

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

**PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN**



**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

---

**“Protocolo de atención y la satisfacción del cliente del Banco de  
la Nación Agencia 2 Periférica - Trujillo, año 2021”**

---

**Línea de Investigación:**

Marketing

**Autores:**

Br. Armas Aguilar, Eloísa

Br. Rodríguez Espejo, Alex

**Asesor:** Dr. Soriano Colchado, José Luis

**Código ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-9000-0570>

**TRUJILLO – PERU**

**2022**

**FECHA DE SUSTENTACION: 2022/07/04**

La presente tesis ha sido revisada y aprobada por el siguiente jurado:

**Presidente** : Dr. Hidalgo Lama, Jenry

**Secretario** : Mg. Cieza Mostacero, Segundo

**Vocal** : Dr. Márquez Yauri, Heyner

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

De acuerdo con el cumplimiento de las disposiciones del reglamento de grafos y títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, exponemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado: "PROTOCOLO DE ATENCIÓN Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DEL BANCO DE LA NACIÓN AGENCIA 2 PERIFÉRICA - TRUJILLO, AÑO 2021

Desarrollado con el fin de obtener el título de Licenciado en Administración. El objetivo principal es determinar el nivel de influencia del protocolo de atención en la satisfacción del cliente del Banco de la Nación Agencia 2 Periférica Trujillo, 2021.

A ustedes miembros del jurado, mostramos nuestro especial y mayor reconocimiento por el dictamen que se haga merecedor y correspondiente del presente trabajo.



---

Br. Armas Aguilar, Eloísa



---

Br. Rodríguez Espejo, Alex

## DEDICATORIA

A la memoria de mi madre, que me  
acompaña siempre.

A mi hija y hermana, por su apoyo  
incondicional

Armas Aguilar, Eloísa

A mi madre por haberme dado la  
vida y la fortaleza suficiente para no  
rendirme nunca en este camino de  
convertirme en profesional.

A mi esposa e hijos por su apoyo  
permanente y constante.

Rodríguez Espejo, Alex

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradecemos a Dios por iluminarnos siempre por el sendero de  
la vida

A nuestros familiares por su apoyo permanente, especialmente a nuestros padres

A la Universidad, por la oportunidad de graduarnos y ser profesionales

A todos los docentes, que nos transmitieron sus conocimientos y experiencia, en  
especial a nuestro docente asesor, por guiarnos de la mejor forma en la  
elaboración de esta investigación.

Los autores

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar el nivel de influencia del protocolo de atención en la satisfacción del cliente del Banco de la Nación Agencia 2 Periférica Trujillo, 2021. El nivel de la investigación utilizada fue correlacional y tuvo un enfoque cuantitativo; para la confiabilidad de los instrumentos se aplicó el Alfa de Cronbach, obteniéndose un valor de 0.927 para la variable “protocolo de atención” y 0.944 para la variable “satisfacción del cliente”. Así mismo, se aplicó la prueba no paramétrica de Kolmogorov – Smirnov, obteniéndose como resultado un valor menor a 0.05 lo cual manifestó que los valores se ajustan a una distribución no normal. La muestra estuvo conformada por 370 clientes de la entidad financiera. La técnica de investigación usada para la recolección de la información fue la encuesta y el instrumento, el cuestionario. Los resultados obtenidos señalaron que existe una influencia positiva y moderada entre las variables en estudio, la cual fue comprobada por la prueba de Tau b Kendall, esta última resultó ser 0.555; así mismo el valor de significancia mostró un valor menor a 0.05 por lo que se acepta la hipótesis alterna, es decir, que el Protocolo de atención influye en la satisfacción del cliente del Banco de la Nación Agencia 2 Periférica Trujillo, 2021.

**Palabras claves: Protocolo de atención, satisfacción del cliente**

## **ABSTRACT**

The general objective of this research was to determine the level of influence of the service protocol on customer satisfaction at Banco de la Nación Agencia 2 Periferica Trujillo, 2021. The level of research used was correlational and had a quantitative approach; For the reliability of the instruments, Cronbach's Alpha was applied, obtaining a value of 0.927 for the variable "attention protocol" and 0.944 for the variable "customer satisfaction". Likewise, the non-parametric Kolmogorov-Smirnov test was applied, obtaining as a result a value less than 0.05, which shows that the values fit a non-normal distribution. The sample consisted of 370 clients of the financial institution. The research technique used to collect the information was the survey and the instrument, the questionnaire. The results obtained indicated that there is a positive and moderate influence between the variables under study, which was verified by the Tau b Kendall test, the latter being 0.555; Likewise, the significance value showed a value less than 0.05, so the alternative hypothesis is accepted, that is, that the Service Protocol influences customer satisfaction at Banco de la Nación Agencia 2 Periférico Trujillo, 2021.

**Keywords: Service protocol, customer satisfaction**

## INDICE DE CONTENIDOS

<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	vi
<b>RESUMEN</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>INDICE DE CONTENIDOS</b> .....	ix
<b>INDICE DE TABLAS</b> .....	xi
<b>INDICE DE FIGURAS</b> .....	xii
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	14
1.1. Formulación del Problema .....	14
1.1.1. Realidad problemática .....	14
1.1.2. Enunciado del problema .....	16
1.2. Justificación.....	16
1.3. Objetivos .....	17
1.3.1. Objetivo general.....	17
1.3.2. Objetivos específicos.....	17
1.4. Antecedentes .....	18
1.4.1. A nivel internacional.....	18
1.4.2. A nivel nacional.....	19
1.4.3. A nivel local .....	21
1.5. Marco teórico .....	23
1.5.1. Protocolo de atención al cliente .....	23
1.5.2. Satisfacción del cliente .....	25
1.6. Marco conceptual.....	27
1.7. Hipótesis .....	28
1.8. Variables .....	29
<b>II. MATERIAL Y MÉTODOS</b> .....	32
2.1. Material .....	32
2.1.1. Población.....	32
2.1.2. Marco muestral.....	32
2.1.3. Unidad de análisis .....	32
2.1.4. Muestra.....	32
2.2. Métodos .....	32
2.2.1. Diseño de contrastación .....	32
2.2.2. Técnicas e instrumentos de colecta de datos.....	33



2.2.3. Procesamiento y análisis de datos .....	34
<b>III. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....</b>	<b>35</b>
3.1. Presentación de resultados .....	35
3.1.1. Análisis descriptivo .....	35
3.1.2. Análisis inferencial .....	36
3.2. Discusión de resultados .....	62
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>67</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>69</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>70</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>74</b>

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Escala valorativa de Likert.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 2 Prueba de confiabilidad del protocolo.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 3 Prueba de confiabilidad de satisfacción .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 4 Prueba de normalidad de kolmogorov - Smirnov .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 5 Comparativo de frecuencias y porcentajes del protocolo	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 6 Prueba de Tau b de Kendall .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 7 Comparativo de frecuencias y porcentajes de la satisfacción del cliente .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 8 Comparativo de frecuencias y porcentajes de indicadores.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Protocolo de atención al cliente.....	14
Figura 2. Satisfacción del cliente.....	15

## INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Comparativo de porcentajes del protocolo de atención y satisfacción del cliente.....	37
Gráfico 2. Diagrama de flujo de atención en ventanilla.....	44
Gráfico 3. Diagrama de flujo de atención para adulto mayor.....	45
Gráfico 4. Diagrama de flujo de atención a discapacitados.....	46
Gráfico 5. Diagrama de flujo para atención de discapacitado mental.....	47
Gráfico 6. Diagrama de flujo de atención para discapacitado en silla de rueda...48	
Gráfico 7. Comparativo de porcentajes de indicadores del protocolo de atención...49	
Gráfico 8. Comparativo de porcentajes de indicadores de satisfacción.....	51

## I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Formulación del Problema

#### 1.1.1. Realidad problemática

Hoy en día uno de los principales objetivos de cualquier empresa, es brindar un buen producto y/o servicio para lograr la satisfacción de sus clientes; principalmente aquellas que dan un servicio directo a las personas como es el caso de las Instituciones Financieras. El público acude diariamente a estos lugares para solicitar un servicio y a menudo tiende a ser una difícil tarea para el servidor ya que a veces no se encuentra predispuesto a desenvolverse con plena libertad asociado con su buen deseo de hacer bien las cosas.

La calidad de servicio que vienen brindado las entidades públicas del Perú, no son nada alentadoras, siempre están carentes de una serie de atributos y bondades que toda persona desearía recibir al momento de solicitar un determinado servicio. El Banco de la Nación no se libra de las malas expresiones del público en cuanto a la atención de sus clientes; primero, mencionan por la edad de los empleados en que algunos superan los 50 años de edad y son los más renegones y lentos en la atención al público; segundo, por la falta de control del administrador de la agencia hacia sus empleados y por lo cual no existe una eficiencia en el trabajo que realizan a los clientes; tercero, por ser una entidad del Estado ya que los empleados estatales saben perfectamente que no pueden ser destituidos de sus puestos de trabajo. Sin embargo, en los últimos 4 años, se identificó el protocolo de atención al cliente del Banco de la Nación, según BN-DIR-7700-2017-02 del 11 de diciembre del 2018, el cual los empleados de la entidad financiera tienen conocimiento de ello y ha mejorado en un pequeño porcentaje la atención al público.

Zeithaml & Bitner (200, p.214) señalan que la calidad de servicio percibida es solo un componente de la satisfacción del cliente, lo cual se refleja en intercambios de precio, calidad y factores personales.

Buendía (2013, p.722) menciona que una organización es competente cuando se encuentra muy pendiente a las necesidades de sus clientes y se preocupan por satisfacerlas.

Liza y Siancas (2016, p.2) mencionan que a medida que ha ido aumentando el tipo y el número de clientes, los aspectos de calidad relacionados con el servicio que brinda la banca han ido cobrando más relevancia, por tal motivo la calidad de servicio de una empresa debe ser controlado y monitoreado todo el tiempo, para que los empleados no se encuentren distraídos y puedan responder a simples preguntas, satisfaciendo las consultas de los usuarios.

Hermosa (2015, p.1) en su estudio de la calidad de servicio y nivel de satisfacción del cliente; menciona que la calidad de servicio que se ofrece va influir en la satisfacción del cliente lo que contribuye en gran medida a que una empresa sobreviva y progrese, pues los clientes necesitan productos y servicios que satisfagan sus necesidades y superen sus expectativas.

Debido a la crisis sanitaria por el Covid 19, los directivos del Banco de la Nación tomaron un acuerdo por las últimas disposiciones adoptadas por el Gobierno (Protocolo de Atención de Clientes en pandemia; según el Artículo 5° del Decreto Supremo N° 083-2020-PCM) en el marco de la prórroga del estado de emergencia, recordando a sus clientes y usuarios realizar sus operaciones, sin salir de casa, a través de los canales virtuales. Esta situación de riesgo sanitario, trajo consigo una limitada atención al público con respecto al pago de servicios, tasas, transferencias y otros; al contrario, se evidenció un precario conocimiento del uso de la tecnología virtual, como la vía multi red, banca móvil y págalo.pe. Sin embargo, por la necesidad de acercarse a una agencia, el Banco de la Nación informó al público en general que su atención continuaría en horario habitual, pero con aforos diferenciados según el nivel de alerta establecido mediante decreto supremo.

El protocolo de atención es considerado un factor sumamente importante para los clientes, por la gran competencia que existe en el mercado. Por ese motivo, es menester de una investigación que merece el Banco de la Nación; para conocer la verdadera realidad de esta entidad financiera en cuanto a la satisfacción de los usuarios.

Sin embargo, aún se evidencia entre los usuarios un alto grado de insatisfacción sobre los servicios prestados por esta institución; sobre todo, con aglomeraciones de personas en las ventanillas de atención al público, dificultando mantener un nivel óptimo en la calidad de servicio. Muchas veces hay un excesivo tiempo de espera de parte de los usuarios para ser atendidos; esta situación se debe a varios factores como el cansancio de los empleados, mal funcionamiento de los equipos, carencia de tecnología informática, poco conocimiento del personal, falta de experiencia para afrontar y resolver problemas, entre otros.

#### 1.1.2. Enunciado del problema

¿Cuál es el nivel de influencia del protocolo de atención en la satisfacción del cliente del Banco de la Nación Agencia 2 periférica Trujillo, 2021?

#### 1.2. Justificación

##### - Teórica:

Las instituciones financieras necesitan estar en constante innovación y desarrollo como cualquier otra empresa, para brindar una buena calidad de servicio a sus clientes; respetando las normas institucionales de atención (Zeithaml & Bitner, 200, p.214). Esta investigación se justifica por su valor teórico ya que permite analizar el nivel de influencia del protocolo de atención del Banco de la Nación en la satisfacción del cliente; siendo de gran importancia no solo como herramienta de gestión sino como base para nuevas investigaciones. Se empleó un diseño de contrastación transversal y se recolectaron los datos en un solo momento con el propósito es describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Así mismo, se empleó la técnica de la encuesta y el cuestionario como instrumento para la tabulación de los resultados.

Este trabajo permitió desarrollar una creación científica y práctica porque sirvió para objetar y contrastar con resultados de otros estudios de investigación.

##### - Práctica:

Esta investigación permite reforzar, estimular y contrastar a otros estudios similares porque da a conocer los protocolos de atención que utiliza el Banco de la Nación en la satisfacción de sus clientes. Así mismo, se logra generar más confianza al público que ingresa a esta entidad financiera por un servicio; logrando que se superen muchas expectativas de una buena atención y creando un clima de beneplácito para todos los integrantes de la organización; así mismo, brindando mayor fidelidad en los clientes y mejorando la imagen corporativa de la institución.

- Metodológica:

Este trabajo de investigación es útil porque da a conocer los instrumentos, test, diagramas, mapa de procesos, validaciones estadísticas y técnicas de estudio; para futuras y similares investigaciones; así mismo, se procedió a conocer el contraste de los resultados con la hipótesis propuesta.

- Social:

Esta investigación es útil para que el Banco de Nación brinde una mejor atención a los usuarios, precisando los requisitos necesarios que se deben cumplir y de esta manera lograr que los colaboradores de la entidad financiera, realicen adecuadamente su trabajo pensando en el bienestar de los clientes.

### 1.3. Objetivos

#### 1.3.1. Objetivo general

Determinar el nivel de influencia del protocolo de atención en la satisfacción del cliente del Banco de la Nación Agencia 2 Periférica Trujillo, 2021.

#### 1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar el protocolo de atención del Banco de la Nación Agencia 2 periférica Trujillo, 2021
- Determinar los niveles del protocolo de atención del Banco de la Nación Agencia 2 periférica Trujillo, 2021
- Determinar los niveles de satisfacción al cliente del Banco de la Nación Agencia 2 periférica Trujillo, 2021



## **MARCO DE REFERENCIA**

### 1.4. Antecedentes

#### 1.4.1. A nivel internacional

Gonzales (2015) en su trabajo de investigación titulada “Evaluación de la calidad del servicio percibida en entidades bancarias a través de la escala SERVQUAL”, tesis para optar el título de Ingeniera Industrial en la Universidad de Cienfuegos, Cienfuegos – Cuba 2015. El objetivo fundamental fue evaluar y mejorar la calidad percibida con un enfoque de gestión por procesos y mejora continua; para ello, diseñó e implementó un procedimiento para la evaluación de la calidad percibida de los servicios bancarios basado en la escala multidimensional Servqual. Como resultado identificó las principales brechas de insatisfacción en la calidad del servicio a partir de las percepciones de los clientes, así como la obtención de una calificación global de la calidad del servicio. Concluyó que para las 22 declaraciones del cuestionario Servqual las percepciones de los clientes no superaron las expectativas y por lo tanto propuso un conjunto de acciones para mejorar la calidad percibida. Esta investigación proporcionó ideas claras en la metodología de trabajo para la tesis.

Olivo & Triviño (2015) en su trabajo de investigación titulada “Análisis del sistema de gestión de calidad del servicio en la atención del cliente de la agencia Banco Pichincha sucursal Milagro”; tesis de Grado para obtener el título de Ingenieras Comerciales en la Universidad de Ambato – Ecuador. El trabajo tuvo como objetivo analizar la calidad del servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes del Banco Pichincha, Agencia Milagro, para conocer el impacto que se genera en el mercado. La metodología que aplicaron fue descriptiva de campo y analítico; emplearon una muestra no probabilística y la técnica empleada fue la encuesta y la entrevista. Concluyeron en dar capacitaciones seguidas a los colaboradores del banco porque esta influye directamente en la buena atención a sus clientes y en la aplicación de procesos estratégicos para la fidelización de los mismos. Esta investigación aportó al trabajo de tesis, en la

comparación de sus resultados obtenidos, procediendo con la discusión de los resultados.

De la Cerda (2006) en su trabajo de investigación titulada “Calidad de servicio en bancos, una estrategia en la captación de clientes” Tesis de graduación para optar el título de Ingeniero Industrial en la Universidad de San Carlos de Guatemala. El objetivo de esta investigación fue proporcionar una herramienta estratégica de calidad en servicio para la captación de clientes en la empresa bancaria. Su metodología aplicada fue realizar un análisis estratégico de la entidad bancaria y mediante la aplicación del análisis FODA determinar principalmente las debilidades y amenazas del banco. Concluyó que para lograr un servicio eficaz fue necesario que los ejecutivos del servicio deberían tener características adecuadas para el puesto, ser personas confiables, de amplio criterio, proactivos y dinámicos. Además, que la calidad en el servicio no únicamente depende de estos servidores, sino de toda la organización en general que deberían promover una imagen en el espíritu de los clientes.

Idrovo (2019) en su trabajo de investigación titulada “La calidad del servicio bancario en un contexto post-crisis: efectos emocionales en el cliente sobre su comportamiento” tesis para optar el Grado de Doctor en Economía de la Universidad de Jaume I - España. El objetivo fue evaluar la calidad de servicio que brindan los bancos españoles en un contexto de post crisis y sus efectos emocionales en los clientes. Fue un trabajo de investigación descriptivo analizando las emociones de las personas clientes de los bancos de España; sobre todo, para analizar el factor emocional y su comportamiento de los clientes luego de la crisis económica desde los años 2009 hasta el 2015. Esta investigación formó parte del trabajo realizado en la tesis para la comparación y discusión de los resultados.

#### 1.4.2. A nivel nacional

Clemente (2018), en su trabajo de investigación titulada “Mejora en el nivel de atención a los clientes de una entidad bancaria usando simulación” tesis para optar el título de Ingeniero Industrial en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Su objetivo fue realizar un

estudio del servicio ofrecido a todos los usuarios de esa entidad financiera, con la finalidad de estructurar su nivel de atención y reducir el tiempo de espera de los clientes. La población estuvo conformada por todos los clientes que deseaban un servicio en la entidad bancaria; el arribo o llegada de los clientes siguió una distribución exponencial y el servicio otorgado fue con una distribución de Erlang. Los tiempos fueron tomados en días valle, días pico y fin de semana a tres tipos de clientes 1, 2 y 3. La mejor propuesta fue aumentar el número de servidores y disminuir el tiempo de atención a los clientes; pero a su vez esto significó un aumento en el costo de personal por parte de la entidad bancaria. Concluyó que el mejor tiempo de atención al cliente no debe superar los siete minutos y medio y al menos incorporar un servidor más en días pico.

Alarcón (2018), en su trabajo de investigación titulada “Calidad de servicio y satisfacción del cliente del Banco BBVA Continental – oficina c.c. Sucre, Lima 2018”, tesis para optar el título de Ingeniero Comercial en la Universidad de Lambayeque – Perú 2018. El objetivo fue determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente del Banco BBVA Continental - Oficina CC. Sucre. Realizó una investigación con un enfoque cuantitativo, correlacional y diseño no experimental – transversal; empleó como técnica la encuesta cuyo instrumento fue un cuestionario de 25 preguntas que se aplicó a una muestra de 369 clientes, quienes evaluaron el servicio que brinda la oficina según su experiencia como cliente. Los resultados obtenidos destacaron que la calidad de servicio se caracteriza por la comodidad y limpieza de sus instalaciones, por el personal calificado y el trato amable que brinda el Banco; además, estos atributos influyeron en el porcentaje de clientes satisfechos que superaron el 70% del total de la muestra de estudio.

Quispe & Terrones (2020) en su trabajo de investigación titulada “Calidad de servicio y satisfacción del cliente del Banco BBVA – Oficina Central, Lima 2020” tesis para optar el grado académico de Bachiller en Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional mayor de San Marcos, Lima - Perú. El objetivo del trabajo fue

determinar de qué manera se relacionan la calidad de servicio y la satisfacción del cliente del Banco BBVA – oficina central, Lima 2020. El tipo de investigación fue básica con un enfoque cuantitativo, no experimental correlacional. Como técnica de investigación aplicaron la encuesta a una muestra de 384 clientes y como instrumento utilizaron el cuestionario con 33 ítems valorados con la escala de Likert: Totalmente de acuerdo (5), De acuerdo (4), Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), En desacuerdo (2) y Totalmente en desacuerdo (1). Para el procesamiento de datos emplearon el estadístico Alpha de Cronbach y la prueba KMO para dar validez y confiabilidad al instrumento aplicado; por otro lado, realizaron tablas, figuras y el uso del programa estadístico SPSS. Concluyeron sus resultados con la reducción de brechas en asignación de recursos y la desigualdad de oportunidades para la sociedad peruana, los cuales estuvieron enfocados directamente en la calidad de servicio.

García & Maldonado (2020) en su trabajo de investigación titulada “Percepción de la calidad de servicio y satisfacción del cliente externo en el Banco Scotiabank Jaén 2019”. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración de la Universidad Señor de Sipán – Pimentel, Chiclayo – Lambayeque. Este trabajo tuvo como objetivo determinar el nivel de calidad del servicio y satisfacción que perciben los clientes externos mediante la escala SERVQUAL en la agencia del Banco Scotiabank de la sede de Jaén en el año 2018. Aplicaron una técnica no probabilística a una muestra de 278 personas, de ambos sexos, con diferente estado civil y nivel académico; el instrumento utilizado fue un cuestionario de 22 preguntas y las dimensiones que aplicaron fueron cinco: elementos tangibles, fiables, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Concluyeron que con el test aplicado al 100% de los colaboradores todos coincidieron en tener una satisfacción alta en todas las dimensiones analizadas; descartando con ello la hipótesis de investigación presentada, en que la percepción de los clientes del banco Scotiabank en la calidad de servicio era baja.

#### 1.4.3. A nivel local

Liza & Siancas (2016) en su trabajo de investigación titulada “Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo, 2016”, tesis para optar el grado de maestro en la Universidad Privada del Norte – Trujillo 2016. El objetivo fue determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de una entidad bancaria de la ciudad de Trujillo. Utilizó la encuesta, la entrevista y un documental; como instrumento usó dos cuestionarios SERVQUAL; el primero de 23 preguntas para determinar la percepción y el segundo de 26 preguntas, para determinar las expectativas de los clientes. Concluyó en que la calidad de servicio impacta positivamente en la satisfacción del cliente, en 0.143 para el caso de percepción de los clientes y 0.071 para el caso de expectativas, según el modelo obtenido con un nivel de confianza de 91.6%. Así mismo, obtuvo un coeficiente Rho de Spearman de 38.6%.

Carrera (2015) en su trabajo de investigación titulada “La calidad de servicio y la satisfacción del cliente del área de operaciones del Banco de Crédito del Perú - Agencia Real Plaza de la ciudad de Trujillo 2014”, tesis para optar el título de Licenciado en Administración de la Universidad Nacional de Trujillo – Trujillo 2015. Su objetivo fue determinar la relación directa entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de operaciones del Banco de Crédito del Perú ubicado en la Agencia Real Plaza de la ciudad de Trujillo. Su investigación fue aplicada con un diseño no experimental – correlacional. La muestra de 366 clientes se obtuvo de una población de 15000 personas; como técnica se empleó la encuesta con un cuestionario de 20 preguntas. El resultado obtenido del estudio fue que las ventanillas de atención estuvieron mal distribuidas; es decir, muchas de ellas le daban atención a la banca exclusiva. Falta de máquinas contadoras para el conteo automático del dinero; reflejándose una insatisfacción de los clientes. Con relación al personal concluyó en que si están capacitados y mostraron amabilidad en su atención al cliente.

Floriano & Nayap (2020) en su trabajo de investigación titulada “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en el

Banco de la Nación distrito Trujillo – 2020”, tesis para obtener título de Licenciado en Administración de la Universidad César Vallejo, Trujillo – Perú 2020. El objetivo fue determinar cuál era la relación entre calidad de servicio y la satisfacción del cliente en el Banco de la Nación distrito Trujillo-2020; fue una investigación de tipo aplicada, no experimental - transversal. La muestra estuvo conformada por 150 clientes de la entidad financiera, a los cuales se aplicó dos cuestionarios con escala de Likert. Para el análisis se usó la estadística descriptiva y para correlaciones se usó el coeficiente de correlación de Rho de Spearman. Los resultados indicaron la existencia de una relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, según el coeficiente de correlación de Rho de Spearman de 0,731, la correlación fue positiva y directa. Asimismo, el nivel de significancia tuvo un valor  $p=0.000<0.05$ ; lo que se entendió que a mejor calidad de servicio mayor será la satisfacción de los clientes.

## 1.5. Marco teórico

### 1.5.1. Protocolo de atención al cliente

Un protocolo de atención al cliente es la forma de plasmar para toda la organización, el modo de actuar deseado frente al cliente, buscando unificar los criterios, conceptos, creencias e ideas diversas que se puedan tener respecto a que es una buena atención (Arismendy 2012; citado por Panduro 2016, p.32).

Los protocolos de atención al cliente son parámetros que se deben seguir y respetar en cada proceso de servicio y debe estar debidamente documentado. Además, ayuda a la empresa a plantear una serie de actuaciones necesarias para desarrollar un estilo propio que permita brindar un buen servicio al cliente (Panduro, 2016, p. 32).

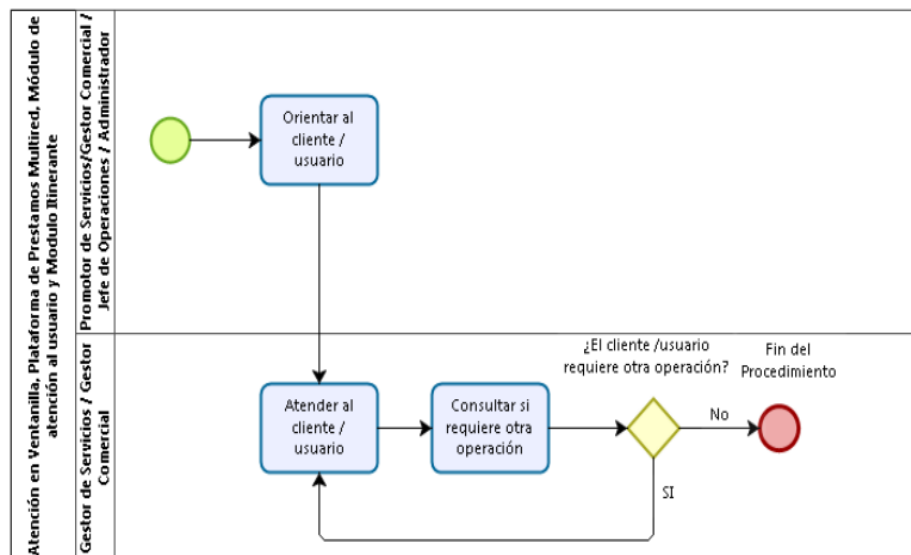
Los factores de los protocolos de servicio en las entidades bancarias son de tipo operativo, físico, tecnológico y humano. Los factores operativos recogen indicadores de desempeño operativo de la prestación del servicio, tales como el tiempo de entrega del servicio o la puntualidad del mismo; también incluye aspectos como los financieros, así como el servicio de los cajeros automáticos, un

aspecto que no es tomado como tecnológico ya que lleva muchos años en la rutina bancaria, y los clientes no conciben que algún banco no lo ofrezca (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988, citado por Valdiviezo, 2017, p.24).

#### 1.5.1.1. Requisitos del protocolo de atención al cliente

Referido al documento que sirve de manual, en el que se detalla el accionar de los colaboradores de la institución financiera frente a sus clientes. Sus indicadores más comunes son:

- Variedad de servicios; en referencia a los diversos productos que ofrece la entidad financiera a sus usuarios.
- Condición; referido al grado de relación de la institución con el cliente y según ello es aplicado el protocolo de atención.
- Difusión; son las características y orientaciones de la comunicación que ofrece la entidad financiera a sus clientes.



Fuente: Banco de la Nación (BN-DIR-7700 – 2018)

Figura 1. Protocolo de atención al cliente

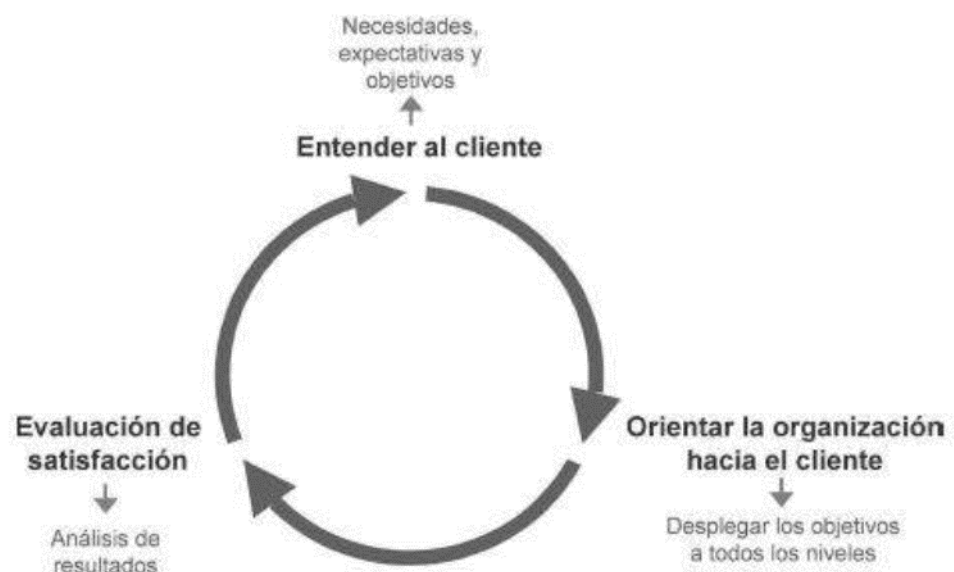
#### 1.5.1.2. Conocimiento del cliente

Está referido a la identificación de los usuarios en base a sus característica, necesidades y percepciones sobre el servicio de atención que esperan recibir. Sus indicadores más comunes son:

- Accesibilidad al servicio; es la facilidad que tiene el usuario para solicitar el servicio a los empleados de la institución financiera.
- Necesidad del servicio; se refiere al pedido de información que realiza el usuario al ingresar a la entidad financiera.
- Características del cliente; obedece a la identificación de las características del usuario en cuanto a la necesidad de servicio en la entidad financiera.

#### 1.5.2. Satisfacción del cliente

Kotler & Keller (2012, p. 131) afirman que existe un valor percibido por el cliente cuya implicancia está referida a la evaluación que efectúa éste, respecto a beneficios y costos de una oferta; así como las alternativas percibidas. De forma similar, mencionan Carmona & Rivas (2008, citado por Irigoyen, 2019, p. 35) que el cliente considera que su beneficio total no es solamente el valor monetario, sino también de beneficios funcionales, psicológicos, servicio e imagen; como se aprecia en la Figura 2.





## Figura 2. Satisfacción del cliente

Fuente: Irigoyen(2019, p. 35)

La satisfacción del cliente es considerada como “Igualación entre las percepciones y las expectativas de servicio pronosticadas”. Es un conglomerado de ideas y una planificación que las empresas diseñan logrando cubrir las expectativas de sus clientes. Existen diversas características de servicio al cliente, según manifiestan Hoffman y Bateson (2012, p. 264), como las que se indican a continuación:

- Es intangible, porque no es perceptible por los clientes
- Es terminal, ya que se ofrece en el momento oportuno.
- Es continuo, porque ofrece el servicio y a la vez se ejecuta.
- Es total, porque actúan todos los empleados de la institución financiera.
- Es oferta; porque deben cumplir todo lo que ofrecen.
- Es valor agregado, porque en cada momento se da un extra al servicio.

Según señala Panduro (2016, p. 33), es necesario conocer el nivel de satisfacción que el usuario y/o cliente recibe por las relaciones de atención, identificación y valor percibido.

### 1.5.2.1. Relaciones de atención

Está referido a la forma de escuchar las necesidades de los usuarios, la manera de informarlos, de atenderlos y darles soporte después de su atención. A continuación, se precisan los siguientes indicadores:

- Información; se brindan todos los datos necesarios a los usuarios siguiendo las normas de la institución.
- Trato; está referido a la actitud, gestos, actos y emociones de los empleados hacia los usuarios.
- Comunicación; está referido al lenguaje que emplean los colaboradores hacia los clientes, comprendiendo de una manera transparente y rápida.

### 1.5.2.2. Relaciones de identificación y pertenencia

Está referido a las actitudes de los usuarios sobre el servicio que reciben desde que ingresan a la entidad financiera. Se precisan los siguientes indicadores:

- Frecuencia de uso; es la cantidad de veces en que el usuario acude a la entidad financiera por un servicio.
- Conocimiento de la empresa; referido a las diversas actividades a realizar dentro de la entidad.
- Identificación de las normas; referido al conocimiento de las normas para el emplazamiento de los clientes al solicitar un servicio.

#### 1.5.2.3. Valor percibido

Dado por la asignación subjetiva de mérito al servicio recibido. También se relaciona con el ambiente físico, trato recibido y post servicio (Kotler & Keller, 2012, p. 135).

Se precisan los siguientes indicadores:

- Estado de ánimo; referido a las emociones que experimenta el usuario de acuerdo a la atención recibida, ésta puede ser positiva (satisfacción) o negativa (insatisfacción).
- Colaboración; referido a un compromiso del usuario en recomendar sus servicios y otros.
- Amabilidad; referido al afecto de los empleados de la organización hacia el cliente, cuando éstos acuden para un servicio determinado.

#### 1.6. Marco conceptual

- Protocolo de atención al cliente:  
Reglamento que elabora la entidad financiera para el desarrollo de las actividades de los colaboradores hacia los usuarios en una organización. Es la forma de capacitar a todos los colaboradores de la organización financiera, para brindar un buen servicio al cliente (Arismendy 2012; citado por Panduro 2016, p.32).
- Requisitos del protocolo:  
Condiciones necesarias para brindar los servicios que ofrece la entidad financiera; logrando con ello, una buena comunicación a los clientes.
- Conocimiento del cliente:

Referido a comprender a los clientes acerca de sus necesidades de servicio en el interior de la entidad financiera.

- Satisfacción del cliente:

Es el nivel de percepción del cliente acerca de los requisitos cumplidos por la organización.

- Relaciones de atención:

Referido al grado de comunicación con los clientes para conocer sus necesidades de servicio.

- Relaciones de identificación y pertenencia:

Conjunto de percepciones, deseos y vínculos que se generan con los clientes de una organización.

- Valor percibido:

Es el grado de valor que los clientes perciben por un servicio recibido.

### 1.7. Hipótesis

- Hipótesis nula ( $H_0$ ):

El protocolo de atención no influye en la satisfacción del cliente del Banco de la Nación Agencia 2 periférica Trujillo, 2021.

- Hipótesis alternante ( $H_1$ ):

El protocolo de atención influye en la satisfacción del cliente del Banco de la Nación Agencia 2 periférica Trujillo, 2021.

## 1.8. Variables

### 1.8.1. Operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicador	Items	Instrumento	Escala de Medición
Protocolo de atención	Un protocolo de atención al cliente es la forma de plasmar para toda la organización, el modo de actuar deseado frente al cliente, buscando unificar los criterios, conceptos, creencias e ideas diversas que se puedan tener respecto a que es una buena atención (Arismendy 2012; citado por Panduro 2016, p.32).	Se pretende conocer el grado en que el usuario percibe dicho beneficio de un protocolo de atención en la entidad financiera.	Requisitos del protocolo	Variedad del servicio	1-El Banco de la Nación brinda todos los servicios que se puede encontrar en una entidad financiera 2-Los servicios que ofrece el Banco de la Nación son competitivos respecto a otras entidades financieras	Cuestionario	Escala ordinal
				Condiciones	3-Considera adecuados las condiciones de infraestructura que tiene el Banco 4-Considera segura las condiciones de prestación de servicios del Banco		
				Difusión	5-Conoce los protocolos de atención que realiza el Banco. 6-Es visible la difusión del protocolo que ofrece el Banco.		
			Conocimiento del cliente	Accesibilidad al servicio	7-Es fácil acceder a un servicio en el banco. 8-Existen restricciones para solicitar un servicio en el banco		
				Necesidad del servicio	9-Los colaboradores del banco consultan con sus clientes sobre sus necesidades de servicio 10-Consideran que sus necesidades de servicio no son contempladas por el banco.		
				Característica del cliente	11-Acude al banco frecuentemente para solicitar un servicio 12-Los clientes del banco en su mayoría son adultos de la tercera edad.		

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicador	Items	Instrumento	Escala de Medición
Satisfacción del cliente	La satisfacción del cliente es el nivel del estado de ánimo de un cliente que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas (Kotler & Keller, 2012, p. 135).	Se pretende conocer el grado de satisfacción que el cliente recibe en la institución financiera..	Relaciones de atención	Información	1-El Banco de la Nación brinda información clara a sus clientes El Banco de la Nación tiene 2-señalizado todos su servicios y ambientes para brindar orientación al cliente	Cuestionario	Escala ordinal
				Trato	3-Los empleados del banco brindan buen trato a todos sus clientes 4-Los empleados del banco son amables con todas las personas que ingresan al recinto.		
				Comunicación	5-Los empleados del Banco comunican a sus clientes los servicios que ofrecen 6-Existe algún tipo de comunicación escrita dentro de las instalaciones del banco.		
			Relaciones de Identificación y pertenencia	Frecuencia de uso	7-Cuál es la frecuencia de uso de servicios que tiene usted en el banco 8-Cada vez que viene al banco hace uso del mismo servicio		
				Conocimiento de la empresa	9-Conoce usted el procedimiento para hacer uso de un servicio en el banco 10-Está de acuerdo con el protocolo de atención que brinda el banco		

				Identificación de las normas	11-Las normas del banco son claros y precisos para usted 12-Los empleados del banco dan una imagen de honestidad y confianza		
			Valor percibido	Estado de ánimo	13-Los empleados del banco siempre están con buen ánimo para brindar su atención 14-De vez en cuando encuentra empleados de mal humor.		
				Colaboración	15-Los empleados del banco se muestran colaborativos todo el tiempo 16-Cree usted que los empleados del banco colaboran con los clientes de forma natural.		
				Amabilidad	17-Los empleados del banco son amables todo el tiempo 18-La amabilidad que muestran los empleados es natural		

Fuente: Elaboración de los autores

## II. MATERIAL Y MÉTODOS

### 2.1. Material

#### 2.1.1. Población

Conformada por 10,000 clientes que acudieron al Banco de la Nación - Agencia 2 Periférica Trujillo; en el mes de noviembre 2021.

#### 2.1.2. Marco muestral

Clientes que se atendieron en el Banco de la Nación Agencia 2 periférica Trujillo, teniendo en consideración todas las edades y de ambos sexos.

#### 2.1.3. Unidad de análisis

Cliente del Banco de la Nación, atendido en la Agencia 2 Periférica Trujillo.

#### 2.1.4. Muestra

Se aplicó la siguiente fórmula para el cálculo de la muestra:

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

Donde:

N: Población: 10,000

Z: Nivel de confianza: 1.96

p: Posibilidad de éxito: 0.5

e: Error muestral: 0.05

n: Tamaño de la muestra: 370

De acuerdo al cálculo efectuado, la muestra fue de 370 clientes

### 2.2. Métodos

#### 2.2.1. Diseño de contrastación

El diseño de contrastación fue transversal, ya que se recolectaron los datos en un solo momento y en un tiempo único. Su propósito fue describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 154).

**Vx** —————> **Vy**

Donde:

**Vx:** Protocolo de atención

**Vy:** Satisfacción del cliente

### 2.2.2. Técnicas e instrumentos de colecta de datos

Se utilizó la técnica de la encuesta y el cuestionario como instrumento. Hernández, Fernández y Baptista (2014) menciona que los instrumentos son medios por los cuales los investigadores proceden a recoger información requerida de una realidad, en función con los objetivos de la investigación.

La encuesta se realizó para obtener información de los clientes, luego recopilar los datos y presentarlos en forma porcentual; para ello se utilizó la escala de Likert.

El instrumento; fueron dos cuestionarios; el primero para la variable independiente: “protocolo de atención” que contiene 12 preguntas para la obtención de información, con escala de tipo Likert. El segundo cuestionario para la variable dependiente: “satisfacción del cliente” que contiene 18 preguntas. Ambos instrumentos son una adaptación del cuestionario propuesto por Corral (2010). Así mismo, se presentó la revisión documentaria basada en la revisión de las normas y políticas que conforman los protocolos de atención para conocer sus exigencias y características.

La validación de los instrumentos se realizó a través del juicio de expertos con el fin de someter el modelo a la consideración de ellos, puesto que son conocedores del tema tanto de forma como de fondo; con ello se garantizó la certidumbre de los instrumentos.

La validez en términos generales se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que quiere medir (Hernández et al, 2010, citado por Méndez y Cholán, 2019, p. 30).

Para la presente encuesta se utilizará la escala de Likert con los siguientes valores, como se aprecia en la Tabla 1.



Tabla 1

*Escala valorativa de Likert*

<b>Escalas Valorativa: Ordinal</b>	<b>Símbolo</b>	<b>Puntaje</b>
Siempre	S	4
Casi siempre	CS	3
Pocas veces	PV	2
Nunca	N	1

2.2.3. Procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento y análisis de datos, como la elaboración de tablas, gráficos y ordenamiento de información de datos; se usó el programa Microsoft Excel versión 2016. Así mismo, para conocer la confiabilidad de los instrumentos se aplicó el Coeficiente Alfa de Cronbach (Rojas, 1991 citado por Quispe y terrones, 2020).

Para conocer si los datos siguieron una distribución normal o no normal, se aplicó la prueba de Kolmogorov – Smirnov; La importancia de verificar la normalidad de las muestras en un estudio, es fundamental porque si las muestras son normales se pueden aplicar métodos estadísticos paramétricos, en el caso contrario se deben utilizar métodos no paramétricos (Risk 2003, citado por Castro y Contreras, 2015)).

En cuanto al análisis e interpretación, se aplicó el programa estadístico SPSS para validar el nivel de influencia entre la variable independiente: protocolo de atención y la variable dependiente: satisfacción del cliente (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p. 157). Para la contrastación y prueba de hipótesis se aplicó el coeficiente de Tau b de Kendall que es una medida no paramétrica de correlación para medir las relaciones entre las variables de estudio (Risk, 2003, citado por castro y Contreras, 2015).

### III. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

#### 3.1. Presentación de resultados

##### 3.1.1. Análisis descriptivo

Una vez realizada las encuestas, se procedió a la tabulación de los datos para determinar y evaluar los resultados; éstos se analizaron tomando en cuenta el objetivo general y los objetivos específicos de la presente investigación.

Primero, se realizó la prueba de confiabilidad de los instrumentos para evaluar la validez en la investigación; con ello se garantiza que los instrumentos de recolección de datos sean consistentes y precisos para proseguir con el análisis de las variables de estudio. Se efectuó la prueba del Coeficiente Alfa de Cronbach para el instrumento de la variable protocolo de atención; cuyo resultado fue: 0,927; el cual significa un nivel de excelente confiabilidad, como se observa en la Tabla 2.

Tabla 2

#### *Prueba de confiabilidad del instrumento del Protocolo de Atención*

##### **Resumen de procesamiento de casos**

		N	%
Casos	Válido	370	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	370	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

##### **Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,927	12

Fuente: Elaboración propia

Así mismo, se efectuó la prueba del Coeficiente Alfa de Cronbach para el instrumento de la variable satisfacción de los clientes; cuyo resultado fue: 0,944; el cual significa un nivel de excelente confiabilidad, como se observa en la Tabla 3.

Tabla 3

*Prueba de confiabilidad del instrumento de Satisfacción de los clientes*

**Resumen de procesamiento de casos**

		N	%
Casos	Válido	370	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	370	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,944	18

Fuente: Elaboración propia

3.1.2. Análisis inferencial

Para determinar si los valores se ajustan a una distribución normal o no normal; se aplicó la prueba de Kolmogorov – Smirnov, como se observa en la Tabla 4. El resultado de esta prueba no paramétrica indicó que sus valores se ajustan a una distribución no normal ( $p < 0.05$ ).

Tabla 4

*Prueba de normalidad de Kolmogorov – Smirnov para las variables protocolo de atención y satisfacción del cliente*

**Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra**

		Protocolo	Satisfacción
N		370	370
Parámetros normales <sup>a,b</sup>	Media	36,8486	64,7730
	Desv. Desviación	5,94271	7,07048
Máximas diferencias extremas	Absoluto	,190	,297
	Positivo	,130	,209
	Negativo	-,190	-,297
Estadístico de prueba		,190	,297
Sig. asintótica(bilateral)		,000 <sup>c</sup>	,000 <sup>c</sup>

Fuente: Elaboración propia

Objetivo general: Determinar el nivel de influencia del protocolo de atención en la satisfacción del cliente del Banco de la Nación Agencia 2 Periférica Trujillo, 2021.

Se observa en la Tabla 5 y en la variable “protocolo de atención” que el mayor porcentaje fue para el nivel “casi siempre” con 89%; le sigue el nivel “pocas veces” con 11% y para los niveles “siempre” y “nunca” resultaron con 0%. Para la variable “satisfacción del cliente”, el mayor porcentaje fue para el nivel “casi siempre” con 87%, le sigue el nivel “pocas veces” con 9%, continúa el nivel “siempre” con 4% y para el nivel “nuca” con 0%.

Tabla 5

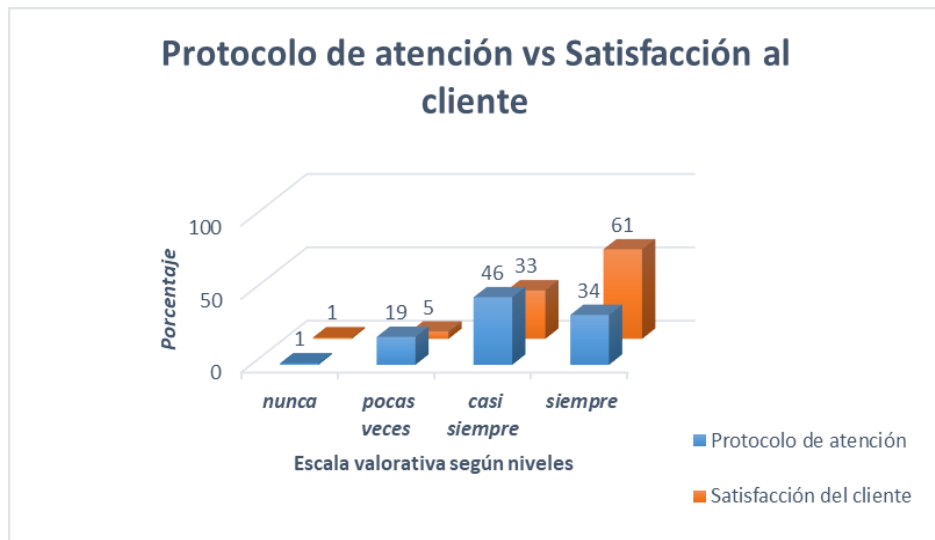
*Comparación de las frecuencias y porcentajes obtenidos del protocolo de atención y satisfacción del cliente en el Banco de la Nación Agencia 2 periférica Trujillo*

Niveles	Protocolo de atención		Satisfacción de los clientes	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Siempre	124	34	226	61
Casi siempre	172	46	121	33
Pocas veces	71	19	19	5
Nunca	3	1	4	1
Total	370	100	370	100

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 1

*Comparación de porcentajes obtenidos del protocolo de atención y satisfacción al cliente*



Fuente: Elaboración propia

Debido a que la prueba de normalidad de las variables en estudio, no se ajustan a una distribución normal; y para probar la hipótesis general; se aplicó la prueba de Tau b de Kendall, para conocer la relación entre el protocolo de atención y la satisfacción del cliente. Se observa en la Tabla 6 el valor del coeficiente de Tau b de Kendall que corresponde a 0.555 y el nivel de significancia con un valor de 0.000 ( $< 0.05$ ), el cual significa que existe una relación entre ambas variables y por lo tanto se acepta la hipótesis alternante; en que el protocolo de atención influye moderadamente en la satisfacción al cliente del Banco de la Nación Agencia 2 Periférica Trujillo.

Tabla 6

*Prueba de Tau b de Kendall para determinar el coeficiente correlación entre las dos variables*

		Protocolo	Satisfacción
Tau_b de Kendall	Protocolo	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	370
	Satisfacción	Coeficiente de correlación	,555**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	370

Fuente: Elaboración propia

Objetivo específico 1: Identificar el protocolo de atención del Banco de la Nación Agencia 2 periférica Trujillo, 2021.

Se identificó el protocolo de atención al cliente del Banco de la Nación, según la directiva: BN-DIR-7700-2017-02 del 11 de diciembre del 2018; que menciona lo siguiente:

#### Objetivo

Estandarizar y mejorar la calidad de la atención que se brinda en el Banco de la Nación en el ámbito nacional, cuidando que se cumplan las políticas de calidad establecidas, tales como atender con un trato igualitario, oportuno, humano y de calidad a los clientes y usuarios que requieren productos y servicios financieros.

#### Finalidad

El presente protocolo tiene por finalidad ser un instrumento - guía de actuación de conducta y respeto uniforme para todos los trabajadores del Banco de la Nación en su interacción con los clientes y usuarios, promoviendo la no discriminación, la educación e inclusión financiera del ciudadano y a su vez el lograr resultados de excelencia en la atención brindada. Asimismo, fortalecer la adecuada atención a las personas con discapacidad en cualquiera de sus tipos.

#### Alcance

Las disposiciones establecidas en el presente documento son de aplicación a todo el personal del Banco de la Nación sin discriminación de categorías ni cargos existentes. La presente Directiva se alinea al Plan Estratégico Institucional 2017-2021, considerándose como soporte la Visión y Valores Institucionales. (Banco de la Nación – Directiva N° 7700-2018).

#### Base legal

Convención de las Naciones Unidas sobre los derechos de las Personas con Discapacidad. Ley N° 30687, Ley de promoción de los derechos de las personas de talla baja.

Ley N° 30490, Ley de la persona adulta mayor.

Ley N° 27806, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

Ley N° 29973, Ley General de la Persona con Discapacidad.

Ley N° 28683, Ley que modifica a la Ley N° 27408, que establece la atención preferente a las mujeres embarazadas, niñas, niños, adultos mayores, y discapacitados en lugares de atención al público.

Ley N° 27337, Ley que aprueba el nuevo código de los niños y adolescentes.

Decreto Supremo N°002-2014 MIMP, que aprueba el Reglamento de la Ley 29973, Ley General de la Persona con Discapacidad.

Decreto Supremo N° 019-2020-MC, que establece medidas complementarias para la implementación del “Mapa Etnolingüístico del Perú” y del “Registro Nacional de Lenguas Indígenas u Originarias”

Ley N° 29535, Ley que Otorga Reconocimiento Oficial a la Lengua de Señas Peruana.

Ley N°29973, Ley General de la Persona con Discapacidad.

Resolución Ministerial N° 072-2019-VIVIENDA, Norma Técnica A.120 “Accesibilidad Universal en Edificaciones” del RNE.

Decreto Supremo N° 002-2019-MIMP, Que aprueba el Reglamento de la Ley N° 30687, Ley de promoción de los derechos de las personas de talla baja.

Decreto Legislativo N° 1417-2018-MIMP, Que promueve la inclusión de las personas con discapacidad.

Decreto Legislativo N° 1384, Que reconoce y regula la capacidad Jurídica de las Personas con Discapacidad en Igualdad de condiciones y su reglamento.

Decreto Supremo N° 006-2017- MIMP, que aprueba el Reglamento de la Ley N° 29535, Ley que Otorga Reconocimiento Oficial a la Lengua de Señas Peruana.

Resolución Ministerial N° 156-2013-PCM, que aprueba el “Manual para Mejorar la Atención a la Ciudadanía para las entidades de la Administración Pública”.

Plan Estratégico del Banco de la Nación 2017 - 2021.

Reglamento BN-REG-2000-045-01, Código de Ética del Banco de la Nación.

Reglamento BN-REG-4100-014-04 Rev. 1, Reglamento Interno de Trabajo del Banco de la Nación. Directiva BN-DIR-8000-019-05 Rev.4, Atención de Reclamos y Requerimientos.

Directiva BN-DIR-7200-057-03, Atención Preferente a las Mujeres Embarazadas, menores de edad, Adultos Mayores y Personas con Discapacidad y personas con niños/as en brazos

Directiva BN-DIR-3700-216-01 Rev.9, Clasificación y definición de los productos / servicios y canales de atención del Banco de la Nación.

Directiva BN-DIR-1500-256-01, Código de Buenas Prácticas en la Gestión de Conducta de Mercado. Circular BN-CIR-7200-318-01, “Servicio de Guía Interprete para la atención de personas sordociegas”. Circular BN-CIR-2100-120-02, Atención

al Cliente Analfabeto.

Circular BN-CIR-2100-185-02, Exhibición de Material Publicitario, Tarifario y Afiches y Adhesivos obligatorios.

Instrucciones generales para el buen servicio

El Banco de la Nación, orientado a brindar servicios de calidad al cliente y usuarios, ha elaborado el protocolo de atención que tiene por objeto establecer un criterio homogéneo de conducta que deberá realizar el personal proporcionando información veraz y oportuna de sus productos y servicios, así como para situaciones no habituales y excepcionales de atención presencial, vía telefónica, virtual y redes sociales.

- El personal del Banco de la Nación debe mantener siempre un trato amable, respetuoso y cordial en su quehacer diario.
- En todo momento, el personal del Banco de la Nación debe llevar el uniforme limpio, debidamente arreglado.
- Debe portar permanentemente el FOTOCHECK en un lugar visible (altura del pecho), a la vista del cliente/usuario, que permita su identificación.
- El fotocheck es de uso obligatorio de acuerdo al Reglamento Interno de Trabajo (RIT). La puntualidad es prioritaria, debiendo iniciar la atención a la hora establecida.
- Todo el personal “Gestor de Servicios” y “Gestor Comercial” deberá encontrarse en sus posiciones de trabajo al momento de la apertura de la agencia u oficina especial.
- No está permitido comer en el área de trabajo ni de atención al Público.
- No está permitido el uso de celular o cualquier dispositivo móvil, Tablet, dispositivo musical, y audífonos durante el servicio de atención al cliente.
- Para efectos de asegurar una atención de calidad a clientes y usuarios, ésta no deber estar condicionada a factores de edad, sexo y estatus social.
- Además de la comunicación verbal, también se deberá prestar atención a los siguientes aspectos de la comunicación no verbal:
  - a. Contacto visual: es necesario mirar a los ojos del cliente,



especialmente cuando éste habla, como muestra de atención y respeto.

- b. El tono de voz: debe ser intermedio, ni bajo que dificulte el entendimiento, ni alto que indique disgusto o enojo.
- c. El aspecto físico: el personal debe vestir el uniforme otorgado por el Banco de la Nación y portar el fotocheck de manera visible para que clientes y usuarios los puedan identificar claramente. El cabello ordenado, las uñas limpias y recortadas, en caso de las damas, pueden usar maquillaje tenue y accesorios discretos.
- d. Escuchar: se prestará mucha atención al requerimiento del cliente y, en caso de duda, pedir la aclaración a éstos.
- e. Interrupciones: cuando sea estrictamente necesario interrumpir la atención, se pedirá permiso al cliente y, antes de continuar, se agradecerá por su comprensión. Caso contrario, se ofrecerán las disculpas por la interrupción.
- f. La eficiencia: capacidad para realizar o cumplir adecuadamente una función. De nada sirve la rapidez si el trabajo está mal hecho, es necesario atender con cuidado para evitar los errores.
- g. Derivación de la atención: cuando no esté en manos del trabajador la solución de alguna necesidad del cliente, conducirlo y presentarle a la persona indicada a quien se le deberá informar sobre los antecedentes. Nunca se deberá abandonar al cliente sin atención.
- h. En las ventanillas de atención: no se utilizarán teléfonos móviles y se evitará comer alimentos sólidos, masticar chicle, tener conversaciones personales frente al cliente en espera, discutir frente al cliente, ni con éste, etc.

El colaborador evitará:

- Hacer consultas a otro colaborador mientras esté atendiendo a un cliente o usuario, a no ser que sea el Supervisor o Jefe.
- En caso de usuarios/clientes cuya atención es preferente por ley (mujeres embarazadas, niños, niñas, adultos mayores y personas

con discapacidad) se procederá conforme a lo establecido en la Directiva BN-DIR-3500 057-03 Rev. 8, Atención preferente a las mujeres embarazadas, menores de edad, adultos mayores y personas con discapacidad.

Protocolos para la atención presencial:

Los administradores de la Agencia del Banco de la Nación, deben verificar y difundir la aplicación de los protocolos de atención presencial que se describen, asegurando el cumplimiento de los mismos, por los trabajadores a su cargo.

Ante una situación de conflicto el administrador debe intervenir de manera inmediata para atender al cliente o usuario. En caso de ausencia del Administrador, el Jefe de Operaciones o el Jefe de Caja (en ese orden) serán los encargados de la gestión del cliente.

Durante la aplicación de los protocolos de atención al cliente se podrían presentar tres situaciones o acontecimientos:

1. Interrupción durante la atención  
Hacer consultas a otro colaborador mientras esté atendiendo. Se utilizará la siguiente técnica de servicio:  
Autorización (pedir permiso al cliente antes de la interrupción).  
Motivo (explicar al cliente el motivo de la interrupción).  
Informe (informar duración de la interrupción).  
Agradecer (agradecer su tiempo antes de retirarse).
2. Retirarse del módulo de atención  
Ejm. Sr. xxx (A) voy a confirmar la operación, (M) es parte del procedimiento, (I) me tomará 3 minutos, (A) gracias. (A) (al regresar) gracias por su tiempo brindado.
3. Ausentarse del puesto  
Si necesita salir del puesto será necesario que ponga el letrero de "Sírvase pasar a la siguiente ventanilla". Se utilizará la siguiente técnica de servicio:  
Letrero (ubicar el letrero de "Sírvase pasar a la siguiente ventanilla").  
Informar al siguiente cliente en espera que será atendido por su compañero. Retirarse.

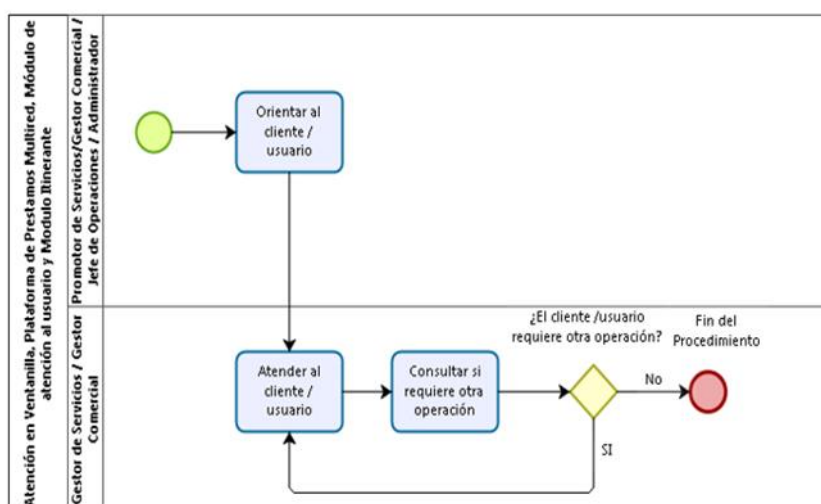
Protocolo 1: atención en ventanilla

Atención en Ventanilla, Plataforma de Préstamos Multired, Módulo de Atención al Usuario y Módulo Itinerante:

Este procedimiento comprende las actividades para llevar a cabo la atención a los clientes / usuarios correspondientes en las Oficinas y Agencias de la Red de Agencias del Banco de la Nación.

Gráfico 2

Diagrama de flujo de atención en ventanilla, plataforma de préstamos multired, módulo de atención al usuario y módulo itinerante



Fuente: Banco de la Nación – Directiva N° 7700 (2018)

### Protocolo 2: atención preferencial

Este procedimiento comprende las actividades para realizar la atención preferencial a clientes / usuarios en la Red de Agencias del Banco de la Nación, según consideraciones de la norma BN-DIR-7200-057-03 “Atención Preferente a las Mujeres Embarazadas, Menores de Edad, Adultos Mayores, Personas con Discapacidad y personas con niños/as en brazos”.

Consideraciones Generales:

- Los Administradores de la Agencia del Banco de la Nación, deben verificar la aplicación de los protocolos, asegurando el cumplimiento de

los trabajadores a su cargo.

- Ante una situación de conflicto el Administrador debe intervenir de manera inmediata para atender al cliente o usuario. En caso de ausencia del Administrador, Jefe de Operaciones o Jefe de Caja o el Supervisor (en ese orden) serán los encargados de la atención del cliente.
- Cuando converse con ellas o las atienda permita que las personas con discapacidad hablen por sí solas o se expresen en su propio lenguaje el que puede ser “Quechua”, “Aymara”, “Asháninka” o “Lenguaje de señas peruana”.
- La clave para ofrecer una atención de calidad es la NATURALIDAD y preguntar a la persona qué necesita. Ser pacientes, saber escuchar, estar abiertos a diferentes formas de comunicación y aceptar con naturalidad el uso de ayudas técnicas en la comunicación y en la interacción.

Atención Preferencial para adultos mayores / mujeres embarazadas / menores de edad / personas con niño(a) en brazos:

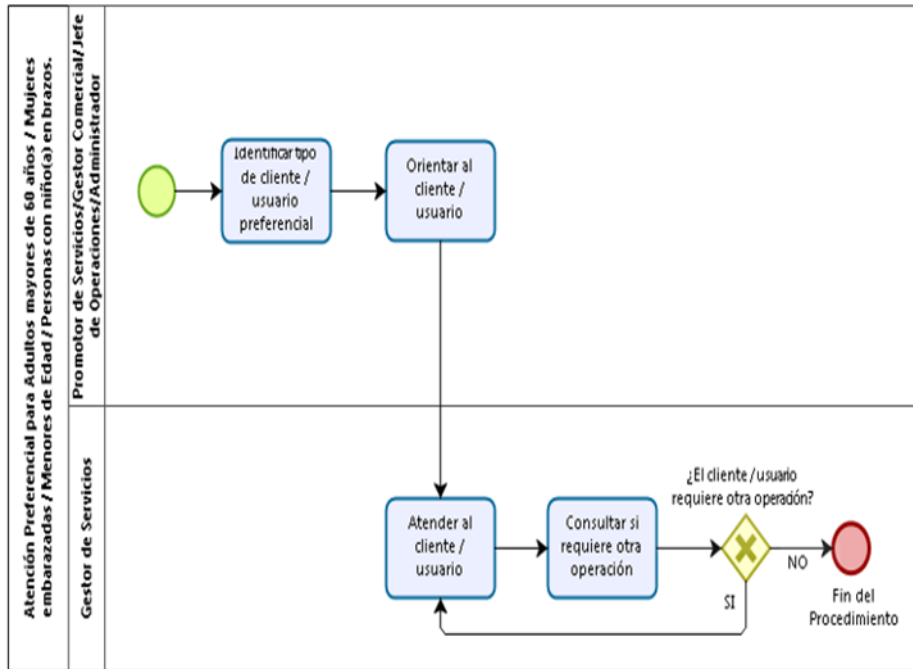
Este procedimiento comprende las actividades para realizar la atención preferencial a clientes / usuarios adultos mayores / Mujeres embarazadas / Menores de Edad / Personas con niño(a) en brazos en la Red de Agencias del Banco de la Nación.

Consideraciones:

- Se deberá respetar sus artículos ortopédicos. Por ejemplo, no se deberán mover las muletas, bastones u otros artículos, salvo que sea solicitado por el cliente/usuario.
- No tome del brazo de alguien que camina con dificultad sin preguntarle antes si puede ayudar.

Gráfico 3

*Diagrama de flujo de atención preferencial para adultos mayores / mujeres embarazadas / menores de edad / personas con niño(a) en brazos.*



Fuente: Banco de la Nación-Directiva N° 7700 (2018)

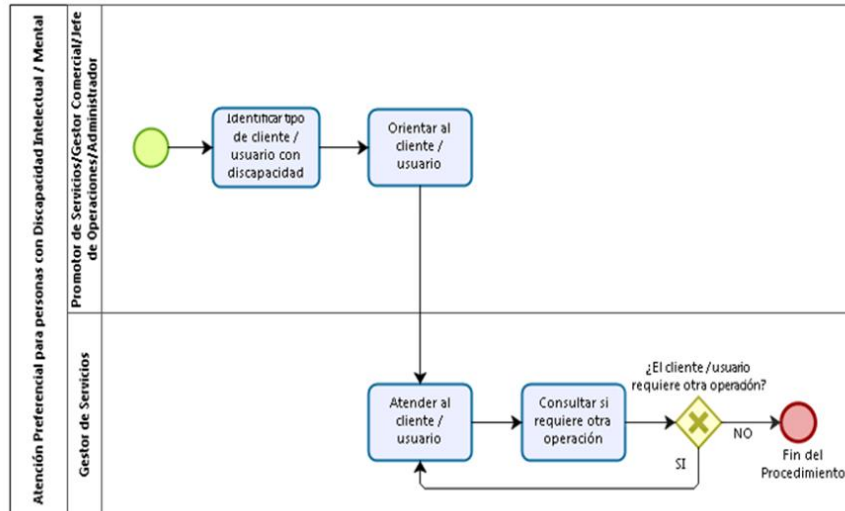
Atención Preferencial para personas con discapacidad intelectual / mental:

Consideraciones:

- Las principales barreras que se encuentran giran en torno a la comprensión e interpretación de los mensajes. Por ello a la hora de tratar con personas con estas discapacidades, se realizarán todos los ajustes razonables y hay que tener en cuenta lo siguiente:
- Escuche y respete sus opiniones.
- En caso existan dudas por parte de los funcionario o colaboradores, sobre la realización del cuestionario de manifestación de voluntad por otorgamiento de créditos, se deberá consultar con el área legal, para poder brindar una respuesta oportuna al cliente.

Gráfico 4

*Diagrama de flujo de atención preferencial para personas con discapacidad intelectual / mental*



Fuente: Banco de la Nación – Directiva N° 7700 (2018)

Atención preferencial para personas con discapacidad sensorial:

Comprende las actividades (ajustes razonables) para la atención a personas con discapacidad sensorial, el cual comprende cualquier tipo de deficiencia visual, auditiva, o ambas, así como de cualquier otro sentido, y ocasiona algún problema en la comunicación o el lenguaje (como la ceguera y la sordera), ya sea por disminución grave o pérdida total en uno o más sentidos. (Fuente: [www.conadisperu.gob.pe](http://www.conadisperu.gob.pe)).

Consideraciones:

Personas con discapacidad visual:

- Intente ser lo más descriptivo posible.
- Avise al cliente / usuario cuando se ausente.
- No utilice palabras como: “aquí”, “allí”, “esto” o “aquello”.
- Utilice términos que apunten directamente a la orientación espacial, como “a su derecha”, “a su izquierda”, etc.
- No sustituya el lenguaje verbal por gestos.
- Evite exclamaciones que puedan provocar ansiedad al cliente / usuario, tales como: “¡ay!”, “¡uf!” o “cuidado”.
- Indíquelo qué personas están presentes.
- No tome del brazo a la persona con discapacidad, sino espere a que sea ella o él quien lo haga. Camine un paso por delante para indicar la

dirección.

- Informe a la persona que estamos en un lugar seguro en caso de emergencia y que estamos preparados para la evacuación.
- Permita que sea guiado por su perro-guía, si lo tuviera.

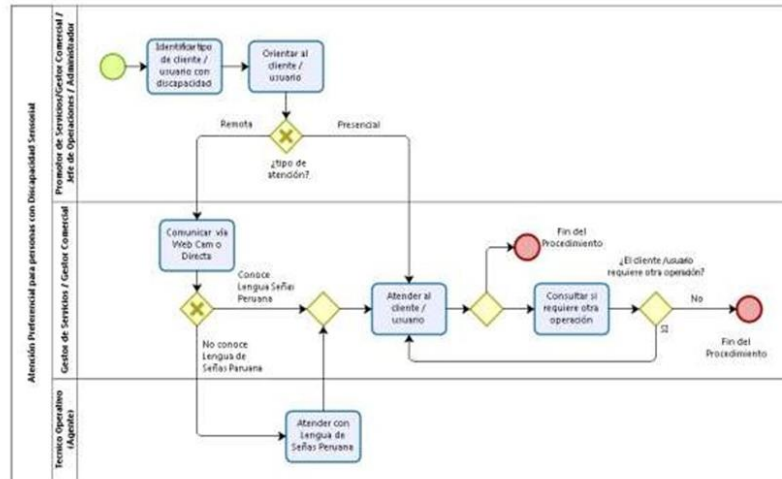
Personas con discapacidad auditiva:

- Colóquese de manera que el cliente pueda ver su rostro claramente.
- Háblele de frente, la persona necesita ver sus labios, muchas se apoyan en la lectura de labios para entender lo que se está diciendo.
- Module la voz con naturalidad.

Las personas con discapacidad auditivas, son personas cuyo canal de acceso a la realidad es preferentemente visual. La lengua oficial reconocida para personas con discapacidad auditivas es la lengua de señas peruanas.

Gráfico 5

*Diagrama de flujo de atención preferencial para personas con discapacidad sensorial*



Fuente: Banco de la Nación – Directiva N° 7700 (2018)

Atención preferencial para personas en silla de ruedas / de talla baja / con discapacidad severa:

Comprende las actividades para la atención a personas en silla de ruedas, de talla baja y con discapacidad severa. La discapacidad severa genera dependencia (absoluta o casi absoluta) de otra persona para las actividades de la vida diaria.

(Fuente: www.conadisperu.gob.pe).

Consideraciones:

Personas en silla de rueda

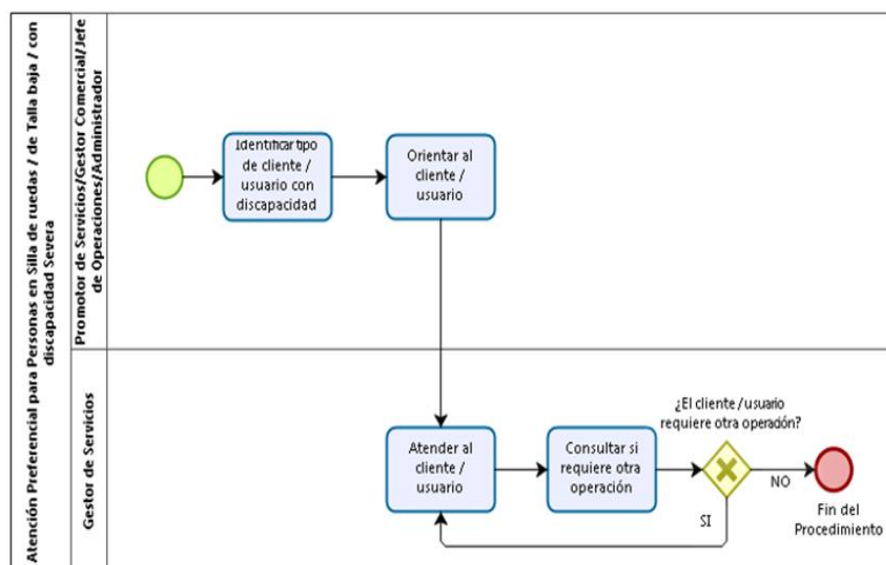
- Se deberá respetar su espacio y artículos ortopédicos. Según corresponda, no mover su silla de ruedas, muletas u otro artículo a otro lugar, salvo que la persona así lo solicite. Por lo general ellos mantienen sus artículos ortopédicos al alcance de su mano.

Personas de talla baja

- Para brindar la atención a las personas de talla baja según lo contemplado en la Ley N° 30687, es necesario que su interlocutor este ubicado a una altura adecuada para hablar.
- Atender a la persona según su edad cronológica evitando tratarlo como niño.

Gráfico 6

Diagrama de flujo de atención preferencial para personas en silla de ruedas / de talla baja / con discapacidad severa



Fuente: Banco de la Nación-Directiva N° 7700 (2018)

Protocolo de atención a las personas de los programas sociales juntos y pensión 65 sin tarjeta:

- Adelante.
- Buenos días / Buenas tardes. Su DNI, por favor.



- Coloque su dedo aquí, por favor.
- ¿Cuánto desea retirar? Firma y huella digital aquí. Cuento y revise su dinero. Gracias, buen día.

#### Protocolo de atención en la central telefónica

Si el cliente digitó el 519-2000 el IVR (contestadora automática) le preguntará si conoce el número de anexo e indicará márkuelo ahora, caso contrario lo invitará a esperar al representante del Banco de la Nación, quien lo atenderá personalmente.

- Saludo: “Buenos días”, “buenas tardes”, “buenas noches”, “Bienvenido al Banco de la Nación”. Identificarse: nombre y apellido, ejemplo: Carmen Solis, le saluda, cuando salude sea espontáneo, hable con voz clara y pausada.
- ¿En qué le puedo atender? / ¿Con qué persona o área desea comunicarse?
- Escuchar activamente al cliente / usuario cuando nos exprese su necesidad y tener así la información completa para poder ayudarlo.
- Dedicación “exclusiva”, una mala comunicación podría hacernos perder a nuestros clientes y seguidores.
- El trabajador deberá responder el teléfono antes de la tercera timbrada a fin de que el cliente o usuario reciba un servicio de calidad sin esperar mucho tiempo. De no estar presente el responsable, el teléfono deberá ser contestado por el trabajador del área que se encuentra más cerca.

#### En caso de ser necesario dejar a un cliente en espera

- Informe al cliente y/o usuario el motivo por el cual va a ponerlo en espera.
- No disponga del tiempo del cliente y/o usuario: Permita que él decida si desea esperar o prefiere llamar más tarde.
- No deje en espera a un cliente y/o usuario por más de 30 segundos. De ser necesario, retome el llamado informando al cliente la causa de la espera.
- Cuando retome el llamado, comience siempre con el nombre del cliente y/o usuario.

#### Al transferir una llamada

- Transfiera solo aquellas llamadas que usted no puede atender. Asegúrese de conocer el uso del teléfono para transferir llamadas.
- Antes de transferir la llamada, informe al cliente / usuario la razón por la

que lo va a transferir. Cuando reciba una llamada transferida, en primera instancia preséntese, llame al cliente / usuario por su nombre y verifique con una breve reseña la información que ha recibido.

Al terminar una llamada

- Gracias por llamar al Banco de la Nación, que tenga un buen día. Confirme el número de teléfono para poder contactarse con él.
- Espere que el cliente cuelgue antes que usted.

Protocolo para la atención en la mesa de ayuda

Para el protocolo de atención de consultas y servicios solicitados telefónicamente se ha definido el siguiente Protocolo de Atención de Clientes:

Operador:

- Saludo: Banco de la Nación, Buenos días/ Buenas tardes/ Buenas noches. Identificarse: Nombre, ejemplo: María Pérez, le saluda.
- ¿En qué le puedo atender?

Operador:

- Proceder a autenticar al cliente a través del siguiente procedimiento de preguntas:
- Para la atención del Bloqueo de tarjetas, Actualización de datos secundarios, Información de operaciones por Banca Celular, Autorización de tarjetas para uso en el extranjero, ingreso de Reclamos, Situación de la tarjeta o cuenta.... por su seguridad me confirmaría algunos datos:
  - Número de DNI o de Carné de Extranjería.
  - Nombre Completo.
  - Fecha de Nacimiento.
  - Entidad a la que corresponde la cuenta de ahorros.
  - Dirección.
  - Me brinda por favor su número telefónico (Fijo o Celular).

Operador:

- Un momento por favor..... (El asesor revisa la respuesta del cliente).
- Gracias por la espera..... (El asesor responde al cliente sobre la consulta realizada).
- Gracias por llamar al Banco de la Nación, que tenga Buenas Noches/ Buenas Tardes/ Buen Día.

## Protocolo para la atención de los agentes multired:

### Consultas Solicitadas por el Agente Multired:

- Operador: Buenos días / tardes / noches, Banco de la Nación a su servicio, ¿en qué le puedo atender?
- Agente: Solicita información sobre una transacción dudosa o que afectó su saldo.
- Operador: Estamos transfiriendo su solicitud a un especialista en el tema, quien gustoso atenderá sus consultas, cualquier información adicional no dude en comunicarse con nosotros. Gracias por llamar al Banco de la Nación.

### Incidencias Solicitadas por el Agente Multired

- Operador: “Buenos días / tardes / noches, Banco de la Nación a su servicio, ¿en qué le puedo atender?”
- Agente: Solicita ingresar una incidencia.
- Operador: Estamos transfiriendo su solicitud a un especialista en el tema, quien gustoso atenderá sus consultas, cualquier información adicional no dude en comunicarse con nosotros. Gracias por llamar al Banco de la Nación, buenos días/tardes/noches.

### Protocolo para la atención del correo electrónico.

- Las respuestas deben ser rápidas, en un formato accesible y fácil de leer, precisas y concretas, focalizada a la consulta realizada.
- Utilice tipo de letra arial, tamaño 11, texto color negro, resaltando frases o textos según preferencia. Cuando escriba un correo electrónico asegúrese de redactar correctamente de tal manera que pueda ser entendido por la persona(s) a quién(es) se dirige.
- No se debe mentir o exagerar algo al cliente/usuario, se debe ser sincero. Él puede sentirse engañado, es decir la atención al cliente requiere de total transparencia, porque es la imagen de la entidad.
- Se debe comprobar la gramática y ortografía antes de enviar la respuesta.
- Una vez que se dé la respuesta a la comunicación enviada por el cliente la entidad debe despedirse: nosotros, esperamos seguir contando con su amabilidad y, desde luego, con sus apreciaciones.
- Al finalizar utilice la firma estándar diseñada para el personal del Banco de la Nación.

## Protocolo para la atención de reclamos

### Situación 1: cliente / usuario que se queja

1. Mantenga contacto visual con el cliente y escúchelo con atención.
2. Empatice: Entiendo su situación y lo siento mucho.
3. Proponga alguna alternativa de solución: Me gustaría ayudarlo, le sugiero...
4. Puede sugerir registrar el evento: Podría dejar un/a reclamo / sugerencia por este motivo, ayudaría a corregir eventos similares.

### Situación 2: cliente / usuario grita

1. Mantenga la calma.
2. No responda hasta que el cliente/usuario deje de gritar y se calme.
3. Solo responda preguntas concretas. No responda a comentarios.
4. Mantenga contacto visual con el cliente y escúchelo.
5. Concluya lo que está haciendo.
6. Si continúa la agresión, pida ayuda del administrador o jefe inmediato.

### Situación 3: el cliente insulta al trabajador

1. Mantenga la calma.
2. No responda.
3. Si continúa la agresión, pida ayuda del administrador o jefe inmediato.

### Situación 4: el cliente coquetea con el/la trabajador/a

1. Haga contacto visual.
2. Consulte: ¿en qué lo puedo atender?
3. Ignore con seriedad cualquier insinuación.
4. Atiéndalo.

### Situación 5: el cliente / usuario quiere atención preferente sin que le corresponda

Recuérdale amablemente quiénes merecen atención preferente:

1. Adultos mayores de 60 años.
2. Mujeres embarazadas.
3. Niños.
4. Personas con niños en brazos.
5. Personas con discapacidad.

### Situación 6: el cliente no respeta la cola (promotor/a interviene)

1. Pregunte: ¿Qué tipo de operación va a realizar?
2. Explique al cliente los canales por los que puede realizar la operación.
3. Concluya: Si quiere realizar esta operación en ventanilla, por favor haga la

cola.

Situación 7: usted no sabe cómo atender el requerimiento del cliente

1. Informe al Cliente que necesita confirmar una información.
2. Busque apoyo, pida permiso al cliente para hacerlo: Un momento por favor, voy a consultar.
3. Conduzca al cliente hacia la persona indicada u oriéntelo en la respuesta.

Consideraciones para la atención de reclamos.

- Ponerse en el lugar del cliente/usuario para lograr empatía y saber cómo éste se siente en ese momento (aunque no estemos de acuerdo). Muestre que tiene interés en su caso y que no es una molestia.
- Demuestre interés: anote los puntos relevantes y recapítule sobre lo dicho a partir de sus notas. Es necesario que el cliente / usuario se sienta escuchado, de esta forma sentirá que su situación está “en buenas manos”. Utilice frases como: “Entiendo su problema” o “Comprendo que es importante o urgente para usted...”.

Responsabilidades:

Gerencia de comunicaciones y relaciones institucionales:

Gerencia de administración y logística

Gerencia de recursos humanos y cultura

Gerencia red de agencias:

- Los Administradores serán responsables de cumplir y hacer cumplir al personal a su cargo, lo dispuesto por las normas vigentes asociadas a la atención de usuarios/clientes preferenciales:

Disposición transitoria

- En tanto el Banco de la Nación adecue su infraestructura, este debe de garantizar que la atención de las personas en silla de ruedas, de talla baja y con discapacidad severa, se brinde en condiciones cercanas a las exigidas en la norma técnica A.120 “Accesibilidad Universal en Edificaciones” del RNE aprobada por R.M. N° 072-2019-VIVIENDA, por lo que se ha implementado (como medida a corto plazo), un procedimiento que incluye la atención personalizado de este servicio a través del Administrador, habilitando con todos los equipos y accesorios tecnológicos por todas las áreas correspondientes, a fin de que esta medida pueda atenuar una posible sanción ante un eventual

procedimiento administrativo por parte de CONADIS.

- Este incumplimiento puede generar que el Banco sea eventualmente sancionado, según la Ley N° 29973 "Ley General de las Personas con Discapacidad".
- Durante la emergencia COVID 19 la atención en las agencias se complementa con las normas de la Circular: condiciones de atención en agencias del banco de la nación frente al covid-19.

#### Disposiciones finales

- Todo colaborador del Banco que pone en práctica los Valores Institucionales señalados en el Código de Ética y el Plan Estratégico del Banco de la Nación 2017 - 2021 deberá tener presente que, "Una buena atención a los clientes / usuarios involucra brindar servicios de calidad y pasa por interiorizar que todas nuestras acciones o inacciones, a lo largo del ciclo de la gestión pública, impactan en el servicio final que la entidad presta al cliente / usuario".
- Todo el personal del Banco de la Nación a nivel nacional, deberá acatar las disposiciones expuestas en esta normativa con lo cual estaremos fortaleciendo una cultura organizacional de respeto a los clientes / usuarios de todo el país, el incumplimiento del contenido considerado en la presente Directiva será sancionado de acuerdo con lo dispuesto en el Reglamento Interno de Trabajo y el Código de Ética del Banco de la Nación.
- Toda persona en situación de discapacidad contará con las facilidades durante todo el proceso de atención.
- De presentarse casos de personas sordas, éstas serán atendidas por el Administrador quien se pondrá en contacto con la persona especializada, en asistencia remota a través de la web cam o cualquier medio que se disponga.
- Ante requerimientos de atención con Carta Poder, el colaborador BN deberá seguir el procedimiento establecido en la normativa BN-CIR-3100-258-02, Sistema de Registro Único de Representantes de Personas Naturales de Cuentas de Ahorros.
- La presente normativa deja sin efecto la Directiva BN-DIR-2800-217-01. Rev.3, Protocolo de atención al cliente del Banco de la Nación, de fecha

28.11.2014.

- La presente Directiva estará sujeta a revisiones y/o modificaciones cuando la dinámica administrativa lo requiera, previa coordinación entre las Gerencias de: Planeamiento y Control de Gestión, Red de Agencias, Administración y Logística y Comunicaciones y Relaciones Institucionales.

Objetivo específico 2: Determinar los niveles del protocolo de atención del Banco de la Nación Agencia 2 periférica Trujillo, 2021

Se observa en la Tabla 7, los porcentajes por niveles de la encuesta por dimensiones e indicadores. Para la dimensión “requisitos del protocolo” e indicador “variedad de servicio”, el nivel “casi siempre” obtuvo el mayor porcentaje de la encuesta a los clientes con 54%; le sigue el nivel “siempre” con 28% y el nivel “pocas veces” con 18%. Para el indicador “condiciones”, el nivel con mayor porcentaje fue “casi siempre” con 46%, le sigue el nivel “pocas veces” con 30% y el nivel “siempre” con 23%. Para el indicador “difusión”, el nivel con mayor porcentaje fue “siempre” con 45%, le sigue el nivel “casi siempre” con 36% y culmina el nivel “nunca” con 1%.

Para la dimensión “conocimiento del cliente” e indicador “accesibilidad al servicio”, el nivel con mayor porcentaje fue “casi siempre” con 51%, le sigue el nivel “siempre” con 33%, le sigue el nivel “pocas veces” con 16% y culmina el nivel “nunca” con 1%. Para el indicador “necesidad del servicio”, el nivel con mayor porcentaje fue “casi siempre” con 46%, le sigue el nivel “siempre” con 38%, luego le sigue el nivel “pocas veces” con 16% y culmina el nivel “nunca” con 1%. Para el indicador “características del cliente”, el nivel con mayor porcentaje fue “casi siempre” con 47%, le sigue el nivel “siempre” con 34%, luego le sigue el nivel “pocas veces” con 18% y culmina el nivel “nunca” con 1%.

Tabla 7

*Comparación de las frecuencias y porcentajes obtenidos de los indicadores del protocolo de atención en el Banco de la Nación Agencia 2 periférica Trujillo*

Dimensiones	Requisitos del protocolo						Conocimiento del cliente					
	Variedad de servicio		Condiciones		Difusión		Accesibilidad al servicio		Necesidad del servicio		Característica del cliente	
Niveles	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Siempre	102	28%	85	23%	166	45%	122	33%	140	38%	126	34%
Casi siempre	200	54%	169	46%	132	36%	187	51%	169	46%	174	47%
Pocas veces	68	18%	112	30%	67	18%	59	16%	58	16%	66	18%
Nunca	0	0%	4	1%	5	1%	2	1%	3	1%	4	1%
Total	370	100%	370	100%	370	100%	370	100%	370	100%	370	100%

Elaboración propia



## Gráfico 7

Comparativo de porcentajes de los indicadores de evaluación según niveles, correspondiente a la variable protocolo de atención



Elaboración propia

Objetivo específico 3: Determinar los niveles de satisfacción al cliente del Banco de la Nación Agencia 2 periférica Trujillo, 2021

Se observa en la Tabla 8, para la dimensión: “relaciones de atención” e indicador “información”: el nivel con mayor porcentaje fue “siempre” con el 67%; le sigue el nivel “casi siempre” con 31% y “pocas veces” con 3%. Para el indicador “trato”: el nivel con mayor porcentaje fue “siempre” con 70%, le sigue el nivel “casi siempre” con 24%, le sigue el nivel “pocas veces” con 6%. Para el indicador “Comunicación”; el nivel con mayor porcentaje fue “siempre” con 59%, le sigue el nivel “casi siempre” con 39% y luego el nivel “pocas veces” con 2%.

Para la dimensión: “Relaciones de identificación y pertinencia”; indicador “frecuencia de uso”, el nivel con mayor porcentaje fue “siempre” con 63%, le sigue el nivel “casi siempre” con 33%, le sigue el nivel “pocas veces” con 4% y en último lugar, el nivel “nunca” con 1%. Para el indicador: “Conocimiento de la empresa”, el nivel con mayor porcentaje fue “siempre” con 61%, le sigue el nivel “casi siempre” con 37%, continúa el nivel “pocas veces” con 2%. Para el indicador: “identificación de normas”, el nivel con mayor porcentaje fue “siempre” con 71%, le sigue el nivel “casi siempre” con 22%, le sigue el nivel “pocas veces” con 6% y culmina el nivel “nunca” con 1%.

Para la dimensión: “Valor percibido” e indicador “estado de ánimo”, el nivel con mayor porcentaje fue “siempre” con 52%, le sigue el nivel “casi siempre” con 35%, le sigue el nivel “pocas veces” con 12%. Para el indicador “colaboración”, el nivel con mayor porcentaje fue “siempre” con 60%, le sigue el nivel “casi siempre” con 37%, le sigue el nivel “pocas veces” con 14% y culmina con el nivel “nunca” con 1%. Para el indicador “amabilidad” el nivel con mayor porcentaje fue “siempre” con 47%, le sigue el nivel “casi siempre” con 35%, le sigue el nivel “pocas veces” con 14% y culmina el nivel “nunca” con 4%.

Tabla 8

*Comparación de las frecuencias y porcentajes obtenidos de los indicadores de la satisfacción del cliente en el Banco de la Nación Agencia 2 periférica Trujillo*

Dimensiones	Relaciones de atención						Relaciones de identificación y pertinencia						Valor percibido					
	Información		Trato		Comunicación		Frecuencia de uso		Conocimiento de la empresa		Identificación de normas		Estado de ánimo		Colaboración		Amabilidad	
Niveles	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Siempre	247	67%	258	70%	220	59%	233	63%	226	61%	263	71%	194	52%	221	60%	174	47%
Casi siempre	113	31%	89	24%	144	39%	122	33%	137	37%	81	22%	131	35%	137	37%	130	35%
Pocas veces	10	3%	23	6%	6	2%	13	4%	7	2%	22	6%	45	12%	7	2%	52	14%
Nunca	0	0%	0	0%	0	0%	2	1%	0	0%	4	1%	0	0%	5	1%	14	4%
Total	370	100%	370	100%	370	100%	370	100%	370	100%	370	100%	370	100%	370	100%	370	100%

Elaboración propia

Gráfico 8

Comparativo de porcentajes de los indicadores de evaluación según niveles, correspondiente a la variable satisfacción al cliente



Elaboración propia

### 3.2. Discusión de resultados

Según la investigación realizada, en la que se planteó el objetivo general y tres objetivos específicos; y después de haber obtenido los resultados, se procedió a realizar la discusión respectiva en función a los objetivos del estudio.

Con relación al objetivo general: Determinar el nivel de influencia del protocolo de atención en la satisfacción del cliente del Banco de la Nación Agencia 2 Periférica Trujillo, 2021.

De acuerdo a los resultados obtenidos y en relación al problema de investigación ¿Cuál es el nivel de influencia del protocolo de atención en la satisfacción del cliente del Banco de la Nación Agencia 2 periférica Trujillo, 2021? se realizó una encuesta a los clientes, obteniéndose un nivel de influencia positiva y moderada entre las variables protocolo de atención y satisfacción del cliente. Según la prueba de hipótesis realizada; el protocolo de atención influye positivamente con una intensidad moderada en la satisfacción de los clientes, por el valor del coeficiente Tau b de Kendall = 0.555 y el nivel de significancia con un valor de  $0.000 < 0.05$ . Este resultado es similar al trabajo de investigación realizado por Méndez (2019 p. 46) en la cual su coeficiente Tau b de Kendall obtenido fue 0.74 y un  $p < 5\%$ . Además, el 61% de clientes se encuentran satisfechos en la atención recibida y esto se corrobora porque a su vez el 46% de clientes percibe la información del protocolo de atención que brinda la institución financiera. Así mismo, Panduro (2016, p. 64) reporta en su trabajo de investigación una relación directa y positiva del impacto del protocolo de atención como práctica comercial en la satisfacción de los clientes como parte de la estrategia de Saga Falabella en el Perú. Martínez (2018, p. 57) en su trabajo de investigación, obtuvo sus resultados similares al nuestro; determinando que existe una relación directa entre las variables: calidad del servicio de atención al público y la satisfacción del usuario; ya que obtuvo un coeficiente de correlación Rho Spearman  $r=0,624$ , el cual indica que a una mejor calidad del servicio de atención al público le corresponde una alta satisfacción del usuario. Carrera (2015, p. 69) en su trabajo de investigación, también obtuvo resultados similares al nuestro, el cual el 55% de los clientes se sienten complacidos con la atención recibida en el Banco de Crédito del

Perú – Agencia Real Plaza de Trujillo, demostrando sus empleados un alto grado de vocación de servicios, grato amable y respetando las pautas de calidad. Alarcón (2018, p. 62)) en su trabajo de investigación, también obtuvo resultados similares con una correlación positiva ( $R=0,875$ ), aceptando la hipótesis “La calidad de servicio influye significativamente en la satisfacción del cliente del Banco BBVA Continental - Oficina CC. Sucre”- Chiclayo. Álvarez y Rivera (2019, p. 47) en su trabajo de investigación sobre la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente; realizó una prueba de hipótesis utilizando rho de Spearman (0.641) concluyendo que hay existencia de una correspondencia positiva moderada entre las variables de calidad de servicio y satisfacción de los clientes en la Caja Arequipa agencia Corire,2018.

Con relación al primer objetivo específico: Identificar el protocolo de atención del Banco de la Nación Agencia 2 periférica Trujillo, 2021

Se identificó el protocolo de atención al cliente del Banco de la Nación a nivel nacional, según la Directiva BN 7700-2017-02 con fecha de aprobación del 11 de diciembre del 2018; revisado el 06 y 31 de mayo del 2019; así mismo fue revisado nuevamente el 26 de mayo del 2020; siendo revisado y actualizado nuevamente el 05 de abril, 19 de agosto y 07 de setiembre del 2021.

El contenido del protocolo de atención del Banco de la Nación está estructurado de la siguiente manera: Objetivo, finalidad, alcance, base legal, vigencia, instrucciones generales para el buen servicio; protocolo 1 de atención en ventanilla; protocolo 2 de atención preferencial; protocolo de atención a las personas de los programas sociales juntos y pensión 65 sin tarjeta; protocolo de atención en la central telefónica; protocolo para la atención en la mesa de ayuda; protocolo para la atención de los agentes multired; protocolo para la atención del correo electrónico; protocolo para la atención de reclamos; responsabilidades; disposición transitoria; y disposiciones finales. Carrera (2015, p. 88, 89, 90 y 91) en su trabajo de investigación (anexos) describe los “Principios del BCP”, muy similares al protocolo de atención del Banco de la Nación.

Con relación al segundo objetivo específico: Determinar los niveles del protocolo de atención del Banco de la Nación Agencia 2 periférica Trujillo, 2021

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas para cada uno de los niveles, según los indicadores y dimensiones descritos; demuestran que más del 45% de los clientes casi siempre conocen sobre la variedad de servicios, condiciones y difusión que ofrece la entidad financiera, gracias a la información que se brinda desde el ingreso al Banco de la Nación. Así mismo, los resultados indican que a más del 48% de clientes casi siempre perciben una buena accesibilidad al servicio de atención; necesitan del servicio y con las características similares de los clientes. Esto es corroborado por Alarcón (2018, p. 52) el cual manifiesta que la calidad de servicio en el BBVA es la totalidad de rasgos y características de un servicio que influyen en su capacidad de satisfacer las necesidades explícitas o latentes del cliente. Así mismo, menciona que es importante comprender lo que implica la percepción de los clientes, para poder detectar con mayor facilidad, cuáles son los indicadores que inducen su preferencia. Méndez (2019, p. 47) menciona que el 49% de los clientes del Banco de la Nación, resultaron gozar de un nivel medio en cuanto a la calidad de servicio que ofrece la entidad financiera. Carrera (2015, p. 67) menciona que el 63% de los clientes del BCP - Real Plaza, tienen conocimiento de la variedad de productos, ubicación e infraestructura que ofrece la entidad financiera. Álvarez y Rivera (2019, p. 49) menciona que hay suficiente evidencia estadística para comprobar la existencia de una correlación entre los bienes tangibles y la satisfacción de los clientes de Caja Arequipa agencia Corire; con una significancia menor a 0.05 y un valor de correspondencia de 0.538 lo cual permite admitir la relación directa y positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.

Estos resultados también son corroborados por Panduro (2016, p. 32) el cual menciona que los protocolos de atención son parámetros que se deben seguir y respetar en cada proceso de servicio y debe estar debidamente documentado y además señala que un protocolo de atención es la forma de

plasmar para toda la organización, el modo de actuar deseado frente al cliente, buscando unificar los criterios, conceptos, creencias e ideas diversas que se puedan tener respecto a que es una buena atención. Valdiviezo (2018, p. 43) menciona en su trabajo de investigación que la variable calidad de servicio; el indicador más valorado por los clientes fue la apariencia pulcra, el trato y la infraestructura del local, con un valor promedio de 4.1, este indicador corresponde a la dimensión de los aspectos tangibles. Kotler & Keller (2012, citado en Quispe y Terrones, 2021, p.441) señala que el protocolo de atención está emparentado con la calidad de servicio en una empresa; por esa razón indican con referencia a la calidad de servicio de una empresa que ésta se mide en cada momento; es decir, si los empleados se muestran poco atentos, sin capacidad de responder preguntas o conversan mientras los clientes esperan, será un indicador para que los clientes decidan no regresar a dicha empresa.

Con relación al tercer objetivo específico: Determinar los niveles de satisfacción al cliente del Banco de la Nación Agencia 2 periférica Trujillo, 2021

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas para cada uno de los niveles, según los indicadores y dimensiones descritos; demuestran que más del 65% de los clientes siempre perciben muy buena información, buen trato y una buena comunicación; en lo que respecta a la dimensión: relaciones de atención. Igualmente, más del 65% de clientes siempre tienen frecuencia de uso de la institución; identifican las normas y tienen conocimiento sobre la empresa; en lo que respecta a la dimensión; relaciones de identificación y pertinencia. Así mismo, más del 53% de clientes siempre percibieron buen estado de ánimo; colaboración y amabilidad de los empleados del Banco de la Nación. Estos resultados concuerdan con Alarcón (2018, p. 54) al obtener un resultado en la satisfacción del cliente en que más del 70% de los clientes se encuentran satisfechos con el servicio que brinda el Banco BBVA Continental - Oficina CC. Sucre – Chiclayo. Así mismo, Méndez (2018, p. 49) concluye que más del 34% de clientes del Banco de la Nación, gozan de satisfacción a nivel medio en cuanto al desempeño de los empleados; y un 43% de clientes tienen muy buena percepción en cuanto a satisfacción se refiere. Carrera



(2015, p. 70) concluye que el 64% de los clientes se sienten satisfechos con la atención que reciben en el BCP – Real Plaza; en cuanto a honestidad, imagen y trato. García y Maldonado (2020, p. 99) menciona que la satisfacción de los clientes del Banco Scotiabank tienen un nivel alto (83%), siendo las dimensiones capacidad de respuesta y empatía las que contribuyen a incrementar el grado de satisfacción de los clientes del Banco Scotiabank. Valdiviezo (2017, p. 45) señala en su resultado de investigación sobre la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente en el BCP – Piura, que existe una relación significativa entre la empatía del personal y la satisfacción del cliente, ya que el análisis estadístico muestra un índice de correlación de  $r=0.657 > 0.3$  con un  $\text{Sig.}=0.000 < 0.001$ .

Kotler & Keller (2012, p. 131) afirman en cuanto a la satisfacción del cliente que existe un valor percibido por el cliente cuya implicancia está referida a la evaluación que efectúa el cliente potencial respecto a beneficios y costos de una oferta, así como alternativas percibidas.

## CONCLUSIONES

1. De acuerdo a los resultados obtenidos y según el objetivo general; se determinó que el nivel de influencia del protocolo de atención en la satisfacción del cliente del Banco de la Nación Agencia 2 Periférica Trujillo, 2021, fue positiva y moderada, ya que el valor del coeficiente Tau de Kendall que mide la asociación de las dos variables y que se aplicó como prueba de hipótesis, resultó en 0.555. Por lo tanto, se descarta la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternante, el cual menciona que el protocolo de atención influye de manera positiva y directamente en la satisfacción del cliente del Banco de la Nación Agencia 2 periférica Trujillo, 2021.
2. De igual manera, para el primer objetivo específico, se identificó el protocolo de atención del Banco de la Nación, según la Directiva 7700-2017-BN; aprobada el 11 de diciembre del 2018; revisada el 31 de mayo del 2019; el 26 de mayo del 2020; el 19 de agosto y el 07 de setiembre del 2021 hasta la fecha. En este documento se indican todas las instrucciones generales para brindar un buen servicio; como los protocolos para la atención presencial; atención en ventanilla; atención preferencial (personas de la tercera edad, mujeres embarazadas, personas discapacitadas, personas con pensión 65 y otros) y atención de reclamos y responsabilidades de todo el personal de la entidad financiera. Pero a pesar de ello, no existió un pleno conocimiento de parte de los colaboradores de la entidad financiera, quienes a su vez son los que orientan el servicio a los clientes del banco.
3. De igual manera, para el segundo objetivo específico, se determinó los niveles del protocolo de atención: siempre, casi siempre, pocas veces y nunca. De acuerdo a los resultados, destacó el nivel "casi siempre" con un mayor porcentaje en los indicadores: variedad de servicio: 54%; condiciones del local: 46%; difusión del protocolo: 45%; accesibilidad al servicio: 51%; necesidad del servicio: 46% y características del cliente: 47%. A pesar que se obtuvieron los mayores porcentajes en dicho nivel; no fueron suficientes para afirmar que el Banco de la Nación, agencia 2, periférica Trujillo; brinda un buen servicio, basado en su protocolo de atención.

4. De igual manera, para el tercer objetivo específico, se determinó los niveles de satisfacción al cliente: siempre; casi siempre; pocas veces y nunca. De acuerdo a los resultados, destacó el nivel “siempre” con el mayor porcentaje en los indicadores: información recibida: 67%; trato percibido: 70%; comunicación: 59%; frecuencia de uso: 63%; conocimiento de la institución: 61%; identificación de las normas: 71%; estado de ánimo: 52%; colaboración: 60% y amabilidad: 47%. A pesar que se obtuvieron los mayores porcentajes en dicho nivel; no fueron suficientes para afirmar que los clientes del Banco de la Nación, agencia 2, periférica Trujillo; se sienten satisfechos con el servicio recibido.

## **RECOMENDACIONES**

1. Se debe incrementar las capacitaciones a los colaboradores de la entidad financiera, evaluándolos constantemente y fijándoles una nota de evaluación mínima de 16; de tal manera que puedan aprender exhaustivamente todo lo concerniente al protocolo de atención al cliente y brinden un buen servicio. Así mismo, se debe implementar planes de mejora que permitan mejorar el nivel de influencia del protocolo de atención en la satisfacción del cliente del Banco de la Nación Agencia 2 Periférica Trujillo, 2021.
2. Se deben colocar paneles en el interior del Banco de la Nación, dando a conocer aspectos muy relevantes del protocolo de atención. De esta manera, los clientes pueden identificar claramente los servicios que brinda la entidad financiera. Así mismo, deben designar a un colaborador para que brinde exclusivamente toda la información referente al protocolo de atención.
3. Se debe evaluar constantemente y premiar aquellos colaboradores que permitan la difusión y explicación del protocolo de atención al cliente; de esta manera, se incrementará el desempeño de todo el personal del Banco de la Nación en brindar un mejor servicio al cliente.
4. Se debe evaluar al cliente con preguntas sencillas y cortas, para conocer el grado de satisfacción que sienten y con ello seguir mejorando las actividades diarias de los colaboradores hacia los clientes del Banco de la Nación.

## **REFERENCIAS**

- Alarcón J. (2018), *“Calidad de servicio y satisfacción del cliente del Banco BBVA Continental – oficina c.c. Sucre, Lima 2018”*, tesis para optar el título de Ingeniero Comercial en la Universidad de Lambayeque – 2018.
- Álvarez T. y Rivera M. (2018), *“Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de Caja Arequipa agencia Corire 2018”* tesis para optar el título de Licenciado en Administración, Banca y Finanzas de la Universidad tecnológica del Perú – Arequipa 2019.
- Arismendy A. (2012) *“Protocolos de servicio al cliente”*  
<https://www.coursehero.com/file/61733601/Protocolo-servicio-al-lientedocx/>  
(revisado el 19 de octubre 2021. 10:52 am).
- Banco de la Nación (2018) *“Protocolo de atención al cliente”* – Directiva N° 7700 para el funcionamiento en todas las sedes a nivel nacional del Banco de la Nación del Perú – 2018.
- Bautista T. y Hernández A. (2010). *“Diseño de un protocolo de atención orientado a mejorar el servicio al ciudadano en los módulos de información del Supercade Américas”* Universidad De La Salle, Bogotá – Colombia.
- Buendía, E. (2013). *“El Papel de la Ventaja Competitiva en el desarrollo económico de los países”*. Revista Análisis Económico 28 (69), 56.
- Carrera J. (2015) *“La calidad de servicio y la satisfacción del cliente del área de operaciones del Banco de Crédito del Perú - Agencia Real Plaza de la ciudad de Trujillo 2014”* tesis para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad Nacional de Trujillo, 2015.
- Castro P., & Contreras P. (2015). *“Calidad del servicio al cliente en el sector bancario de la ciudad de Guayaquil periodo 2010-2014”*. Tesis para el grado de Licenciado de Ingeniería Comercial, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador.
- Clemente M. (2018). *“Mejora en el nivel de atención a los clientes de una entidad bancaria usando simulación”*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Corral. Y. (2010). Prof (a). Artículo científico, adscrita a la Dirección de Estudios de Postgrado. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Maestría en

- Administración de Empresas Mención Mercadeo. MSc. Educación Superior. Profesora, mención Matemática. UPEL Caracas- Venezuela.
- De la Cerda F. (2006) *“Calidad de servicio en bancos, una estrategia en la captación de clientes”* tesis para optar el título de Ingeniero industrial en la Universidad de San Carlos – Guatemala.
- Droguett A. (2012) *“Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que Afectan la Evaluación de los Clientes”*, seminario para optar al Título de Ingeniero Comercial, Mención Administración- Santiago de Chile.
- Fernández Z. y Baptista M. (2014) *“Metodología de la investigación”* Mc Graw – México ISBN: 978-1-4562-2396-0
- Floriano M. y Nayap S. (2020) *“Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en el Banco de la Nación distrito Trujillo – 2020”*, tesis para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad Cesar Vallejo de Trujillo.
- García F. y Maldonado J. (2020) *“Percepción de la calidad de servicio y satisfacción del cliente externo en el Banco Scotiabank Jaén 2019”* tesis para optar el título de Licenciado en Administración – Pimentel – Lambayeque – Perú.
- Gonzales E. (2015). *“Evaluación de la calidad del servicio percibida en entidades bancarias a través de la escala SERVQUAL”*. Universidad de Cien Fuegos, Granada, Cuba.
- Hermosa B. y Muñoz, N (2015) *Estudio de la calidad de servicio y nivel de satisfacción del cliente de la empresa Gechisa de Sullana 2015*. Tesis para obtener el Grado de Licenciada en Administración de la Universidad nacional de Piura. <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/279/ADM-HER-MUN-15.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Education (Sexta Edic, Vol. 66).
- Hoffman, D., & Bateson, J. (2012). *Marketing de servicios Conceptos, estrategias y casos*, Cuarto edición. México: Cengage Learning Editores, S.A. Cuarta Edición.
- Idrovo A. (2019) *“La calidad del servicio bancario en un contexto post-crisis: efectos emocionales en el cliente sobre su comportamiento”*. Tesis para optar el grado de Doctor en Economía en la Universidad de Jaume I – España-2019.

- Irigoyen B. (2019) *“La calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el sector ferretero caso: zona denominada “Las Malvinas” en Lima metropolitana 2018*. Tesis para optar el Grado de maestro MBA en Administración - Lima
- Kotler, Philip y Keller, Kevin Lane (2012). *“Dirección de Marketing”*. Pearson Educación. ISBN: 978-607-32-1245-8
- Kotler, P. (2001). Dirección de Mercadotecnia. México: Pearson Educación.
- Liza M. y Siancas P. (2016). *“Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo, 2016”*. Universidad Privada del Norte, Trujillo.
- Martínez S. (2018). *“Calidad del servicio de atención al público y satisfacción del usuario de la Municipalidad Distrital de La Tinguña, Ica – 2018”* tesis para obtener el Grado de Maestra en Gestión Pública de la Universidad César Vallejo – Lima 2018.
- Méndez C. y Cholán C. (2019) *“Calidad del servicio de atención y su influencia en la satisfacción de los clientes del Banco de la Nación”* tesis para optar el Grado de maestro en Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Trujillo.
- Olivo M. y Triviño J. (2015) *“Análisis del sistema de gestión de calidad del servicio en la atención del cliente de la agencia banco pichincha sucursal Milagro”*. Diseño de proyecto de Grado para obtener el título de Ingenieras Comerciales en Ambato – Ecuador.
- Panduro S. (2016). *“Influencia del protocolo de servicio de excelencia dirigida a la fuerza de ventas, en la satisfacción de los clientes de Saga Falabella, Trujillo, 2016”*. Tesis para optar el grado de maestro en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo.
- Quispe C. y Terrones J. (2020) *“Calidad de servicio y satisfacción del cliente del Banco BBVA – Oficina Central, Lima 2020”*, proyecto de tesis para optar el grado de Bachiller en Ciencias Administrativas en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos – Lima 2021.
- Valdivieso A. y Calle Z. (2017) *“Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el área de operaciones del banco de crédito del Perú, agencia Piura 2016”*. Tesis para optar el título de Licenciada en Ciencias Administrativas de la Universidad nacional de Piura. 2017. Piura – Perú.
- Vicente B. (2016). *“Propuesta de un protocolo de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio en el área de venta y postventa de América Móvil Perú”*

S.A.C. - sede Mall Aventura Plaza Trujillo”. Tesis para obtener el título de Administrador de Empresas en la Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, 2016.

Yrigoyen Y. (2019) “*La calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el sector ferretero caso: zona denominada “Las Malvinas” en Lima Metropolitana 2018*” tesis para optar el Grado Académico de Maestro en Administración de Negocios de la Universidad Particular San Martín de Porres, 2018.

Zeithaml y Bitner (2002) “*Marketing de servicios; un enfoque de integración del cliente a la empresa*”. Editorial Mc Graw Hill. México.

Zuleta D. Clemenza C, Araujo R. (2014) “*Calidad de servicio percibida por los usuarios de los programas de postgrado en gerencia de la facultad de ciencias económicas y sociales*” Tesis para optar el Grado de Doctor en Administración - Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Nariño – Venezuela, 2014.



## **ANEXOS**

### **Anexo 1. Instrumentos de recolección de datos.**

#### **CUESTIONARIO**

##### **PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CLIENTE.**

Estimado cliente, las preguntas que a continuación se le presenta, van dirigidas a recoger información referente a los servicios que ofrece el Banco de la Nación Agencia 2 periférica Trujillo, por ello se le presentan un conjunto de afirmaciones. Su apoyo consiste en responder a cada una de ellas considerando cuatro opciones de respuesta. Se le agradece marcar con una "X" lo más sinceramente posible. No tiene que colocar su nombre en este formato pues se resguardará el anonimato de los participantes. De antemano, muchas gracias por su colaboración.

<b>N°</b>	<b>Items</b>	<b>Siempre</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Pocas veces</b>	<b>Nunca</b>
<b>Dimensión: Requisitos del protocolo</b>					
1	El Banco de la Nación brinda todos los servicios que se puede encontrar en una entidad financiera				
2	Los servicios que ofrece el Banco de la Nación son competitivos respecto a otras entidades financieras				
3	Considera adecuados la condiciones de infraestructura que tiene el Banco				
4	Considera segura las condiciones de prestación de servicios del Banco				
5	Conoce los protocolos de atención que realiza el Banco.				
6	Es visible la difusión del protocolo que ofrece el Banco.				
<b>Dimensión: Conocimiento del cliente</b>					
7	Es fácil acceder a un servicio en el banco.				
8	Existen restricciones para solicitar un servicio en el banco				

9	Los colaboradores del banco consultan con sus clientes sobre sus necesidades de servicio				
10	Consideran que sus necesidades de servicio no son contempladas por el banco.				
11	Acude al banco frecuentemente para solicitar un servicio				
12	Los clientes del banco en su mayoría son adultos de la tercera edad.				
Observaciones:					

### SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Estimado cliente, las preguntas que a continuación se le presenta, van dirigidas a recoger información referente a los servicios que ofrece el Banco de la Nación, por ello se le presentan un conjunto de afirmaciones. Su apoyo consiste en responder a cada una de ellas considerando cuatro opciones de respuesta. Se le agradece marcar con una "X" lo más sinceramente posible. No tiene que colocar su nombre en este formato pues se resguardará el anonimato de los participantes. De antemano, muchas gracias por su colaboración.

N°	Items	Siempre	Casi siempre	Pocas veces	Nunca
<b>Dimensión: Relaciones de atención</b>					
1	El Banco de la Nación brinda información clara a sus clientes				
2	El Banco de la Nación tiene señalizado todos su servicios y ambientes para brindar orientación al cliente				
3	Los empleados del banco brindan buen trato a todos sus clientes				
4	Los empleados del banco son amables con todas las personas que ingresan al recinto.				
5	Los empleados del Banco comunican a sus clientes los servicios que ofrecen				
6	Existe algún tipo de comunicación escrita dentro de las instalaciones del banco.				
<b>Dimensión: Relaciones de identificación y pertenencia</b>					

7	Cuál es la frecuencia de uso de servicios que tiene usted en el banco				
8	Cada vez que viene al banco hace uso del mismo servicio				
9	Conoce usted el procedimiento para hacer uso de un servicio en el banco				
10	Está de acuerdo con el protocolo de atención que brinda el banco				
11	Las normas del banco son claros y precisos para usted				
12	Los empleados del banco dan una imagen de honestidad y confianza				
<b>Dimensión: Valor percibido</b>					
13	Los empleados del banco siempre están con buen ánimo para brindar su atención				
14	De vez en cuando encuentra empleados de mal humor.				
15	Los empleados del banco se muestran colaborativos todo el tiempo				
16	Cree usted que los empleados del banco colaboran con los clientes de forma natural.				
17	Los empleados del banco son amables todo el tiempo				
18	La amabilidad que muestran los empleados es natural				
Observaciones:					

## Anexo 2. Autorización del Banco de la Nación para realizar la investigación

SOLICITAMOS AUTORIZACION PARA  
DESARROLLO DE PROYECTO DE  
INVESTIGACION



Señor Marco Vásquez Coronel  
Administrador Agencia 2 Periférica Trujillo  
Banco de la Nación  
CIUDAD,

Nosotros, ALEX RODRIGUEZ ESPEJO, identificada con DNI 19022101 y con ID 000159480, ELÓISA ARMAS AGUILAR con DNI 19253993 y con ID 000158420, alumnos de la Escuela Profesional de Administración; ante Ud. Con el debido respeto nos presentamos y exponemos:

Que, con el fin de desarrollar nuestro Proyecto de Investigación Titled: "PROTOCOLO DE ATENCION Y SU RELACION CON LA SATISFACCION DEL CLIENTE EN EL BANCO DE LA NACION, AGENCIA 2 PERIFERICA TRUJILLO, AÑO 2019", acudimos a su digno despacho para solicitar nos autorice para recabar información respecto a los protocolos de atención a los clientes que se brindan en dicha Oficina, que estrategias utilizan y como miden la satisfacción de sus clientes, así como poder realizar las encuestas y de demás información respecto a nuestra investigación.

Por lo expuesto:

Ruego a usted, acceder a mi petición por ser de justicia.

Trujillo, 01 de julio 2019

ALEX RODRIGUEZ ESPEJO  
DNI: 19022101  
ID: 000159480

ELÓISA ARMAS AGUILAR  
DNI : 19253993  
ID: 000158420

### Anexo 3. Cálculo de la fiabilidad del protocolo de atención y satisfacción del cliente

Resultado1 [Documento1] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Resultado

- Registro
- Fiabilidad
- Título
- Notas
- Conjunto de datos:
- Escala: PROTOCO...
- Título
- Resumen de...
- Estadísticas...
- Estadísticas...

#### Escala: PROTOCOLO DE ATENCIÓN

##### Resumen de procesamiento de casos

Casos	Válido	N	%
		370	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	370	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

##### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,927	12

##### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1	33,9405	32,950	,481	,928
P2	33,6568	26,633	,935	,909
P3	34,2676	33,383	,292	,933
P4	33,5676	29,476	,718	,919

IBM SPSS Statistics Processor está listo    Unicodex: ON

18°C Muy nublado    17:30    15/05/2022

Resultado1 [Documento1] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Resultado

- Registro
- Fiabilidad
- Título
- Notas
- Conjunto de datos:
- Escala: PROTOCO...
- Título
- Resumen de...
- Estadísticas...
- Estadísticas...

#### Escala: PROTOCOLO DE ATENCIÓN

##### Resumen de procesamiento de casos

Casos	Válido	N	%
		370	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	370	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

##### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,927	12

##### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1	33,9405	32,950	,481	,928
P2	33,6568	26,633	,935	,909
P3	34,2676	33,383	,292	,933
P4	33,5676	29,476	,718	,919
P5	34,1568	33,374	,288	,933
P6	33,5622	27,661	,914	,910
P7	33,9000	32,426	,527	,927
P8	33,5622	28,328	,823	,915
P9	33,5595	28,356	,899	,912
P10	33,5973	28,653	,872	,913
P11	33,5486	30,265	,801	,918
P12	34,0162	26,965	,707	,924

IBM SPSS Statistics Processor está listo    Unicodex: ON

18°C Muy nublado    17:31    15/05/2022

\*Resultado2 [Documento2] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Resultado

- Registro
- Fiabilidad
  - Título
  - Notas
  - Escala: SATISFAC
    - Título
    - Resumen de Estadísticas
    - Estadísticas

### Escala: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

#### Resumen de procesamiento de casos

Casos	Válido	N	%
	Válido	370	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	370	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,944	18

#### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1	61,1270	45,325	,553	,943
P2	61,1405	45,568	,643	,941
P3	61,1054	45,580	,658	,941

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unicode.ON

18°C Parc. soleado 17:20 15/05/2022

ALFA DE CRONBACH - SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.sps [Documento2] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Resultado

- Registro
- Fiabilidad
  - Título
  - Notas
  - Escala: SATISFAC
    - Título
    - Resumen de Estadísticas
    - Estadísticas

Alfa de Cronbach	N de elementos
,944	18

#### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1	61,1270	45,325	,553	,943
P2	61,1405	45,568	,643	,941
P3	61,1054	45,580	,658	,941
P4	61,1703	44,960	,484	,946
P5	61,1946	44,146	,756	,939
P6	61,1919	44,351	,820	,938
P7	61,1757	44,102	,705	,940
P8	61,1973	44,462	,710	,940
P9	61,1703	44,803	,745	,939
P10	61,1892	44,257	,734	,939
P11	60,8541	48,965	,249	,946
P12	61,3811	42,074	,820	,938
P13	60,7784	49,875	,072	,947
P14	61,2622	43,441	,844	,936
P15	61,3162	43,371	,907	,936
P16	61,0378	46,622	,476	,944
P17	61,3270	42,725	,925	,935
P18	61,5216	40,678	,791	,939

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unicode.ON

18°C Parc. soleado 17:24 15/05/2022

#### Anexo 4. Matriz de consistencia.

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título de la investigación:		PROTOCOLO DE ATENCIÓN Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL BANCO DE LA NACIÓN AGENCIA 2 PERIFÉRICA TRUJILLO, AÑO 2021		
Línea de investigación:		MARKETING		
Apellidos y nombres del experto		Barraza Jáuregui Gabriela del Carmen		
Instrumento que pertenece la variable		SATISFACCIÓN DEL CLIENTE		
Mediante la matriz de evaluación de expertos usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando una "x" en las columnas de SI ó NO; así mismo, pueden colocar en observaciones alguna sugerencia con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.				
Items	Preguntas	SI	NO	Observaciones
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	x		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	x		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de investigación?	x		
5	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	x		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con la variable?	x		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de los datos?	x		
8	¿Son entendibles las alternativas de respuestas del instrumento de medición?	x		
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	x		
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para el sujeto de estudio?	x		
Sugerencias:				
Firma del experto: Ms. Gabriela Barraza Jauregui DNI N° 08715119				

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título de la investigación:		PROTOCOLO DE ATENCIÓN Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL BANCO DE LA NACIÓN AGENCIA 2 PERIFÉRICA TRUJILLO, AÑO 2021		
Línea de investigación:		MARKETING		
Apellidos y nombres del experto		Barraza Jáuregui Gabriela del Carmen		
Instrumento que pertenece la variable		PROTOCOLO DE ATENCIÓN		
Mediante la matriz de evaluación de expertos usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando una "x" en las columnas de SI ó NO; así mismo, pueden colocar en observaciones alguna sugerencia con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.				
Items	Preguntas	SI	NO	Observaciones
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	x		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	x		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de investigación?	x		
5	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	x		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con la variable?	x		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de los datos?	x		
8	¿Son entendibles las alternativas de respuestas del instrumento de medición?	x		
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	x		
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para el sujeto de estudio?	x		
Sugerencias:				
Firma del experto: Ms. Gabriela Barraza Jauregui DNI N° 08715119				

**Anexo 5.** Consulta del Registro Único del Contribuyente (RUC) de la empresa.

Resultado de la Búsqueda	
<b>RUC:</b>	<b>20100030686 – BANCO DE LA NACION</b>
<b>Tipo Contribuyente:</b>	EMPRESA DE DERECHO PUBLICO
<b>Nombre Comercial:</b>	-
<b>Fecha de Incorporación:</b>	09/10/1992
<b>Estado:</b>	ACTIVO
<b>Condición:</b>	HABIDO
<b>Domicilio Fiscal:</b>	AV. JAVIER PRADO ESTE NRO. 2499 URB. SAN BORJA LIMA – LIMA – SAN BORJA
<b>Actividad(es) Económica(s):</b>	Principa – CBU 65197 – OTROS TIPOS INTERMEDIACION MONETARIA.
<b>Comprobantes de Pago o/aut. de Impresión (F. 908 u 916):</b>	FACTURA BOLETA DE VENTA NOTA DE CREDITO NOTA DE DEBITO GUISA DE REMISION – REMITENTE COMPROBANTE DE RETENCION
<b>Sistema de Emisión Electrónica:</b>	DESDE LOS SISTEMAS DEL CONTRIBUYENTE. AUTORIZ DESDE 09/11/2016
<b>Afiliado al PLE desde:</b>	01/01/2013
<b>Padroneo:</b>	Incorporado al Régimen de Agentes de Retención de IGV (R.S.037-2002) a partir del 01/06/2002





## Anexo 7. Evidencia del desarrollo de la investigación.

