



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

OCTUBRE 2019 - MARZO 2020

EXAMEN COMPLEXIVO O FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERÍA COMERCIAL

TEMA:

Calidad del servicio que ofrece Banco Pichincha sucursal Babahoyo ante el uso de los canales alternativos

EGRESADA:

Neyba Thalia Robinson Barragán

TUTOR:

ING. Joffre Miranda Mejía

BABAHOYO - LOS RÍOS

2020

INTRODUCCIÓN

Las instituciones financieras ofertan al público en general una serie de servicios bancarios como parte de su actividad comercial, en el cual, el incremento de la demanda de los productos ofrecidos aumenta la rentabilidad de la empresa y logra un posicionamiento en el mercado financiero, un sector con altos niveles de competitividad, debido a la participación de diferentes organizaciones de renombre que han logrado mantenerse e incrementar la cuota del mercado, siendo su principal misión acaparar la atención de la población económicamente activa, para causar interés en sus productos; en la actualidad los servicios ofertados por el sistema bancario, se han expandido mediante el uso de internet y tecnología, accesos a los cuales se los conoce como canales alternativos, con el propósito de que los usuarios accedan a la cartera de productos y servicios con mayor rapidez y facilidad.

El estudio de caso se ha efectuado en la institución financiera Banco Pichincha agencia Babahoyo, empresa que a lo largo de los años ha incrementado su participación en el mercado, a través de la captación de clientes en el cual se ofrece diferentes servicios de ahorro y crédito por medio de canales de atención directos y alternativos; es por ello que se analizarán sus procesos de entrega en el servicio, debido a las problemáticas detectadas en este ámbito, que recaen en el personal que labora en la organización, los cuales están encargados de cumplir diferentes funciones como guiar, asesorar, dar respuesta inmediata a los usuarios que necesitan efectuar un trámite financiero dentro de la empresa o por las vías alternativas y es en este proceso en donde se ve afectada la calidad, a causa de la falta de entrenamiento del personal para ejercer con precisión la guía a los usuarios.

El objetivo del estudio investigativo es analizar la calidad del servicio que ofrece el Banco Pichincha sucursal Babahoyo en el uso de los canales alternativos, investigación que permitirá analizar los procesos internos de la gestión en cuanto a la atención al cliente de los servicios y productos bancarios que la organización analizada oferta, estudio que se justifica, por la importancia de conocer la realidad en el uso de las diferentes forma de atención que ofrece la institución, con la finalidad de alcanzar mejoras continuas en los canales alternativos, por medio de cambios internos que ayuden a lograr resultados significativos y desarrollo institucional; aspectos de gestión que se relacionan directamente con la línea de investigación de la carrera de Ingeniería Comercial, Modelo de Gestión Administrativa.

El enfoque investigativo del caso de estudio es cualitativo, puesto que se considerarán indicadores internos de calidad en los servicios que el Banco Pichincha entrega a la ciudadanía que acceden al uso de canales alternativos, además se precisa la implementación del tipo de investigación descriptiva, al ser un estudio en el cual se describirán los hallazgos investigativos detectados, a través del método deductivo y la aplicación de la encuesta y entrevista como técnica, dirigida a los usuarios y Gerente de la institución por ser los principales actores dentro del proceso de entrega de los servicios financieros, con la implementación de los cuestionarios con preguntas pertinentes a la investigación.

DESARROLLO

El estudio investigativo se direcciona a la identificación de problemáticas detectadas en el Banco de Pichincha agencia Babahoyo, ubicada en la avenida Flores y General Barona (esquina), institución financiera que es reconocida por los ciudadanos del cantón por su larga trayectoria institucional a nivel nacional; la organización está distribuida en varios niveles estratégicos, los cuales están facultados para ejercer el proceso de toma de decisiones y mejorar la calidad de los procesos que se llevan a cabo, estos niveles se conforman por: Nivel Directivo, Nivel Estratégico, Nivel Táctico Estratégico y el Operativo; distribución que aporta en la constitución de una empresa sólida que ha alcanzado traspasar fronteras a varios países con la integración de subsidiarias en España, Estados Unidos, Perú, Chile, Colombia, entre otros.

La agencia del Banco Pichincha ubicada en el cantón Babahoyo, integra en la actualidad a 30 empleados divididos en las áreas estratégicas y operativas como parte de su independencia de las actividades bancarias a nivel nacional; personal que se encarga de gestionar la facilidad de los servicios que ofrecen a los usuarios que deciden iniciar las relaciones comerciales dentro de la empresa, la cual posee productos innovadores como: la Vinculación Web, Créditos Digitales, Portal de Afiliación de las Pequeñas Empresas (Cash Lite), Microcobros, Agencia Virtual, Banca Digital, Gestión de relación con el cliente, Programa Red Segura, Red Corporativa de comunicación, los cuales son programas que habilitan los canales alternativos para mejorar la experiencia y calidad del servicio. Para el autor (AA, 2016)

Los canales alternativos son la mayor revolución comercial, debido a que al ser implementados por las empresas aportan accesibilidad de los productos que la empresa expone en las diferentes plataformas digitales, además son eficientes en cuanto a la

agilización de procesos y respuestas inmediatas de preguntas frecuentes que el público podría tener con respecto a la empresa o del servicio cotizado.

La investigación efectuada expone una de las problemáticas que surgen dentro de la institución, el deficiente conocimiento del personal operativo designado en atender a los usuarios acerca de los servicios de los canales alternativos que ofrece el Banco Pichincha, esta situación evidencia que la falta de direccionamiento del personal a los usuarios en relación a las transacciones y procesos que pueden realizar desde sus hogares, cause un impacto negativo en la percepción de los clientes externos y refleje una calidad deficiente del servicio. Escalona (2019) “Un factor importante para lograr una calidad en la atención de los usuarios es satisfacer a los clientes de forma eficiente y con la máxima optimización del tiempo” (p. 164).

La situación mencionada es reflejada por un caso particular, en el cual los usuarios potenciales se acercan a la institución para obtener información con respecto a la aplicación Banca Móvil, su uso y beneficio, información que debe proveerle seguridad a los clientes que desean hacer uso de este canal alternativo, pero los operarios indican que la información para el manejo de banca móvil se encuentra en las plataformas digitales de la institución, de la cual puede guiarse, lo cual es una respuesta que no satisface la petición solicitada por el ciudadano y genera una experiencia negativa en cuanto a la calidad del servicio. Según los autores Alcaide, Díez & Almarza (2019) “La experiencia que son las emociones percibidas por los clientes dentro de las empresas generan un interés positivo como aspecto diferenciador” (p. 28)

Similar experiencia se suscita en la atención al usuario por el canal directo, debido a que el personal que se encarga de atender las quejas o solicitudes para iniciar trámites financieros,

no poseen las competencias y prácticas para ejecutar con agilidad y prontitud las respuestas de los usuarios, además, cuando se presentan preguntas relacionadas a los documentos habilitantes para la creación de cuentas con mayor nivel de complejidad y que no son diariamente cotizadas, el personal responsable de esta competencia, no aporta la información pertinente, lo cual ocasiona acumulación de personas en un espacio reducido y que desistan del trámite, quejas y hasta perder clientes estratégicos que accedieron a la institución para iniciar los gestiones en aperturas de cuentas de ahorro o crédito de nivel empresarial.

Actualmente las instituciones bancarias dentro de los servicios que ofrecen han implementado diferentes canales alternativos basados en la innovación tecnológica específicamente en la informática y telecomunicaciones, con el propósito de brindar asistencia por diversos medios como banca telefónica, por internet, terminales en puntos de venta y cajeros automáticos, para que el cliente tenga acceso a los productos y servicios de manera rápida y segura, satisfaciendo las necesidades sin que el usuario deba ir a la entidad.

Los diferentes canales alternativos que tiene el banco han tenido una buena aceptación por parte de los usuarios, sin embargo, presentan debilidades en cuanto a la operatividad de los mismos, debido a que la institución bancaria no informa o capacita de forma efectiva a los clientes de cómo manejar los diferentes medios para acceder a los servicios, además existe fallas en los canales por inadecuado mantenimiento o por impericia de los encargados del sistema informático, contextos que ha llevado al deterioro de la imagen corporativa y un decrecimiento de la fidelización de los clientes. Según Alcaide (2016), la fidelización de clientes:

Se sustenta en la gestión de las comunicaciones empresa/clientes, porque esta implica establecer vínculos emocionales con los usuarios o consumidores, por tal razón, es

necesario mantener buenas relaciones y satisfacer las necesidades, ya que de ellos depende la rentabilidad y beneficios de la empresa.

Una situación detectada en el Baco Pichincha, es que varios de los canales alternativos son deficientes, los cuales fueron creados para facilitar transacciones mediante sistemas de transacción a través de datos autorizados, que permitan realizar actividades de manera segura por la web o dispositivo móvil, contexto que no ocurre por diferentes factores que se describirán a lo largo del desarrollo del trabajo.

Uno de los medios alternos que tiene Banco Pichincha es la banca móvil, esta es una aplicación que permite acceder a los productos y servicios de la institución desde el dispositivo móvil de forma segura con un PIN personalizado o reconocimiento facial sin necesidad de internet, el problema de este canal, es en el cambio de contraseña, esto sucede cuando el cliente deja de realizar depósitos de forma constante, automáticamente el sistema que maneja el banco niega el acceso al sistema, hasta el momento que se cambie dicha clave, pese a ello, el inconveniente persiste porque el usuario al hacer uso de los servicios, este se hace efectivo al día siguiente de haber efectuado el proceso, por lo general, este canal es utilizado cuando el cliente desea salir de un apuro como olvido de pagos por servicios o deuda, circunstancia que provoca molestias e inconformidades por el incorrecto manejo de las tecnologías informáticas que tiene la entidad.

Otra situación detectada en el Banco Pichincha está relacionada con la banca web, que es un sistema en línea que permite realizar operaciones bancarias desde una computadora, que brinda beneficios significativos a los clientes, que hoy en día son importantes como el ahorro de tiempo, facilidad de acceder a la información de la cuenta y realizar transferencias, pagos por servicios públicos y privados; el problema radica en que muchas veces existen fallos en el

sistema por actualizaciones según la institución, lo que ocasiona inconvenientes en los clientes en cuanto al acceso a su dinero en el tiempo oportuno que lo requieran.

La circunstancia antes mencionada es generada por la deficiente comunicación del banco hacia el usuario, para que los clientes estén prevenidos en caso de que demore el restablecimiento del sistema y permita el uso de los medios alternos, de tal manera, que se eviten especulaciones suscitadas por la caída del mismo, en el cual son contextos que deterioran la imagen institucional con rumores en la debilidad de solvencia y genera que muchos usuarios opten por cambiarse de institución bancaria. Según Asensio, Manceras, & Uribe (2018) la comunicación:

Se refiere a un proceso básico en los seres humanos, a través del cual se intercambia información, ideas y mensajes, en que el emisor trasmite algo al receptor a través de un canal con el propósito de recibir una respuesta.

Durante el proceso investigativo se detectó una situación particular, respecto a la banca telefónica, este servicio se realiza mediante teléfonos convencionales o móvil desde cualquier parte del país durante toda la semana, las 24 horas del día, que permite al cliente acceder a los servicios y productos como: asesoría, bloqueo, solicitar movimientos de cuenta, presentar reclamos, transacciones automáticas y demás elementos que ofrece la entidad, mediante la aplicación de encuesta; el problema que presenta este canal alternativo es la inseguridad por parte del usuario al contestar el cuestionario de demanda de información específica, contexto que surge porque no conocen a fondo como utilizar el servicio o elegir adecuadamente las opciones del medio alterno, lo cual es causado por la desinformación porque el Banco Pichincha no la brinda, por tanto, los clientes temen que sean suplantados de identidad y les retiren sus ahorros, llevando a desistir de la asistencia o finalizarla con temor.

Un problema derivado de la banca telefónica es tiempo de espera, debido a que muchas veces el proceso para acceder a algún servicio se tarda por la cantidad de datos que hay que ingresar o contestar, lo que genera molestia en los usuarios que utilizan este canal alternativo, porque incluso tienen que volver a marcar para ratificar información, esto por lo general se da cuando se llama por teléfono convencional, por tal motivo, es un medio alterno poco utilizado por la efectividad del servicio que deja mucho que desear en los clientes.

La calidad en el servicio es un elemento clave para que una organización logro reconocimiento, lo cual se logra cuando todos los miembros de una empresa tienen un objetivo en común, además de brindar un a comunicación efectiva basada en una atención de excelencia. (Escudero, 2015, pág. 167)

Es importante mencionar que si bien, los canales alternativos permiten a los usuarios de productos y servicios del Banco Pichincha optimizar el tiempo y tener mayor número de opciones en actividades correspondientes a transacciones bancarias o acceso a información de estados de cuentas, el primer paso para acceder a este tipo de modalidades, es la atención personalizada, o también denominada canal directo, pues para la utilización de los canales alternativos como Banca Móvil, Interactiva o Web, se necesita realizar la solicitud de una tarjeta de débito que permita dar inicio a la experiencia de todas las facilidades que brinda la institución, en la oferta de sus productos y servicios.

La tarjeta de débito es el inicio del proceso para acceder a todos los canales alternativos que posee la institución, Mi Vecino, Afilados a Red Visas, Cajeros, entre otros servicios más, sin embargo, el gran problema que presenta la gestión en la atención al cliente de la Agencia del Banco Pichincha en la ciudad de Babahoyo es la falta de información sobre los beneficios que ofrece la institución en el uso de la tarjeta de débito, en muchas ocasiones, la persona que

asiste a la organización no cuenta con el conocimiento necesario sobre los servicios financieros y la forma de acceder a ellos, por lo que necesita que el talento humano le provea de información, contexto que no sucede en la institución financiera. Para Sanabria (2015)

El talento humano representa el pilar fundamental para la administración de las organizaciones, donde la realización de las actividades depende del desarrollo personal, profesional y del trabajo en equipo que conforme los miembros de la organización para el logro de los objetivos institucionales.

Mediante la investigación se ha podido determinar que en la institución asisten clientes con problemas de tarjeta de débitos bloqueadas e incorrecta utilización de la Banca Electrónica, con el objetivo de que en el área de Atención al Usuario, sus dudas e inquietudes sean resueltas de forma oportuna, pero la afluencia de personas que visitan las instalaciones de la institución, impiden que aquellas, con inconvenientes en el uso de los canales alternativos puedan resolver de forma oportuna cada una de las situaciones problemáticas originadas en la utilización de la tarjeta de débito.

El fenómeno de la globalización que impera en la época moderna, obliga a la implementación de canales alternativos del Banco Pichincha, lo que representa la estrategia de crecimiento de la institución, sin embargo, el uso o conocimiento de la tecnología, es una debilidad que posee la población, contexto que influye en la cultura de uso de propuestas alternativas para acceder a los servicios y productos que ofrece la institución financiera, donde se han presentado problemas relacionados con corresponsales no bancarios sobre débil empoderamiento de herramientas tecnológicas, personas que no cuentan con un guía de usos de canales alternativos, entre otras debilidades que imposibilita un atención al usuario inmediata y oportuna.

Una de las debilidades que se presenta en la gestión de los canales alternativos en la Agencia Babahoyo del Banco Pichincha, se suscita con los Corresponsales no Bancarios Mi Vecino, cuya misión consiste en brindar apertura de los servicios de la banca a pequeñas comunidades de la ciudad y demás sectores aledaños, sin la necesidad de visitar las instalaciones de la agencia; canal alternativo donde se realizan pagos de servicios básicos y transferencias bancarias, sin embargo, el problema radica en el cumplimiento de la razón de ser de la apertura de los corresponsales no bancarios, puesto que en múltiples ocasiones el monto mínimo para retiro, no abastece la demanda ciudadana, debilidad que demuestra la inadecuada planificación y coordinación de la institución para el control de la calidad del servicio. De acuerdo con Mateos de Pablo Blanco (2019)

La calidad del servicio implica pautas del comportamiento como respeto, amabilidad, disposición previa, respuesta oportuna, servicio al cliente y emplear un vocabulario adecuado, donde el objetivo es lograr niveles de satisfacción adecuados en el usuario de los servicios que oferta la organización.

Desde la implementación del canal alternativo CNBs, del Banco Pichincha, se han presentado situaciones negativas en la gestión organizacional, debido que al ser una empresa multinacional con agencias a nivel nacional e internacional, el control interno se dificulta, lo cual implica que la calidad del servicio no sea la esperada por el usuario, porque para afiliarse a la red de corresponsales no bancarios, es necesario que el negocio cumpla con los siguientes requisitos: ser un persona de 21 a 65 años, 2 años de actividad comercial, disponibilidad de tiempo para ejecutar transacciones, capital propio, poseer cuenta de ahorro, corriente, tarjeta de débito, vocación de servicios y manejo de tics.

A pesar que los corresponsales no bancarios tienen que cumplir ciertas condiciones y políticas de calidad que debe implementar la institución, existen factores que limitan que la efectividad del canal alternativo sea la adecuada, donde la gestión de la organización soslaya la importancia de aplicar políticas relacionadas a la implementación de capacitaciones constantes de atención al usuario, realización de encuesta a corresponsales para medir la satisfacción del cliente final, sistema de llamada al Call Center para garantizar la resolución de problemas en la oferta del servicio y la visita de un usuario simulado para medir la atención. Lo expresado denota las acciones que debe considerar la Agencia del Banco Pichincha de la ciudad de Babahoyo.

La investigación realizada sobre la efectividad de atención al usuario por medio de canales alternativos del Banco Pichincha agencia Babahoyo, permite resaltar la importancia que posee las alternativas brindadas por la institución para acceder a los diferentes productos y servicios financieros, sin embargo, a pesar de ser parte de una estrategia de innovación y crecimiento, no están exentas de situaciones negativas en el proceso de atención, donde una de las más representativas radica el cupo limitado para la realización de transferencias, contexto que denota la débil gestión de la organización para la recepción, monitoreo y administración del reporte de facturas de cada corresponsal para evitar la problemática descrita.

Una de los requisitos que propone Banco Pichincha para convertirse en un corresponsal no bancario, es la disponibilidad de tiempo para ejecutar transferencias bancarias, sin embargo, durante el proceso de investigación, se ha determinado que la satisfacción del cliente, se encuentra condicionada, por el horario de atención de los CNBs de la ciudad de Babahoyo y sectores aledaños, donde en ciertos puntos de negocios se realizan depósitos a cierta hora del

día, situaciones que demuestran las debilidades que presenta la gestión del canal alternativo estudiado.

Según Pereira (2019) para que el control interno tenga efectividad en la gestión, la organización debe establecer los objetivos y actividades en los planes operativos para su cumplimiento. El control inadecuado en la atención de corresponsales no bancarios influye en el logro de los objetivos institucionales en cuanto al desempeño de los canales alternativos, e imposibilita la ampliación de la oferta del servicio a los diferentes sectores del mercado, incrementar el posicionamiento de la institución frente a la amenaza de nuevos competidores, bancarización en sectores urbano marginales, liberar el nivel de afluencia de personas en la agencia y la migración de transacciones. Los factores intangibles descritos denotan en la gestión del canal alternativo la importancia de la utilización efectiva de cada uno de ellos.

Los problemas detectados en el Banco Pichincha con los corresponsales no bancarios, en este caso puntual, el que se denomina “Mi Vecino”, el cual ha sido una de las estrategias aplicadas para acercarse a los usuarios y obtener interiorización con los mismos; pero si este tiene falencias, el impacto no será el deseado, por lo que se precisará un análisis minucioso de las causas problemáticas; según Banco del Pacífico (2018)

Los corresponsales no bancarios son establecimientos de carácter privado, entre las cuales se encuentran: tiendas, supermercados, establecimientos comerciales, farmacias y cooperativas. Funcionan como un punto que brinda atención de los servicios que ofertan los bancos; eso implica que un usuario puede acercarse a un corresponsal no bancario y realizar una gran variedad de transacciones con seguridad y tranquilidad sin la necesidad de acudir a las oficinas de la entidad bancaria.

Los problemas que el Banco Pichincha presenta en función a este contexto es que una cantidad importante de personas que deciden trabajar con la institución financiera no tienen los conocimientos de todas las transacciones que se pueden realizar en la oferta del servicio, eso implica que en múltiples ocasiones los usuarios se acerquen al corresponsal no bancario con la intención de realizar una determinada transacción, y no le puedan ayudar debido al desconocimiento que posee. Uno de los aspectos básicos para atender los requerimientos de los clientes en este tipo de servicios, es el uso y conocimiento de las herramientas tecnológicas, sin embargo, aquí existe otra situación anómala, puesto que gran parte de los colaboradores que trabajan como corresponsales del banco, tienen conocimientos básicos respecto al uso de las Tics, lo cual dificulta la entrega un servicio eficaz y oportuno.

Uno de los canales alternativos de mayor incidencia en el servicio bancario es el cajero automático, para Sarria (2016) “es una máquina que, a través del uso de una tarjeta y clave personal, el cliente puede proceder a la recepción, así como a la entrega de dinero; es decir, ayuda al usuario bancario a manejar el dinero acreditado en su cuenta” (p.2). Se ha convertido en uno de los medios más importantes porque permite: retiro de dinero en efectivo, consulta de saldos y movimientos de la cuenta, avance de efectivo en la tarjeta de crédito, cambio de clave y recargas móviles.

Los problemas que Banco Pichincha presenta en función a los cajeros automáticos son respecto a la falta de mantenimiento para que estos puedan operar en perfecto estado, se requiere que se encuentren en óptimas condiciones; sin embargo, se ha podido evidenciar que en ocasiones los usuarios no pueden realizar las transacciones pertinentes debido a que se encuentran en mal estado, aspecto que dificulta que la atención a los clientes mediante este canal alternativo se pueda realizar de manera efectiva. Uno de los acontecimientos frecuentes es que el lector de la banda magnética no reconoce la tarjeta, en tal virtud el usuario no puede

proceder a realizar el retiro de su dinero, lo que ocasiona molestias e insatisfacción, puesto que acude al cajero automático con la confianza de que allí podrá realizar la transacción para no tener que acudir a las instalaciones de la institución financiera y realizar largas colas de espera.

Otro de los aspectos analizados en cuanto a las falencias en el servicio del cajero automático, es que algunos de estos tienen fallas en cuanto a la emisión de los recibos, ocurre que una vez que el cliente ha realizado la petición del dinero, el cajero no ejecuta de forma acertada la solicitud o en su defecto, la cantidad requerida no coincide. Lo manifestado ocasiona un gran contratiempo a las personas que hacen uso del servicio; las causas de estas fallas pueden ser: error en el sistema del cajero automático o que este haya llegado a su límite de disposición de dinero, de tratarse de la segunda causa, evidencia que Banco Pichincha necesita mantener un control exhaustivo de la existencia de efectivo en los cajeros automáticos, para que el cliente no se enfrente a este tipo de problemas.

Durante la investigación se ha podido conocer que Banco Pichincha no siempre recarga efectivo en los cajeros automáticos de forma diaria, por tal razón, ocurren los problemas relacionados a la falta de efectivo para el retiro que requieran los clientes. Desde luego que este tipo de problemas no tienen un alto índice de ocurrencia, sin embargo, se precisa manifestar que la idea empresarial es la satisfacción integral del cliente, eso implica que siempre encuentra el servicio con las plenas facilidades y en el momento oportuno.

El uso eficiente de los canales alternativos se convierte en una útil herramienta para la obtención de una estrategia competitiva, la cual según Carrión (2017) “es la que se ocupa de crear una posición competitiva en el mercado, lo cual permita a la organización diferenciarse de la competencia, se encuentra relacionada con la toma de decisiones para obtener un

rendimiento adecuado según las expectativas” (p.8). Las entidades bancarias que predestinen esfuerzos para mejorar el servicio de los canales alternativos, obtendrán mayores beneficios en el mercado financiero.

Las problemáticas que Banco Pichincha presenta en relación al servicio de los canales alternativos como corresponsales no bancarios y cajeros automáticos, son causados por un control inadecuado, para que este tipo de canales tengan una funcionalidad activa, se precisa de un control recurrente, que implica estar monitoreando constantemente cada una de las actividades que atañen a estos canales; sin embargo la entidad financiera motivo de análisis en el presente caso de estudio no ha implementado un seguimiento eficaz y oportuno.

En el Banco Pichincha sucursal Babahoyo la excesiva contratación y rotación de personal provoca que la calidad del servicio hacia el usuario disminuya, puesto que el área de talento humano de la institución recluta al personal en base a los requerimientos o necesidades que presente el mismo en un periodo determinado, de tal manera que, al efectuar el debido proceso de contratación para cubrir un puesto de trabajo vacante en la organización, esta realiza una serie de pasos en donde el postulante tendrá que aprobar cada una de las pruebas académica, psicológica, médicas y la entrevista personal, para que durante un periodo determinado, pueda demostrar todas sus capacidades y destrezas que tiene para resolver problemas y cumplir con las funciones asignadas con eficiencia y eficacia. Según Fernández, (2017) sobre el proceso de contratación menciona que:

Es aquel que permite seleccionar al postulante más adecuado para la organización que no siempre es aquel que posee las mejores calificaciones sino es quien demuestra que tiene cualidades, actitudes y capacidades necesarias para desempeñar una determinada función

con eficacia y eficiencia, para que este pueda ser promovido a cargos más altos a través del tiempo dentro de la organización.

Debido a la forma de contratación que adoptado el Banco ha provocado que exista excesiva rotación de personal lo que ha ocasionado que los índices de satisfacción del usuario disminuyan, es decir, que no se efectúen de la mejor manera posible, debido a la falta de experiencia práctica en las funciones que desempeña el nuevo integrante de la organización, situación que ha retrasado los procesos, sobretodo en el área operativa, donde muchas veces el usuario tiene que esperar por tiempo largo en fila, hasta poder realizar sus respectivas transacciones financieras, producto de que los corresponsales no bancarios que dispone la organización no puede realizar todos los requerimientos que el usuario desea, situación que causa inconformidad a los mismos y afecta a la calidad del servicio.

Según (Alet, 2015) “La satisfacción del cliente es aquella que permite a las organizaciones conocer cuál es el grado de cumplimiento que tiene en relación con las expectativas de su cliente” (p. 39). Situación que no ocurre en la institución pues uno de los problemas que han afectado a la calidad de servicio y satisfacción del usuario es la excesiva contratación y rotación de empleado, puesto que cuando se selecciona al profesional adecuado se le extiende un contrato por 90 días en donde estará a prueba y demuestre todas las capacidades y destrezas que exija su puesto de trabajo, de tal manera que le permita a la institución cumplir con sus objetivos y metas planeadas.

Sin duda alguna, al existir este tipo de inconvenientes en la organización implica que el tiempo de atención al usuario se comparta debido a que el personal necesita adaptarse a los procedimientos internos de la institución, motivo por el cual, la rotación de personal existente causa problemas en la atención al usuario, puesto que la calidad de servicio no se ejecuta de

la mejor manera posible, lo cual índice a que aquellas personas que deseen conocer sobre los beneficios de canales alternativos no cuenten con una atención oportuna ante las debilidades organizacionales descritas.

El Banco Pichincha sucursal Babahoyo con respecto a su sistema informático que utiliza para interconectarse con las demás unidades operativas a nivel nacional de manera periódica presenta inconvenientes, porque en muchas ocasiones el sistema ha sufrido un colapso o caída, que ha ocasionado que los usuarios tengan que esperar largas horas para realizar su trámite como, apertura de cuenta inversiones, créditos pymes, de consumo o inmobiliario, emisión de tarjeta de débito, entre otros servicios, esto debido a la inadecuada gestión interna de los sistemas de la organización, problemas que afectan de forma directa el uso de canales alternativos.

Al existir estos inconvenientes con el sistema que dispone la institución, en muchas ocasiones causa inconformidad a los usuarios, puesto que, al momento en que se encuentran en la realización de una transacción financiera o trámite, este tiende a paralizarse, lo que implica que tiene que esperar hasta que se restablezca el mismo, situaciones que demuestran que a pesar del crecimiento institucional y desarrollo de la organización, no está exenta de problemas internos y de uso en sus canales alternativos.

Todos los problemas detectados en el proceso de investigación, han generado el deterioro de la imagen institucional, no por la forma de gestionar los recursos financieros, sino por las debilidades en la oferta de los productos y servicios, como lentitud de trámites, fallos del sistema o la impericia del personal a cargo que no cuenta con la experiencia práctica suficiente para desempeñar sus funciones con eficiencia, lo que ha provocado que la satisfacción al usuario y calidad de servicio se vean afectadas, asimismo, los objetivos y

metas institucionales no se cumplan a cabalidad dentro de un periodo de tiempo determinado.

Según Cano (2019) menciona que:

La imagen institucional es considerada como un factor externo difícil de controlar, pues se trata de aquella percepción que tiene la sociedad en general con la empresa, es decir, cómo esta observa e interpreta las señales, estímulos y mensajes que manifiesta a través de sus múltiples canales de comunicación la organización, por ello, la imagen institucional engloba el conjunto de ideas, prejuicios, sentimientos, expectativas y sentimientos que tienen las personas con la empresa sean estos positivos o negativos (p253).

CONCLUSIONES

El Banco Pichincha agencia de la ciudad Babahoyo no cuenta con un plan estratégico para determinar acciones que ayuden a disminuir los problemas con los canales alternativos, como capacitaciones a corresponsales no bancarios, planificación y guías personalizadas en el uso de las vías alternativas para acceder a los productos o servicios de la institución. La empresa no ha logrado los objetivos de disminuir la afluencia de personas en las instalaciones por medio de los canales alternativos y bancarización en sectores aledaños por la débil gestión de canales alternativos.

No se emplean estudios técnicos sobre el abastecimiento y mantenimiento de los cajeros automáticos, porque en ocasiones existen problemas con la entrega de dinero que solicita el usuario o el lector de la banda magnética no reconoce la tarjeta, debilidades que afecta la imagen institucional y condiciona la atención al cliente, existen debilidades por parte de la ciudadanía en el conocimiento de la TICS y uso de los canales alternativos.

El canal alternativo Banca Web presenta debilidades por ser un medio en línea para acceder a los productos o servicios de la institución, porque en ocasiones no se puede utilizar por problemas en el sistema informático del Banco, lo que produce especulaciones y molestias por los problemas que se presentan en el uso del canal alternativo descrito. Además las personas que se acercan a las instalaciones del Banco Pichincha sucursal Babahoyo para realizar consultas sobre el uso de los canales alternativos no poseen respuesta oportuna, sea por la afluencia de personas que impide la atención eficiente, poca suficiencia de personal e impericia laboral de los miembros de la organización.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Sarria Guerrero, A. (27 de Noviembre de 2016). *Cajeros automáticos*. Obtenido de ABC Finanzas: <https://www.abcfinanzas.com/finanzas-personales/conceptos-basicos-financieros/cajeros-automaticos>
- AA, V. (2016). *El gran libro del comercio electrónico*. Madrid: Bubok Publishing S.L.
- Alcaide Casado, J., Díez, M., & Almarza, C. (2019). *Customer Experience*. Madrid: ESIC Editorial.
- Alcaide, J. C. (2016). *Fidelización de Clientes (2a. ed.)*. Madrid: ESIC Editorial.
- Alet, J. (2015). *Visión cliente: Crecer y ganar más con los clientes*. Barcelona : Editorial PROFIT.
- Asensio, A., Manceras, M. J., & Uribe, J. (2018). *Apoyo a la Comunicación*. Madrid: Editex.
- Banco del Pacífico. (25 de Abril de 2018). *Corresponsales No Bancarios*. Obtenido de Banco del Pacífico: <https://www.educacionfinanciera.com.ec/temas/banca-electr%C3%B3nica/corresponsales-no-bancarios/>
- Cano, S. (2019). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Madrid : Editex.
- Carrión Maroto, J. (2017). *Estrategia competitiva*. Madrid: ESIC Editorial.
- Escalona Barranquero, A. (2019). *Procesos de comunicación con perspectiva de género en el entorno de intervención (2a. ed.)*. Málaga: IC Editorial.

Escudero, M. (2015). *Servicio de Atención Comercial*. Madrid: Edix.

Fernández, F. (2017). *Apoyo administrativo a la gestión de talento humano*. Millán: Editorial Tutor Formación.

Mateos de Pablo Blanco , M. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio*. COMM002PO. Málaga : IC Editorial.

Pereira, C. (2019). *Control interno en las empresas: Su aplicación y efectividad*. México: IMCP.

Sanabria, P. (2015). *Gestión Estratégica del talento humano en el sector público: estado del arte, diagnóstico, y recomendaciones para el caso colombiano*. Bogotá : Ediciones Uniandes-Universidad de los Andes.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA



Anexo N° 1 Entrevista al gerente de la Agencia del Banco Pichincha ciudad de Babahoyo.

¿Qué tipos de inconvenientes suelen presentar el uso de canales alternativos?

¿Qué tipos de planes o acciones implementan la gestión del Banco Pichincha en la administración de canales alternativos?

¿Cuándo se presentan problemas con un cajero automático en lectura de la banda magnética o entrega de dinero cuáles son las acciones que implementa la administración?

¿Cuáles son los requisitos que pide la gestión del Banco Pichincha para ser corresponsal no bancario de la institución?

¿Cómo se gestionan las quejas ciudadanas por problemas en el uso de canales alternativos?

¿Qué actividades de control interno implementa la institución en la coordinación para los corresponsales no bancarios?



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA



Anexo N° 2 Preguntas dirigidas a la ciudadanía que hace uso de los canales alternativos

¿Conoce del uso de canales alternativos que brinda el Banco Pichincha a sus clientes?

Si

No

¿Cuál es el canal alternativo que más utiliza cuando desea realizar alguna operación bancaria?

Banca Móvil

Banca Web

Mi Vecino

Cajeros Automáticos

¿Qué tipos de problemas se le presenta en el uso de los canales alternativos?

Problemas con la lectura de la tarjeta en el cajero

Disponibilidad de depósitos y retiros en Mi Vecino

Se colapsa Banca Web

Se bloquea su usuario

Otros

¿Cómo califica el uso de los canales alternativos?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

¿Recibe una atención oportuna en la agencia del Banco Pichincha de la ciudad de Babahoyo para solucionar problemas en el uso de canales alternativos?

Si

No

¿Considera necesario que la gestión del Banco Pichincha debe implementar acciones que mejoren el uso de canales alternativos?

Si

No

¿Qué método de atención al cliente ud más utiliza, canales alternativos o canal directo (visitar las instalaciones de la agencia)?

Agencia Babahoyo Banco Pichincha.

Canales alternativos

RESÚMEN

El uso de canales alternativos es un medio de atención al cliente establecido con el propósito de disminuir la afluencia de personas en las instalaciones de la agencia del Banco Pichincha de la ciudad de Babahoyo, sin embargo, por la poca cultura de uso o debilidades en el manejo de las herramientas tecnológicas no alcanzan indicadores de desempeño en la utilización de los medios de atención descritos, además, se presentan inconvenientes en su funcionamiento, como la lectura de la tarjeta en la banda magnética de cajeros, los cuales en ocasiones no se encuentran operativos, o en su defecto, el sistema informático de la institución colapsa e impide el uso de otro canal alternativo como Banca Web, contextos que denotan las debilidades en la administración de estrategias alternativas de atención al usuario. La metodología aplicada en el caso de estudio está conformada por el tipo de investigación descriptiva, método inductivo, técnica de encuesta y cuestionario de preguntas direccionadas a obtener la mayor cantidad de información. Los resultados obtenidos evidencian un débil control interno en la gestión de los canales alternativos, lo cual afecta en la imagen institucional del Banco Pichincha, donde se han determinado inconvenientes con los corresponsales no bancarios, Banca web y cajeros automáticos.

Palabras Claves: Atención al usuario, calidad, imagen institucional, Control Interno

ABSTRACT

The use of alternative channels is a means of customer service established with the purpose of reducing the influx of people in the facilities of the Pichincha Bank agency in the city of Babahoyo, however, due to the low culture of use or weaknesses in the management of technological tools do not reach performance indicators in the use of the means of care described, in addition, there are problems in its operation, such as reading the card in the magnetic stripe of ATMs, which sometimes are not operational , or failing that, the institution's computer system collapses and prevents the use of another alternative channel such as Web Banking, contexts that denote weaknesses in the administration of alternative user service strategies. The methodology applied in the case study consists of the type of descriptive research, inductive method, survey technique and questionnaire aimed at obtaining the greatest amount of information. The results obtained show a weak internal control in the management of alternative channels, which affects the institutional image of Banco Pichincha, where inconveniences have been determined with non-bank correspondents, web banking and ATMs.

Keywords: Customer service, quality, institutional image, Internal Control