



"Responsabilidad con pensamiento positivo"

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN

CARRERA: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**TEMA: DISEÑO DE UN MODELO DE INFORMACION PARA SERVICIO AL
CLIENTE EN LA AGENCIA EL CONDADO DEL BANCO PICHINCHA PARA
EL ÁREA DE NEGOCIOS.**

AUTOR/ A: MYRIAN ALEXANDRA NAVARRETE ALTAMIRANO

TUTOR/ A: ING. PATRICIA ALBUJA

AÑO 2014



INFORME FINAL DE RESULTADOS DEL PIC Código (PIC-04-2014)

INFORME FINAL DE RESULTADOS DEL PIC

CARRERA:	ADMINISTRACION DE EMPRESAS
AUTOR/A:	MYRIAN ALEXANDRA NAVARRETE ALTAMIRANO
TEMA DEL TT:	DISEÑO DE UN MODELO DE INFORMACION PARA SERVICIO AL CLIENTE EN LA AGENCIA EL CONDADO DEL BANCO PICHINCHA PARA EL ÁREA DE NEGOCIOS.
ARTICULACIÓN CON LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN INSTITUCIONAL:	PRODUCTIVIDAD Y SOCIEDAD
SUBLÍNEA DE INVESTIGACIÓN INSTITUCIONAL:	MERCADO Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
FECHA DE PRESENTACIÓN DEL INFORME FINAL:	JULIO 2014

INDICE

INTRODUCCION.....	1
CAPITULO I. MARCO TEÓRICO.....	3
1. SERVICIO AL CLIENTE.....	3
1.1. TIPOS DE SERVICIO.....	3
1.2. PRINCIPIOS DE SERVICIO AL CLIENTE.....	3
1.3. ESTRATEGIAS DEL SERVICIO AL CLIENTE.....	4
2. SERVICIOS BANCARIOS.....	5
3. MEJORAMIENTO Y ATENCION DEL CLIENTE.....	5
4. MODELO DE INFORMACION.....	6
CAPITULO II. DIAGNOSTICO SITUACIONAL.....	8
1. MACROENTORNO.....	8
1.1. FACTOR DEMOGRÁFICO.....	8
1.2. FACTOR ECONÓMICO.....	8
1.3. FACTOR TECNOLÓGICO.....	9
1.4. FACTOR LEGAL.....	9
1.5. FACTOR CULTURAL.....	11
2. MICROENTORNO.....	12
2.1. HISTORIA BANCO PICHINCHA.....	12
2.2. RECONOCIMIENTOS A BANCO PICHINCHA.....	13
2.3. CLIENTES BANCO PICHNCHA.....	13
2.4. TECNOLOGIA.....	13
2.5. COMPETENCIA.....	14
3. INSTRUMENTOS PARA RECOLECCION DE INFORMACION.....	15
4. MODELO DE ENCUESTA.....	16
5. TABULACIONES DE ENCUESTAS	18
6. DIAGRAMA ISHIKAWA.....	27
7. FODA.....	28
8. ANÁLISIS.....	28
CAPITULO III. PROPUESTA.....	30
1. TEMA.....	30
2. OBJETIVO.....	30
3. NUEVO MODELO (PROCESO GRÁFICO).....	30
3.1 PLAN NUEVO MODELO DE SERVICIO DE INFORMACIÓN.....	31
4. COSTO Y BENEFICIO.....	33
4.1. COSTO.....	33
4.2. BENEFICIO.....	33
5. CONCLUSIONES.....	34
6. RECOMENDACIONES.....	35
7. BIBLIOGRAFIA.....	36
8. ANEXOS.....	37

INTRODUCCIÓN

Planteamiento del Problema

En la actualidad existen varias falencias que presenta Banco Pichincha, tomando como estudio a la agencia El Condado, en cuanto a su servicio para el cliente en el Área de Negocios; debido a tiempos prolongados de espera, inadecuada cordialidad, escasa resolución de problemas, demasiado tiempo en cada operación. En cuanto a tiempos de espera, al cliente para ejecutar sus actividades dentro de la agencia como: entrega de tarjetas, chequeras y cheques devueltos; y muchas de las veces el cliente toma su turno y para cuando llegan no se encuentra listo el habilitante lo cual provoca malestar al cliente.

En algunos casos para apertura de cuenta, pólizas, préstamos y demás; cuando el cliente llega a ser atendido, el ejecutivo le indica que le falta la documentación para dicho proceso o simplemente este se vuelve demasiado largo en la ejecución del mismo.

Para la apertura de cuenta el cliente cuando llegue su turno tiene que llevar algunos documentos necesarios y adicional leer, firmar los diferentes contratos que emite el banco, a veces el cliente no tiene listo ningún documento o se pone a leer todos los documentos que le entrega el asesor.

En cuanto a préstamos no saben igual que requisitos tener para abrirse un crédito, y cuando le ayuda un asesor recién le explica que documentos tiene que llevar; y aquellos que traen todos sus documentos recién se ponen a llenar el extenso formulario y ni siquiera les ayudan ese momento sino les llaman para 15 días para saber si su crédito se aprobó o no.

Igual para las diferentes transferencias como: pichincha, interbancarias, o internacionales; llega el cliente y se pone recién a llenar un formulario.

El personal interno, no muestra dinamismo, eficiencia y eficacia por tal motivo se genera más tiempo de espera.

Por lo expuesto se ha generado el descontento sobre el servicio recibido, y muchas de las ocasiones el cliente no sale satisfecho de la atención recibida ya que no se le resuelve el problema provocando molestias al mismo.

Si la situación se mantiene, la agencia del Condado de Banco Pichincha; perderá clientes ya que lo mismos cerraran sus cuentas, por tal motivo la institución irá perdiendo su prestigio e imagen.

Por tanto se debería tomar correctivos para alcanzar un nivel de excelencia hacia el cliente; mediante el diseño de un modelo de información para servicio al cliente en el Área de Negocios; para de esta manera obtener calidad y hacer que la gente siga confiando en los servicios que presta Banco Pichincha.

Objetivo General

- Diseñar un modelo de información para servicio al cliente en la Agencia el Condado de Banco Pichincha para el Área de Negocios.

Objetivo Específicos

- Fundamentar teóricamente el diseño e implementación del modelo de información para servicio al cliente en la Agencia el Condado de Banco Pichincha para el Área de Negocios.
- Diagnosticar la situación actual de la Agencia el Condado de Banco Pichincha en el Área de Negocios, en cuanto al servicio al cliente y la demanda de la misma.
- Realizar la propuesta del diseño del modelo de información para servicio al cliente en la Agencia el Condado de Banco Pichincha para el Área de Negocios.

Hipótesis

El diseño de un modelo de información para servicio al cliente, logrará agilizar el proceso y cubrirá las expectativas que requiere el mismo, en la Agencia el Condado de Banco Pichincha para el Área de Negocios.

Metodología del proceso investigativo

Para la investigación se utilizará diversos métodos entre ellos:

Método Científico.- Se aplicará en el desarrollo del Marco Teórico y en el Diseño del modelo.

Método Inductivo y Deductivo.- Serán los que determinen las conclusiones y recomendaciones.

Método Estadístico.- Se realizará mediante una comparación estadística de un pre y post aplicación del modelo.

Además se utilizará la técnica para la recolección de información primaria y tenemos:

Encuestas: Las cuales serán aplicadas a los clientes de la Agencia el Condado de Banco Pichincha.

CAPITULO I .- MARCO TEÓRICO

1.-Servicio al cliente

El servicio al cliente según el autor Francés Gaither Inches (1983) lo considera como “*Todas las actividades que unen a una organización con sus clientes*”, con esta conceptualización se puede denotar que el servicio al cliente es un peldaño importante en toda organización o empresa ya que de este servicio dependerá la satisfacción o insatisfacción del cliente, lo cual marcará la actitud del mismo y también la decisión de regresar o no a dicha organización.

Es de importancia además que el personal que cumple el papel de prestación de servicios brinde una atención personalizada, una excelente bienvenida y muestre en todo momento una actitud positiva.

1.1 Tipos de servicios:

Dentro del tema de servicio al cliente es de relevancia conocer los tipos de servicios, los mismos que se mencionan a continuación:

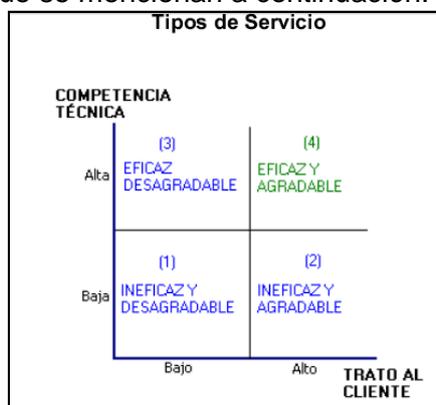


Grafico 1. Tipos de Servicio
Fuente: Gaither Inches (1983)

1.1.1.1 Servicio ineficaz y desagradable.- baja competencia técnica y mal trato al cliente, el mismo que no desearía volver a la institución.

1.1.1.2 Servicio ineficaz y agradable.- baja competencia técnica pero gran atención al cliente.

1.1.1.3 Servicio eficaz y desagradable.- buena realización de procesos pero no alcanzan estándares de calidad en servicio al cliente.

1.1.1.4 Servicio eficaz y agradable.- este es considerado el servicio perfecto ya que se halló un equilibrio adecuado entre sus competencias técnicas y su estrategia de servicio al cliente.

1.2 Principios de servicio al cliente

La forma en la que el personal de servicio al cliente se dirige a la comunidad es muy importante, es por ello que se mencionan a continuación algunos de los principios que deberían llevarse a cabo en la cotidianeidad.

- Utilizar palabras corteses

- Anticipar y satisfacer las necesidades del cliente
- Tener autoridad para manejar quejas
- Cumplir con lo ofrecido al cliente
- Ser respetuoso y atento con las personas
- No dejar esperando al cliente por su servicio.

La satisfacción de los clientes debe ser la prioridad de cualquier Institución es por esta razón que John M. (1974) escribe sobre los 10 Mandamientos de la atención al cliente entre los cuales encontramos:

- El cliente por encima de todo.
- No hay nada imposible cuando se quiere.
- Cumple todo lo que prometas.
- Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle más de lo que espera.
- Para el cliente tú marcas la diferencia.
- Fallar en un punto significa fallar en todo.
- Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos.
- El juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente.
- Por muy bueno que sea un servicio siempre se puede mejorar.
- Cuando se trata de satisfacer a un cliente todos somos un equipo.

Es necesario recalcar que dentro de estos mandamientos propuestos por John M. se señala que es necesario que el empleado se encuentre también satisfecho, es decir, que la Institución le brinde buena calidad interna para que él de la misma manera pueda brindar una mejor atención, recordemos que no se puede dar lo que no se tiene.

1.3 Estrategias del servicio al cliente

Cabe mencionar que la Institución es un órgano indispensable que impulsa al personal para impartir un buen servicio al cliente y es indispensable que ellos conozcan estrategias para el servicio al cliente; es por ello que veo necesario mencionar la estrategia que mencionó Neyra Calderón en sus escritos sobre el mencionado tema.

- El liderazgo de la alta gerencia es la base de la cadena.
- La calidad interna impulsa la satisfacción de los empleados.
- La satisfacción de los empleados impulsa su lealtad.
- La lealtad de los empleados impulsa la productividad.
- La productividad de los empleados impulsa el valor del servicio.
- El valor del servicio impulsa la satisfacción del cliente.
- La satisfacción del cliente impulsa la lealtad del cliente.
- La lealtad del cliente impulsa las utilidades y la consecución de nuevos públicos.

Hay que tomar en cuenta que no basta manejar solamente una excelente estrategia de atención al cliente sino lograr mantener un eficiente control de los procesos de atención continuamente, para lo cual se detallan a continuación cinco elementos básicos a valorar:

- Determinación de las necesidades del cliente.- diseñar políticas y estrategias para mejorar la atención.
- Tiempos de servicio.- tomar en cuenta las prioridades del cliente, de ser necesario incrementar más personal que supla las necesidades.
- Encuestas de servicios con los clientes.- investigar sobre preferencias, molestias, reclamos, aclaraciones o sugerencias de los usuarios.
- Evaluación del comportamiento de atención al cliente.- evaluar al personal el servicio que está prestando al cliente.
- Análisis de recompensas y motivación.- si el trabajador está motivado tendrá buena disposición en la atención al cliente.

2.-Servicios Bancarios

Según el autor Río Julio (1997) define a los Servicios Bancarios como *“el conjunto de instrumentos, mercados e instituciones cuya función es canalizar el flujo de fondos desde los oferentes hacia los demandantes”*.

Dentro del tema encontramos agentes económicos como los oferentes de fondo y los demandantes de fondos que se explican a continuación:

- Oferentes de fondos.- son los ahorradores, quienes han acumulado un excedente de dinero y quieren prestarlo para obtener un mayor rendimiento.
- Demandantes de fondos.- los que necesitan dinero para sus proyectos de inversión.

Tanto oferentes como demandantes buscan algo diferente pero coinciden en que buscar de forma aislada sus propios medios potenciales compradores y vendedores de los instrumentos financieros que mejor se adapten a las necesidades de cada caso es dificultoso, consumen mucho tiempo y recursos además de poner en riesgo su seguridad y viabilidad.

Es por esas razones que prefieren buscar Instituciones financieras que ayuden a tener una conexión segura, eficaz y exitosa entre oferentes y demandantes de fondos.

Dentro de la Instituciones financieras podemos mencionar a las cajas de ahorro, cooperativas, bancos y empresas que se dedican al negocio de leasing, es importante dar a conocer que estas instituciones son seguras ya que las autoridades económicas de cada país han propuesto normas de control que realizan los organismos supervisores delegados, los mismos que deben actuar siempre con transparencia.

Dentro de las instituciones financieras encontramos a las entidades bancarias que brindan varios servicios, es así que Sánchez José (1997) menciona a las cuentas de ahorro, corriente y tarjetas de crédito como servicios que prestan los bancos.

Estas entidades bancarias tienen dos actividades esenciales que son:

- **Captación de recursos:** el banco toma recursos de varios de sus clientes por medio de sus cuentas bancarias para invertirlo.
- **Colocación de recursos:** El dinero recogido por los bancos se pone a disposición del público para que puedan realizar todo tipo de créditos para sus diversas inversiones y negocios.

Además las Instituciones bancarias te proporcionan varios beneficios como el mantener tu dinero de forma segura sin peligro de robo, puedes disponer de tu dinero cuando quieras, te permite comprar y pagar por internet todo lo que necesite, puede tener un historial crediticio y puede invertir su dinero en productos de inversión que ofrece el banco y así poder obtener ganancias.

3.- Mejoramiento y Atención del Cliente

La satisfacción del cliente es muy importante, ya que si ellos están conformes con lo recibido tendremos como Institución la seguridad de que continuará solicitando nuestros servicios y comentará de igual forma de la excelente atención a sus amistades, lo cual generará un índice mayor de clientes para la institución e incrementará la buena imagen y publicidad de la misma.

Actualmente se cree que la satisfacción de los clientes se podrá lograr generando ofertas competitivas superiores y es cierto que si se mejoran los niveles de calidad en la atención al cliente se podrá lograr mayor satisfacción en el mismo, pero esta atención debe estar enlazada directamente con las exigencias del cliente, es decir con el producto final que se entregará, como por ejemplo disminución de tiempo en la realización de algún pedido y eficacia en lo solicitado. (Droker P. 1990).

Debido a que el cliente tiene varias alternativas para seleccionar una institución financiera el trabajo se vuelve aún más complejo, ya que cada institución deberá comprometerse a superar la calidad y servicio para satisfacer las necesidades del cliente y de esta manera lograr que éste pueda seguir comprometido con la misma.

El tema de la satisfacción del cliente ha generado mesas de diálogo para hacer reformas en la calidad de servicios que están brindando en cada institución ya que el cliente es un pilar fundamental para que las instituciones sigan dentro del mercado o entren en crisis; es por estas y muchas más razones que se deben dar mejoras en todas las áreas para que el cliente se sienta satisfecho.

De acuerdo a Horovitz J. (1997) *“Dentro de este tema del mejoramiento y la atención al cliente cabe destacar dichas estrategias de marketing, las mismas que mencionan que todo el personal de la institución debe unirse, es decir recordar que son un solo grupo y que no solo depende del servicio de atención al cliente para que éste se sienta satisfecho sino colaborar en conjunto para que pueda sentir que sus exigencias y su producto final obtenido han logrado satisfacerlo”*.

Y finalmente para evaluar si el mejoramiento de varias estrategias empleadas para la satisfacción del cliente han dado frutos se deben realizar periódicamente encuestas o caso contrario mantener un buzón de sugerencias o quejas para que puedan tomarse en cuenta y mejorar día a día.

4.- Modelo de Información

Para el autor Iván Thompson (2006), la información es *“un conjunto de datos acerca de algún suceso, hecho fenómeno o situación, que organizados en un contexto determinado tienen su significado, cuyo propósito puede ser el de reducir la incertidumbre o incrementar el conocimiento acerca de algo”*.

Por ello la comunicación e información dada son el medio indispensable para lograr un buen entendimiento con los clientes y que ellos se sientan entendidos, satisfechos y seguros lo cual les permitirá realizar de mejor manera los procesos y resolver sus inquietudes con mayor rapidez, es por esta razón que es primordial diseñar un modelo dentro de las instituciones financieras los cuales provean de una información oportuna, eficaz y veraz de cada procedimiento que los clientes deban realizar.

Es así que en la Agencia del Banco Pichincha del Centro Comercial El Condado se creará un modelo de información para servicio al cliente que logre dar información oportuna y confiable al cliente para la realización de sus operaciones, solicitudes y demás transacciones.

Este modelo se basa en que se creará un servicio de información adicional, localizado en la puerta de la Agencia Banco Pichincha del Condado; el mismo que tendrá acceso e información de cada una de las áreas que maneja esta agencia: balcones y asesores.

El servicio se manejará de la siguiente manera:

Para el área de balcones: Se tendrá a la mano toda clase de formularios que el cliente requiere para sus operaciones, como: transferencias de banco pichincha, interbancarias e internacionales; solicitudes para tarjetas experta, solicitudes manuales de chequeras por perdida o por cuenta nueva. Tendrá información de tiempos de solución en cada uno de estos procesos.

Para el área de asesores o negociación: Se entregarán todos los requisitos necesarios al cliente para: apertura de cuenta, pólizas, créditos, préstamos, solicitud para tarjetas de crédito.

CAPITULO II. DIAGNOSTICO SITUACIONAL

1.-MACROENTORNO

1.1. Factor Demográfico.

“El Ecuador en el año 2013, alcanzó los 14`306.876 habitantes y su densidad demográfica es de 55.80 habitantes por kilómetro cuadrado, esta bordea una tasa de crecimiento demográfica intercensal anual de 1.52% de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEN); los cuáles poseen sus cuentas en Banco Pichincha 1`347.712 clientes”.¹

1.2. Factor Económico.

Al mes de septiembre del 2013 el Sistema Financiero Nacional cuenta con 79 entidades. A inicios del año 2013 el Banco Territorial cierra sus actividades y los bancos Solidario y Unibanco se fusionaron formando un solo banco.

Entre bancos privados y públicos, mutualistas y otras entidades financieras, con un total de activos por USD 30.946,96 millones, manteniendo una constante tendencia de crecimiento desde la entrada del Ecuador en dolarización. No se ha incluido a las Cooperativas por no contar con información actualizada.

En cuanto a los bancos privados, éstos cuentan con un total de activos por USD 28.575,25 millones a septiembre del 2013.

En lo referente a Banca Pública, al mes de septiembre del 2013 el total de activos asciende a USD 6.701,98 millones, con una representación significativa de la Corporación Financiera Nacional (44,94%), el Banco Nacional de Fomento (25,46%), el Banco del Estado (26,45%) y con una participación mínima del Banco ecuatoriano de la Vivienda (3,15%).

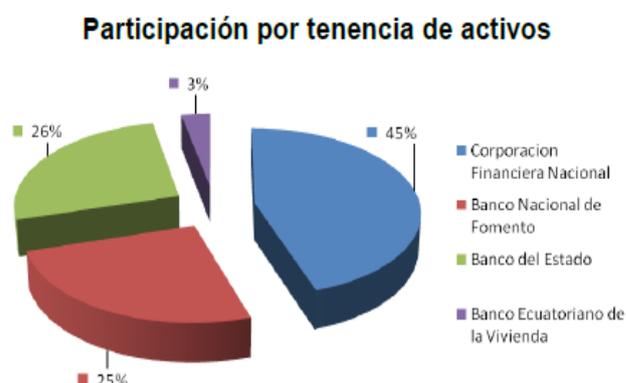


Gráfico 2. Participación por tenencia de activos 2013
Fuente: Superintendencia de Banco y Seguros

¹ /www.forosecuador.ec/forum/ecuador/economía-y-finanzas/1825-bancos-más-importantes-de-ecuador.

En cuanto al patrimonio la banca pública al mes de octubre del 2012 alcanza los USD 1.953,33 millones, manteniendo una concentración similar que en total de activos, en la participación de la CFN del 53,08%.

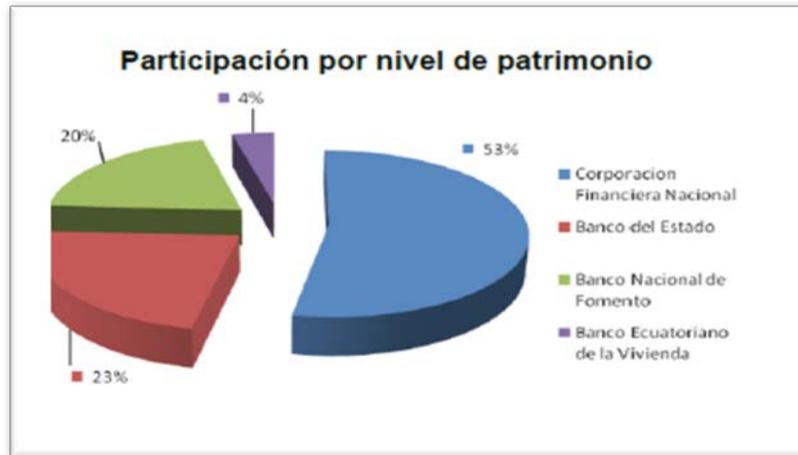


Gráfico 3. Participación por nivel de patrimonio
Fuente: Superintendencia de Banco y Seguros 2013

1.3. Factor Tecnológico.

“Ecuador se ubicó en la posición 108 en cuanto a la capacidad de desarrollar y aprovechar las TIC’s, de acuerdo al Global Information Technology Report (GITR) 2010-2011 presentado por el Foro Económico Mundial, que cada año compara y analiza la capacidad tecnológica de 138 países. En esta lista, ningún país latinoamericano se ubica entre los primeros 25 del mundo”.²

En la actualidad más de 170 entidades de la industria bancaria y financiera en Europa, Medio Oriente, Asia y Oceanía; operan con la tecnología de TCS BANCS.

TCS Bans, es una herramienta para la gestión bancaria que permite transformación de los servicios a través de un completo y avanzado conjunto de soluciones tecnológicas diseñadas para instituciones financieras. Banco Pichincha adopto esta herramienta en toda su red de oficinas que representa avance y modernización.

1.4. Factor Legal.

A continuación se hace mención el Reglamento a la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero (Decreto Ejecutivo No.1852 RO /475 de 4 de julio de 1994)

²www.ecotec.edu.ec/documentacion%5Cinvestigaciones%5Cestudiantes%5Ctra_bajos_de_clases/26954_2011_PASANTIAS_TRECALDE_000000682.pdf

TITULO NO.1 Ámbito de la Ley General de Instituciones Financieras

Artículo. 1.- La Superintendencia de Bancos, entidad encargada de la supervisión y control del Sistema Financiero.

Artículo. 2.- Instituciones Financieras privadas están:

- Bancos
- Sociedades Financieras
- Mutualistas de Ahorro y Crédito para Vivienda
- Cooperativa de Ahorro y Crédito

Artículo. 3.- Los Bancos deben regirse al Art. 51 de la Ley, mientras que las Sociedades Financieras, al 51 y 53 Art. De la Ley; las Mutualistas de Ahorro y Crédito regirse al Art. 51 de la ley.

Artículo. 4.- Entre instituciones de Servicios Financieros tenemos: Almacenes Generales de Depósito, Compañías de Arrendamiento Mercantil, Compañías Emisoras o Administradoras de Tarjetas de Crédito, Casas de Cambio, Compañías de Titularización.

Artículo. 5.- Las instituciones financieras privadas, públicas y de servicios financieros y la sociedad controladora estarán sujetas a las normas de prudencia y solvencia financiera prevista por la Superintendencia de Bancos.

Título II De la Constitución y Organización de las Instituciones del Sistema Financiero Privado

Artículo. 6.- Estas adoptan la forma anónima, salvo las asociaciones mutualistas de Ahorro y Crédito para la vivienda y las Cooperativas de Ahorro y Crédito que realizan intermediación financiera con el público, estas deberán constituirse de conformidad con el Reglamento Especial del Decreto Ejecutivo.

Título III Del Patrimonio

Artículo. 7.- En la Constitución de las Instituciones de Servicios financieros, el capital mínimo pagado será determinado mediante Resolución por la Superintendencia de Bancos. Mientras que el aporte inicial mínimo para la organización de una asociación mutualista de Ahorro y Crédito para la Vivienda es equivalente a trescientos mil unidades de valor constante, calculadas a la fecha de presentación de la solicitud.

Y el aporte mínimo para la Constitución de una Cooperativa de Ahorro y Crédito que realiza intermediación financiera con el público, será el equivalente a las unidades de valor constante de acuerdo al Decreto Ejecutivo.

Título IV De los Grupos Financieros

Artículo. 8.- Según el Art. 147 de la Ley un grupo financiero; no debe ser integrado por más de un banco, ni por más de una sociedad financiera al mismo tiempo, ni poseer más de una sociedad de servicios financieros o auxiliares dedicada a la misma actividad.

Título V
De los Activos y De Los Límites de Crédito

Artículo. 9.- Toda Institución del Sistema Financiero deberá observar las normas que sobre la calidad de los activos y lo límites de crédito sean de acuerdo a la Ley y a las normas por la Superintendencia de Bancos.

Título VI
De la Contabilidad, Información y Publicidad

Artículo. 10.- Todas las Instituciones del Sistema Financiero deberán presentar toda su contabilidad, como libros, archivos y documentos que sean justificados por Superintendencia de Bancos.

Título VII
De las Auditorías

Artículo. 11.- Los auditores interno y externo serán nombrados y removidos en cualquier tiempo por la Junta General de Accionistas, además el auditor externo puede ser elegido por periodo de un año.
Para esto la Superintendencia de Bancos es la que ratificará la idoneidad y experiencia del auditor externo.

Título VIII
Del Siglo y Reserva Bancaria

Artículo. 12.- Los depósitos y demás operaciones que se realicen en Instituciones Financieras estarán sujetas a sigilo bancario.

Título IX
De la Central de Riesgos

Artículo. 13.- Existe un sistema llamado “Central de Riesgos” el cual lleva un registro consolidado y clasificado para los deudores principales de las Instituciones del Sistema Financiero.

Título X
De la Superintendencia de Bancos

Artículo. 14.- La Superintendencia de Bancos tiene a su cargo la vigilancia y el control de las instituciones del Sistema Financiero público y privado, también las compañías de seguros y reaseguros y todas la que se encuentren determinadas por la Ley.

1.5. Factor socio – cultural.

La apertura de cuentas bancarias en el sistema financiero nacional crece cada año, la mayoría de personas abre una cuenta para ahorrar para comprar un auto, pagar la entrada de la casa o cubrir emergencias, o por diferentes opciones que brinda el mercado financiero. A diciembre 2010, en Ecuador había 10,1 millones de cuentas de ahorro, corriente o a plazo. El monto total depositado era de USD 20 216 millones a la misma fecha, según la información de la Superintendencia de Bancos.

De esa cifra, la mayoría: 8,2 millones de cuentas tenían como objetivo el ahorro. Pero eso no significa que ese número de cuentas equivale a igual número de personas, ya que hay clientes que tienen más de una cuenta.

Es decir, de 14,4 millones de personas que habitan en Ecuador, según los recientes datos del Censo de Población y Vivienda, unos 4,3 millones son clientes de depósito. Bajo ese análisis se entiende que cada habitante del país tiene, en promedio, más de dos cuentas bancarias.

Las cooperativas se ubican en segundo lugar en captación de clientes de depósito, después de la banca privada. Esta creció del 11,8% entre el 2009 y el 2010 hasta llegar a 5,6 millones de clientes (USD 15 921 millones).

Las cooperativas se encuentran ya en todas las regiones del país, a excepción de la región Insular. Siendo la de mayor atención por parte de este subsistema la Sierra con el 32,32% y la Amazonía con el 28,09%.

La banca privada tiene presencia importante en todas las regiones del país. En la mayoría de ellas alcanza un índice superior al 30%, llegando hasta el 51,64% como es el caso de la región Insular.

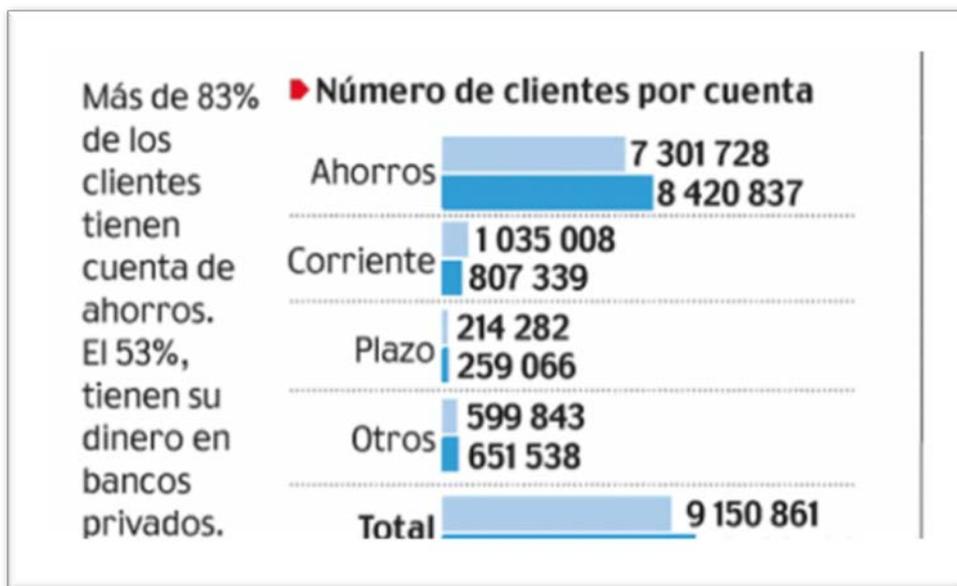


Gráfico 4.- Número de Clientes por Cuenta

Fuente: <http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/cuentas-de-ahorros-segun-necesidad.html> 10 de September de 2011

2. MICROENTORNO.

2.1. HISTORIA BANCO PICHINCHA

Banco Pichincha fue fundado en el año 1906, es el mayor banco privado, por capitalización y número de depositantes, en el Ecuador. Banco principal del Grupo Pichincha, grupo empresarial que incluye las compañías de asociadas con el banco y empresas relacionada a Fidel Egas Grijalva y familia, que incluye

Diners Club del Ecuador, Picaval, Teleamazonas (hasta 2012), Delta Publicidad, entre otras.

El banco tiene más de un millón y medio de clientes, más de 1500 millones de dólares en su portafolio de préstamos, y más de 200 agencias en el país.

Las operaciones electrónicas del Banco Pichincha se hacen a través del sistema INTERNEXO.

“En enero del 2007, el Banco Pichincha firmó un contrato de \$140 millones con Tata Consultancy Services (TCS) por 5 años, en el cual se modernizara los sistemas de información y mejorara la eficiencia.”³

Como parte de este acuerdo, la mayor parte del personal del Banco Pichincha ha sido contratado por TATA, respetando su situación laboral y manteniendo intacto el nivel de servicio y la orientación tecnológica del banco.

2.2 RECONOCIMIENTOS A BANCO PICHINCHA

“En los últimos años, distintos medios internacionales han seleccionado a Banco Pichincha como el mejor Banco del Ecuador. Banco Pichincha lidera una vez más en el ranking del sistema financiero La sección “Economía y Mercado” de la última edición de la Revista Criterios (agosto 2012) presenta un estudio realizado al sector financiero nacional. Las cifras que revela este ranking ubican en primer lugar a Banco Pichincha. La publicación presenta además un estudio sobre la evolución de los depósitos desde el 2007 hasta mayo de 2012. Este nuevo reconocimiento para nuestra organización nos llena de orgullo y fortalece el compromiso de continuar cosechando juntos excelentes resultados”.

⁴

2.3. CLIENTES BANCO PICHINCHA.

Banco Pichincha, es la Institución Financiera con mayor participación en el mercado y se cuenta con un número de 1`347.712 clientes, así mismo 400 mil clientes se van al año por diferentes motivos.

En la Agencia Condado de Banco Pichincha tenemos 3500 clientes diarios en el Área de Negocios, los cuáles realizan diferentes procesos dentro del mismo.

2.4. TECNOLOGÍA.

Banco Pichincha ha garantizado la disponibilidad de los servicios tecnológicos a través de la planeación de la tecnología, la definición, control y evolución de arquitectura, la dirección de proyectos, el control efectivo de los proveedores de tecnología y la mejora continua de procesos.

³ http://es.wikipedia.org/wiki/Banco_Pichincha

⁴ <http://www.pichincha.com/Soporte/Conozca-a-su-Banco/Historia>

TCS Bans, es una herramienta para la gestión bancaria que permite transformación de los servicios a través de un completo y avanzado conjunto de soluciones tecnológicas diseñadas para instituciones financieras. Banco Pichincha adopto esta herramienta en toda su red de oficinas que representa avance y modernización.

2.5. COMPETENCIA

De acuerdo a últimos datos publicados por la superintendencia de Bancos y Seguros (SBS) y por la Asociación de Bancos privados del Ecuador, quedan determinadas algunas características del sistema Bancario como estructura de créditos, entidades, su eficiencia, entre otras.

La SBS, realiza su clasificación de Bancos Privados así, grandes, medianos y pequeños:

Tabla 1. Bancos Privados Pichincha

BANCOS PRIVADOS GRANDES	BANCOS PRIVADOS MEDIANOS	BANCOS PRIVADOS PEQUEÑOS
Banco Guayaquil	Banco Austro	Banco Amazonas
Banco Pacífico	Banco Bolivariano	Banco Cofiec
Banco Pichincha	Banco General Rumiñahui	Banco Comercial de Manabi
Banco Produbanco	Banco Internacional	Banco Litoral
	Banco Machala	Banco D- Miro S.A.
	Banco Promerica	Banco Loja
	Banco Citi Bank	Banco Solidario
		Banco Territorial
		Banco Unibanco
		Banco Coop. Nacional
		Banco Procredit
		Banco Capital
		Banco Finca
		Banco del Bank

Fuente: SBS(Superintendencia de Bancos y Seguros)

En América del Sur y el mundo en el año 2013, tenemos los diez mejores bancos de acuerdo al índice a TBI Unit- Mobile Banking.

TBI Unit es una organización creada para aportar asesoramiento y servicios en Estrategia Competitiva e Inteligencia de Negocios del más alto nivel.

La banca móvil (mobile banking) hace referencia a la disponibilidad de plataformas que permiten al usuario acceder desde dispositivos móviles a servicios financieros tales como transferencias, pagos de recibos u opciones de inversión.

A continuación se presente el siguiente gráfico:

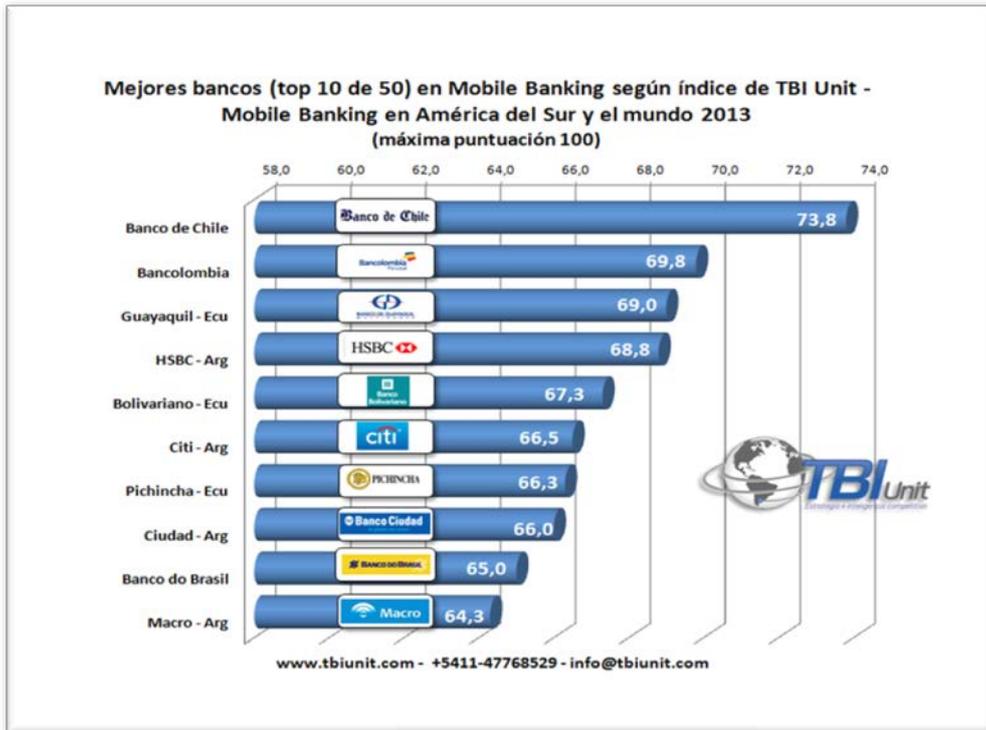


Gráfico 5.- Mejores Bancos en América del Sur
Fuente: Mobile Banking – América del Sur

3. INSTRUMENTOS PARA RECOLECCION DE INFORMACION

Como parte de la recolección de información primaria se utilizó la fórmula estadística para población finita donde:

Z	Nivel de confianza 95%	1,96
N	Tamaño del universo	3500
E	Error	0,05
P	Probabilidad de Confianza	0,5
Q	Probabilidad en contra	0,5

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

Una vez reemplazados los datos se obtuvo un número de 346 encuestas las cuáles fueron aplicadas a clientes de Banco Pichincha de la Agencia El Condado.

4. MODELO DE ENCUESTA

A continuación se presenta el Modelo de Encuesta aplicada:



UNIVERSIDAD ISRAEL

TEMA: DISEÑO DE UN MODELO DE INFORMACION PARA SERVICIO AL CLIENTE EN LA AGENCIA EL CONDADO DE BANCO PICHINCHA PARA EL ÁREA DE NEGOCIOS.

Datos Generales:

Edad:

Género: M F

Instrucción: Primaria Secundaria Superior

1.- Cuánto tiempo lleva utilizando los servicios Banco Pichincha.

<input type="checkbox"/>	Menos de un mes
<input type="checkbox"/>	De uno a tres meses
<input type="checkbox"/>	De tres a seis meses
<input type="checkbox"/>	Entre 6 meses y 1 año
<input type="checkbox"/>	Entre 1 año y tres años
<input type="checkbox"/>	Más de 3 años

2.- Cómo conoció Banco Pichincha en la Agencia El Condado.

<input type="checkbox"/>	TV
<input type="checkbox"/>	Radio
<input type="checkbox"/>	Internet
<input type="checkbox"/>	Prensa o revista
<input type="checkbox"/>	Amigos, colegas o contactos

3.- Con qué frecuencia utiliza el servicio bancario.

<input type="checkbox"/>	1 o más veces a la semana
<input type="checkbox"/>	2 o 3 veces al mes
<input type="checkbox"/>	1 vez al mes
<input type="checkbox"/>	Menos de una vez al mes

4.- Indique su grado de satisfacción, en cuánto al Servicio al Cliente en la Ag. Condado de Banco Pichincha. (En una escala 1 al 5; donde 5 es completamente satisfecho y 1 es completamente insatisfecho)

<input type="checkbox"/>	1(insatisfecho)
<input type="checkbox"/>	2
<input type="checkbox"/>	3
<input type="checkbox"/>	4
<input type="checkbox"/>	5(satisfecho)

5.- En comparación con otras alternativas de tipo de servicio, el servicio es:

<input type="checkbox"/>	Mucho Mejor
<input type="checkbox"/>	Algo mejor
<input type="checkbox"/>	Más o menos igual
<input type="checkbox"/>	Algo peor
<input type="checkbox"/>	Mucho peor
<input type="checkbox"/>	No lo sé

6.- Cree que el servicio de información de Banco Pichincha Agencia el Condado atienden con amabilidad y de forma organizada.

<input type="checkbox"/>	SI
<input type="checkbox"/>	NO

7.- Existe información adecuada sobre cada uno de los procesos que se realizan en el Banco Pichincha

<input type="checkbox"/>	SI
<input type="checkbox"/>	NO

8.- Existe información adecuada sobre cada uno de los procesos que se realizan en el Banco Pichincha (balcones. Entrega de habilitantes chequeras, tarjetas, reclamos y requerimientos, transferencias)

<input type="checkbox"/>	SI
<input type="checkbox"/>	NO

9.- Existe información adecuada sobre cada uno de los procesos que se realizan en el Banco Pichincha (asesores. Apertura de cuentas, créditos y préstamos)

<input type="checkbox"/>	SI
<input type="checkbox"/>	NO

10.- Le gustaría un nuevo modelo de información, en donde le direccionen y le facilite con los documentos necesarios para la realización de su proceso deseado.

<input type="checkbox"/>	SI
<input type="checkbox"/>	NO

5.- TABULACION DE ENCUESTAS APLICADAS EN AGENCIA BANCO PICHINCHA EL CONDADO

- De acuerdo a Datos Generales:

Edad de los Encuestados:

Tabla 2. Edad

Edad	No. De Personas	Porcentajes%
18 y 28 años	60	17%
29 y 39 años	80	23%
40 y 50 años	120	35%
51 y 61 años	50	15%
62 y 72 años	36	10%
Total	346	100%

Fuente: Autora

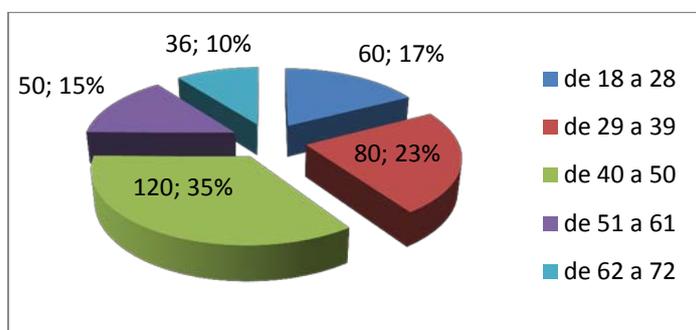


Gráfico 6. Edad

Fuente: Autora

Análisis.- De las personas que fueron encuestadas en Banco Pichincha Agencia el Condado se dividió por rangos de edad para su tabulación, en donde encontramos el 17% (60) personas entre 18 y 28 años; el 23% (80) personas entre 29 y 39 años; el 35% (120) personas entre 40 y 50 años; el 15% (50) personas entre 51 y 61 años y el 10% (36) personas entre 62 y 72 años; por lo tanto podemos afirmar que existen más clientes de banco pichincha que oscilan entre 40 y 50 años de edad.

Género de los Encuestados:

Tabla 3.- Género

Género	No. De Personas	Porcentajes %
Mujeres	173	50%
Hombres	173	50%
Total	346	100%

Fuente: Autora

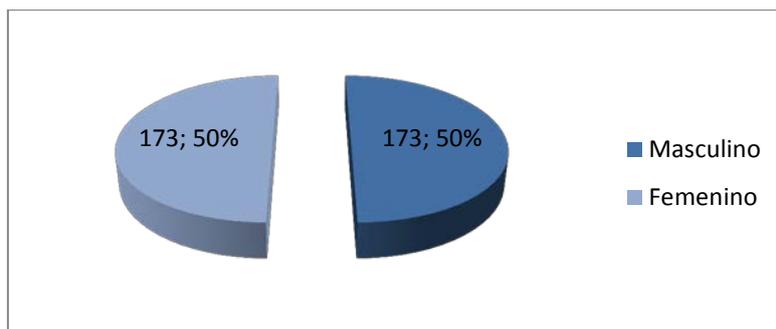


Gráfico.7. Género

Fuente: Autora

Análisis.- Para mayor equidad en la encuesta se realizó al 50% (173) mujeres y al 50% (173) hombres que son clientes de Banco Pichincha Agencia el Condado

Instrucción de los Encuestados:

Tabla 4. Instrucción de los Encuestados

Instrucción	No. De Personas	Porcentajes%
Primaria	156	45%
Secundaria	110	32%
Superior	80	23%
Total	346	100%

Fuente: Autora

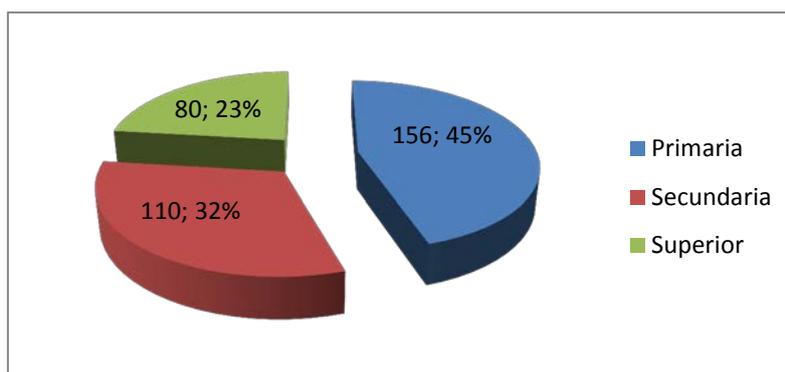


Gráfico. 8. Instrucción de los Encuestados

Fuente: Autora

Análisis.- De las personas encuestadas el 45% (156) personas estudiaron la primaria; el 32% (110) personas cursaron hasta la secundaria y el 23% (80) personas terminaron la educación superior, lo cual nos da a denotar que la mayor parte de clientes Banco Pichincha Agencia el Condado han cursado solo la primaria.

- **Cuestionario:**

1.- Cuánto tiempo lleva utilizando los servicios Banco Pichincha.

Tabla 5. Tiempo servicios Banco Pichincha.

Tiempo de Servicio	No. De Personas	Porcentajes %
< a 1 mes	15	4%
1 a 3 meses	20	6%
3 a 6 meses	40	12%
6 meses a 1 año	39	11%
1 año a 3 años	112	32%
> a 3 años	120	35%
Total	346	100%

Fuente: Autora

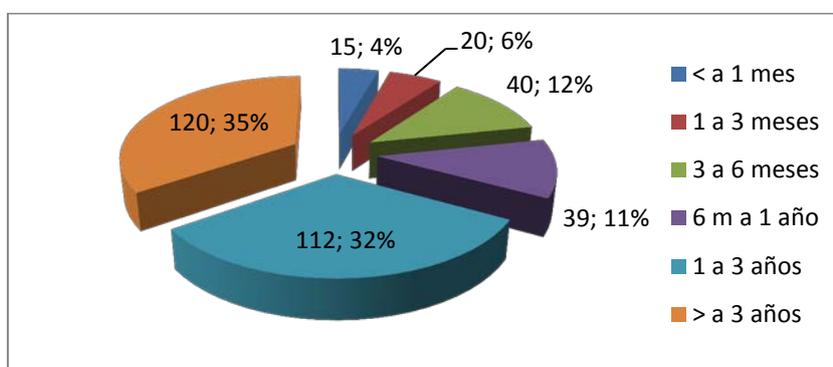


Gráfico. 9. Tiempo servicios Banco Pichincha.

Fuente: Autora

Análisis.- De los encuestados están utilizando el servicio Banco Pichincha Agencia el Condado el 4% (15) personas menos de un mes; el 6% (20) personas de 1 a 3 meses; el 12% (40) personas de 3 a 6 meses; el 11% (39) personas de 6 meses a 1 año; el 32% (112) personas de 1 a 3 años y el 35% (120) personas mayor a 3 años; es decir que la mayoría de clientes banco pichincha llevan más de 3 años confiando en esta entidad.

2.- Cómo conoció Banco Pichincha en la Agencia El Condado.

Tabla 6. Medios Banco Pichincha.

Medios	No. Personas	Porcentajes%
TV	51	15%
Radio	12	3%
Internet	23	7%
Prensa	45	13%
Amigos, Colegas	215	62%
Total	346	100%

Fuente: Autora

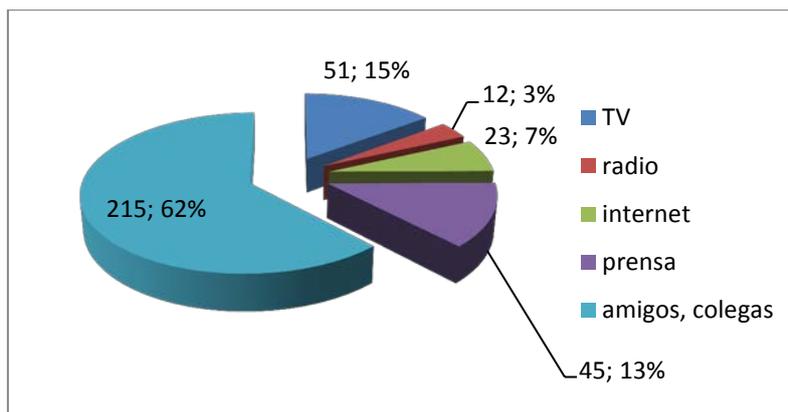


Gráfico 10.- Medios Banco Pichincha.
Fuente: Autora

Análisis.- De las personas encuestadas la forma en que conocieron Banco Pichincha es del 15% (51) personas a través de la TV; el 3% (12) personas por la radio; el 7% (23) personas por el internet; el 13% (45) personas a través de la prensa y el 62% (215) personas por amigos, colegas o contactos; es decir que la mayoría de gente ha llegado a ser cliente de Banco Pichincha porque sus amigos le han hablado de la agencia.

3.- Con qué frecuencia utiliza el servicio bancario.

Tabla 6. Frecuencia utiliza el servicio bancario.

Frecuencia	No. De Personas	Porcentaje %
1 o más veces por semana	266	77%
2 o más veces al mes	44	13%
1 vez al mes	26	7%
Menos de una vez al mes	10	3%
Total	346	100%

Fuente: Autora

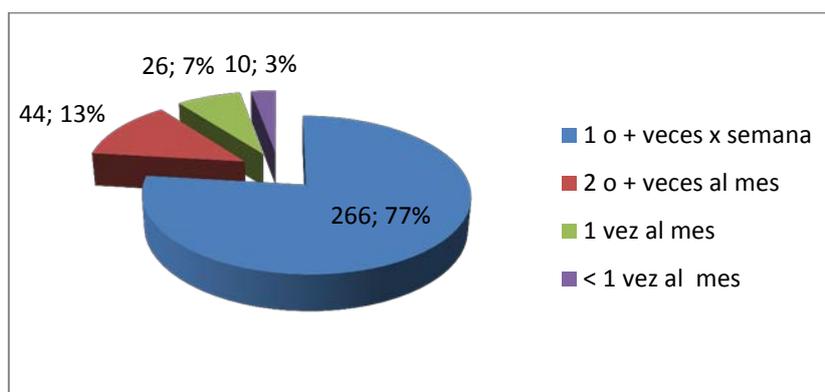


Gráfico 11.- Frecuencia utiliza el servicio bancario.
Fuente: Autora

Análisis.- De las personas encuestadas el 77% (266) utilizan una o más veces por semana el servicio bancario de Banco Pichincha Agencia el Condado; el 13% (44) utilizan dos o más veces al mes; el 7% (26) utilizan una vez al mes y el 3% (10) utilizan dicho servicio menos de una vez al mes; es decir que la mayoría

de clientes banco pichincha utilizan el servicio bancario una o más veces semanales.

4.- Indique su grado de satisfacción, en cuánto al Servicio al Cliente en la Ag. Condado de Banco Pichincha. (en una escala 1 al 5; donde 5 es completamente satisfecho y 1 es completamente insatisfecho)

Tabla 7.. Grado de satisfacción

Grado de Satisfacción	No. De Personas	Porcentaje %
1 insatisfecho	120	35
2	80	23
3	60	17
4	50	15
5 satisfecho	36	10
Total	346	100%

Fuente: Autora

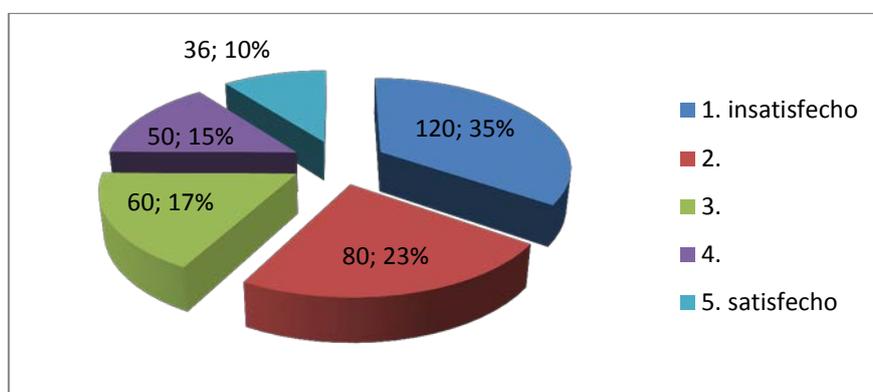


Gráfico 12.-. Grado de satisfacción

Fuente: Autora

Análisis.- De las personas encuestadas obtenemos que el 35% (120) personas están totalmente insatisfechas con el servicio al cliente de Banco Pichincha Agencia el Condado y apenas el 10% (36) personas están satisfechas con el servicio al cliente brindado en dicha agencia.

5.- En comparación con otras alternativas de tipo de servicio, el servicio es:

Tabla 8. Comparación con otras alternativas de tipo de servicio, el servicio es:

Tipo de Servicio	No. De Personas	Porcentaje%
Mucho mejor	11	3
Algo mejor	24	7
Más o menos igual	35	10
Algo peor	94	27
Mucho peor	182	53
No lo sé	0	0
Total	346	100%

Fuente: Autora

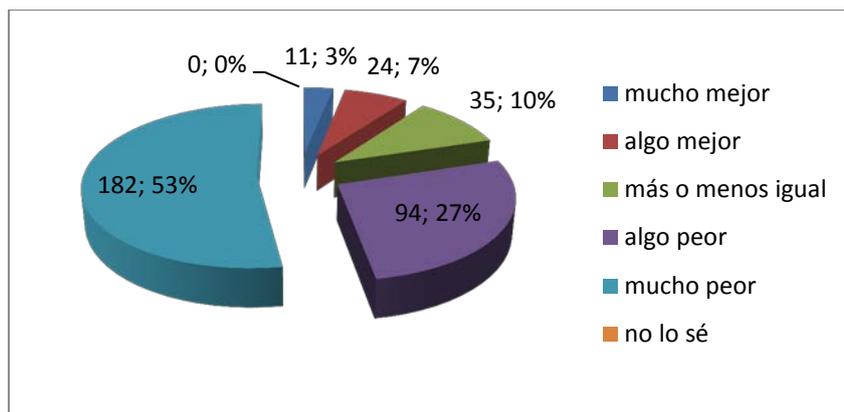


Gráfico 13.- Comparación con otras alternativas de tipo de servicio, el servicio es:

Fuente: Autora

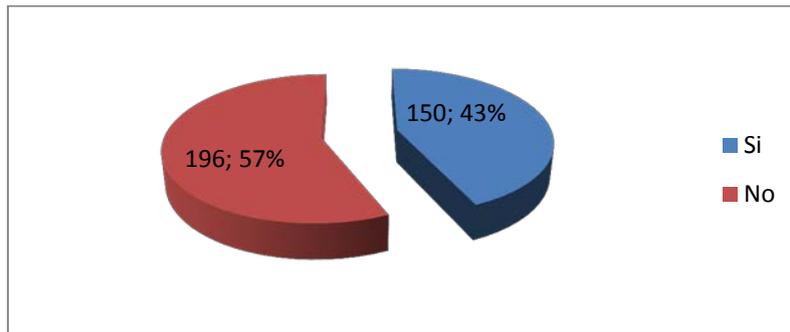
Análisis.- De acuerdo a las encuestas según otras alternativas de servicio, el servicio de banco pichincha agencia el condado el 3% (11) personas dicen que es mucho mejor; el 7% (24) dicen que es algo mejor; el 10% (35) dicen que es más o menos igual; el 27% (94) dicen que es algo peor; el 53% (182) dicen que el servicio es mucho peor y el 0% respondió que no sabe; es decir que la mayoría de clientes Banco Pichincha Agencia el Condado piensan que el servicio es mucho peor que otras alternativas de tipo de servicio.

6.- Cree que el servicio de información de Banco Pichincha Agencia el Condado atiende con amabilidad y de forma organizada.

Tabla 9. Existe amabilidad y organización.

Amabilidad y Organización	No. De Personas	Porcentaje %
Sí	150	43
No	196	57
Total	346	100%

Fuente: Autora



Gráfica: 14.- Existe amabilidad y organización

Fuente: Autora

Análisis.- Del total de encuestas realizadas a clientes del Banco Pichincha Agencia el Condado se determina que el 43% (150) creen que el servicio recibido es organizado y es atendido con amabilidad, mientras que el 57% (196) creen todo lo contrario; es decir que la mayoría de clientes se sienten insatisfechos con el servicio recibido.

7.- Existe información adecuada sobre cada uno de los procesos que se realizan en el Banco Pichincha.

Tabla 10. Existe información adecuada sobre cada uno de los procesos ventanillas

Información de Procesos	No. De Personas	Porcentaje %
Si	170	49
No	176	51
Total	346	100

Fuente: Autora

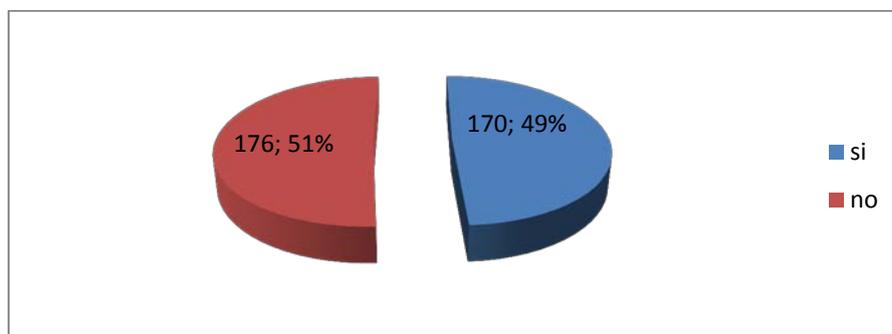


Gráfico.13. Existe información adecuada sobre cada uno de los procesos

Fuente: Autora

Análisis.- De las personas encuestadas el 49% (170) piensan que la información de operación de ventanillas de Banco Pichincha Agencia el Condado es adecuada para realizar los diferentes procesos, mientras que el 51% (176)

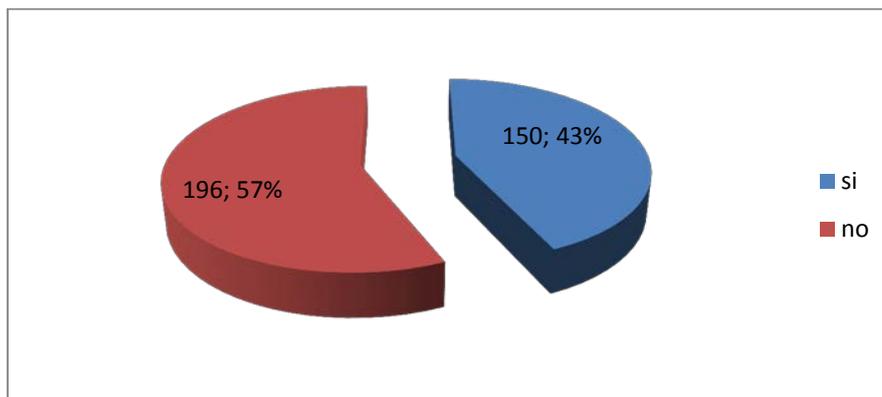
personas creen que la información brindada no es la adecuada; es decir que la mayoría de clientes se encuentran insatisfechos con la información recibida en ventanillas.

8.- Existe información adecuada sobre cada uno de los procesos que se realizan en el Banco Pichincha (balcones. Entrega de habilitantes chequeras, tarjetas, reclamos y requerimientos, transferencias)

Tabla 10. Existe información adecuada sobre cada uno de los procesos balcones

Información de Proceso	No. De Personas	Porcentaje %
Si	150	43
No	196	57
Total	346	100%

Fuente: Autora



Gráfica: 16.- Existe información adecuada sobre cada uno de los procesos balcones

Fuente: Autora

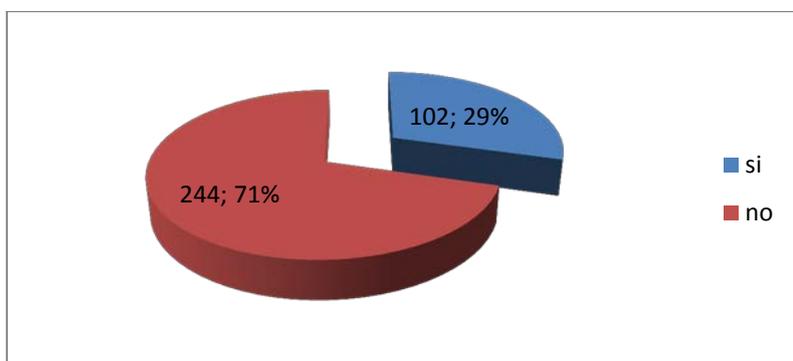
Análisis.- De las personas encuestas el 43% (150) piensan que la información brindada en el servicio de balcón de Banco Pichincha Agencia el Condado es adecuado para la realización de los diferentes procesos, mientras que el 57% (196) piensan que el servicio impartido no es el adecuado; es decir que la mayoría de clientes de dicha agencia piensan que sus dudas no están esclarecidas con el servicio de balcón.

9.- Existe información adecuada sobre cada uno de los procesos que se realizan en el Banco Pichincha (asesores. Apertura de cuentas, créditos y préstamos)

Tabla 11. Existe información adecuada sobre cada uno de los procesos asesores

Información de Proceso	No. De Personas	Porcentaje %
Si	102	29
No	244	71
Total	346	100%

Fuente: Autora



Gráfica: 17.- Existe información adecuada sobre cada uno de los procesos asesores

Fuente: Autora

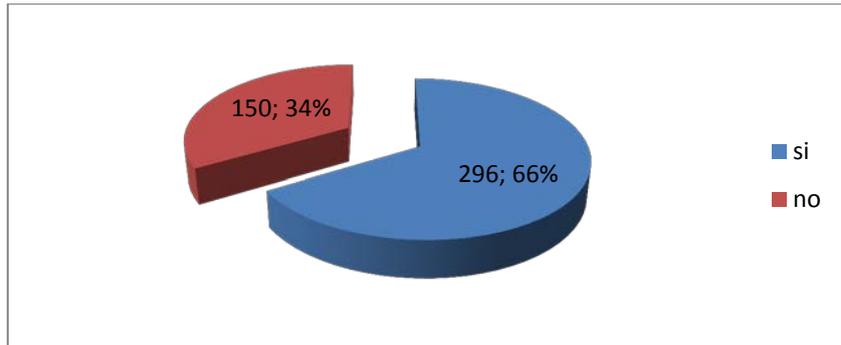
Análisis.- De las personas encuestadas el 29% (102) piensan que el servicio brindado por parte de los asesores es adecuada para la realización de los diferentes procesos, mientras que el 71% (244) consideran que el servicio impartido no es adecuado; es decir que la mayoría de clientes de Banco Pichincha Agencia el Condado no se encuentran satisfechos con la información brindada por parte de los asesores.

10.- Le gustaría un nuevo modelo de información, en donde le direccione y le facilite con los documentos necesarios para la realización de su proceso deseado.

Tabla 12. Nuevo modelo de información

Información de Proceso	No. De Personas	Porcentaje %
Si	296	66
No	150	34
Total	346	100%

Fuente: Autora



Gráfica: 18.- Nuevo modelo de información
Fuente: Autora

Análisis.- Según las encuestas realizadas a los clientes de Banco Pichincha Agencia el Condado el 66% (296) piensan que si sería importante tener un nuevo modelo de información que facilite la realización de los diferentes procesos, mientras que el 34% (150) creen que la información recibida hasta el momento es suficiente y no creen necesario que se cree un nuevo modelo de información.

6.- DIAGRAMA ISHIKAWA.



7.- FODA

Tabla 13. FODA

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none">- Falta delegar tareas- Falta de Información- Los servicios que se brindan no son suficientes.	<ul style="list-style-type: none">- Credibilidad- Imagen- Publicidad- Responsabilidad- Organizado y Sistematizado cada proceso- Claridad de los objetivos- Infraestructura adecuada- Recursos económicos y tecnológicos- Recursos humano disponibles- Personal capacitado
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">- Auge de Competidores- La desactualización- Fraudes vía internet (compras etc)- Ambiente Político- Exceso de Clientes.	<ul style="list-style-type: none">- Atraer a clientes potenciales.- Ampliar nuestros servicios.- Ampliar nuestra Agencias en Servicios.

Fuente: Autora

8.- Análisis

La Agencia el Condado de Banco Pichincha, en cuanto al servicio de información que tiene ahora; la cual ha generado inconformidad a los clientes, debido a varios de los problemas que ya fueron mencionados anteriormente; por tal motivo se aplicó 346 encuestas a los mismos en donde puedo concluir que con el Modelo de Servicio de Información se obtendrá excelentes resultados, y de los 3500 clientes diarios que tiene esta agencia se podrá trabajar de mejor manera y aumento de los mismos.

De acuerdo a la observación realizada en el Banco Pichincha en el Área de Negocios se puede determinar que en la actualidad el proceso de servicio al cliente se realiza con las siguientes actividades:

Actualmente tenemos una persona que se encuentra en la entrada a la Agencia quien toma el cargo de Direccionadora, cuyo trabajo es dirigir a los clientes a las diferentes Áreas del banco para que realice su actividad y se maneja con el siguiente proceso:

- Entra el cliente inmediatamente cumple con el protocolo de saludo.
- Pregunta al cliente que va a realizar.

- Si va a aperturar una cuenta, póliza, o crédito; inmediatamente les direcciona para el Área de Negocios y le entrega un turno.
- En el caso de entrega de habilitantes como chequeras, tarjetas de débito y crédito, o cheques devueltos, procede de la misma manera entregándoles un turno.
- Si el cliente desea hacer transferencias como: pichincha, interbancarias o internacionales les entrega un turno. Adicional les explica que las transferencias interbancarias se les acredita ese mismo día si se la realiza hasta las 12hoo am, y si es pasado este horario se acreditará en 48 horas. Mientras que las transferencias internacionales se pueden procesar solo hasta 13hoo pm.

En este proceso más las encuestas que fueron realizadas se evidencia que hay tiempos de demora para el cliente y muchas de las ocasiones no son solucionados sus requerimientos.

CAPÍTULO III. PROPUESTA

1. Tema: Diseño De Un Modelo De Información Para Servicio Al Cliente En La Agencia El Condado Del Banco Pichincha Para El Área De Negocios

2. Objetivo

Satisfacer al cliente con una excelente información para la realización de los diferentes procesos mejorando tiempos de espera en el área de negocios.

3. Nuevo Modelo (Proceso Gráfico)

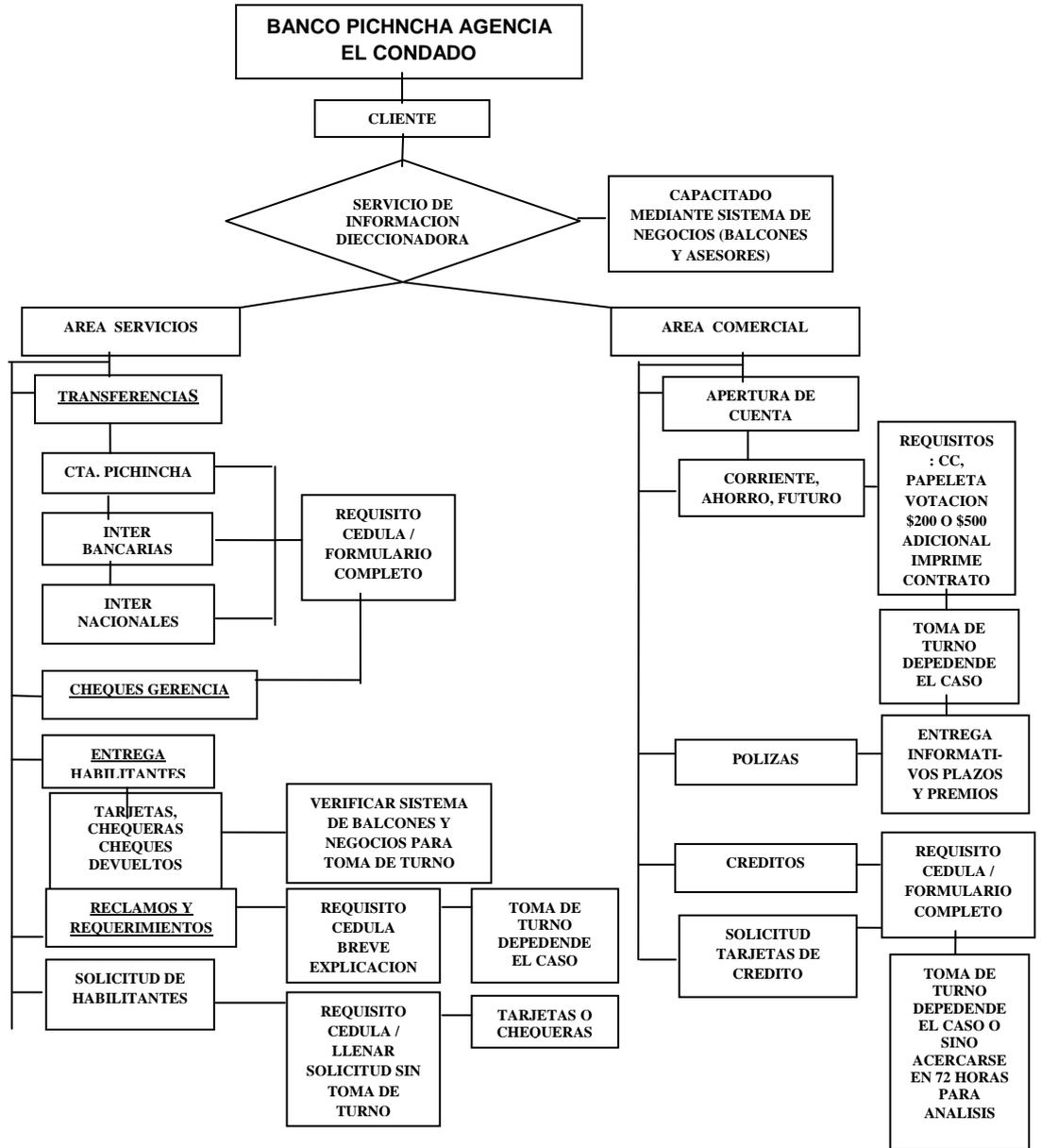


Gráfico 17. Nuevo Modelo de Información
Fuente: Autora

3.1. PLAN NUEVO MODELO DE SERVICIO DE INFORMACIÓN PARA EL ÁREA DE NEGOCIOS

En la Agencia Banco Pichincha de la Agencia El Condado, se implementará un nuevo modelo de servicio al cliente, para satisfacción del mismo se basa en disminuir tiempos de espera y agilidad en las operaciones que se quiera realizar en el Área de Negocios.

Proceso del Modelo de Servicio de Información

- Será en punto céntrico donde el cliente podrá acercarse para cualquier inquietud que tenga y de esta manera será dirigido al área correspondiente con todos los requisitos necesarios.
- El personal que se encuentre en Información que en este cargo maneja la Direccionadora tendrá que saber cada uno de los procesos que se realiza en la Agencia El Condado de Banco Pichincha, adicional se le capacitará para el Área de Negocios en donde manejan sistemas de balcones y asesores (Carlholder, Banks y Asesores)

- **Proceso para la Direccionadora en el Área de Balcones:**

- En esta se manejarán dos sistemas que es Carlholder y Banks, por tanto se deberán instalar estos programas para mejor información a los clientes.

- Para la entrega de habilitantes como tarjetas, chequeras o cheques devueltos se deberá:
- Tarjetas: se manejará el programa Carlholder se le pedirá la cédula y se revisará si su tarjeta ya se encuentra en la agencia; si fuera el caso se le entregará un turno para que retire su tarjeta; y en el caso que no se encuentre se le indicará para que día puede retirar su tarjeta.

- En el caso de que su tarjeta tenga algún problema de bloqueo por insuficiencia de fondos, cancelación de tarjetas , bloqueos por ingresar mal la clave, se le verifica en el sistema lo que sucede con su habilitante y se le explicará al cliente dependiendo el caso, se entrega un turno para su ayuda.

- Si desean solicitar una tarjeta la Direccionadora le entregará una solicitud manual y le informará al cliente que esta se encontrará lista en 72 horas, adicional se le informará el costo de la misma cuyo valor es \$5,15 dólares y el lugar donde va a retirar. Al finalizar la jornada, la Direccionadora se encargará de entregar a un asesor para que le solicite la misma.

- Chequeras: se manejará el programa Banks, tendrá una base para revisar si su chequera ya se encuentra en la agencia; explicar que debe llenar si es chequera nueva se le deberá entregar un solicitud manual, y si no se llenará la solicitud que vino en su libretín anterior de chequeras, y se le entregará un turno para que retire.

- En el caso de que no esté su chequera y fue solicitada informarle al cliente para cuando llega. Si desea solicitar su chequera la Direccionadora cogerá todos los datos del cliente, le pedirá su cédula, nombres, número de chequeras y cheques y se le informará que esta estará para 72 horas.
- Cheques Devueltos, se le revisará en una base de cheques devueltos para indicarle al cliente si se encuentran en la agencias; se le indicará si son personales solo con su cédula, y si viene un tercero a retirar, carta de autorización al día, copia y original de la cédula del cuenta ahorrista y del tercero. Si son de empresas carta de autorización al día, copia y original, y se revisará en el sistema, para que tome su turno.
- Para realizar transferencias Banco Pichincha, Interbancarias e Internacionales, se le deberá explicar el formulario que corresponda al cliente para que lo llene hasta que le toque su turno, el requisito para estos trámites es su cédula.
- Las transferencias Internacionales se las realizará solo hasta la 13hoo.
- Para la emisión de cheques de gerencia, se le deberá explicar al cliente, que necesita su cédula y para un monto de \$10000 necesita autorización por el Administrador operacional de Servicios, se le entregará un formulario para que le llene y se le entregará el turno.
- En caso de que el cliente desee poner un reclamo o requerimiento, se deberá explicar cuál es su caso, y se le entregará un turno.
- Para la solicitud de habilitantes, esta persona se encargará de llenar las solicitudes de tarjetas y chequeras para que el cliente no tenga que esperar.
- **Proceso para la Direccionadora en el Área Comercial:**
- Para la apertura de cuentas ya sean Corrientes, Ahorro y Futuro, se deberá entregar todos los requisitos necesarios que debe tener como cédula, papeleta de votación, cartilla de agua, luz y teléfono si es CTA. Corriente \$500 y si es CTA. Ahorro \$200, se le entregará la solicitud y contrato con sus datos y el ticket de pago para que lo realice en cajas y posteriormente se le dará un turno con un asesor para que ingrese en el sistema.
- Para créditos se les entregará la solicitud de crédito para que la llenen, se le deberá explicar que necesita garante y demás requisitos, se le tomarán los datos al cliente con la solicitud llena y se le explicará que su solicitud entrará a un análisis y que se le llamará en 72 horas; al finalizar la jornada la Direccionadora se encargará de entregar a un asesor para que continúe con el proceso.
- Si el cliente desea una póliza, se le deberá explicar al cliente los plazos, tasas de interés a su favor y premios adicionalmente que recibirá, se le entregará una solicitud de crédito e inmediatamente se le dará un turno para asesores.

- Para solicitudes de tarjetas de crédito, se le entregará la solicitud al cliente se le explicará todos los campos que deben ser llenados y se le indicará al cliente que esto tendrá que entrar a un análisis y se le llamará en 72 horas.

4. COSTO Y BENEFICIO

4.1.- COSTO

Para el Presupuesto Económico se deberán determinar los gastos por concepto de materiales que serán necesarios para la aplicación de encuestas, copias de textos para consulta, internet, y se tomará en cuenta la capacitación que se le realizará a la Direccionadora de la Agencia quien deberá tomar un curso del Área de negocios para aprender los programas Carlholder, Banks y Asesores.

Tabla Presupuesto

RECURSOS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
CAPACITACIÓN (15 Días)	800	800
TECNOLOGICOS	400	400
ENCUESTAS (COPIAS)	0.03 x 346	13.84
LIBROS (COPIAS Y BORRADORES)	0.03 x 72	2.88
INTERNET	200	200
VALOR TOTAL \$		1416.72

Fuente: Autora

El costo de la capacitación será asumido por la Agencia El Condado del Banco Pichincha.

4.2.- BENEFICIO

Para Banco Pichincha de la Agencia el Condado, con este nuevo modelo de servicio, se obtendrá satisfacción del cliente, disminuyendo tiempos de espera, facilidad y rapidez en el proceso en el que se vaya a realizar tanto para el asesor, ejecutivo como para el cliente. Además la Agencia obtendrá más clientes generando que la misma cumpla con sus expectativas y metas.

5. CONCLUSIONES

- Luego de haber realizado las encuestas a personas entre un rango de 18 a 72 años, las cuales un 10% se encuentran satisfechas en cuanto al Servicio al Cliente, lo demás nos indican que existe tiempos exagerados de espera y no son atendidos solucionando sus problemas.
- A través del diagnóstico me puedo dar cuenta que existen clientes que tienen vinculación con la institución más de 3 años, por lo que es necesario la implementación urgente de este nuevo modelo de Servicio de Información para el Área de Negocios, para continuar con nuestras relaciones financieras y de servicio.
- Además mediante el estudio generado en la encuestas se puede determinar, que con los clientes que nos relacionamos en mayor cantidad son aquellas personas que solo han cursado la primaria con un porcentaje del 45%, por tanto necesitan la información más detallada.
- En cuanto a la frecuencia con la que van a la Agencia del Banco Pichincha del Condado es un 77% que van varias veces a la semana, quienes indican un 57% que no se les atiende con amabilidad y de forma organizada.
- Para el servicio en Balcones el 57% de los encuestados dicen que no se les proporciona suficiente información, así mismo un 71% en asesores, muchas de las veces toman el turno y no son solucionados sus requerimientos.
- El 66% de los clientes indican que les gustaría un nuevo modelo de información para el área de asesores, en donde se les direcciona y facilite los documentos necesarios para la realización de su proceso deseado.
- Debido a la problemática que tiene la agencia El Condado del Banco Pichincha, el diseño de este nuevo modelo propuesto, mejorará el Servicio al Cliente.
- Entre uno de los procesos de mejora para el Área de Balcones se le entregará a la Direccionadora información de Carlholder (manejo de tarjetas) y Banks (manejo de chequeras, cheques devueltos); para el Área de Asesores se le entregará información del programa Asesores (apertura de cuentas, contratos); evitando tiempos de espera.
- Además al cliente se le entregará todos los requisitos, documentos, formularios, solicitudes, para de esta manera agilizar el servicio y cumplir con sus expectativas.

6. RECOMENDACIONES

- Los Directivos de la Agencia El Condado del Banco Pichincha, podrían dar un seguimiento a este proceso para ver si se reducen los tiempos de espera y se mejora el servicio de esta manera.
- Se recomienda tener procesos de capacitación al personal.
- Se le capacitará a la Direccionadora para el Área de Negocios en donde manejan sistemas de balcones y asesores (Carlhorder, Banks y Asesores); los cuáles le permitirán atender de manera más rápida y evitando demasiados tiempos de espera.
- Se recomienda socializar los lineamientos con respecto Servicio al Cliente.
- Se deben seguir los pasos que se describen en el estudio técnico para de esta manera conseguir la excelencia en el servicio.
- Se deberá lograr que el presente proyecto tenga la acogida necesaria para su implementación, ya que esta manera, se podrá mejorar el servicio de información en el Área de Negocios.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Tangibles:

- **Calderón** Neyra, *Servicio al Cliente*, Bruño Economía para todos, Perú, 2002.
- **John M.**, *Marketing in the Service sector*, Rapahmell, Cambridge, 1974.
- **A. Valorie**, *Marketing de Servicios de Integración del cliente a la empresa*, ZeithInaml, Mexico, 1999
- **Rio Julio**, *Los Productos Bancarios*, Pirámid, Madrid, 1997.
- **Sánchez Guzmán** José Ramón, *Marketing Financiero*, Civitas, Madrid, 1997.
- **Droker P.**, *El Ejecutivo Eficaz*, Sudamerica, Buenos Aires, 1990.
- **Berry T.**, *Calidad de Servicio*, Díaz de Santos, Caracas, 1996.
- **Chavenatto**, *Introducción de la Teoría General de la Administración*, Mc, Graw Hill, Colombia, 1995.
- **Horovitz J.**, *La Calidad de Servicio a la conquista del cliente*, Mc, Graw Hill, Madrid, 1997.
- **Gaitner**, *Creative Customer Service Management*, Internacional Journal of Physical, Frances, 1983.

Virtuales:

- Carlos **López**, *Actitudes y Tipos de Servicio*, <http://www.gestiopolis.com>, 2001
- Carlos **López**, *Control Interno de los Procesos de Servicio al Cliente*, <http://www.gestiopolis.com>, 2001.
- **J. Pérez** ,*Forum del Ecuador Economía*
<http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/economía-y-finanzas/1825-bancos-más-importantes-de-ecuador>, 2013.
- *Tecnología Ecuatoriana*
http://www.ecotec.edu.ec/documentacion%5Cinvestigaciones%5Cestudiantes%5Ctrabajos_de_clases/26954_2011_PASANTIAS_TRECALDE_000000682.pdf, 2011
- Banco Pichincha, *Historia del Banco Pichincha*, Ecuador
<http://www.pichincha.com/Soporte/Conozca-a-su-Banco/Historia>, 2014.
- Banco Pichincha, Reconozca a su *Banco Pichincha*, Ecuador
http://es.wikipedia.org/wiki/Banco_Pichincha,2014.

8. ANEXOS:

MODELO ACTUAL

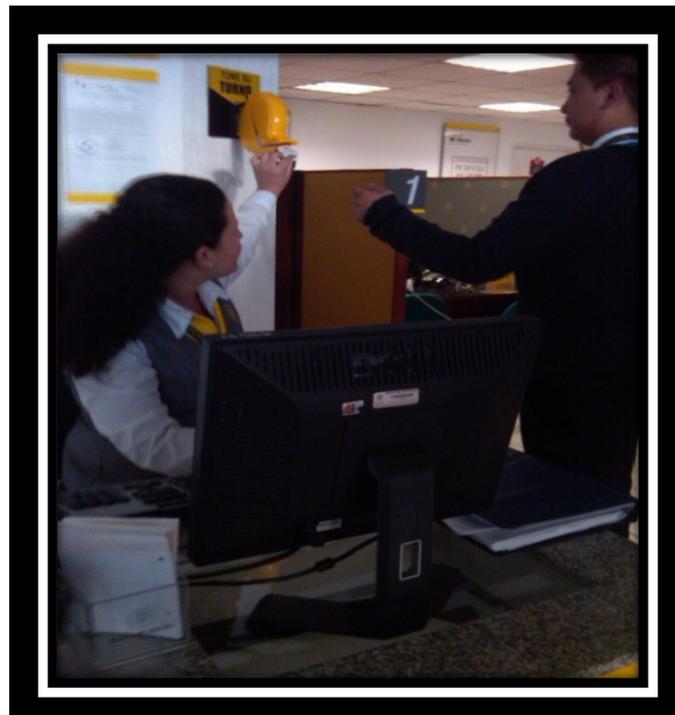
TIEMPOS DE ESPERA PARA LOS CLIENTES EN EL AREA DE NEGOCIOS



TIEMPOS DE ESPERA PARA LOS CLIENTES PARA SABER SI SUS HABILANTES ESTAN LISTOS (TARJETAS, CHEQUERAS Y CHEQUES DEVUELTOS), PARA CONOCER SOBRE UN CREDITO, POLIZA O APERTURA DE CUENTA)



ENTREGA DE TURNOS PARA REALIZAR CUALQUIER PROCESO DENTRO DEL AREA DE NEGOCIOS (DEMASADO TIEMPO DE ESPERA)



DISEÑO NUEVO MODELO PARA AREA DE NEGOCIOS

SITIO DE INFORMACION EQUIPADO CON PROGRAMAS PARA BALCONES Y AREA COMERCIAL; ADICIONAL TODOS LOS FORMULARIOS, SOLICITUDES QUE SE REQUIERA PARA EL AREA DE NEGOCIOS.



SOLICITUD DE ENVIO DE TRANSFERENCIAS

TRANSFERENCIAS INTERBANCARIAS

TRANSFERENCIAS ENTRE CUENTAS BANCO PICHINCHA

CIUDAD: _____ FECHA: _____ COMPROBANTE No: _____
Cuenta de los beneficiarios por el Banco

DATOS DEL ORDENANTE (QUIEN ENVIA LA TRANSFERENCIA)

1 NOMBRES Y APELLIDOS O RAZON SOCIAL: _____
 IDENTIFICACION (CI, CC, PASAPORTE, RUC): _____
 DIRECCION: _____
 TELEFONO / CELULAR: _____ DIRECCION CORREO ELECTRONICO AUTORIZADA: _____

CUENTA A DEBITAR

2 DEBITAR DE LA CUENTA DE BANCO PICHINCHA: _____
 CORRIENTE No. _____
 AHORROS No. _____

DATOS DEL BENEFICIARIO (QUIEN RECIBE LA TRANSFERENCIA)

3 NOMBRE BANCO RECEPTOR (aplica únicamente para Transf. Interbancarias): _____
 ACREDITAR A LA CUENTA: _____
 CORRIENTE No. _____
 AHORROS No. _____

NOMBRES Y APELLIDOS O RAZON SOCIAL: _____
 IDENTIFICACION BENEFICIARIO (CI, Pasaporte o RUC): _____
(Aplica únicamente para Transferencias Interbancarias)

VALOR DE LA TRANSFERENCIA

4 MONEDA: USD VALOR EN NUMEROS: _____
 VALOR EN LETRAS: _____

MOTIVO DE LA TRANSFERENCIA

FIRMAS AUTORIZADAS

CLIENTE	BANCO - Agencia
<small>Nombre</small> <small>Apellido</small> <small>Dirección</small> <small>Ciudad</small>	<small>Ejecutivo de Servicios</small> <small>Sup. Serv./Jefe</small>

ES RESPONSABILIDAD DEL CLIENTE VERIFICAR LOS DATOS DE ESTE FORMULARIO
 EL CLIENTE ACEPTA LAS CONDICIONES DETALLADAS EN EL REVERSO DE ESTA SOLICITUD

SOLICITUD DE ENVIO DE TRANSFERENCIAS AL EXTERIOR "BALCON AGENCIAS"

Nota: El cliente del formulario con obligaciones de tener efectivo de que pagar el pasaporte Opcional

CIUDAD: _____ FECHA: _____ COMPROBANTE No: _____
Cuenta de los beneficiarios por el Banco

BANCO BENEFICIARIO / PAGADOR DE LOS FONDOS

1 Nombre del Banco Beneficiario: _____
 Códigos ABA / SWIFT: _____ Ciudad - País: _____
Código SWIFT de BIC (Banco de España) y Códigos SWIFT (Banco de España) y Códigos SWIFT (Banco de España)
ABA: Transmisión y Gestión (Código de Banco) Banco del pagador en moneda de USD
 Dirección Banco Beneficiario (Opcional): _____

DATOS DEL BENEFICIARIO (QUIEN RECIBE LA TRANSFERENCIA)

2 Nombre de Cuenta o Cod. BAN: _____
El BIC (Banco de España) se refiere al código de identificación de la cuenta que se debe de la institución Bancaria designada por el BIC, que puede ser el país de destino
 Nombre del Cliente Beneficiario: _____
 DIRECCION: _____
 Ciudad - País: _____

VALOR DE LA TRANSFERENCIA

3 MONEDA: _____ VAL: DR EN NUMEROS: _____
 VAL: DR EN LETRAS: _____

DATOS DEL CLIENTE QUE ENVIA LA TRANSFERENCIA

4 NOMBRES: _____ APELLIDOS: _____
 CED. IDENTIDAD/ RUC / P. SAPORTE: _____
 DIRECCION: _____
 TELEFONO/CELULAR: _____ e-mail: _____

CUENTA A DEBITAR

5 DEBITAR DE LA CUENTA: Corriente () Ahorros () No. _____
Autorizo a debitar de mi cuenta el valor del giro, incluyendo las comisiones respectivas.

BANCO INTERMEDIARIO (Opcional)

6 Códigos ABA / SWIFT: _____ Ciudad - País: _____
 Nombre del Banco Intermediario: _____
 Dirección Banco Beneficiario (Opcional): _____

MOTIVO DE LA TRANSFERENCIA

7

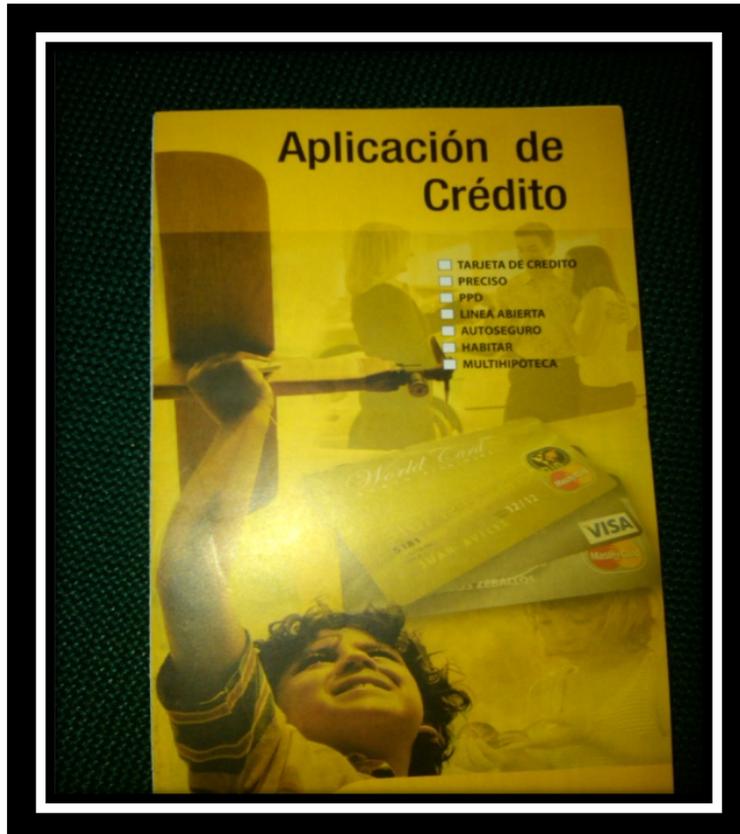
DECLARACIÓN LICITUD DE FONDOS

EL CLIENTE DECLARA QUE LOS FONDOS OBJETO DE ESTA TRANSACCION SON LICITOS, NO PROVIENEN DE NI SERÁN DESTINADOS A NINGUNA ACTIVIDAD ILEGAL O DELICTIVA, NI CONSENTIRÁ QUE TERCEROS EFECTUEN DEPÓSITOS O TRANSFERENCIAS A SU CUENTA, PROVIENEN DE: ESTAS ACTIVIDADES: EXPRESAMENTE AUTORIZA AL BANCO PICHINCHA S.A. REALIZAR LAS VERIFICACIONES Y DEBEA INICIAR LAS CORRESPONDIENTES E INFORMAR DE MANERA INMEDIATA Y DOCUMENTADA A LA AUTORIDAD COMPETENTE EN CASOS DE INVESTIGACIÓN O CUANDO SE DETECTARE TRANSACCIONES INUSUALES E INJUSTIFICADAS, POR LO QUE NO EJERCERÁ NINGUN RECLAMO O ACCIÓN JUDICIAL.

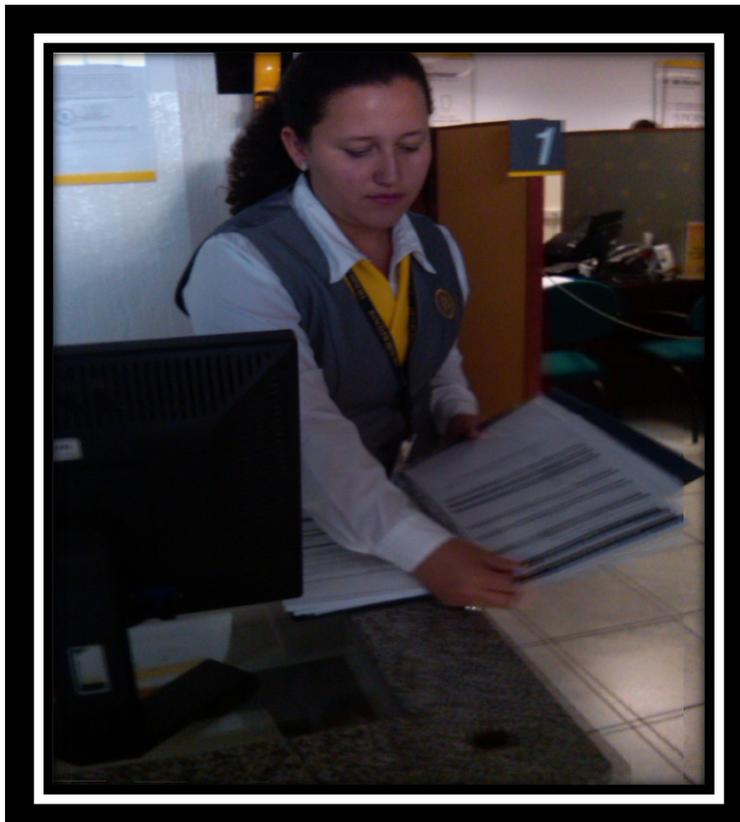
FIRMAS AUTORIZADAS

EL CLIENTE ACEPTA LAS CONDICIONES DETALLADAS EN EL REVERSO DE ESTA SOLICITUD

CLIENTE	PARA USO INTERNO DEL BANCO
<small>Nombre</small> <small>Apellido</small> <small>Dirección</small> <small>Ciudad</small>	EL GIRO ES ENVIADO A UN PARAISO FISCAL: <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <small>Ejecutivo de Servicios</small> <small>Sup. Serv./Jefe Zonal</small>



LA DIRECCIONADORA EXPLICARÁ AL CLIENTE QUE TIENE QUE REALIZAR Y FACILITARLE CUALQUIER TIPO DE OPERACIÓN QUE VAYA A REALIZAR.



FINALMENTE DESPUES DE HABER EXPLICADO Y CON LOS DOCUMENTOS LISTOS LE ENTREGARÁ UN TURNO AL CLIENTE PARA QUE SEA ATENDIDO POR EL AREA DE NEGOCIOS.

