGENTE BCP</b>	
<b>3</b>	<b>¿Qué mejoras recomendaría que se aplican en los agentes BCP de la Ciudad de Talara?¿Por qué?</b>

	<p>Como punto de mejora seria trabajar de la mano en las pautas de atención con los agentes BCP, porque contando con los datos necesarios y mejorando la comunicación, permitiría derivar adecuadamente a los clientes, evitando así incomodidades o pérdida de tiempo. Ejemplo en caso que un cliente desea realizar un giro nacional y la agencia se encuentre llena, se llamaría al agente cercano y se consultaría si tiene el saldo correcto para realizar esa transacción y si tiene se derivaría al cliente al agente para que realice su operación, para no derivarlo al aire.</p>
<b>CAJEROS AUTOMÁTICOS</b>	
<b>4</b>	<p><b>En su opinión. ¿Se debería aumentar los límites en cajeros automáticos?¿Por qué?</b></p>
	<p>Considero que los límites en retiro que estipula el BCP son adecuados, porque si se aumentaría estaríamos contribuyendo a la inseguridad del cliente, en cambio en los límites en depósito si deberían aumentar ya que el cliente desea traer más efectivo, pero ya es responsabilidad del cliente al momento de depositar, mas no del banco.</p>
<b>BANCA POR INTERNET</b>	
<b>5</b>	<p><b>¿Considera que banca por internet con su nueva interfaz ayudaría a los clientes a buscar sus opciones más rápido? Explique</b></p>
	<p>Definitivamente sí, es como una consigna general, el banco busca siempre que el cliente este totalmente satisfecho, que le podamos ayudar a facilitar su vida de alguna manera y agilizar sus procesos. Con la nueva interfaz el cliente ya está interactuando de manera mucho más rápida en buscar sus operaciones, sin necesitar ayudar o guía.</p>
<b>BANCA MÓVIL</b>	
<b>6</b>	<p><b>¿Cree que banca móvil es una aplicación completa para el uso del cliente?¿Por qué?</b></p>
	<p>Si claro que sí, recontra completa para las transacciones que el cliente usa cotidianamente, pero si implementaría otras opciones como los giros nacionales que son operaciones comunes en el banco.</p>
<b>YAPE</b>	

7	<p><b>¿Cree que la aplicación de Yape debería tener otras operaciones ?.</b> <b>Argumente</b></p>
	<p>Sí considero que Yape como aplicación en realizar sus operaciones de manera rápida y efectiva sin usar números de cuentas solo contando con la app o el escaneo del código QR, se está generalizando para negocios, es por ello que ya se debería actualizar la interacción con otros bancos, para que los clientes puedan realizar sus transacciones de banco a banco y de manera práctica.</p>
<b>BANCA POR TELÉFONO</b>	
8	<p><b>¿Considera que el canal de banca por teléfono es efectivo al momento que el cliente lo contacta? Explique</b></p>
	<p>Considero que aún tenemos oportunidad de mejora, ya que en varios momentos del día la línea se congestiona originando incomodidad en el cliente, al momento de realizar su reclamo u obtener ayuda en alguna información o consulta.</p>
<b>PLATAFORMAS DIGITALES</b>	
9	<p><b>¿Considera que las plataformas digitales deberían minimizar más el tiempo en sus transacciones?¿Por qué?</b></p>
	<p>Si me encantaría que la lectura de huella digital sea más rápida para evitar demora y no fomentar colas, porque actualmente para aperturar cuentas o activar token demora 5 a 7 minutos por cliente, la demora es mas en la lectura de huellas.</p>
<b>SASTIFACCIÓN DE CLIENTES</b>	
10	<p><b>¿Considera usted que los clientes se encuentran satisfechos con los canales alternativos del BCP? Explique</b></p>
	<p>Si en líneas generales el cliente se encuentra satisfecho con nuestros canales , pero tenemos aun algunas mejoras, como en seguir educando adecuadamente a los clientes, ya que muchos clientes se complican al utilizar ciertos canales y su experiencia no sea la mejor.</p>
<b>CALIDAD FUNCIONAL PERCIBIDA</b>	
11	<p><b>¿Cree que el BCP debe dar mayor información de cómo usar los canales de atención? ¿Por qué?</b></p>
	<p>La información si existe y esta al acceso de todos, hay que incentivar al cliente a que lea la información, deberíamos implementar campañas para que el cliente pueda leer la información que necesita.</p>

**CALIDAD TÉCNICA PERCIBIDA**

**12** **¿Qué medidas está tomando el BCP para aumentar el nivel de satisfacción de los clientes? Explique**

Todas las medidas posibles, como punto uno; todos los colaboradores estamos conscientes que toda interacción que tengamos con el cliente, debe estar orientada a buscar la total satisfacción de este. Como punto dos; el banco se preocupa porque los colaboradores estén motivados, porque somos la base para brindar la mejor experiencia al cliente, ya que, si no estamos motivados, nunca vamos a dar la mejor experiencia en cualquier puesto del banco. Como punto tres; la inserción de la nueva cultura SAMAY, ya que con esta cultura el banco se volvió más flexible, ahora cambiamos mucho más rápido, antes era un tema más burocrático, el banco está enfocado en un tema más personal, todo para la mejor satisfacción y experiencia al cliente.

**VALOR PERCIBIDO**

**13** **¿En qué canal debería invertir más el BCP para satisfacer a los clientes y por qué ?**

En mi opinión se debería aumentar más cajeros automáticos a nivel local, ya que a partir de las 6 pm en la zona electrónica se generan largas colas de los trabajadores de la refinería. Tanto cajeros de retiros como para depósitos, ya que el único cajero multifuncional que tiene el BCP en talara, se llega a malograr después de la hora de atención, el cliente tiene que esperar hasta el otro para realizar sus operaciones , generando malestar y una mala percepción

**CONFIANZA**

**14** **¿Considera que los canales alternativos ofrecen seguridad en sus operaciones ?. Explique**

Si la seguridad que ofrece el BCP es muy efectiva en sus transacciones que realizamos, pero, sin embargo, el cliente sigue cayendo en los errores frecuentes de fraude. Como paginas falsas solicitando datos, ayuda de terceros al momento de realizar sus operaciones, entre otras.

**EXPECTATIVAS**

**15** **¿Cómo cree usted que debería ser la atención al cliente para que en los canales alternativos sean de gran aceptación y facilidad? Explique**

La atención es más amigable y fácil de interactuar, en caso de los canales digitales, son de fácil uso y seguros, como en el de los agentes, buen trato y horarios flexibles. El BCP se ha enfocado en ser el banco líder a nivel nacional en la satisfacción de los clientes, enfocándose en que por todos los medios posibles pueda generar una buena experiencia y satisfacción a nuestros clientes.

## **Anexo N° 9. Informe de la Aplicación de la Entrevista al Gerente del BCP agencia Talara**

La entrevista, fue aplicada a la gerente del BCP Agencia Talara, en la cual se pudo recolectar diferentes opiniones sobre los canales alternativos y que tan influyentes son en la satisfacción de los clientes en base a sus experiencias y expectativas.

El gerente de agencia indicó que el banco con sus canales de atención tradicionales no se enfocaba en la migración de los clientes, ahora con la tecnología implementada ha permitido evolucionar rotundamente, creando canales digitales como la Banca móvil, Yape, banca por internet, creación de plataformas digitales; que ayudan a los clientes a realizar sus operaciones de manera rápida y efectiva, sin ir al banco.

Consideró que el BCP para proteger a los clientes en eventualidades de algún fraude o robo, limitó sus montos en los cajeros automáticos para operaciones de retiro, pero que si se debería ampliar el monto para realizar depósitos. Así mismo indicó que el banco busca siempre que el cliente este totalmente satisfecho, que se le pueda ayudar a facilitar su vida de alguna manera y agilizar sus procesos. Con la nueva interfaz de la banca por internet el cliente ya está interactuando de manera más rápida para buscar sus operaciones, sin necesitar ayudar o guía en lo que pueda realizar.

El gerente reconoce que la aplicación de banca móvil es completa para las transacciones que el cliente usa cotidianamente, pero si se debe implementar otras opciones como los giros nacionales, que son operaciones comunes en el banco, esto les permitirá a los usuarios ahorrar tiempo y dinero. En el caso de Yape consideró que como aplicación es eficaz en realizar sus operaciones de manera rápida y efectiva sin usar números de cuentas solo contando con la app o el escaneo del código QR, se está generalizando para negocios, analizó como punto de mejora que se debe actualizar la interacción con otros bancos, para que los clientes puedan realizar sus transacciones de banco a banco y de manera práctica.

En opinión a la banca por teléfono consideró que aún tenemos oportunidad de mejora, ya que en varios momentos del día la línea se congestiona originando incomodidad en el cliente, al momento de realizar su reclamo u obtener ayuda en alguna información o consulta. En las plataformas digitales con respecto a minimizar los tiempos en las transacciones , indicó que la lectura de la huella digital sea más rápida y no fomentar colas, ya actualmente para aperturar cuentas o activar token es un aproximado de 5 a 7 minutos por cliente, la demora es más en la lectura de huellas.

Los clientes se encuentran satisfechos con los canales de BCP, pero aún hay mejoras que aplicar, como en seguir educando adecuadamente a los clientes, ya que muchos de ellos se complican al utilizar ciertos canales y su experiencia no es la mejor. Consideró con respecto a la información de cómo usar los canales alternativos opinó que, si existe y esta al acceso de todos, solo hay que incentivar al cliente a que lea la información, se debería implementar campañas para que los usuarios puedan leer la información que necesita.

Las medidas que ha tomado el BCP con respecto a la satisfacción, es que todos los colaboradores estamos conscientes que toda interacción que se tenga con el cliente, debe estar orientada a buscar la total satisfacción de este; el banco se preocupa porque los colaboradores estén motivados, ya que son la base para brindar la mejor experiencia al cliente, si no están motivados, nunca van a dar la mejor experiencia en cualquier puesto del banco; la inserción de la nueva cultura SAMAY ha hecho que el banco sea más flexible, antes era un tema burocrático, ahora está enfocado en un tema más personalizado, todo para la mejor satisfacción y experiencia al cliente.

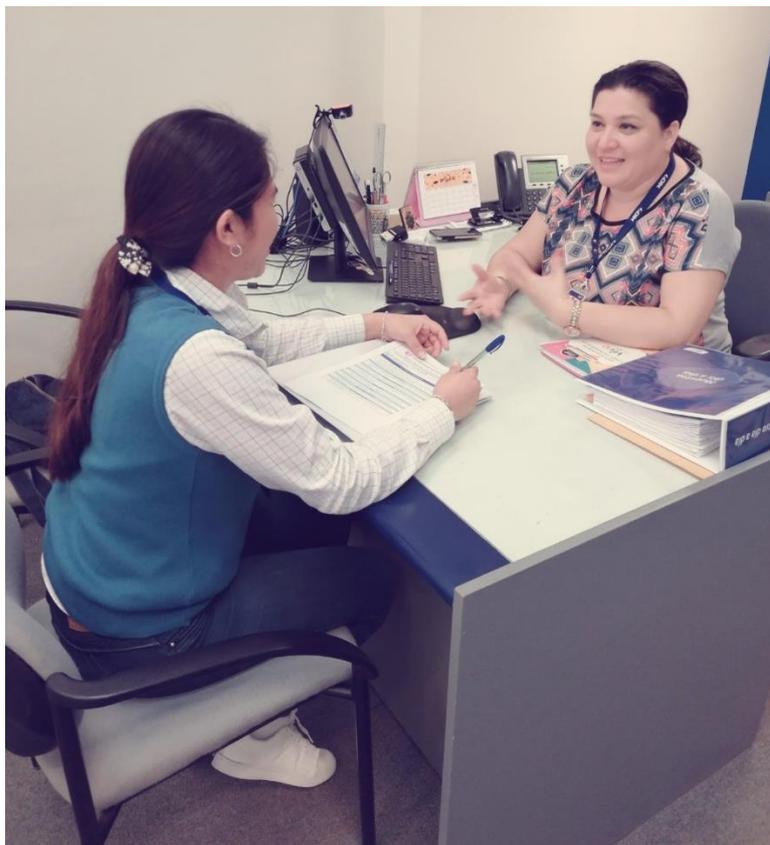
El gerente indicó que el BCP debería aumentar más cajeros automáticos a nivel local, ya que a partir de las 6 pm en la zona electrónica se generan largas colas de trabajadores. la agencia de Talara cuenta con 3 cajeros de retiros y un cajero multifuncional, cuando se llega a malograr después de la hora de atención, el cliente tiene que esperar hasta el otro para realizar sus operaciones , generando malestar y una mala percepción.

El gerente también consideró que la seguridad que ofrece los canales alternativos es muy efectiva en sus transacciones, sin embargo, el cliente sigue cayendo en los errores frecuentes de fraude, como paginas falsas solicitando datos,

ayuda de terceros al momento de realizar sus operaciones, entre otras. Con respecto a la gran aceptación y facilidad de los canales alternativos, su opinión fue que la atención es más amigable y de fácil interacción, en caso de los canales digitales, son de fácil uso y seguros, El BCP se ha orientado en ser el banco líder a nivel nacional en la satisfacción de los clientes, enfocándose en que por todos los medios posibles pueda generar una buena experiencia y satisfacción a los clientes.

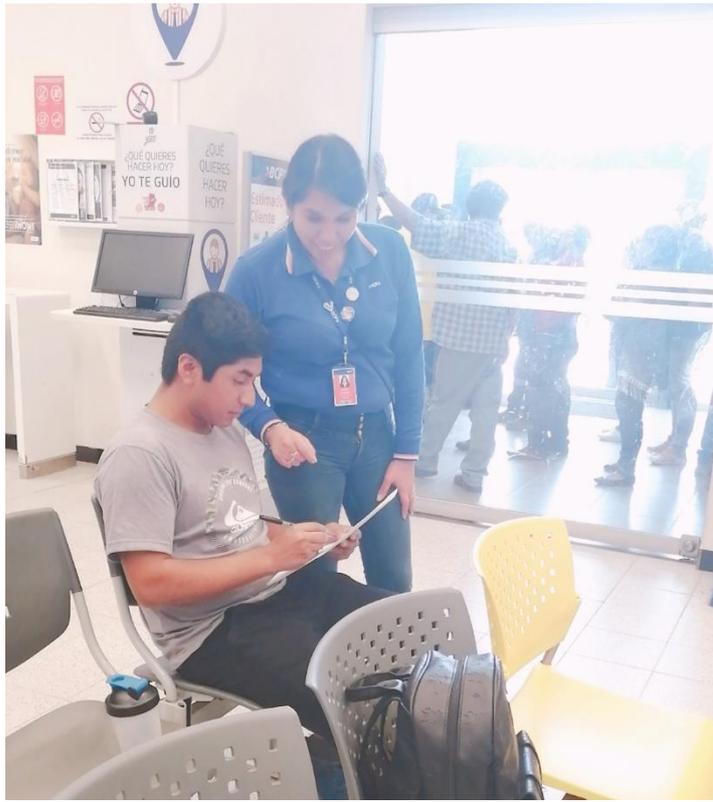
Asimismo, se permitió al gerente de la agencia plantear estrategias, analizar mejoras en puntos críticos , sugerir recomendaciones para alcanzar la experiencia WOW el servicio de los canales alternativos que ofrece BCP. La gerente indico que el Banco de Crédito tiene muchos canales de atención para que los clientes puedan realizar sus transacciones bancarias sin necesidad de ir al banco.

**Anexo N° 10. Evidencias fotográficas de la aplicación de la entrevista.**



## Anexo N° 11. Evidencias fotográficas de la aplicación de la encuesta





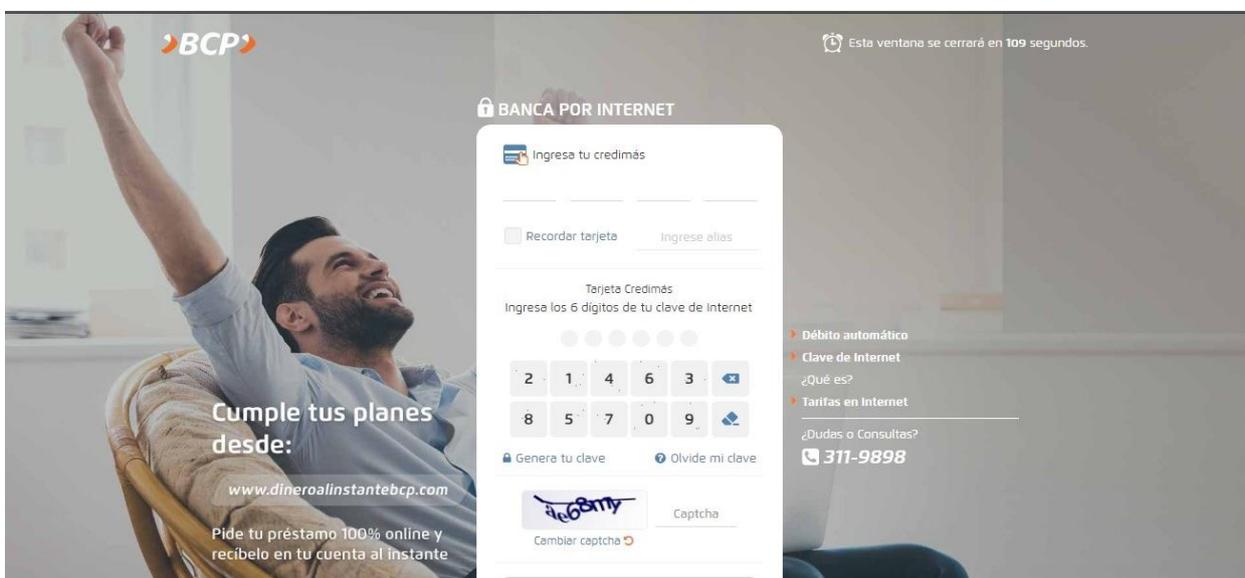
## Anexo N° 12: Canales Alternativos del BCP - Agencia de Talara



**Agente BCP**



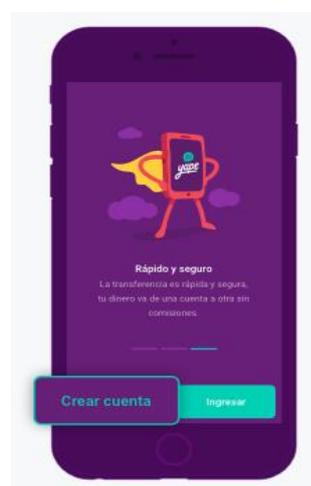
**Cajeros BCP**



**Banca por Internet**



**Banca móvil**



**Yape**



**Banca por teléfono y plataformas digitales**



**Token en físico**



**Token Digital**

Anexo N°13. Otros Canales del BCP



Arturito – Facebook



WhatsApp - Cuysejos