



**UNIVERSIDAD NACIONAL
“PEDRO RUIZ GALLO”**

ESCUELA DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN



**“LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL SISTEMA DE
PRESTAMO PERSONAL EN EL BANCO DE LA NACIÓN DE
LAMBAYEQUE - 2017”**

TESIS

**PRESENTADO PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
ADMINISTRACIÓN CON MENCIÓN EN GERENCIA EMPRESARIAL**

AUTOR:

SIALER VARGAS GABRIELA YVETTE

ASESOR:

Dr. EDUAR VÁSQUEZ SANCHEZ

LAMBAYEQUE – PERÚ

2018

**“LA CALIDAD DE ATENCION AL CLIENTE EN EL SISTEMA DE PRESTAMO PERSONAL EN
EL BANCO DE LA NACIÓN DE LAMBAYEQUE - 2017”**

SIALER VARGAS GABRIELA YVETTE
AUTOR.

Dr. EDUAR VÁSQUEZ SANCHEZ
ASESOR

Presentada a la Escuela de Postgrado de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo
para optar el Grado de: MAESTRO EN ADMINISTRACION CON MENCIÓN EN
GERENCIA EMPRESARIAL

APROBADO POR:

Dr. SAUL ALBERTO ESPINOZA ZAPATA
PRESIDENTE DEL JURADO

Dr. MAURO ADRIEL RIOS VILLACORTA
SECRETARIO DEL JURADO

M.Sc. VÍCTOR FELIPE ALZA TEZEN
VOCAL DEL JURADO

LAMBAYEQUE – PERÚ
2018

DEDICATORIA

A mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

A Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

AGRADECIMIENTO

A mi Asesor de tesis, Dr. Eduar Vasquez por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia, su visión crítica de muchos aspectos cotidianos de la vida, por su rectitud en su profesión como docente, por sus consejos, que ayudan a formarte como persona e investigador, y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

A mis padres quienes a lo largo de toda mi vida han apoyado y motivado mi formación académica, creyeron en mí en todo momento y no dudaron de mis habilidades.

INDICE

RESUMEN

ABSTRAC

INTRODUCCION

CAP. I ANÁLISIS DEL OBJETO DE ESTUDIO.....	10
1. Ubicación del objeto de estudio.....	10
2. Cómo surge el problema.....	10
3. Cómo se manifiesta y qué características tiene el problema. Se describe la realización empírica del objeto de estudio.....	11
4. Descripción detallada de la metodología empleada de manera tal que el lector interesado pueda repetir el experimento o el proceso y llegar a los mismos resultados.....	11
4.1. Población y Muestra.....	11
1.1. Población	
1.2. Muestra	
4.2 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	11
CAP. II MARCO TEÓRICO.....	12
1. Antecedentes del Problema.....	12
2. Base Teórica.....	13
2.1. La calidad de atención al cliente.....	13
a. Calidad.....	13
a.1 Niveles de la Calidad	14
b. Atención al cliente.....	15
c. Calidad en la atención al cliente.....	16
2.1.1 Características del servicio de calidad.....	16
2.1.2 Los 10 mandamientos de la atención al cliente.....	18

2.1.3 Base teórica de SERVQUAL.....	19
a) Definición.....	19
b) Modelo SERVQUAL y calidad de servicio.....	20
C) Dimensiones del modelo SERVQUAL.....	21
2.2. Banco de la Nación.....	21
a. Historia del Banco.....	22
b. Misión, Visión y Valores.....	24
c. Recursos Humanos.....	25
d. Ecoeficiencia.....	26
e. Buen Gobierno Corporativo.....	26
f. Ética en el Banco de la Nación.....	27
g. Denuncias por Infracción al Código de Ética.....	28
h. Información de Servicios.....	29
2.3. Sistema de préstamo personal.....	29
2.3.1 Tipos de préstamos.....	30
Préstamos al consumo	
Préstamos personales	
Préstamos de estudios	
Préstamos hipotecarios	
2.4 Préstamo multired del banco de la nación.....	31
2.4.1 Beneficios.....	31
2.4.2 Costo del servicio.....	32
2.4.3 Formularios.....	33
2.4.4 Reportes de Evaluación.....	33
2.4.5 Requisitos para Préstamo.....	33
a. Para nombrado.....	33

b. Para contratados.....	33
c. Para CAS.....	34
 CAP. III RESULTADOS.....	35
3.1 Análisis y discusión de los resultados de o los instrumento utilizados.....	35

RESUMEN

El propósito de la presente investigación es determinar cuál es el nivel de calidad de atención al cliente en el sistema de préstamo personal en el Banco de la Nación de Lambayeque en el año 2017. Para cumplir con dicho objetivo, se aplicó el Modelo SERVQUAL que consta de 22 preguntas. La población se ha determinado por el número de clientes de préstamos de la Agencia 2 Lambayeque, los cuales son 502, y una muestra de 175 clientes. De los resultados obtenidos se puede decir, que los clientes del Banco de la Nación se encuentran de acuerdo con la calidad de atención brindada. En cuanto a la situación laboral se puede observar que las personas nombradas se sienten más satisfechas con la calidad de atención que los contratados y esto debido a que tienen más beneficios por parte de la entidad. En cuanto a la edad las personas de 61 a 84 años se sienten más satisfechas con el servicio brindado.

Palabras clave: Calidad de atención, Préstamo, Actitud de servicio.

ABSTRAC

The purpose of the present investigation is to determine the level of quality of customer service in the personal loan system at the Banco de la Nación de Lambayeque in 2017. In order to meet this objective, the SERVQUAL Model was applied. of 22 questions. The population has been determined by the number of loan clients of Agency 2 Lambayeque, which is 502, and a sample of 175 clients. From the results obtained it can be said that the clients of Banco de la Nación are in agreement with the quality of care provided. As for the employment situation, it can be observed that the persons named feel more satisfied with the quality of care than those hired and this is because they have more benefits from the entity. Regarding age, people aged 61 to 84 years are more satisfied with the service provided.

Key words: Quality of attention, Loan, Attitude of service.

INTRODUCCION

El presente trabajo de grado muestra la calidad de atención sustentada en una evaluación previa del mismo. Esta evaluación se realiza con el fin de determinar cuál es el nivel de calidad de atención al cliente en el sistema de préstamo personal en el Banco de la Nación de Lambayeque en el año 2017. La evaluación ha permitido determinar los indicadores de calidad y a su vez los puntos que presentan debilidades, con el fin de subsanar las mismas.

La calidad de atención ha adquirido una gran importancia, dado que los clientes actualmente tienen expectativas más elevadas y la competencia es mayor, ya que las empresas tratan de igualar o exceder dichas expectativas. Se trata de un tema de gran interés, pues en la actualidad las empresas dan más relevancia a actividades como la administración de los recursos económicos, humanos y materiales; dejando inadvertido el servicio al cliente. De la misma manera, aunque existe preocupación por crecer, no se toma importancia de cómo crece la competencia con base en estrategias orientadas a la retención de clientes.

Debido a que los clientes son la razón de ser de las organizaciones, es importante brindarles un buen servicio, un reclamo es una forma de decir a la empresa que lo puede hacer mejor. Si se atiende, el cliente permanecerá y la empresa encontrará su diferencia competitiva, si no se le atiende y se generan motivos para que el cliente reclame, se pierde imagen y credibilidad, lo cual trasciende a potenciales clientes.

CAP. I ANÁLISIS DEL OBJETO DE ESTUDIO

1. Ubicación del objeto de estudio

El Sistema Bancario, es el conjunto de instituciones que permiten el desarrollo de todas aquellas transacciones entre personas, empresas y organizaciones que impliquen el uso de dinero. Dentro del sistema bancario podemos distinguir entre banca pública y banca privada. La banca privada comercial se ocupa sobre todo de facilitar créditos a individuos privados. La banca pública que es la que otorga préstamos a los trabajadores y pensionistas del Estado.

El presente trabajo se realizara en el Banco de la Nación Agencia 2 Lambayeque, en el área de préstamos.

El Banco de la Nación ofrece préstamos al sector público, ya sea trabajadores contratados, nombrados, CAS, jubilados, así como también a las personas que reciban una pensión por viudez.

La edad para obtener un préstamo va desde los 18 años hasta un día antes de cumplir 84 años, otro requisito es no estar reportado en la central de riesgos de la SBS, estar al día en sus pagos, no tener préstamos con más de 4 entidades incluyendo al Banco de la Nación y no estar sobre endeudado.

2. Cómo surge el problema.

Actualmente la Calidad de Atención ha sido utilizada, por el sector bancario, como una de las estrategias de diferenciación con mayor potencial de éxito. La aparente relación de la misma con los costes, la satisfacción de los clientes y la fidelidad o lealtad ha hecho que tanto la una como las otras se hayan convertido no sólo en un arma estratégica para la empresa, sino también como un interesante tópico a investigar.

3. Cómo se manifiesta y qué características tiene el problema. Se describe la realización empírica del objeto de estudio

En el Banco de la Nación, el procedimiento crediticio en la actualidad es un trámite que incurre en demora en atención, debido a que el cliente tiene que firmar varios documentos, los cuales son impresos en el momento, los cuales tienen que ser revisados, visados y archivados en orden, generando en el cliente una mala imagen en cuanto calidad de atención; el cual muchas veces opta por elegir otra entidad bancaria.

4. Descripción detallada de la metodología empleada de manera tal que el lector interesado pueda repetir el experimento o el proceso y llegar a los mismos resultados.

4.1. Población y Muestra

1.3. Población

La población se ha determinado por el número de clientes de préstamos de la Ag. 2 Lambayeque, los cuales son 502

1.4. Muestra

El tipo de muestreo será por conveniencia ya que se elegirán a aquellas personas que en el día de la aplicación de la encuesta cuenten con mayor disponibilidad para responderla.

Se ha considerado para el diseño de la muestra el 95% de confiabilidad.

Un error permisible del 5% considerando además que un 50% de la población se considera que ha sido bien atendida.

4.2 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Instrumentos para la medición de las variables-su validez y confiabilidad

Para la aplicación del cuestionario el Modelo SERVQUAL, se utilizó la técnica de la encuesta, haciéndolo en el momento de la atención.

CAP II MARCO TEÓRICO

1. Antecedentes del Problema

Tenemos la tesis de D. José Santiago Merino del año 1999, LA CALIDAD DE SERVICIO BANCARIO: Entre la Fidelidad y la Ruptura. Propone un sistema de predicción del comportamiento de fidelidad/infidelidad futuro de los clientes a través de la elaboración de un sencillo modelo de predicción basado en la información que de sus clientes dispongan las entidades.

Tenemos la tesis de Isabel Lascurain Gutierrez del año 2012, Diagnostico y propuesta de mejora de calidad en el servicio de una empresa de unidades de energía eléctrica ininterrumpida, propone a través de siete puntos clave mejorar la calidad de servicio, teniendo así enfoque de procesos, capacitación de personal, educar al cliente, diferenciación, paquete de bienes y servicios, actividades de mercadeo, diseño de cotizaciones, logística y manejo de quejas.

Kotler y Armstrong (1998) aportan que la calidad total es un enfoque en el cual todo el personal de la compañía está involucrado en el mejoramiento constante de la calidad de sus productos, servicios y procesos de negocios, de modo que la atención al cliente es vital en este proceso continuo.

De otro lado Cook y Rohit (2002) conceptualizan que la entrega de un servicio de alta calidad depende en gran medida de los empleados que están directamente relacionados con los clientes, de ahí la importancia de que aquellos acepten una cultura interna de calidad. Ambos autores coinciden en que la calidad en el servicio ésta íntimamente relacionada con la satisfacción del cliente y la percepción de éste sobre el servicio. He aquí en donde los clientes consideran cinco dimensiones para evaluar la calidad en el servicio y estas son: Confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y tangibles. Estos pueden definirse a modo sencillo del siguiente modo:

- Tangibilidad: aspectos que el cliente ve.

- Confianza: resultado de la habilidad para hacer realidad lo ofrecido.
- Responsabilidad: buena voluntad para ayudar al cliente y proporcionarle un buen servicio.
- Seguridad: conocimiento y cortesía a fin de transmitir confianza y confidencialidad al cliente.
- Empatía: carisma y atención individualizada que se da al cliente.

2. Base Teórica

2.1. LA CALIDAD DE ATENCION AL CLIENTE

Berry (1994, p. 75), expresa que:

La filosofía de calidad de servicio está fundamentada en un enfoque corporativo en el cliente, cultura y sistema de direcciones. El enfoque presenta todo un proceso que incluye desde la preparación y mejoramiento de la organización y del proceso hasta las estrategias, para que además del servicio base, se presten servicios post – venta a través de una comprensión total de las necesidades y expectativas del cliente.

Por lo tanto, calidad de servicio es la satisfacción del cliente, la cual se logra cuando se sobrepasan sus expectativas, deseos y/o percepciones.

En este caso, un servicio de calidad no es ajustarse a las especificaciones, - como a veces se le define- sino, más bien, ajustarse a las especificaciones del cliente. Hay una gran diferencia entre la primera y la segunda perspectiva, las organizaciones de servicio que se equivocan con los clientes, independientemente de lo bien que lo realicen, no están dando un servicio de calidad.

Por último, calidad de servicio es el gran diferenciador, ésta atrae y mantiene la atención al cliente, si es buena, gana clientes y si es pobre, los pierde.

a. Calidad:

“Representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas,

participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios“(Álvarez, 2006).

- Feigenbaum (1971-1994), considera que calidad es un sistema eficaz para integrar los esfuerzos de mejora de la gestión, de los distintos grupos de la organización para proporcionar productos y servicios a niveles que permitan la satisfacción del cliente, a un costo que sea económico para la empresa.
- Hansen (1996) citado por López (2005), señala que "la calidad es el grado o nivel de excelencia, es una medida de lo bueno de un producto o servicio.
- La norma (ISO 9000:2005), plantea que es el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos.

a.1 Niveles de la Calidad

Evans y Lindsay (2008) consideran, que, “una empresa comprometida con la calidad total debe aplicarla en tres niveles: el de la organización, el del proceso, y el del trabajador o del empleo”. (pp. 29-30). En el nivel de la organización, el interés por la calidad se centra en satisfacer los requisitos de clientes externos. Una empresa debe buscar los comentarios de los clientes en forma regular. Preguntas como las siguientes ayudan a definir la calidad al nivel de la organización: – ¿Qué productos y servicios cumplen con sus expectativas? – ¿Cuáles no? – ¿Qué productos o servicios requiere y no recibe? – ¿Recibe productos o servicios que no necesita? Los estándares de desempeño impulsados por el cliente se deben utilizar como base para el establecimiento de objetivos, solución de problemas, evaluación del desempeño, remuneración con base en incentivos, premios no financieros y asignación de recursos.

A nivel del proceso, las unidades organizacionales se clasifican como funciones o departamentos, como mercadotecnia, diseño, desarrollo de productos, operaciones, finanzas, compras, facturación, etc. Debido a que la mayor parte de los procesos son de funcionalidad recíproca, existe el peligro de que los gerentes de las unidades organizacionales particulares traten de optimizar las actividades que están bajo su control, lo cual puede ocasionar que las actividades para la organización como un todo no se aprovechen al máximo. Preguntar lo siguientes:

- ¿Qué productos o servicios son los más importantes para el cliente (externo)?
- ¿Qué procesos producen esos productos o servicios?
- ¿Cuáles son los insumos clave para el proceso?
- ¿Qué procesos tienen el efecto más significativo en los estándares de desempeño de la organización impulsados por el cliente?
- ¿Quiénes son mis clientes internos y cuáles son sus necesidades?

En el nivel operativo (que a veces se llama nivel del empleo o nivel de diseño de tarea), las normas para la producción se deben basar en la calidad y los requisitos de servicio al cliente que se originan en los niveles de organización y proceso. Estas normas incluyen requisitos para cosas como precisión, integridad, innovación, puntualidad y costo. Por cada producto del trabajo de un individuo, uno se debe preguntar lo siguiente:

- ¿Qué requiere el cliente, interno y externo?
- ¿Cómo se pueden medir los requisitos?
- ¿Cuál es la norma específica para cada indicador?

Al ver a una organización desde esta perspectiva, se aclaran los papeles y responsabilidades de los empleados en la búsqueda de la calidad. La alta dirección debe centrar su atención en el nivel de la organización; la gerencia media y supervisores a nivel del proceso; y los empleados deben entender la calidad en el nivel operativo. Lograr la participación de todos es la base de la calidad total. “Ya que el funcionamiento de una organización es como un sistema interconectado y por ello cada nivel de la organización debe trabajar de forma íntegra, coordinada y organizada para lograr un objetivo común, el cual es lograr la calidad”.

b. Atención al cliente:

“Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas,

y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes” (Blanco, 2001, citado en Pérez, 2007, p.6).

c. Calidad en la atención al cliente:

“Representa una herramienta estratégica que permite ofrecer un valor añadido a los clientes con respecto a la oferta que realicen los competidores y lograr la percepción de diferencias en la oferta global de la empresa” (Blanco, 2001, citado en Pérez, 2007, p.8).

2.1.1 Características del servicio de calidad

Según Aniorte (2013), algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, son las siguientes:

- Debe cumplir sus objetivos
- Debe servir para lo que se diseñó
- Debe ser adecuado para el uso
- Debe solucionar las necesidades
- Debe proporcionar resultados

Así mismo, existen otras características más específicas mencionadas por Paz (citado en Verdú, 2013), las cuales estarán a cargo del personal que labora en las entidades, ya que son habilidades necesarias, sobre todo para aquellos que están en contacto directo con los clientes, estas pueden ser:

- Formalidad: honestidad en la forma de actuar, la capacidad para comprometerse en los asuntos con seriedad e integridad
- Iniciativa: ser activo y dinámico, con tendencia a actuar en las diferentes situaciones y dar respuesta rápida a los problemas.
- Ambición: tener deseos inagotables por mejorar y crecer; es decir, tener afán de superación.
- Autodominio: tener capacidad de mantener el control de emociones y del resto de aspectos de la vida.
- Disposición de servicio: es una disposición natural, no forzada, a atender, ayudar, servir al cliente de forma entregada y con dignidad.
- Don de gentes: tener capacidad para establecer relaciones calidas y afectuosas con los demás, y además, disfrutarlo.

- Colaboración: ser una persona que gusta de trabar en equipo, le agrada trabajar con otros para la consecución de un objetivo en común.
- Enfoque positivo: es la capacidad para ver el lado bueno de las cosas con optimismo.
- Observación: es la habilidad para captar o fijarse en pequeños detalles no siempre evidentes a todo el mundo.
- Habilidad analítica: permite extraer lo importante de lo secundario, descomponer un discurso o problema en partes, para poder analizar cada una de las ideas principales y, en función de ese análisis, ofrecer una solución global.
- Imaginación: es la capacidad de generar nuevas ideas y, de ofrecer alternativas al abordar una situación.
- Recursos: tener el ingenio y la habilidad para salir airoso de situaciones comprometidas.
- Aspecto externo: es la importancia de una primera impresión en los segundos iniciales para crear una buena predisposición hacia la compra en el cliente. Lo anterior son términos que describen características positivas y deseables en el servicio y la atención ofrecida por un negocio (sin importar el giro que éste tenga) y, que puede ser entendido como se muestra a continuación:
- Impacto de la calidad en el servicio
- Niveles de exigencias

La importancia de cubrir con la mayoría de las características mencionadas anteriormente, radica en que la calidad del servicio se ha convertido en un factor fundamental en la decisión de compra por dos razones: La competencia es cada vez mayor y atrae al cliente mediante una diversidad de servicios que añaden valor al producto que se ofrece. Se ha pasado del consumidor que favorecía los productos que estaban disponibles y eran de bajo coste, a un público más selectivo y mejor informado que puede elegir entre multitud de ofertas y servicios diferentes. La actitud del cliente respecto a la calidad del servicio cambia a medida que va conociendo mejor el producto y mejor su nivel de vida. En un principio, suele contenerse con el producto base, sin servicios, y por lo tanto, más barato. Poco a poco, sus exigencias en cuanto a calidad aumentan hasta terminar deseando lo mejor. No comprender este hecho ha llevado al fracaso de algunas empresas, que se han dado cuenta muy tarde del error cometido.

2.1.2 Los 10 mandamientos de la atención al cliente

1. El cliente por encima de todo

Este es el símil del primero de los diez mandamientos de Dios “Amar a Dios sobre todas las cosas”, en este caso es el cliente a quien debemos tener presente antes que nada.

2. No hay nada imposible cuando se quiere

A pesar de que muchas veces los clientes solicitan cosas casi imposibles, con un poco de esfuerzo y ganas de atenderlo muy bien, se puede conseguir lo que él desea.

3. Cumple todo lo que prometas

Este sí que se incumple (más que el de “No desearás a la mujer del prójimo”, creo yo), son muchas las empresas que tratan, a partir de engaños, de efectuar ventas o retener clientes, pero ¿qué pasa cuando el cliente se da cuenta?

4. Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle más de lo que espera

Es lógico, yo como cliente me siento satisfecho cuando recibo más de lo que esperaba. ¿Cómo lograrlo? conociendo muy bien a nuestros clientes y enfocándonos en sus necesidades y deseos.

5. Para el cliente, tú marcas la diferencia

Las personas que tienen contacto directo con los clientes tienen una gran responsabilidad, pueden hacer que un cliente regrese o que jamás quiera volver, ellos hacen la diferencia. Puede que todo “detrás de bambalinas” funcione a las mil maravillas pero si una dependiente falla, probablemente la imagen que el cliente se lleve de todo el negocio será deficiente.

6. Fallar en un punto significa fallar en todo

Como se expresaba en el punto anterior, puede que todo funcione a la perfección, que tengamos controlado todo, pero qué pasa si fallamos en el

tiempo de entrega, si la mercancía llega averiada o si en el momento de empacar el par de zapatos nos equivocamos y le damos un número diferente, todo se va al piso. Las experiencias de los consumidores deben ser totalmente satisfactorias.

7. Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos

Los empleados propios son “el primer cliente” de una empresa, si no se les satisface a ellos, cómo pretender satisfacer a los clientes externos, por ello las políticas de recursos humanos deben ir de la mano de las estrategias de marketing.

8. El juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente

Aunque existan indicadores de gestión elaborados dentro de las empresas para medir la calidad del servicio, la única verdad es que son los clientes quienes, en su mente y su sentir, quienes lo califican, si es bueno vuelven y no regresan si no lo es.

9. Por muy bueno que sea un servicio, siempre se puede mejorar

Aunque se hayan alcanzado las metas propuestas de servicio y satisfacción del consumidor, es necesario plantear nuevos objetivos, “la competencia no da tregua”

10. Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo

Los equipos de trabajo no sólo deben funcionar para detectar fallas o para plantear soluciones y estrategias, cuando así se requiera, todas las personas de la organización deben estar dispuestas a trabajar en pro de la satisfacción del cliente, trátase de una queja, de una petición o de cualquier otro asunto.

2.1.3 BASE TEORICA DE SERVQUAL

a) Definición

SERVQUAL es un cuestionario con preguntas estandarizadas para la Medición de la Calidad del Servicio.

b) MODELO SERVQUAL Y CALIDAD DE SERVICIO

Valarie et al. (1985) diseñaron para medir la calidad del servicio en los Estados Unidos de Norte América entre los años 1985 y 1988. La validación concluyó en junio del año 1992. Un modelo Service Quality, es el instrumento de medición de calidad del servicio.

Esta escala permite medir las expectativas de los clientes respecto a un servicio brindado. Consiste en evaluar, es un instrumento de mejora y de comparación con otras organizaciones. Es decir lo que el cliente espera de la institución y lo recibe a través de diversos canales que presta el servicio mediante las cinco dimensiones citadas: **fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles.**

Tiene un enfoque de evaluación al cliente sobre calidad de servicio lo define como un servicio de calidad y diferencia entre las expectativas y percepciones de los clientes. El modelo SERVQUAL lo relaciona entre sí. Sus dimensiones son:

Percepción del cliente: Se refiere a como las organizaciones entregan el servicio y como el cliente valora lo que recibe.

Expectativas del cliente: Lo que el cliente espera recibir y éste lo transmite a través de boca a boca a partir de esta experiencia. Determina la brecha, de las dos mediciones (la discrepancia entre lo que el cliente espera recibir del servicio y lo que percibe del mismo) se ponen marcha las acciones correctoras y adecuadas para mejorar la calidad.

Señala factores clave que establecen expectativas de los usuarios tenemos:

- * Comunicación “boca a boca”, son las opiniones y las recomendaciones de amigos y familiares sobre experiencias que han obtenido de un servicio.
- * Necesidades personales.
- * Experiencias del servicio que el usuario ha tenido anteriormente.

* Comunicaciones externas, donde la institución lo realiza para las prestaciones de servicio y que incidan en las expectativas que el ciudadano tiene sobre las mismas.

c) Dimensiones del modelo SERVQUAL

SERVQUAL se conoce como "Modelo de Discrepancias". Identifica las cinco dimensiones referentes a los criterios de evaluación que utilizan los usuarios para valorar la calidad en un determinado servicio. Las dimensiones del Modelo SERVQUAL son definidas:

Fiabilidad	Facultad para efectuar el servicio de manera cuidadosa y fiable.
Capacidad de respuesta	Disposición, voluntad, acción de hacer un servicio rápido.
Seguridad	Mostrados por los empleados sus habilidades para concitar credibilidad y confianza.
Empatía	Conceder atención personalizada que presta la institución a sus usuarios.
Elementos tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, personal y material de comunicación.

Aplicar SERVQUAL a nuestros clientes mide:

- * Calificación global de la calidad del establecimiento.
- * Lo que el consumidor desea del establecimiento (Beneficios Ideales).
- * Lo que haya el consumidor del establecimiento (Beneficios Descriptivos).
- * Calcula las brechas de insatisfacción.
- * Detecta los defectos de calidad desde el más grave hasta el menos grave.

2.2. BANCO DE LA NACION

El Banco de la Nación es una empresa de derecho público, integrante del Sector Economía y Finanzas, que opera con autonomía económica, financiera y administrativa. El Banco tiene patrimonio propio y duración indeterminada.

El Banco se rige por su Estatuto, por la Ley de la Actividad Empresarial del Estado y supletoriamente por la Ley General de Instituciones Bancarias, Financieras y de Seguros.

Es objeto del Banco administrar por delegación las subcuentas del Tesoro Público y proporcionar al Gobierno Central los servicios bancarios para la administración de los fondos públicos.

Cuando el Ministerio de Economía y Finanzas lo requiera y autorice en el marco de las operaciones del Sistema Nacional de Tesorería, el Banco actuará como agente financiero del Estado, atenderá la deuda pública externa y las operaciones de comercio exterior.

Asimismo, recauda tributos y efectúa pagos, sin que esto sea exclusivo, por encargo del Tesoro Público o cuando medien convenios con los órganos de la administración tributaria.

a. Historia del Banco

El 27 de enero de 1966, el Congreso de la República aprobó la **Ley 16000** por la cual creaba el Banco de la Nación. Días después el Poder Ejecutivo, bajo la firma del Presidente de la República, Fernando Belaúnde Terry la pone en vigencia, culminando así un largo proceso cuyos antecedentes históricos datan del siglo XIX, pero que recién a partir de 1914, surge verdaderamente la preocupación de crear un Banco que centralice las actividades operativas, económicas y financieras.

El Banco de la Nación encuentra sus antecedentes inmediatos en el año 1905, durante el gobierno de don José Pardo, en el que se crea la Caja de Depósitos y Consignaciones, mediante la Ley N° 53 del 11.02.05. Esta Institución amplió sus actividades en 1927 cuando se le encargó a través de la Ley 5746 la administración del Estanco del Tabaco y Opio, así como la recaudación de las rentas del país, derechos e impuestos del alcohol, defensa nacional y otros. Finalmente, en diciembre del mismo año se le encarga la recaudación de la totalidad de las rentas de toda la República.

El Decreto Supremo N° 47, del 9 de agosto de 1963, estatiza la Caja de Depósitos y Consignaciones, declarándola de necesidad y utilidad pública. Mediante este dispositivo se recupera para el Estado las funciones de recaudación de las rentas fiscales y la custodia de los depósitos administrativos y judiciales. Tal estatización se realizó cuando la Caja contaba entre sus accionistas con diez Bancos: Crédito, Popular, Internacional, Wiese, Comercial, Continental, Gibson, De Lima, Unión y Progreso.

Las funciones que se le asignaron al Banco de la Nación fueron las siguientes:

- Recaudar las rentas del Gobierno Central y de las entidades del Sub-Sector Público independiente y de los Gobiernos Locales cuando así se conviniera con éstos.
- Recibir en forma exclusiva y excluyente depósitos de fondos del Gobierno Central y del Sub-Sector Público, con excepción de los Bancos Estatales y del Banco Central Hipotecario.
- Hacer efectivas las órdenes de pago contra sus propios fondos que expidan las entidades del Sector Público Nacional.
- Recibir en consignación y custodia todos los depósitos administrativos y judiciales.
- Efectuar el servicio de la deuda pública.

El 12 de junio de 1981, en el segundo gobierno de Fernando Belaúnde Terry, se promulgó la Ley Orgánica Decreto Legislativo N° 199 y se ampliaron las funciones del Banco:

- Recaudar los tributos del Sector Público Nacional.
- Efectuar en forma exclusiva por cuenta y en representación del estado, operaciones de crédito activas y pasivas con Instituciones Financieras del país y del exterior.
- Recibir en forma exclusiva los depósitos de los fondos de todo el Sector Público Nacional y Empresas del Estado, con excepción de las Empresas Bancarias y Financieras Estatales.

En 1994, durante el gobierno de Alberto Fujimori Fujimori, con el Decreto Supremo N° 07- 94-EF Estatuto del Banco, se modificaron las funciones, las

mismas que serán ejercidas sin exclusividad respecto de las Empresas y Entidades del Sistema Financiero:

- Brindar servicios de pagaduría de acuerdo a las instrucciones que dicte la Dirección General del Tesoro Público.
- Brindar servicios de recaudación por encargo de los acreedores tributarios.
- Efectuar por delegación, operaciones propias de las subcuentas bancarias del Tesoro Público.
- Actuar como Agente Financiero del Estado.
- Actuar por cuenta de otros Bancos o Financieras, en la canalización de recursos.
- Participar en las operaciones de comercio exterior del Estado.
- Otorgar facilidades financieras al Gobierno Central, y a los Gobiernos Regionales y Locales, en los casos en que éstos no sean atendidos por el Sistema Financiero Nacional.
- Las facilidades financieras que otorga el Banco no están sujetas a los límites que establece la Ley General de Instituciones Bancarias, Financieras y de Seguros.
- Brindar Servicios de Corresponsalía.
- Brindar Servicios de Cuentas Corrientes a las Entidades del Sector Público Nacional y a Proveedores del Estado.
- Recibir depósitos de ahorros en lugares donde la banca privada no tiene oficinas.

b. Misión, Visión y Valores

- Misión

“El Banco de la Nación brinda servicios a las entidades estatales, promueve la bancarización y la inclusión financiera en beneficio de la ciudadanía complementando al sector privado, y fomenta el crecimiento descentralizado del país, a través de una gestión eficiente y auto-sostenible”.

- Visión

“Ser reconocido como socio estratégico del Estado Peruano para la prestación de servicios financieros innovadores y de calidad, dentro de un marco de gestión basado en prácticas de Buen Gobierno Corporativo y gestión del talento humano”.

- **Valores institucionales**

- Vocación de servicio al ciudadano
- Compromiso e identificación
- Promoción de la cultura financiera
- Conducta ética y profesional
- Responsabilidad social e inclusión financiera

c. Recursos Humanos

Llegamos a los distritos donde la banca privada no presta servicios, con 635 oficinas a lo largo del territorio nacional, de las cuales, cerca al 60% son UOB (única Oferta Bancaria). Más de 4 000 trabajadores en todo el Perú trabajando para lograr que todos los peruanos accedan a la interconexión financiera. La diversidad cultural de nuestros trabajadores es compatible con la idiosincrasia de nuestros clientes a nivel nacional.

Nuestra Gente

Nuestros trabajadores, como servidores públicos, tienen el deber de actuar con neutralidad, transparencia, discreción y responsabilidad, haciendo uso adecuado del cargo y de los bienes que administran.

El Banco de la Nación tiene el compromiso de velar porque sus trabajadores compartan las siguientes competencias organizacionales:

- **Vocación de servicio** reflejada en la empatía y disposición para atender a los clientes.
- **Compromiso** en el cumplimiento de las responsabilidades, normas, objetivos y plazos establecidos.
- **Honestidad** en sus relaciones interpersonales y el uso correcto de los recursos.
- **Capacidad creativa** para proponer ideas innovadoras y viables que agreguen valor al trabajo.
- **Eficiencia** en el cumplimiento de los objetivos planteados.
- **Comunicación** que implica compartir información entre y con los equipos de trabajo, y dar retroalimentación asertiva.

d. Ecoeficiencia

Busca mejorar nuestro compromiso con el medio ambiente, asumiendo la filosofía empresarial de la Ecoeficiencia.

La Ecoeficiencia no es otra cosa que el uso eficiente y racional de la energía y los recursos naturales con beneficios ecológicos y económicos, con el objetivo de producir más bienes y servicios, con menos desechos y residuos, logrando menor contaminación ambiental.

Para lograr este objetivo, es necesario asumir el compromiso del ahorro: energía; agua; combustibles; papel y materiales. Asumiendo nuestra responsabilidad ambiental en el Banco de la Nación, "**Produciendo más contaminando menos**".

e. Buen Gobierno Corporativo

El Gobierno Corporativo es el sistema (proceso y estructura) o la manera con la cual las empresas son dirigidas y controladas.

El Estado orienta la gestión de las Empresas de Propiedad del Estado en base a los principios de Buen Gobierno Corporativo; suscribiendo los criterios principales que fundamentan el Buen Gobierno Corporativo como son la transparencia, el respeto y tratamiento equitativo de los derechos de propiedad, la clara delimitación de responsabilidades, la vigencia de esquemas de control

cruzado, el cumplimiento cuidadoso de obligaciones y compromisos, la eficiencia de asignación de recursos y la eficacia en la ejecución de procesos.

Asimismo, el Estado aprobó el Decreto Legislativo N° 1031 y su Reglamento que tiene por objeto promover la eficiencia de la actividad empresarial del Estado cuyo cumplimiento conlleva a la adopción de Buenas Prácticas de Gobierno Corporativo; además, el Plan Estratégico Sectorial Multianual del Sector Economía Finanzas contempla, como acción estratégica, la implementación del Gobierno Corporativo en la gestión de las empresas.

El Banco de la Nación adoptará las Buenas Prácticas de Gobierno Corporativo de acuerdo a su entorno y necesidades, porque reconoce los beneficios intrínsecos y los activos intangibles que genera; considerando además que las Buenas Prácticas de Gobierno Corporativo generarán una ventaja competitiva.

f. Ética en el Banco de la Nación

El Código de Ética del Banco de la Nación tiene por objeto establecer los valores institucionales y principios éticos, así como los deberes y prohibiciones aplicables a nuestros colaboradores.

Los principios que deben regir el comportamiento de los colaboradores del Banco son:

- **Respeto:** Es la consideración y valoración especial que se le tiene a alguien o algo, al que se le reconoce valor social o especial diferencia.
- **Probidad:** Rectitud de ánimo, hombría de bien, integridad y honradez en el actuar.
- **Eficiencia:** Capacidad para realizar o cumplir adecuadamente una función.
- **Idoneidad:** Se refiere a la aptitud, buena disposición o capacidad que algo o alguien tiene para un fin determinado
- **Veracidad:** Condición que se ajusta a la verdad o realidad.
- **Lealtad:** Sentimiento de respeto y fidelidad a los propios principios morales, a los compromisos establecidos o hacia alguien.

- **Justicia y Equidad:** Es la virtud que nos indica a dar a cada uno lo que le pertenece y que es además lo que debe hacerse según la razón o derecho. La justicia se fundamenta en la equidad y su acción abarca a todas las actividades humanas.
- **Perseverancia:** Firmeza y constancia en la manera de ser o de obrar.
- **Puntualidad:** Es una actitud humana, considerada en muchas sociedades como la virtud de coordinarse cronológicamente para cumplir una tarea requerida o satisfacer una obligación antes o en un plazo anteriormente comprometido o hecho a otra persona.
- **Rendición de Cuentas:** Proceso en el que los ciudadanos vigilan y evalúan el actuar responsable de los servidores públicos por medio de mecanismos como la transparencia y la fiscalización.
- **Respeto a los intereses de los Grupos de Interés:** Transparencia y comportamiento ético.

g. Denuncias por Infracción al Código de Ética

El Banco de la Nación ha implementado un sistema de denuncias denominado “Línea Ética”, el cual cuenta con seis canales distintos abiertos a cualquier persona que tenga conocimiento de algún hecho que contravenga el Código de Ética de nuestra institución”

- Para **registrar** una denuncia, ingresa al siguiente enlace:
www.eticabancodelanacion.com.pe/formulario.php
- Para **consultar** el estado de tu denuncia, ingresa al siguiente enlace:
www.eticabancodelanacion.com.pe/consulta.php

También puedes ingresar una denuncia a través de los siguientes canales de la línea ética:



Enviando un correo electrónico a:
reportes@eticabancodelanacion.com.pe



A través de la Línea Telefónica a los números:
0-800-1-8333 (número gratuito) | **219-7133**



A través de un mensaje de voz al buzón disponible las 24h del día,
marcando la **opción 2** en los siguientes números:
0-800-1-8333 (número gratuito) | **219-7133**



Remitiendo documentación física a la siguiente dirección:
Av. Victor Andrés Belaunde 171, San Isidro, Lima 27.
Atención: Rafael Huamán
Referencia: Ética Banco de la Nación



A través de una entrevista personal acercándose a la siguiente dirección:
Av. Victor Andrés Belaunde 171, San Isidro, Lima 27.
Atención: Rafael Huamán
Referencia: Ética Banco de la Nación

h. Información de Servicios

1. Tarjeta de crédito MasterCard
2. Prestamos
3. Créditos Hipotecarios
4. Seguros
5. Pagos
6. Telegiros
7. Transferencias
8. Cuentas bancarias
9. Cheques
10. Programa Microfinanzas
11. Servicios adicionales

2.3. SISTEMA DE PRESTAMO PERSONAL

Un préstamo personal es un contrato por el que la entidad financiera adelanta una cantidad de dinero (principal) a otra persona llamada prestatario, con la obligación de que devuelva el principal y abone además unos intereses pactados y los gastos derivados de la operación.

Las entidades de préstamo ofertan infinidad de préstamos personales, también llamados préstamos de consumo, con distintos nombres comerciales (préstamos

coche, créditos vacaciones, préstamos bodas...), pero con unas pequeñas variaciones todos son prácticamente lo mismo.

2.3.1 TIPOS DE PRÉSTAMOS

Aunque generalmente diferenciamos solamente entre préstamos personales y préstamos hipotecarios, frecuentemente también se distinguen los siguientes tipos de préstamos:

Préstamos al consumo

Estos tipos de préstamos se suelen utilizar para financiar bienes de consumo de carácter duradero como por ejemplo: un coche, una moto, muebles, electrodomésticos, etc. y de una cuantía no muy alta.

Préstamos personales

Esta clase de préstamos se utiliza generalmente para financiar necesidades específicas en un momento determinado y de un importe pequeño. Es muy parecido al préstamo al consumo aunque en este caso se usan para costearse viajes, una boda, etc., es decir, bienes intangibles o perecederos.

Préstamos de estudios

Estos tipos de préstamos son mucho más utilizados en países como Estados Unidos, el Reino Unido y otros estados Europeos. En España están siendo cada vez más utilizados, entre otros factores, debido a que las entidades financieras mejoran y amplían sus ofertas año tras año. Se trata de préstamos dirigidos a estudiantes para financiar matrículas universitarias, estudios de postgrado o estancias de estudio en el extranjero. Los costes suelen un poco más baratos que los préstamos personales.

Préstamos hipotecarios

El préstamo hipotecario se caracteriza porque, aparte de la garantía personal, se ofrece como garantía de pago una 'garantía real' que consiste en la hipoteca

de un bien inmueble. En caso de no devolver el préstamo la entidad financiera pasaría a ser la propietaria de la vivienda.

2.4 PRÉSTAMO MULTIRED DEL BANCO DE LA NACION

Préstamo de consumo ofrecido por el Banco de la Nación, cuyas características, requisitos y condiciones están dirigidas a los trabajadores y pensionistas del Sector Público, cuyos ingresos remunerativos/pensionarios, sean percibidos a través de una cuenta de ahorros en el Banco de la Nación.

El Préstamo Multired se otorgará en tres modalidades:

- **Préstamo Multired Clásico:** Es aquel Préstamo Multired que está dirigido a todos los trabajadores y/o pensionistas del Sector Público en general que cobran sus remuneraciones o pensiones a través del Banco; en el cual siempre se requerirá un garante.
- **Préstamo Multired por Convenio:** Es aquel Préstamo Multired cuyas características, requisitos y condiciones están dirigidos a un sector específico o a una determinada entidad pública (Ej. Préstamo Maestro, Policía, ONP, etc.), con la que el Banco de la Nación suscribe un convenio. Estos préstamos no podrán ser otorgados en paralelo con un Préstamo Multired Clásico.
- **Préstamo Multired Comercial:** Es aquel Préstamo Multired cuyas características, requisitos y condiciones están dirigidos a financiar la adquisición de productos y/o servicios con empresas proveedoras autorizadas, que firmen un acuerdo comercial a favor de los clientes del Banco de la Nación.

2.4.1 Beneficios

- El importe del Préstamo Multired se establece en base a la capacidad de pago del cliente, de acuerdo a los ingresos por remuneraciones o pensiones que percibe en su cuenta de ahorros.

Se ha establecido el monto máximo del Préstamo Multired de acuerdo al siguiente detalle:

- ✓ Entre 78 años a más; plazo: a 24 meses; Monto máximo: S/ 3,000.00

- ✓ Hasta un día antes de cumplir 78 años; plazo: Hasta 24 meses; Monto máximo: S/ 19,000.00
- ✓ Hasta un día antes de cumplir 77 años; plazo: Hasta 36 meses; Monto máximo: S/ 19,000.00
- ✓ Hasta un día antes de cumplir 76 años; plazo: Hasta 48 meses; Monto máximo: S/ 19,000.00
- ✓ Entre 60 años, hasta un día antes de cumplir 75 años; plazo: Hasta 48 meses y 60 meses; Monto máximo: S/ 19,000.00
- ✓ Entre 18 años, hasta el día que cumplen 60 años; plazo: Hasta 48 meses y 60 meses; Monto máximo: S/ 50,000.00
- Pago automático de las cuotas mensuales con cargo a la cuenta de ahorros.
- El Préstamo Multired bajo modalidad con convenio*, se podrá otorgar a solicitud del cliente, con o sin cuatro meses de periodo de gracia, para el pago del principal de la primera cuota, con pago de intereses.
- Opción de seguro por incapacidad temporal o desempleo involuntario.
- El Préstamo Multired se podrá otorgar, a solicitud del cliente, con o sin periodo de gracia (sin amortización ni pago de interés) en los meses de Abril y Diciembre.
- Los trabajadores del sector público contratados bajo el régimen CAS podrán elegir la modalidad de préstamo que prefieran (Préstamo Multired Clásico, Préstamo Estudios o Préstamo Compra Deuda de Tarjeta de Crédito) presentando un aval.
- El Préstamo Multired bajo modalidad Comercial, estará destinado íntegramente para financiar la adquisición de un producto (bien o servicio), de acuerdo a la proforma emitida por un Establecimiento Comercial autorizado.

2.4.2 Costo del servicio

Según tarifario del Banco para:

- Transacciones Interbancarias
- ITF
- Seguros

2.4.3 Formularios

- Pagare
- Cronograma de Pagos
- Hoja Resumen
- Seguro de Desgravamen (tiene carácter obligatorio)
- Carta de Instrucciones
- Solicitud de préstamo multired
- Clausulas Especificas
- Clausulas Generales

2.4.4 Reportes de Evaluación

- Factibilidad de préstamo
- Consulta de Promedios
- Reporte SBS
- Reporte RRCC
- Actualización de Datos personales
- RENIEC

2.4.5 Requisitos para Prestamo

a. Para nombrados

- ✓ Tarjeta Multired
- ✓ DNI
- ✓ Copia de la última boleta de pago

b. Para contratados

- ✓ Tarjeta Multired
- ✓ DNI
- ✓ Copia de la última boleta de pago
- ✓ Un garante nombrado (trabajador del estado nombrado o pensionista que no sea garante de nadie)

c. Para CAS

- ✓ Tarjeta Multired
- ✓ DNI
- ✓ Copia de las 3 últimas boleta de pago
- ✓ Un garante nombrado (trabajador del estado nombrado o pensionista que no sea garante de nadie)
- ✓ Copia de las Adendas Fedateadas por la Entidad de los últimos 13 meses

CAP. III

3.1 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS DE O LOS INSTRUMENTO UTILIZADOS

RESULTADOS

En este capítulo se muestra los resultados obtenidos a través de cuestionarios aplicados a 175 clientes de la Agencia del Banco de la Nación de Lambayeque, con el objetivo de conocer el nivel de la calidad de atención en el sistema del préstamo personal, a través de las diversas dimensiones, tales como, Confiabilidad, Actitud de Servicio, Competencia del Personal, Empatía, Tangibles y Calidad de Atención.

1. DIMENSIONES

El siguiente cuadro muestra los estadísticos descriptivos de la muestra agrupados por dimensiones, los cuales explican de manera agregada la Calidad de Servicio en el Sistema de Préstamo Personal en el Banco de la Nación de Lambayeque.

Las dimensiones analizadas son las siguientes:

- Confiabilidad
- Actitud de Servicio
- Competencia del Personal
- Empatía
- Tangibles
- El Sistema de Préstamo Personal

Niveles de calidad de atención en el sistema de préstamo personal por dimensiones en el banco de la nación

DIMENSIONES	X ± S
CONFIABILIDAD	2,80 ± 0,56
ACTITUD DE SERVICIO	2,76 ± 0,61
COMPETENCIA DEL PERSONAL	3,31 ± 0,21
EMPATIA	2,84 ± 0,37
TANGIBLES	2,71 ± 0,95
EL SISTEMA DE PRESTAMO PERSONAL	2,87 ± 0,43
CALIDAD DE ATENCION	2,88 ± 0,25

2.1. RESULTADOS POR RUBRO SEXO (MASCULINO; FEMENINO)

En relación a la calidad total obtenida según el sexo del cliente, se puede observar en la tabla 1 que las personas del sexo masculino perciben una mayor calidad de atención en relación al sexo femenino. De tal manera, un 27.5% de los varones percibe una calidad atención en el intervalo 66-88 (Totalmente de acuerdo) frente al 20% de mujeres que dan esta valoración a la calidad de atención recibida en la agencia del banco de la nación.

Respecto a la encuesta realizada, las respuestas otorgadas por las personas de sexo masculino y femenino son similares; destaca únicamente la diferencia por rubro sexo en la pregunta N°6 (Brinda con prontitud los servicios al usuario) Donde el 50% de las mujeres se manifestaron totalmente en desacuerdo, mientras que el 31.3% de los hombres manifestaron lo mismo.

Tabla 1

Tabla de frecuencia de calidad de atención (por rubro sexo)

Niveles de atención	FEMENINO		MASCULINO		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
22-44	0	0.0	0	0.0	0	0.0
44-66	76	80.0	58	72.5	134	76.6
66-88	19	20.0	22	27.5	41	23.4
TOTAL	95	100	80	100	175	100
x±s	59.4 ± 8.85		61.1 ± 9.89		60.2 ± 9.34	

También se realizó el cálculo de las medias y desviaciones, por rubro sexo, cuyos resultados podemos observar en la parte inferior de la tabla 1.

Tabla 2

Calidad de atención al cliente de acuerdo al sexo en el sistema de préstamo personal

1 = Totalmente en desacuerdo; 2 = Desacuerdo; 3= De acuerdo y 4= Totalmente de acuerdo		FEMENINO (95)				MASCULINO (80)			
		1	2	3	4	1	2	3	4
		%	%	%	%	%	%	%	%
confiabilidad	Cuando se promete hacer cambios internamente en cierto tiempo, se efectúan.	2	9	52	37	5	4	51	40
	Cuenta con personal altamente calificado.	5	12	54	29	8	13	48	33
	Desempeña su calidad de servicio a la primera.	46	26	18	9	51	23	16	10
	Los mantienen informados cuando se origina cualquier cambio en las instalaciones	27	12	33	28	25	9	31	35
	El personal da una imagen de seguridad y confianza	4	24	25	46	8	26	14	53
Actitud de Servicio	Brinda con prontitud los servicios al usuario.	51	21	17	12	31	28	28	14
	Brinda apoyo al usuario y comprende sus necesidades.	8	8	48	35	5	13	54	29
	Siempre se muestra disponible para responder las inquietudes del usuario.	4	9	53	34	6	9	51	34
Competencia del Personal	El comportamiento de los profesionales transmite confianza al usuario.	2	6	18	74	3	11	15	71
	Siempre son amables con los usuarios.	1	7	48	43	0	6	59	35
	Tienen los conocimientos necesarios para responder las preguntas del usuario.	5	16	51	28	4	5	60	31
	Cuando el usuario presenta un problema Ud., muestra interés por solucionarlo.	2	7	58	33	1	8	51	40
Empatía	Brindan atención personalizada.	7	20	38	35	3	13	45	40
	Los horarios son totalmente convenientes y rentables.	25	33	29	13	20	25	34	21
	El personal de informes explica de manera clara y adecuada al usuario para su atención.	9	13	47	31	4	16	55	25
Tangibles	El Banco tiene equipos de apariencia moderna.	54	33	8	5	43	40	14	4
	Las instalaciones del Banco son visualmente atractivas.	28	27	18	26	36	29	19	16
	Se preocupa la parte administrativa del Banco por ofrecer los mejores servicios al usuario.	4	25	51	20	6	19	46	29
	Los elementos materiales (folletos, manuales, revistas) son visualmente atractivos.	0	0	8	92	0	0	6	94
El Sistema del Préstamo Personal	Cree usted que la tasa de interés es la más baja del mercado	4	9	35	52	5	25	20	50
	El servicio se adapta a mis necesidades como usuario	29	21	36	14	26	19	36	19
	La entidad donde percibo mi sueldo tiene convenio con el Banco	14	9	54	23	8	14	45	34

2.2. RESULTADOS POR EDAD

El 41% de las personas encuestadas se encuentra en el intervalo de edad de 26 a 40 años (71 de 175 encuestados), mientras que el 33% oscila entre las edades de 41 a 60 años, y el 26% restante en el intervalo de 61 a 84 años.

En cuanto a las valoraciones de calidad estratificada por la edad de la población, existe una mayor percepción de calidad en la atención recibida por parte de las personas de mayor edad (intervalo de 61 a 84 años). En la tabla 3 se puede observar que el 34.8% de encuestados con 61 o más años, percibe una calidad de atención en el intervalo de 66-88 (Totalmente de acuerdo), frente al 23.94% y 13.79% percibido por las personas con edades de 26 a 40 años y 41 a 60 años respectivamente. Lo cual se puede notar en la tabla 4, al observar las preguntas N°2 (cuenta con personal altamente calificado) y N°7 (Brinda apoyo al usuario y comprende sus necesidades).

Tabla 3:

Tabla de frecuencia de calidad de atención (por edad)

Niveles de atención	26 a 40 años		41 a 60 años		61 a 84 años		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
22-44	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
44-66	54	76.1	50	86.2	30	65.2	134	76.6
66-88	17	23.9	8	13.8	16	34.8	41	23.4
TOTAL	71	100	58	100	46	100	175	100
$\bar{x} \pm s$	60.3 \pm 9.46		58.0 \pm 7.65		62.7 \pm 10.59		60.2 \pm 9.34	

Se realizó el cálculo de las medias y desviaciones, por edad, cuyos resultados podemos observar en la parte inferior de la tabla 3. A continuación, se muestran las pruebas de hipótesis de las medias por edad respecto a la media de la muestra analizada.

Tabla 4

Calidad de atención al cliente de acuerdo a la edad en el sistema de préstamo personal

1 = Totalmente en desacuerdo; 2 = Desacuerdo; 3= De acuerdo y 4= Totalmente de acuerdo		[26;40] (71)				[41;60] (58)				[61;84] (46)			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
		%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
confiabilidad	Cuando se promete hacer cambios internamente en cierto tiempo, se efectúan.	4.2	5.6	52.1	38.0	1.7	8.6	53.4	36.2	4.3	6.5	47.8	41.3
	Cuenta con personal altamente calificado.	2.8	9.9	60.6	26.8	10.3	12.1	48.3	29.3	6.5	15.2	39.1	39.1
	Desempeña su calidad de servicio a la primera.	56.3	18.3	15.5	9.9	46.6	25.9	19.0	8.6	39.1	32.6	17.4	10.9
	Los mantienen informados cuando se origina cualquier cambio en las instalaciones	25.4	14.1	26.8	33.8	25.9	6.9	37.9	29.3	28.3	8.7	32.6	30.4
	El personal da una imagen de seguridad y confianza	5.6	15.5	19.7	59.2	10.3	32.8	12.1	44.8	0.0	30.4	30.4	39.1
Actitud de Servicio	Brinda con prontitud los servicios al usuario.	38.0	29.6	21.1	11.3	44.8	19.0	20.7	15.5	43.5	21.7	23.9	10.9
	Brinda apoyo al usuario y comprende sus necesidades.	7.0	12.7	47.9	32.4	6.9	8.6	60.3	24.1	6.5	8.7	43.5	41.3
	Siempre se muestra disponible para responder las inquietudes del usuario.	5.6	8.5	56.3	29.6	5.2	8.6	50.0	36.2	4.3	10.9	47.8	37.0
Competencia Personal	El comportamiento de los profesionales transmite confianza al usuario.	4.2	11.3	14.1	70.4	1.7	3.4	17.2	77.6	0.0	10.9	19.6	69.6
	Siempre son amables con los usuarios.	1.4	5.6	49.3	43.7	0.0	6.9	58.6	34.5	0.0	8.7	52.2	39.1
	Tienen los conocimientos necesarios para responder las preguntas del usuario.	1.4	11.3	54.9	32.4	5.2	10.3	56.9	27.6	8.7	10.9	52.2	28.3
	Cuando el usuario presenta un problema Ud., muestra interés por solucionarlo.	1.4	2.8	53.5	42.3	1.7	8.6	63.8	25.9	2.2	13.0	45.7	39.1
Empatía	Brindan atención personalizada.	4.2	15.5	42.3	38.0	6.9	13.8	39.7	39.7	4.3	21.7	41.3	32.6
	Los horarios son totalmente convenientes y rentables.	23.9	32.4	29.6	14.1	19.0	25.9	39.7	15.5	26.1	28.3	23.9	21.7
	El personal de informes explica de manera clara y adecuada al usuario para su atención.	5.6	15.5	54.9	23.9	8.6	17.2	48.3	25.9	6.5	8.7	47.8	37.0
Tangibles	El Banco tiene equipos de apariencia moderna.	52.1	29.6	9.9	8.5	48.3	39.7	12.1	0.0	43.5	41.3	10.9	4.3
	Las instalaciones del Banco son visualmente atractivas.	32.4	28.2	16.9	22.5	32.8	24.1	19.0	24.1	30.4	32.6	19.6	17.4
	Se preocupa la parte administrativa del Banco por ofrecer los mejores servicios al usuario.	7.0	22.5	46.5	23.9	5.2	27.6	44.8	22.4	2.2	15.2	56.5	26.1
	Los elementos materiales (folletos, manuales, revistas) son visualmente atractivos.	0.0	0.0	8.5	91.5	0.0	0.0	5.2	94.8	0.0	0.0	8.7	91.3
El Sistema del Préstamo Personal	Cree usted que la tasa de interés es la más baja del mercado	5.6	14.1	25.4	54.9	5.2	15.5	29.3	50.0	2.2	21.7	30.4	45.7
	El servicio se adapta a mis necesidades como usuario	28.2	19.7	36.6	15.5	29.3	20.7	39.7	10.3	26.1	19.6	30.4	23.9
	La entidad donde percibo mi sueldo tiene convenio con el Banco	11.3	11.3	49.3	28.2	12.1	13.8	51.7	22.4	8.7	8.7	47.8	34.8

2.3. RESULTADOS POR SITUACION LABORAL

El siguiente detalle corresponde al análisis por situación Laboral, la tabla 5.1 muestra a las personas encuestadas que cuentan efectivamente con trabajo en el sector público (132 de 175), mientras que la tabla 5.2 corresponde a los jubilados y en situación de viudez (43 de 175). El mayor porcentaje de los

encuestados corresponde a los nombrados 45% del total, mientras que las personas en situación de viudez representan 6.8% (12 de 175).

Del análisis de las tablas 5.1 y 5.2, se observa que los grupos mayoritarios Nombrados (78 personas) y Contratados (33 personas) perciben una menor calidad de atención en el Banco de la Nación, ubicándose en el intervalo de 66-88 solo el, 17.95% y el 18.18% respectivamente; mientras que el 23.43% del total de la población se encuentra en el intervalo 66-88 (Totalmente de Acuerdo).

Para explicar las determinantes de esta menor percepción de calidad se procede a analizar los indicadores recogidos por la encuesta estratificado por situación laboral. Las respuestas proporcionadas por los personas con situación laboral de Contratado y Nombrado se han mostrado en desacuerdo en mayor proporción a las demás en las preguntas N°3 (Desempeña su calidad de servicio a la primera), N°6 (Brinda con prontitud los servicios al usuario) y N°21 (El servicio se adapta a mis necesidades como usuario) **(Ver Tabla 6)**.

Tabla 5.1

Tabla de frecuencia de calidad de atención (por situación laboral)

Niveles de atención	CONTRATADO		NOMBRADO		CAS	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
22-44	0	0.0	0	0.0	0	0.0
44-66	27	81.8	64	82.1	13	61.9
66-88	6	18.2	14	17.9	8	38.1
TOTAL	33	100	78	100	21	100
x±s	59.0 ± 8.62		58.9 ± 8.5		63.4 ± 10.95	

Tabla 5.2

Tabla de frecuencia de calidad de atención (por situación laboral)

Intervalo	JUBILADO		VIUDEZ		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
22-44	0	0.0	0	0.0	0	0.0
44-66	21	67.7	9	75.0	173	98.9
66-88	10	32.3	3	25.0	57	32.6
TOTAL	31	100	12	100	230	131.4285714
x±s	62.1 ± 10.45		60.5 ± 9.95		60.2 ± 9.34	

Se realizó el cálculo de las medias y desviaciones, por situación laboral, cuyos resultados podemos observar en la parte inferior de las tablas 5.1 y 5.2. A continuación, se muestran las pruebas de hipótesis de las medias por situación laboral respecto a la media de la muestra analizada.

Tabla 6A

Calidad de atención al cliente de acuerdo al régimen laboral en el sistema de préstamo personal

1 = Totalmente en desacuerdo; 2 = Desacuerdo; 3= De acuerdo y 4= Totalmente de acuerdo		CONTRATADO (33)				NOMBRADO (78)				CAS (21)			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
		%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
confiabilidad	Cuando se promete hacer cambios internamente en cierto tiempo, se efectúan.	9.1	9.1	42.4	39.4	2.6	5.1	57.7	34.6	0.0	0.0	61.9	38.1
	Cuenta con personal altamente calificado.	3.0	12.1	60.6	24.2	6.4	7.7	51.3	34.6	4.8	9.5	47.6	38.1
	Desempeña su calidad de servicio a la primera.	54.5	18.2	21.2	6.1	42.3	29.5	21.8	6.4	52.4	19.0	9.5	19.0
	Los mantienen informados cuando se origina cualquier cambio en las instalaciones	33.3	12.1	24.2	30.3	29.5	10.3	30.8	29.5	19.0	4.8	42.9	33.3
	El personal da una imagen de seguridad y confianza	0.0	15.2	30.3	54.5	5.1	30.8	16.7	47.4	19.0	19.0	9.5	52.4
Actitud de Servicio	Brinda con prontitud los servicios al usuario.	42.4	30.3	21.2	6.1	43.6	23.1	23.1	10.3	42.9	23.8	9.5	23.8
	Brinda apoyo al usuario y comprende sus necesidades.	15.2	15.2	51.5	18.2	7.7	10.3	41.0	41.0	0.0	9.5	57.1	33.3
	Siempre se muestra disponible para responder las inquietudes del usuario.	3.0	9.1	60.6	27.3	5.1	3.8	52.6	38.5	4.8	19.0	47.6	28.6
Competencia del Personal	El comportamiento de los profesionales transmite confianza al usuario.	3.0	15.2	9.1	72.7	2.6	3.8	19.2	74.4	4.8	9.5	9.5	76.2
	Siempre son amables con los usuarios.	0.0	6.1	48.5	45.5	1.3	5.1	56.4	37.2	0.0	14.3	57.1	28.6
	Tienen los conocimientos necesarios para responder las preguntas del usuario.	0.0	18.2	57.6	24.2	7.7	10.3	55.1	26.9	0.0	9.5	61.9	28.6
	Cuando el usuario presenta un problema Ud., muestra interés por solucionarlo.	3.0	9.1	51.5	36.4	2.6	10.3	59.0	28.2	0.0	0.0	57.1	42.9
Empatía	Brindan atención personalizada.	0.0	24.2	39.4	36.4	9.0	14.1	39.7	37.2	4.8	14.3	23.8	57.1
	Los horarios son totalmente convenientes y rentables.	9.1	48.5	33.3	9.1	23.1	26.9	32.1	17.9	28.6	19.0	33.3	19.0
	El personal de informes explica de manera clara y adecuada al usuario para su atención.	6.1	21.2	48.5	24.2	7.7	10.3	57.7	24.4	9.5	19.0	38.1	33.3
Tangibles	El Banco tiene equipos de apariencia moderna.	48.5	33.3	6.1	12.1	50.0	35.9	12.8	1.3	52.4	28.6	14.3	4.8
	Las instalaciones del Banco son visualmente atractivas.	33.3	21.2	15.2	30.3	29.5	28.2	20.5	21.8	33.3	28.6	14.3	23.8
	Se preocupa la parte administrativa del Banco por ofrecer los mejores servicios al usuario.	9.1	21.2	51.5	18.2	5.1	25.6	42.3	26.9	0.0	19.0	52.4	28.6
	Los elementos materiales (folletos, manuales, revistas) son visualmente atractivos.	0.0	0.0	3.0	97.0	0.0	0.0	9.0	91.0	0.0	0.0	9.5	90.5
El Sistema del Préstamo Personal	Cree usted que la tasa de interés es la más baja del mercado	3.0	18.2	18.2	60.6	7.7	15.4	34.6	42.3	4.8	4.8	38.1	52.4
	El servicio se adapta a mis necesidades como usuario	30.3	18.2	42.4	9.1	30.8	19.2	33.3	16.7	23.8	28.6	28.6	19.0
	La entidad donde percibo mi sueldo tiene convenio con el Banco	12.1	6.1	51.5	30.3	10.3	11.5	50.0	28.2	14.3	9.5	42.9	33.3

Tabla 6 B

Calidad de atención al cliente de acuerdo al régimen laboral en el sistema de préstamo personal

1 = Totalmente en desacuerdo; 2 = Desacuerdo; 3= De acuerdo y 4= Totalmente de acuerdo		JUBILADO (31)				VIUDO (12)			
		1	2	3	4	1	2	3	4
		%	%	%	%	%	%	%	%
confiabilidad	Cuando se promete hacer cambios internamente en cierto tiempo, se efectúan.	3.2	3.2	48.4	45.2	0.0	33.3	25.0	41.7
	Cuenta con personal altamente calificado.	3.2	25.8	38.7	32.3	25.0	8.3	58.3	8.3
	Desempeña su calidad de servicio a la primera.	48.4	32.3	3.2	16.1	66.7	0.0	25.0	8.3
	Los mantienen informados cuando se origina cualquier cambio en las instalaciones	19.4	9.7	38.7	32.3	16.7	16.7	25.0	41.7
	El personal da una imagen de seguridad y confianza	0.0	29.0	32.3	38.7	16.7	16.7	0.0	66.7
Actitud de Servicio	Brinda con prontitud los servicios al usuario.	32.3	19.4	35.5	12.9	50.0	25.0	0.0	25.0
	Brinda apoyo al usuario y comprende sus necesidades.	3.2	6.5	64.5	25.8	0.0	8.3	66.7	25.0
	Siempre se muestra disponible para responder las inquietudes del usuario.	0.0	16.1	41.9	41.9	25.0	8.3	58.3	8.3
Competencia del Personal	El comportamiento de los profesionales transmite confianza al usuario.	0.0	9.7	22.6	67.7	0.0	16.7	16.7	66.7
	Siempre son amables con los usuarios.	0.0	9.7	41.9	48.4	0.0	0.0	66.7	33.3
	Tienen los conocimientos necesarios para responder las preguntas del usuario.	3.2	6.5	45.2	45.2	8.3	8.3	58.3	25.0
	Cuando el usuario presenta un problema Ud., muestra interés por solucionarlo.	0.0	3.2	48.4	48.4	0.0	8.3	50.0	41.7
Empatía	Brindan atención personalizada.	3.2	22.6	48.4	25.8	0.0	0.0	66.7	33.3
	Los horarios son totalmente convenientes y rentables.	35.5	16.1	29.0	19.4	16.7	41.7	25.0	16.7
	El personal de informes explica de manera clara y adecuada al usuario para su atención.	6.5	12.9	48.4	32.3	0.0	16.7	41.7	41.7
Tangibles	El Banco tiene equipos de apariencia moderna.	38.7	48.4	9.7	3.2	58.3	25.0	8.3	8.3
	Las instalaciones del Banco son visualmente atractivas.	38.7	32.3	16.1	12.9	25.0	33.3	25.0	16.7
	Se preocupa la parte administrativa del Banco por ofrecer los mejores servicios al usuario.	3.2	19.4	54.8	22.6	8.3	16.7	58.3	16.7
	Los elementos materiales (folletos, manuales, revistas) son visualmente atractivos.	0.0	0.0	9.7	90.3	0.0	0.0	0.0	100.0
El Sistema del Préstamo Personal	Cree usted que la tasa de interés es la más baja del mercado	0.0	29.0	16.1	54.8	0.0	8.3	25.0	66.7
	El servicio se adapta a mis necesidades como usuario	32.3	9.7	38.7	19.4	0.0	41.7	41.7	16.7
	La entidad donde percibo mi sueldo tiene convenio con el Banco	9.7	12.9	54.8	22.6	8.3	25.0	41.7	25.0

2.4. RESULTADOS POR OCUPACION

Se procede a analizar los resultados por ocupación, según el tipo de entidad pública de la cual depende, se consideró ministerios, sector educación, municipal y otros. El 48% de encuestados depende de algún ministerio (de salud, defensa y del interior), un menor grupo (6.8%) pertenece a otras dependencias públicas.

Tabla 7.1

Calidad de atención al cliente de acuerdo al régimen laboral en el sistema de préstamo personal

Niveles de atención	MINISTERIO DE SALUD		MINISTERIO DE DEFENSA		MINISTERIO DEL INTERIOR	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
22-44	0	0.0	0	0.0	0	0.0
44-66	15	75.0	24	72.7	24	85.7
66-88	5	25.0	9	27.3	4	14.3
TOTAL	20	100	33	100	28	100
x±s	60.5 ± 9.8		61.0 ± 9.9		58.1 ± 7.8	

Con respecto a los trabajadores de los ministerios, existe una mayor percepción de calidad de servicio en el banco de la nación entre los trabajadores del ministerio de defensa (en comparación con otros ministerios), el 27.27% de los encuestados pertenecientes a este ministerio consideran que la calidad de atención se encuentra en el intervalo más alto de 66-88 (Totalmente de acuerdo), en tanto que sus pares del ministerio del interior, consideran que hay una menor calidad de atención en el banco de la nación, solo el 14.29% ubica la calidad de atención en el intervalo de 66-88.

Tabla 7.2

Calidad de atención al cliente de acuerdo al régimen laboral en el sistema de préstamo personal

Niveles de atención	UNPRG		MAGISTERIO	
	Nº	%	Nº	%
22-44	0	0.0	0	0.0
44-66	14	73.7	10	71.4
66-88	5	26.3	4	28.6
TOTAL	19	100	14	100
x±s	60.8 ± 10.0		61.3 ± 10.3	

En cuanto a los trabajadores del sector educación (UNPRG y el Magisterio), estos muestran una valoración de la calidad de atención similar al total de la población, el 26.32% de trabajadores de la UNPRG y el 28.57% de trabajadores del Magisterio dan la más alta valoración de calidad a la atención recibida en el banco de la nación, esta es similar al total de la muestra, la cual se ubica en 23.43%.

Tabla 7.3

Calidad de atención al cliente de acuerdo al régimen laboral en el sistema de préstamo personal

Niveles de atención	MUNICIPALIDAD DE LAMBAYEQUE		CAJA DE PENSIONES	
	Nº	%	Nº	%
22-44	0	0.0	0	0.0
44-66	29	85.3	9	60.0
66-88	5	14.7	6	40.0
TOTAL	34	100	15	100
$\bar{x} \pm s$	58.2 ± 7.9		63.8 ± 11.2	

El mayor grupo de los encuestados corresponde a los trabajadores de la municipalidad de Lambayeque con el 19% (34 de 175 personas). Estos evidencian una baja proporción de personas que califican como muy buena la calidad de atención recibida en el banco de la nación de Lambayeque, solo el 14.71% de las personas relacionadas a la municipalidad de Lambayeque se ubican en el intervalo más alto de 66-88, el cual es 9% inferior al total de la población (23.43%).

Tabla 7.4

Calidad de atención al cliente de acuerdo al régimen laboral en el sistema de préstamo personal

Niveles de atención	OTROS		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%
22-44	0	0.0	0.0	0.0
44-66	9	75.0	134.0	76.6
66-88	3	25.0	41.0	23.4
TOTAL	12	100	175	100.0
$\bar{x} \pm s$	60.5 ± 9.9		60.2 ± 9.3	

En cuanto al grupo, agrupado en la categoría otros, estos no se alejan del promedio que muestra el total de la población, sus indicadores están muy cercanos al recogido por el total de la muestra el 25% de los encuestados pertenecientes a la categoría otros dan la más alta valoración a la calidad de atención recibida, la cual es similar al 23.43% del total de la población.

Se realizó el cálculo de las medias y desviaciones, por ocupación, cuyos resultados podemos observar en la parte inferior de las tablas 7.1, 7.2, 7.3 y 7.4.

Tabla 8 A

Calidad de atención al cliente de acuerdo al centro laboral en el sistema de préstamo personal

1 = Totalmente en desacuerdo; 2 = Desacuerdo; 3= De acuerdo y 4= Totalmente de acuerdo		MINISTERIO DE SALUD (20)				MINISTERIO DE DEFENSA (33)			
		1	2	3	4	1	2	3	4
		%	%	%	%	%	%	%	%
confiabilidad	Cuando se promete hacer cambios internamente en cierto tiempo, se efectúan.	0.0	10.0	55.0	35.0	6.1	12.1	60.6	21.2
	Cuenta con personal altamente calificado.	20.0	10.0	25.0	45.0	0.0	15.2	45.5	39.4
	Desempeña su calidad de servicio a la primera.	40.0	30.0	30.0	0.0	42.4	33.3	12.1	12.1
	Los mantienen informados cuando se origina cualquier cambio en las instalaciones	25.0	10.0	30.0	35.0	21.2	9.1	42.4	27.3
	El personal da una imagen de seguridad y confianza	0.0	20.0	20.0	60.0	6.1	33.3	9.1	51.5
Actitud de Servicio	Brinda con prontitud los servicios al usuario.	40.0	25.0	25.0	10.0	39.4	18.2	33.3	9.1
	Brinda apoyo al usuario y comprende sus necesidades.	5.0	10.0	50.0	35.0	9.1	6.1	45.5	39.4
	Siempre se muestra disponible para responder las inquietudes del usuario.	0.0	0.0	60.0	40.0	0.0	12.1	57.6	30.3
Competencia del Personal	El comportamiento de los profesionales transmite confianza al usuario.	5.0	5.0	15.0	75.0	0.0	15.2	15.2	69.7
	Siempre son amables con los usuarios.	0.0	5.0	70.0	25.0	0.0	9.1	54.5	36.4
	Tienen los conocimientos necesarios para responder las preguntas del usuario.	5.0	30.0	50.0	15.0	3.0	15.2	48.5	33.3
	Cuando el usuario presenta un problema Ud., muestra interés por solucionarlo.	0.0	5.0	50.0	45.0	6.1	0.0	51.5	42.4
Empatía	Brindan atención personalizada.	0.0	30.0	40.0	30.0	9.1	21.2	33.3	36.4
	Los horarios son totalmente convenientes y rentables.	35.0	45.0	15.0	5.0	15.2	33.3	27.3	24.2
	El personal de informes explica de manera clara y adecuada al usuario para su atención.	10.0	10.0	60.0	20.0	3.0	18.2	42.4	36.4
Tangibles	El Banco tiene equipos de apariencia moderna.	60.0	30.0	10.0	0.0	30.3	48.5	12.1	9.1
	Las instalaciones del Banco son visualmente atractivas.	20.0	40.0	15.0	25.0	33.3	30.3	15.2	21.2
	Se preocupa la parte administrativa del Banco por ofrecer los mejores servicios al usuario.	0.0	15.0	60.0	25.0	3.0	24.2	51.5	21.2
	Los elementos materiales (folletos, manuales, revistas) son visualmente atractivos.	0.0	0.0	5.0	95.0	0.0	0.0	6.1	93.9
El Sistema del Préstamo Personal	Cree usted que la tasa de interés es la más baja del mercado	10.0	10.0	5.0	75.0	3.0	15.2	39.4	42.4
	El servicio se adapta a mis necesidades como usuario	20.0	35.0	40.0	5.0	30.3	18.2	39.4	12.1
	La entidad donde percibo mi sueldo tiene convenio con el Banco	15.0	5.0	60.0	20.0	12.1	6.1	39.4	42.4

Tabla 8 B

Calidad de atención al cliente de acuerdo al centro laboral en el sistema de préstamo personal

1 = Totalmente en desacuerdo; 2 = Desacuerdo; 3= De acuerdo y 4= Totalmente de acuerdo		MINISTERIO DEL INTERIOR (28)				UNPRG (19)			
		1	2	3	4	1	2	3	4
		%	%	%	%	%	%	%	%
confiabilidad	Cuando se promete hacer cambios internamente en cierto tiempo, se efectúan.	3.6	3.6	60.7	32.1	5.3	0.0	36.8	57.9
	Cuenta con personal altamente calificado.	0.0	7.1	75.0	17.9	0.0	15.8	31.6	52.6
	Desempeña su calidad de servicio a la primera.	50.0	21.4	21.4	7.1	57.9	15.8	15.8	10.5
	Los mantienen informados cuando se origina cualquier cambio en las instalaciones	25.0	10.7	35.7	28.6	21.1	5.3	31.6	42.1
	El personal da una imagen de seguridad y confianza	3.6	14.3	25.0	57.1	10.5	31.6	21.1	36.8
Actitud de Servicio	Brinda con prontitud los servicios al usuario.	35.7	25.0	21.4	17.9	47.4	31.6	10.5	10.5
	Brinda apoyo al usuario y comprende sus necesidades.	10.7	28.6	35.7	25.0	0.0	5.3	57.9	36.8
	Siempre se muestra disponible para responder las inquietudes del usuario.	7.1	10.7	50.0	32.1	5.3	15.8	52.6	26.3
Competencia del Personal	El comportamiento de los profesionales transmite confianza al usuario.	3.6	3.6	14.3	78.6	5.3	10.5	21.1	63.2
	Siempre son amables con los usuarios.	0.0	7.1	57.1	35.7	5.3	10.5	42.1	42.1
	Tienen los conocimientos necesarios para responder las preguntas del usuario.	3.6	17.9	64.3	14.3	0.0	5.3	52.6	42.1
	Cuando el usuario presenta un problema Ud., muestra interés por solucionarlo.	0.0	17.9	60.7	21.4	0.0	5.3	52.6	42.1
Empatía	Brindan atención personalizada.	10.7	21.4	39.3	28.6	0.0	15.8	47.4	36.8
	Los horarios son totalmente convenientes y rentables.	10.7	32.1	39.3	17.9	21.1	15.8	36.8	26.3
	El personal de informes explica de manera clara y adecuada al usuario para su atención.	14.3	7.1	53.6	25.0	5.3	10.5	42.1	42.1
Tangibles	El Banco tiene equipos de apariencia moderna.	60.7	28.6	10.7	0.0	52.6	31.6	5.3	10.5
	Las instalaciones del Banco son visualmente atractivas.	35.7	25.0	17.9	21.4	31.6	31.6	5.3	31.6
	Se preocupa la parte administrativa del Banco por ofrecer los mejores servicios al usuario.	7.1	25.0	46.4	21.4	5.3	36.8	36.8	21.1
	Los elementos materiales (folletos, manuales, revistas) son visualmente atractivos.	0.0	0.0	7.1	92.9	0.0	0.0	10.5	89.5
El Sistema del Préstamo Personal	Cree usted que la tasa de interés es la más baja del mercado	3.6	32.1	28.6	35.7	5.3	0.0	57.9	36.8
	El servicio se adapta a mis necesidades como usuario	32.1	25.0	21.4	21.4	42.1	15.8	31.6	10.5
	La entidad donde percibo mi sueldo tiene convenio con el Banco	14.3	7.1	64.3	14.3	10.5	15.8	36.8	36.8

Tabla 8 C

Calidad de atención al cliente de acuerdo al centro laboral en el sistema de préstamo personal

1 = Totalmente en desacuerdo; 2 = Desacuerdo; 3= De acuerdo y 4= Totalmente de acuerdo		MUNICIPALIDAD DE LAMBAYEQUE (34)				MAGISTERIO (14)			
		1	2	3	4	1	2	3	4
		%	%	%	%	%	%	%	%
confiabilidad	Cuando se promete hacer cambios internamente en cierto tiempo, se efectúan.	2.9	2.9	55.9	38.2	0.0	0.0	42.9	57.1
	Cuenta con personal altamente calificado.	8.8	5.9	67.6	17.6	0.0	7.1	57.1	35.7
	Desempeña su calidad de servicio a la primera.	50.0	26.5	11.8	11.8	57.1	21.4	21.4	0.0
	Los mantienen informados cuando se origina cualquier cambio en las instalaciones	38.2	14.7	26.5	20.6	28.6	14.3	35.7	21.4
	El personal da una imagen de seguridad y confianza	2.9	35.3	17.6	44.1	14.3	21.4	28.6	35.7
Actitud de Servicio	Brinda con prontitud los servicios al usuario.	41.2	26.5	17.6	14.7	57.1	28.6	14.3	0.0
	Brinda apoyo al usuario y comprende sus necesidades.	14.7	5.9	50.0	29.4	0.0	7.1	57.1	35.7
	Siempre se muestra disponible para responder las inquietudes del usuario.	8.8	8.8	50.0	32.4	0.0	7.1	35.7	57.1
Competencia del Personal	El comportamiento de los profesionales transmite confianza al usuario.	2.9	5.9	17.6	73.5	0.0	14.3	7.1	78.6
	Siempre son amables con los usuarios.	0.0	5.9	44.1	50.0	0.0	7.1	57.1	35.7
	Tienen los conocimientos necesarios para responder las preguntas del usuario.	8.8	2.9	58.8	29.4	0.0	0.0	64.3	35.7
	Cuando el usuario presenta un problema Ud., muestra interés por solucionarlo.	2.9	8.8	52.9	35.3	0.0	7.1	71.4	21.4
Empatía	Brindan atención personalizada.	8.8	8.8	26.5	55.9	0.0	0.0	50.0	50.0
	Los horarios son totalmente convenientes y rentables.	29.4	26.5	29.4	14.7	28.6	21.4	35.7	14.3
	El personal de informes explica de manera clara y adecuada al usuario para su atención.	5.9	23.5	50.0	20.6	7.1	7.1	57.1	28.6
Tangibles	El Banco tiene equipos de apariencia moderna.	44.1	38.2	14.7	2.9	57.1	28.6	14.3	0.0
	Las instalaciones del Banco son visualmente atractivas.	32.4	26.5	14.7	26.5	28.6	14.3	35.7	21.4
	Se preocupa la parte administrativa del Banco por ofrecer los mejores servicios al usuario.	2.9	20.6	52.9	23.5	7.1	28.6	28.6	35.7
	Los elementos materiales (folletos, manuales, revistas) son visualmente atractivos.	0.0	0.0	11.8	88.2	0.0	0.0	0.0	100.0
El Sistema del Préstamo Personal	Cree usted que la tasa de interés es la más baja del mercado	5.9	20.6	23.5	50.0	7.1	14.3	28.6	50.0
	El servicio se adapta a mis necesidades como usuario	35.3	8.8	35.3	20.6	21.4	14.3	42.9	21.4
	La entidad donde percibo mi sueldo tiene convenio con el Banco	11.8	14.7	55.9	17.6	0.0	7.1	50.0	42.9

Tabla 8 D

Calidad de atención al cliente de acuerdo al centro laboral en el sistema de préstamo personal

1 = Totalmente en desacuerdo; 2 = Desacuerdo; 3= De acuerdo y 4= Totalmente de acuerdo		CAJA DE PENSIONES (15)				OTROS (12)			
		1	2	3	4	1	2	3	4
		%	%	%	%	%	%	%	%
confiabilidad	Cuando se promete hacer cambios internamente en cierto tiempo, se efectúan.	6.7	0.0	46.7	46.7	0.0	33.3	25.0	41.7
	Cuenta con personal altamente calificado.	6.7	33.3	26.7	33.3	25.0	8.3	58.3	8.3
	Desempeña su calidad de servicio a la primera.	33.3	33.3	6.7	26.7	66.7	0.0	25.0	8.3
	Los mantienen informados cuando se origina cualquier cambio en las instalaciones	26.7	0.0	20.0	53.3	16.7	16.7	25.0	41.7
	El personal da una imagen de seguridad y confianza	0.0	13.3	46.7	40.0	16.7	16.7	0.0	66.7
Actitud de Servicio	Brinda con prontitud los servicios al usuario.	33.3	13.3	40.0	13.3	50.0	25.0	0.0	25.0
	Brinda apoyo al usuario y comprende sus necesidades.	0.0	6.7	66.7	26.7	0.0	8.3	66.7	25.0
	Siempre se muestra disponible para responder las inquietudes del usuario.	0.0	6.7	46.7	46.7	25.0	8.3	58.3	8.3
Competencia del Personal	El comportamiento de los profesionales transmite confianza al usuario.	0.0	0.0	26.7	73.3	0.0	16.7	16.7	66.7
	Siempre son amables con los usuarios.	0.0	6.7	40.0	53.3	0.0	0.0	66.7	33.3
	Tienen los conocimientos necesarios para responder las preguntas del usuario.	6.7	0.0	40.0	53.3	8.3	8.3	58.3	25.0
	Cuando el usuario presenta un problema Ud., muestra interés por solucionarlo.	0.0	6.7	53.3	40.0	0.0	8.3	50.0	41.7
Empatía	Brindan atención personalizada.	0.0	26.7	60.0	13.3	0.0	0.0	66.7	33.3
	Los horarios son totalmente convenientes y rentables.	33.3	13.3	46.7	6.7	16.7	41.7	25.0	16.7
	El personal de informes explica de manera clara y adecuada al usuario para su atención.	6.7	13.3	66.7	13.3	0.0	16.7	41.7	41.7
Tangibles	El Banco tiene equipos de apariencia moderna.	40.0	46.7	6.7	6.7	58.3	25.0	8.3	8.3
	Las instalaciones del Banco son visualmente atractivas.	46.7	20.0	33.3	0.0	25.0	33.3	25.0	16.7
	Se preocupa la parte administrativa del Banco por ofrecer los mejores servicios al usuario.	13.3	6.7	46.7	33.3	8.3	16.7	58.3	16.7
	Los elementos materiales (folletos, manuales, revistas) son visualmente atractivos.	0.0	0.0	13.3	86.7	0.0	0.0	0.0	100.0
El Sistema del Préstamo Personal	Cree usted que la tasa de interés es la más baja del mercado	0.0	20.0	6.7	73.3	0.0	8.3	25.0	66.7
	El servicio se adapta a mis necesidades como usuario	20.0	13.3	46.7	20.0	0.0	41.7	41.7	16.7
	La entidad donde percibo mi sueldo tiene convenio con el Banco	6.7	20.0	40.0	33.3	8.3	25.0	41.7	25.0

CONCLUSIONES

- Después del análisis efectuado se concluye que los clientes del Banco de la Nación se encuentran de acuerdo con la calidad de atención brindada. Ello se refleja en la percepción de calidad de servicio en el banco de la nación entre los trabajadores del ministerio de defensa (en comparación con otros ministerios), el 27.27% de los encuestados pertenecientes a este ministerio consideran que la calidad de atención se encuentra en el intervalo más alto de 66-88 (Totalmente de acuerdo), así también tenemos el 26.32% de trabajadores de la UNPRG y el 28.57% de trabajadores del Magisterio dan la más alta valoración de calidad a la atención recibida en el banco de la nación
- En cuanto a cómo los elementos tangibles y la fiabilidad influyen en la calidad de atención en el sistema de préstamo personal, se concluye que tanto el Ministerio de Salud (45%) y la UNPRG (52.6%) opinan que cuentan con personal calificado, así también destaca que los elementos tangibles el Ministerio de Salud (60%) y el Ministerio del Interior (60.7%) opinan que el Banco no tiene equipos de apariencia moderna, lo que limita a la rapidez de atención, creando una mala percepción en el cliente.
- En cuanto cómo la actitud de servicio influye en la calidad de atención en el sistema de préstamo personal, el Magisterio (57.1%) son los que están más en desacuerdo con la prontitud en la atención, y la UNPRG (47.4%). Así también tenemos que dichas entidades están de acuerdo con que el personal comprende las necesidades y se muestra a resolver las inquietudes, cabe resaltar que absolver inquietudes también implica tiempo, y que no solo depende de los tangibles.

- En cuanto cómo la competencia y la empatía del personal, influyen en la calidad de atención en el sistema de préstamo personal, el Magisterio y Ministerio del interior (78.6%) sienten que los profesionales transmiten confianza, mientras que el Ministerio de Salud (35%) y Caja de Pensiones (33.3%) están en desacuerdo con el Horario de atención.

RECOMENDACIONES

- Satisfacer al cliente absolviendo cualquier duda y brindando la información completa y transparente, capacitándolo constantemente, para poder apoyar al cliente y comprender sus necesidades.
- Se recomienda superar las expectativas del cliente, brindando una atención de calidad óptima, considerando el tiempo de atención, minimizando la operatividad en el sistema de préstamos. En cuanto a lo tangible, sería conveniente cambiar las herramientas como maquinaria y equipo para brindar una atención rápida.
- Brindar una buena imagen y ser empáticos con los clientes. Adaptarse a las necesidades de los clientes, brindándoles las herramientas de información para absolver sus dudas sobre los préstamos.
- Si bien es cierto el ministerio de defensa es el ministerio que mejor califica la calidad de atención del Banco de la Nación de Lambayeque, se debe elaborar un plan de acción donde se deben minimizar tiempos, requisitos y brindar información lo más clara y precisa con la finalidad de fidelizar al cliente.

VI. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS.

- <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>
- <https://www.gestiopolis.com/10-mandamientos-atencion-cliente/>
- <http://www.finanzasparatodos.es/es/productosyservicios/productosbancariosfinanciacion/prestamospersonales.html>
- <http://www.todoprestamos.com/prestamos/tipos-de-prestamos/>
- EVANS, R James y LINSAY, William. Administración y Control de la Calidad 4ta Edición. Pág. Total 786. Editorial Thomson.2000
- LEPPARD, JOHN. Cómo mejorar su servicio al cliente. Barcelona: Gestión 2000. 1998. 166 p.
- <https://www.bn.com.pe/nosotros/giro-negocio-banco.asp>
- Muñoz M., A. (1999). La gestión de calidad total en la gestión publica. Madrid: Díaz de Santos S.A.
- www.bn.com.pe
- Fernández. (2015). La calidad servicio y satisfacción del usuario. España: castellana S.A Ediciones

ANEXOS

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO

Instrucciones: Marcar la opción que cree conveniente.

1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. De acuerdo 4. Totalmente de acuerdo

SEXO:

EDAD:

	Confiabilidad				
1	Cuando se promete hacer cambios internamente en cierto tiempo, se efectúan.				
2	Cuenta con personal altamente calificado.				
3	Desempeña su calidad de servicio a la primera.				
4	Los mantienen informados cuando se origina cualquier cambio en las instalaciones.				
5	El personal da una imagen de seguridad y confianza				
	Actitud de servicio				
6	Brinda con prontitud los servicios al usuario.				
7	Brinda apoyo al usuario y comprende sus necesidades.				
8	Siempre se muestra disponible para responder las inquietudes del usuario.				
	Competencia del personal				
09	El comportamiento de los profesionales transmite confianza al usuario.				
10	Siempre son amables con los usuarios.				
11	Tienen los conocimientos necesarios para responder las preguntas del usuario.				
12	Cuando el usuario presenta un problema Ud., muestra interés por solucionarlo.				
	Empatía				
13	Brindan atención personalizada.				
14	Los horarios son totalmente convenientes y rentables.				
15	El personal de informes explica de manera clara y adecuada al usuario para su atención.				
	Tangibles				
16	El Banco tiene equipos de apariencia moderna.				
17	Las instalaciones del Banco son visualmente atractivas.				
18	Se preocupa la parte administrativa del Banco por ofrecer los mejores servicios al usuario.				
19	Los elementos materiales (folletos, manuales, revistas) son visualmente atractivos.				
	El Sistema de préstamo personal				
20	Cree usted que la tasa de interés es la más baja del mercado				
21	El servicio se adapta a mis necesidades como usuario				
22	La entidad donde percibo mi sueldo tiene convenio con el Banco				