

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



## CENTRO DE POSGRADOS

### MAESTRÍA ACADÉMICA (MA) CON TRAYECTORIA PROFESIONAL (TP) EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS COHORTE 2021

---

**Tema:** “GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN EL SERVICIO  
AL CLIENTE DEL BANCO INTERNACIONAL DE LA CIUDAD DE AMBATO”

---

Trabajo de Titulación, previo a la obtención del Grado Académico de Magister en  
Dirección de Empresas

**Modalidad del trabajo de Titulación:** Proyecto de Titulación con Componentes  
de Investigación Aplicada.

**Autor:** Ingeniero Luis Fabián Solis Chamorro

**Director:** Ingeniero Carlos Fernando Meléndez Tamayo, PhD.

Ambato – Ecuador

2022

*A la Unidad Académica de Titulación del Centro de Posgrados*

El Tribunal receptor del Trabajo de Titulación, presidido por el Ingeniero Héctor Fernando Gómez Alvarado. PhD, e integrado por los señores: *Ing. Víctor Hugo Córdova Aldas PhD* y *Ing. Ximena Alexandra Morales Urrutia PhD*, designados por la Unidad Académica de Titulación del Centro de Posgrados de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el Trabajo de Titulación con el tema: “Gestión Organizacional y su incidencia en el Servicio al Cliente del Banco Internacional de la Ciudad de Ambato” elaborado y presentado por el Ingeniero Luis Fabián Solis Chamorro, para optar por el Grado Académico de Magíster en Dirección de Empresas; una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Titulación, el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.

-----  
*Ing. Héctor Fernando Gómez Alvarado. PhD.*  
**Presidente y Miembro del Tribunal**

-----  
*Ing. Víctor Hugo Córdova Aldas PhD*  
**Miembro del Tribunal**

-----  
*Ing. Ximena Alexandra Morales Urrutia PhD*  
**Miembro del Tribunal**

## **AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el Trabajo de Titulación presentado con el tema: Gestión Organizacional y su incidencia en el Servicio al Cliente del Banco Internacional de la Ciudad de Ambato, le corresponde exclusivamente a: Ingeniero Luis Fabián Solís Chamorro, Autor bajo la Dirección de Ingeniero Carlos Fernando Meléndez Tamayo Ph.D. Director del Trabajo de Titulación, y el patrimonio intelectual a la Universidad Técnica de Ambato.

-----  
*Ingeniero Luis Fabián Solís Chamorro*  
*c.c.:1804321691*  
**AUTOR**

-----  
*Ingeniero Carlos Fernando Meléndez Tamayo, PhD.*  
*c.c.:1802733061*  
**DIRECTOR**

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que el Trabajo de Titulación, sirva como un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos de mi trabajo, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este, dentro de las regulaciones de la Universidad.

-----  
*Ingeniero Luis Fabián Solís Chamorro*  
*c.c.: 1804321691*

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

Portada.....	i
A la Unidad Académica de Titulación del Centro de Posgrados .....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN .....	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	v
ÍNDICE DE TABLAS .....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xii
AGRADECIMIENTO.....	xiii
DEDICATORIA .....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO .....	xv
EXECUTIVE SUMMARY.....	xvii
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Introducción .....	1
1.2. Justificación.....	3
1.3. Objetivos .....	5
1.3.1. General .....	5
1.3.2. Específicos.....	5
CAPÍTULO II .....	6
ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	6
2.1. Gestión organizacional.....	9
2.1.1. Definición.....	9
2.1.3. Optimización de recursos .....	10
2.1.3.1. Eficacia.....	10
2.1.3.2. Eficiencia.....	10
2.1.4. Cumplimiento de objetivos .....	11
2.1.4.1. Características de los objetivos de una empresa .....	11

2.1.5. Gestión .....	12
2.1.5.1. Definición.....	12
2.1.6. Niveles de la gestión organizacional.....	14
2.1.6.1. Nivel institucional .....	14
2.1.6.1.1. Funciones .....	14
2.1.6.2. Nivel intermedio.....	15
2.1.6.2.1. Funciones .....	15
2.1.6.3. Nivel operativo.....	15
2.1.6.3.1. Funciones .....	16
2.2. Proceso administrativo.....	16
2.2.1. Características del proceso administrativo.....	17
2.2.1.1. Habilidades del personal .....	17
2.2.1.2. Competencias esenciales.....	18
2.3. Administración.....	20
2.3.1. Origen.....	20
2.3.2. Definición.....	20
2.4. Tipos de administración .....	21
2.4.1. Administración de servicios.....	21
2.4.1.1. Definición.....	21
2.4.1.2. Objetivos de la administración.....	22
2.4.1.3. Objetivos .....	22
2.5. Calidad en el servicio .....	23
2.5.1. Definición.....	23
2.5.2. Calidad .....	24
2.5.2.1. Definición.....	24
2.6. Servicio al cliente.....	25
2.6.1. Definición.....	25
2.6.2. Tipos de Clientes.....	26
Clientes reales .....	26
Clientes potenciales.....	26
2.6.3. Pilares fundamentales de la calidad en el servicio al cliente .....	27

CAPÍTULO III.....	29
MARCO METODOLÓGICO.....	29
3.1 Ubicación .....	29
Agencias en Ambato .....	29
3.2 Equipos y materiales .....	29
Humanos .....	29
Tecnológicos .....	30
3.3 Tipo de investigación .....	30
Investigación Descriptiva.....	30
Investigación Exploratoria .....	30
Modalidades de la investigación.....	31
Documental .....	31
De campo .....	31
Enfoque de la investigación .....	31
Enfoque cuantitativo .....	32
Enfoque cualitativo .....	32
3.4 Prueba de Hipótesis - pregunta científica – idea a defender.....	32
3.5 Población o muestra:.....	32
Muestreo no probabilístico.....	32
3.6 Recolección de información.....	32
Cuestionario estructurado.....	33
Validación del instrumento .....	33
Validación por expertos .....	33
Alfa de Cronbach .....	34
3.7 Procesamiento de la información y análisis estadístico .....	35
Variables de respuesta o resultados esperados.....	35
3.8 Variables respuesta o resultados alcanzados .....	36
Métodos.....	37
CAPÍTULO IV .....	40
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	40
CAPÍTULO V .....	66

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	66
5.1 Conclusiones .....	66
5.2 Recomendaciones.....	67
6. Bibliografía .....	68
7. Anexos.....	72
7.1. Encuesta .....	72
7.2. Validación de Expertos .....	75



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Desarrollo de los objetivos de la empresa.....	12
Tabla 2. Validación de casos.....	34
Tabla 3. Validación de la encuesta.....	34
Tabla 4. Frecuencia de encuestados por Sexo.....	35
Tabla 5. Prueba de Kolmogorov Smirnov para una muestra .....	38
Tabla 6. Decisión final de hipótesis por preguntas .....	39
Tabla 7. Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Sexo .....	40
Tabla 8. Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Cargo .....	41
Tabla 9. Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Edad.....	42
Tabla 10. Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Nivel de estudios.....	43
Tabla 11. Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Discapacidad .....	44
Tabla 12. Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Agencia..	45
Tabla 13. Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Sector de residencia.....	46
Tabla 14. Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Estado civil .....	47
Tabla 15. Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Etnia.....	48
Tabla 16. Preocupación por un buen servicio .....	49
Tabla 17. Medidas de prevención para precautelar riesgos .....	50
Tabla 18. Recursos necesarios para el trabajo eficiente.....	51
Tabla 19. Equipos necesarios para realizar el trabajo .....	52
Tabla 20. Procesos operativos enfocados al servicio al cliente .....	53
Tabla 21. Recurso humano enfocado a requerimientos específicos .....	54
Tabla 22. Ejecución de valores institucionales al cliente.....	55
Tabla 23. Ambientes de trabajo físicos y/o virtuales adecuados .....	56
Tabla 24. Tiempos de respuesta adecuados para los requerimientos.....	57

Tabla 25. Cultura del buen trato al cliente sin excepción .....	58
Tabla 26. Comunicación oportuna brindada a clientes .....	59
Tabla 27. Capacitación del personal para cumplir con requerimientos .....	60
Tabla 28. Requerimientos resueltos de forma oportuna.....	61
Tabla 29. Los productos y servicios son adecuados para el cliente .....	62
Tabla 30. Satisfacción del cliente en el Banco Internacional.....	63
Tabla 31. Información cruzada del indicador cargo con tiempos de respuesta .....	64

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Sexo .....	40
Gráfico 2. Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Cargo ....	41
Gráfico 3. Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Edad.....	42
Gráfico 4. Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Nivel de estudio .....	43
Gráfico 5. Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Discapacidad .....	44
Gráfico 6. Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Agencia.	45
Gráfico 7. Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Sector de residencia.....	46
Gráfico 8. Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Estado civil .....	47
Gráfico 9. Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Etnia .....	48
Gráfico 10. Preocupación por un buen servicio .....	49
Gráfico 11. Medidas de prevención para precautelar riesgos .....	50
Gráfico 12. Recursos necesarios para el trabajo eficiente.....	51
Gráfico 13. Equipos necesarios para realizar el trabajo .....	52
Gráfico 14. Procesos operativos enfocados al servicio al cliente .....	53
Gráfico 15. Recurso humano enfocado a requerimientos específicos .....	54
Gráfico 16. Ejecución de valores institucionales al cliente.....	55
Gráfico 17. Ambientes de trabajo físicos y/o virtuales adecuados .....	56
Gráfico 18. Tiempos de respuesta adecuados para los requerimientos.....	57
Gráfico 19. Cultura del buen trato al cliente sin excepción .....	58
Gráfico 20. Comunicación oportuna brindada a clientes .....	59
Gráfico 21. Capacitación del personal para cumplir con requerimientos .....	60
Gráfico 22. Requerimientos resueltos de forma oportuna .....	61
Gráfico 23. Los productos y servicios son adecuados para el cliente .....	62
Gráfico 24. Satisfacción del cliente en el Banco Internacional .....	63

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Categorías Fundamentales .....	9
Ilustración 2. Diferencias entre eficacia y eficiencia .....	11
Ilustración 3. Teorías de Evolución de la gestión .....	13
Ilustración 4. El proceso administrativo (características) .....	17
Ilustración 5. Competencias esenciales.....	19
Ilustración 6. Objetivos de la administración.....	22
Ilustración 7. Objetivos de la administración de servicios.....	23
Ilustración 8. Clasificación de los clientes reales.....	26
Ilustración 9. Pilares de servicio al cliente.....	28

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la Universidad Técnica de Ambato, a los docentes, que con su dedicación y apoyo incondicional me guiaron y me brindaron la oportunidad de formarme como un profesional de éxito.

Mi especial agradecimiento a mi director del proyecto y cada uno de los miembros del tribunal por su invaluable aporte de conocimientos para el desarrollo del presente trabajo.

Mi afectuoso agradecimiento a Banco Internacional, por la apertura para la realización del trabajo de investigación.

**LUIS FABIAN**

## **DEDICATORIA**

Dedico mi trabajo a Dios, por brindarme la vida y la oportunidad de haber culminado una meta en mi vida personal y profesional, a mi esposa, mis padres por su ejemplo y apoyo incondicional.

**LUIS FABIÁN**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**CENTRO DE POSGRADOS**  
**MAESTRÍA ACADÉMICA (MA) CON TRAYECTORIA PROFESIONAL (TP)**  
**EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS**  
**COHORTE 2021**

**TEMA:**

*GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN EL SERVICIO AL CLIENTE  
DEL BANCO INTERNACIONAL DE LA CIUDAD DE AMBATO*

**MODALIDAD DE TITULACIÓN:** *Proyecto de Titulación con Componentes de Investigación Aplicada.*

**AUTOR:** *Ingeniero Luis Fabián Solis Chamorro*

**DIRECTOR:** *Ingeniero Carlos Fernando Meléndez Tamayo, Ph.D.*

**FECHA:** *veinte y seis de septiembre de dos mil veinte y dos.*

**RESUMEN EJECUTIVO**

La gestión organizacional es una de las técnicas gerenciales la cual facilita a las organizaciones ser más proactivas en lo que respecta a la formulación de los escenarios futuros y de esta forma visualizar los hechos más probables, así como los resultados que se desean obtener; más aún en el servicio al cliente que dentro de las entidades financieras es el proceso que tienen mayor atención en la parte gerencial. Esta investigación tiene como objetivo analizar la influencia de la gestión organizacional en el servicio al cliente de Banco Internacional. El estudio es de tipo descriptiva- exploratoria, mediante un enfoque cuanti-cualitativo, en donde se pueden obtener una tendencia en los resultados obtenidos; se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario estructurado de 25 preguntas en escala de Likert; la validación del instrumento se realizó por medio de expertos y se comprobó la confiabilidad del mismo mediante Alfa de Cronbach con un valor de confiabilidad de 0,985 a las 15 preguntas directas de la

investigación; la población de estudio fueron 30 funcionarios de Banco Internacional, quienes están identificados por las agencias de trabajo en la ciudad de Ambato. Los resultados obtenidos de la investigación permitieron la identificación de la relación que existe entre la gestión organizacional y el servicio al cliente en Banco Internacional; finalmente se concluye que las variables de estudio están directamente relacionadas; es decir que al existir una excelente gestión organización en su nivel superior o estratégico el indicador de servicio al cliente sería óptimo puesto que se toman decisiones que afectan de forma positiva a la totalidad de funcionarios que son parte de Banco Internacional; de la misma forma se debe destacar que la gestión organizacional es de mucha importancia en el servicio al cliente, pues permite tomar decisiones por medio de la calidad del servicio.

**DESCRIPTORES:** *ADMINISTRACIÓN, ADMINISTRACIÓN DE SERVICIOS, CALIDAD DE SERVICIO, EFICACIA, EFICIENCIA, FIDELIZACIÓN, GESTIÓN, GESTIÓN ORGANIZACIÓN, PROCESO ADMINISTRATIVO, TIPOS DE GESTIÓN, SERVICIO AL CLIENTE.*



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**CENTRO DE POSGRADOS**  
**MAESTRÍA ACADÉMICA (MA) CON TRAYECTORIA PROFESIONAL (TP)**  
**EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS**  
**COHORTE**

**THEME:**

*ORGANIZATIONAL MANAGEMENT AND ITS IMPACT ON THE CUSTOMER SERVICE OF THE INTERNATIONAL BANK OF THE CITY OF AMBATO*

**DEGREE MODALITY:** *Degree Project with Applied Research Components.*

**AUTHOR:** *Engineer Luis Fabián Solís Chamorro*

**DIRECTED BY:** *Engineer Carlos Fernando Meléndez Tamayo, Ph.D.*

**DATE:** *September twenty six, two thousand and twenty two.*

**EXECUTIVE SUMMARY**

Organizational management is one of the managerial techniques which makes it easier for organizations to be more proactive with regard to the formulation of future scenarios and thus visualize the most likely events, as well as the results that are desired; Even more, so in customer service than within financial entities, it is the process that receives the most attention from the management side. The objective of this research is to analyze the influence of organizational management on Banco Internacional's customer service. The study is of a descriptive-exploratory type, through a quantitative-qualitative approach, where a trend in the results obtained can be obtained; the survey technique was applied and as an instrument a structured questionnaire of 25 questions on a Likert scale; the validation of the instrument was carried out by means of experts and its reliability was verified by means of Cronbach's Alpha with a reliability value of 0.985 at the 15 direct questions of the investigation; The study population was 30 employees of Banco

Internacional, who are identified by labour agencies in the city of Ambato. The results obtained from the investigation allowed the identification of the relationship that exists between organizational management and customer.

**KEYWORDS:** *ADMINISTRATION, ADMINISTRATION OF SERVICES, QUALITY OF SERVICE, EFFECTIVENESS, EFFICIENCY, LOYALTY, MANAGEMENT, ORGANIZATION MANAGEMENT, ADMINISTRATIVE PROCESS, TYPES OF MANAGEMENT, CUSTOMER SERVICE.*

# CAPÍTULO I

## EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1. Introducción

La investigación aborda el tema de la gestión organizacional y su incidencia en el servicio al cliente del Banco Internacional de la ciudad de Ambato; considerando que las definiciones de calidad y eficiencia son estrategias que permiten un crecimiento a las organizaciones de forma acelerada procurando procesos más dinámicos y que se ajustan al entorno al cual están dirigidos.

El objetivo de esta investigación es analizar la gestión organizacional en el servicio al cliente, para ello se realiza la fundamentación teórico-científica de las variables de estudio, así como diagnosticar los niveles de la gestión empresarial para finalmente determinar el impacto que permitan mejorar los procesos del servicio al cliente.

Se desarrolló una investigación de campo, en la cual se aplicó la técnica de la encuesta y su instrumento fue un cuestionario estructurado de 9 preguntas sociodemográficas y 15 preguntas en escala de Likert de 5 puntos, además realizó una recolección de datos de la población en la que se ejecutó la investigación, ésta se conformó por 30 funcionarios del Banco Internacional de la ciudad de Ambato, además se aplicó una investigación documental que efectúa un estudio de varias investigaciones enfocadas al tema, obteniendo una perspectiva más clara del problema. El instrumento estuvo validado de forma cualitativa por medio de dos expertos quienes aprobaron el instrumento y además de forma cuantitativa mediante el estadístico de Alfa de Cronbach en donde se obtuvo un resultado de altamente confiable, puesto que el mismo supera la aceptabilidad en lo que respecta a las preguntas utilizadas para la investigación.

Este trabajo de investigación se compone de cinco capítulos, detallados a continuación:

En el primer capítulo se desarrolla la definición del problema, se identifican las variables, y además se contextualizan con investigaciones previas, dando una explicación de la gestión organizacional en el servicio al cliente. De la misma forma se justifica el trabajo de investigación, se delimita de manera temporal y espacial, para finalmente presentar los objetivos del trabajo.

El segundo capítulo detalla los antecedentes investigativos y el estado del arte, se redacta los fundamentos de manera científica que facilitan el sustento a la investigación, determinando las variables de estudio: variable independiente Gestión organizacional y la variable dependiente Servicio al cliente, determinando la hipótesis como respuesta alternativa del problema antes mencionado.

El tercer capítulo determina la metodología de investigación, empleando un enfoque cuanti-cualitativo, se utiliza la encuesta como instrumento principal de levantamiento de información; se identifica la población, para realizar el procesamiento y análisis de la información estadística.

En el cuarto capítulo se aborda el análisis de datos y la interpretación de la información recolectada mediante test especializados para procesar la información, así también se realiza la discusión de resultados obtenidos, finalmente se verifica la hipótesis ¿La gestión organizacional mejora la atención al cliente?

En el quinto capítulo se procede con establecer las conclusiones y recomendaciones mismas que provienen de los resultados de la investigación, respondiendo directamente a los objetivos planteados que permiten dar una respuesta al problema propuesto y así brindar recomendaciones para futuras investigaciones.

## **1.2. Justificación**

La presente investigación parte con el objeto de establecer la relación de la gestión organizacional y el servicio al cliente del Banco Internacional de la ciudad de Ambato, considerando que estos procesos encaminan a la institución a lograr los objetivos estratégicos, mejorando habilidades y actitudes que involucra a todo el personal.

En la actualidad la demanda de los clientes y usuarios son más altos, cada vez se requiere brindar servicios con eficiencia y eficacia, medidos con estándares de calidad basados en una excelente gestión organizacional la misma que está directamente relacionada con el servicio al cliente.

En el Ecuador la banca tiene características similares en todas las instituciones, puesto que ofertan productos y servicios de forma general, como por ejemplo, cuentas de ahorros, corriente, depósito a plazo fijo, créditos comerciales, productivos, microcrédito, de consumo, hipotecarios, tarjetas de crédito entre otros; pero el reto está en tener un servicio basado en la calidad, para la captación de clientes quienes son el pilar de las instituciones financieras, logrando satisfacer las necesidades de los clientes con beneficios específicos y propios para ellos.

El trabajo sustenta su importancia a la motivación de los funcionarios de la entidad bancaria al implementar, integrar y ejecutar estrategias enfocadas con la organización las mismas que se orientan a un mejor servicio al cliente, siendo este el punto de partida en el desarrollo de procesos y servicios más adecuados sin dejar de lado la calidad y eficacia que proporcionan; puesto que el cliente se siente involucrado en la entidad bancaria al ser tomado en cuenta de forma diferenciada, así también el ser parte de los servicios que brinda y sobre todo el mejoramiento continuo que presta Banco Internacional por medio de un buen trato, en una comunicación asertiva y sobre todo el ser parte de los procesos adecuados que permiten que el cliente sea un actor principal en el funcionamiento del Banco.

Este estudio es de originalidad, porque profundiza la gestión empresarial con todo el personal de la Institución, orientando al servicio al cliente, aplicando de una manera más eficiente todos los conocimientos adquiridos por el investigador, para mantener una estructura alineada a la misión y visión de la institución; como se mencionó anteriormente la mayoría de los bancos ofertan servicios similares en lo que respecta al cliente, por ello Banco Internacional centra su servicio al cliente en el trato personalizado que recibe por parte de sus funcionarios y sobre todo satisfaciendo dudas y sugerencias de forma continua, el servicio al cliente se basa en el cumplimiento de los valores y principios del Banco ya sea dentro y fuera del mismo, con la finalidad de que el cliente se sienta en un lugar tanto físico como virtual lleno de seguridad y procesos confiables.

El presente trabajo de investigación pretende contribuir en la mejora de la gestión organizacional y la atención al cliente, de esta forma aportar al sector financiero de carácter específico al Banco Internacional de la ciudad de Ambato, alcanzando el desarrollo de las estrategias, promoviendo el cumplimiento de objetivos, como contribuir a la reactivación económica del país por medio de consultorías gratuitas para las pequeñas y medianas empresas en los diferentes temas como son costos, planificación y educación financiera.

La factibilidad de la investigación está enmarcada en la actualidad de la información, la disponibilidad de los datos para la investigación por parte de la Institución, como también, el apoyo y compromiso de los funcionarios del Banco Internacional de la ciudad de Ambato en pro de una mejor atención al cliente.

El interés de la investigación radica en el beneficio que podrán tener todos los clientes y/o usuarios considerando la optimización en el tiempo de respuestas adecuadas, además el fortalecimiento y aumento de fidelidad, la captación de futuros clientes a la institución y por qué no decirlo, potenciar en los funcionarios de Banco Internacional el compromiso

de ser una institución financiera de calidad, puesto que cada proceso o servicio representa una nueva oportunidad de mejora continua.

En la actualidad, es importante que las organizaciones cuenten con una excelente calidad en los servicios y procesos que oferten, más aún cuando estas van de la mano con la satisfacción del cliente; por ello, se debe tomar en cuenta que basados en una gestión organizacional eficiente y eficaz los funcionarios de la institución cuenten con los conocimientos adecuados para cumplir con los servicios que se ofrecen en el menor tiempo posible, minimizando recursos y costos, los mismos que se enfocan en el cliente.

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. General**

Analizar la influencia de la gestión organizacional en el servicio al cliente del Banco Internacional de la ciudad de Ambato.

#### **1.3.2. Específicos**

- Fundamentar teóricamente la gestión organizacional y su relación con el servicio al cliente en el Banco Internacional de la ciudad de Ambato.
- Diagnosticar los niveles de gestión organizacional y el servicio al cliente en el Banco Internacional.
- Identificar la relación entre la gestión organizacional y el servicio al cliente del Banco Internacional.

## CAPÍTULO II

### ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para esta investigación se buscaron sustentos fundamentados en trabajos investigativos actuales relacionados con la gestión organizacional y la atención al cliente, permitiendo con estos conocer factores internos como externos que son parte del empoderamiento de los funcionarios de la institución frente a la satisfacción del cliente.

Se inicia con un análisis de una de las variables de la investigación, para lo cual es importante destacar lo que Fernandez-Barrios, A. (2020) en su artículo científico denominado Calidad de servicio en las entidades financiera vs los recursos humanos concluye que la dirección de recursos humanos de una institución es la base para que la misma funcione con calidad y a la vez ésta sea rentable y perdurable; por lo tanto, la motivación laboral es satisfactoria y se obtiene con ello el compromiso de los funcionarios, permitiendo que el programa de Calidad Total cumpla con sus objetivos.

Por otra parte, con referencia a la variable gestión organizacional es importante lo que afirma Tello (2019) en su trabajo de master titulado La gestión y el proceso de atención de los usuarios de la ventanilla preferencia del Banco de la Nación, Agencia Larco, Trujillo concluye que la relación que existe entre el grado de la gestión de la calidad y el proceso de la atención al cliente están influenciadas, es decir, tienen una correlación de 0.647 lo que corrobora que las dos variables de este estudio son significativas puesto que el pvalor es de 0.002 el cual está por debajo del pvalor estándar que es 0.05; por ello, a una mejor gestión de la calidad incidirá en una adecuada atención de los clientes en la ventanilla preferencial del Banco de la Nación.

Desde la perspectiva de Rojas, Bejarano, & Marín (2016) en su artículo Análisis de las estructuras de gestión del servicio en empresas del sector de servicios menciona que los modelos y sus características son importantes para el cliente y a la vez estas estrategias deben ser utilizadas en la empresa de acuerdo con su estructura; así también en la forma



de gestionar el servicio tomando en cuenta el tipo de liderazgo, el mercado, los recursos con la finalidad de entregar un servicio al cliente adecuado y en la menor cantidad de tiempo posible.

Tomando en cuenta el estudio sobre el servicio al cliente de Pincay-Morales & Parra-Ferrié (2020) en su artículo: Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador; afirma que en el Caribe y América Latina el 47% del empleo se logra por medio de las MIPYMES permitiendo con esto el aseguramiento de la distribución de la riqueza y por consiguiente el encadenamiento de la producción, siendo un pilar fundamental al momento de hablar sobre desarrollo económico y el progreso en la calidad de vida de los habitantes; de la misma forma se debe tomar en cuenta que las PYMES en su mayoría desconocen del alcance sobre a gestión de calidad cuando se refiere a servicio; estas empresas en lo particular usan métodos no tan confiables al momento de la evaluación de la productividad de los funcionarios; por la misma razón carecen de experiencias anteriores en lo que respecta a procesos de gestión organizacional, por ello se recomienda que debe existir la formación pertinente para mejorar el servicio al cliente.

Acotando a la variable que se menciona en el párrafo anterior Izquierdo (2019) en su artículo científico con el título Desafíos del servicio al cliente en los bancos tiene como conclusión que el servicio al cliente es uno de los factores muy importantes en los bancos puesto que permite decidir si el usuario será o no parte del banco como un cliente potencial o la vez tomará la decisión de cambiarse a otro; la investigación presenta en sus resultados que un aproximado del 89% de los clientes cambian el proveedor de los servicios bancarios al tener por lo menos la primera mala experiencia; por lo cual se indica que es muy importante que se ofrezca un servicio de calidad al cliente y por consiguiente la retención del mismo.

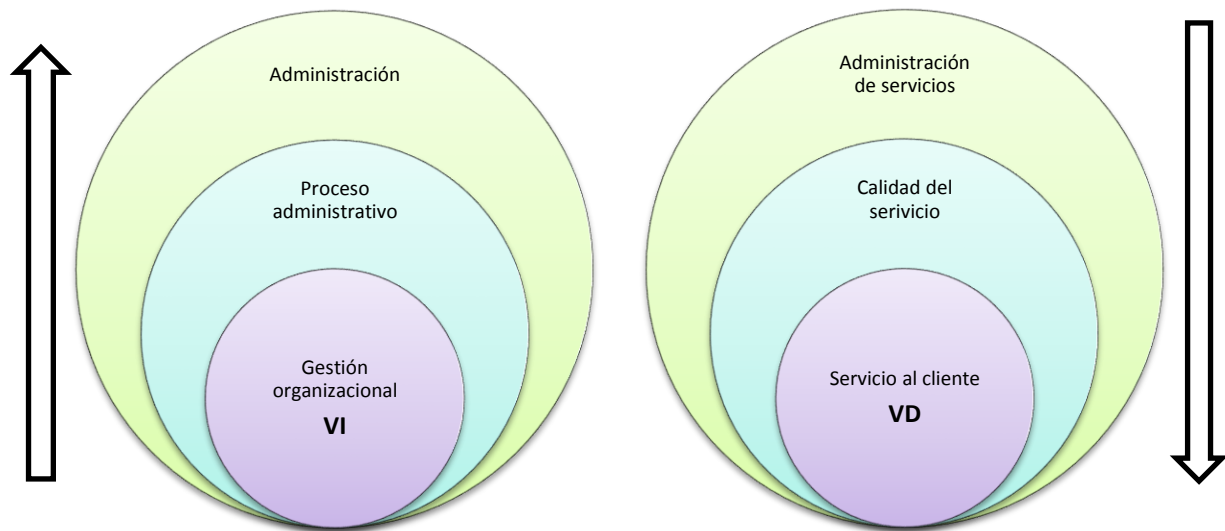
Es en este sentido que, la atención al cliente es trascendental para el éxito o fracaso de una organización más aun en la globalización del mundo, es considerada la gestión más

importante para agregar valor a los productos y servicios que brinda la empresa, por ello, es decisivo tomar acciones de mejora en la atención o servicio al cliente y que ésta sea bajo normas de calidad, eficiencia y conocimiento específico.

Desde la perspectiva de Mora (2020) en su artículo de investigación con el tema Influencia de la inteligencia de negocios en los procesos de toma de decisiones dentro de las instituciones financieras en su discusión menciona que las instituciones financieras deben resistir a los cambios en el mercado y por consiguiente a las nuevas regulaciones que se presenten, la calidad de las instituciones se centran en el uso de la información como en la disponibilidad y finalmente en el aprovechamiento de la tecnología para una adecuada toma de decisiones basado en un sistema de inteligencia de negocios, puesto que el mismo promueve información que es considerada como uno de los activos más importantes en las instituciones financieras.

Por otra parte en su estudio Valenzuela-Salazar, Nemecio, Buentello, Gomez, & Villarreal-Sánchez (2019) en su investigación con el tema La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una PYME de servicios difunde en su trabajo por medio de un análisis de la percepción que tienen los clientes denominados como preferenciales de las PYME de servicios y la satisfacción sobre los productos que compra el cliente están directamente relacionados dentro del mercado, puesto que la palabra satisfacción es sinónimo de buena calidad de productos y servicios; además, las empresas deben esforzarse de forma continua de acuerdo con los resultados que tiene de sus clientes en la parte de percepciones para de esta forma mantenerse en el mercado.

Luego de revisar los antecedentes investigativos en lo que respecta a las dos variables de estudio dentro de esta investigación, se procede al desarrollo del estado del arte por medio de la fundamentación teórica científica de los apartados que se detallan a continuación:



**Ilustración 1.** Categorías Fundamentales

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

## **2.1. Gestión organizacional**

### **2.1.1. Definición**

De acuerdo con Ortiz-Rojas & Pérez-Urbe (2019) menciona que la gestión organizacional dentro de una función que va a la par de la tecnología permite enmarcar factores gerenciales que determinan e intensifican la transformación de servicios y bienes importantes en la sociedad, éstos a la vez son útiles al momento de inferir en el impacto y la importancia de cada uno de los procesos gerenciales que poseen rentabilidad en la empresa.

Según Tamayo-Salamanca, Cortina, & García-Ríos (2020) define a la gestión organizacional en la capacidad de los logros, metas u objetivos, que en la actualidad se muestra afectada por las interacciones dentro de las dimensiones enfocadas con el desarrollo humano, las condiciones de la productividad y el trabajo, las cuales se evidencian en las cualidades que son entregables y se genera el desempeño basado mediciones sean de carácter grupal o individual.

Finalmente, de acuerdo con Pineda (2020) menciona que actualmente la gestión organizacional aborda riesgos bastante importantes generados por las Tecnologías de la Información y la Comunicación, estas estrategias permiten que la gestión organizacional construya y diseñe por medio de la utilización de plataformas digitales una mejor relación con el cliente y por ende su satisfacción.

### **2.1.3. Optimización de recursos**

#### **2.1.3.1. Eficacia**

Para entender el término eficacia se considera a Ilgen, Hollenbeck, Johnson, & Jundt (2021) quienes mencionan que se entiende a la capacidad de lograr el efecto que se espera o se desea dentro de la organización para de esta forma lograr con los objetivos incluyendo esto a la eficiencia y los factores que intervienen en el entorno.

La eficiencia se deriva del latín *efficere* que traducido al español significa lograr o hacer por medio de la consecución de metas, la capacidad administrativa y obtener resultados propuestos por medio de la calidad llegar a un grado de satisfacción deseado.

#### **2.1.3.2. Eficiencia**

Se entiende por eficiencia de acuerdo con la argumentación de Fernández-Ríos & Sánchez, (2007) a la capacidad que tiene una persona en disponer algo y de esta forma conseguir un producto o servicio determinado; a la vez por medio de este proceso se mide las cualidades o capacidades de un individuo o de un sistema para identificar el cumplimiento de algo determinado, todo este conjunto se la realiza bajo la menor utilización de recursos posibles.

Según Merizalde-Leiton (2021) menciona que las características de la eficiencia se complementan con la eficacia siendo su mayor diferencia el alcance y los resultados, así como en los recursos.

A continuación, se muestra un cuadro con características predominantes de estas dos estrategias dentro de una organización:

<b>Eficacia</b>	Hacer las cosas de manera correcta
	Alcanzar metas y objetivos
	Obtener resultados óptimos
	Optimizar recursos.
<b>Eficiencia</b>	Resolver problemas
	Cumplir obligaciones y tareas
	Entrenar a los empleados
	Salvaguardar los recursos

**Ilustración 2.** Diferencias entre eficacia y eficiencia

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

#### **2.1.4. Cumplimiento de objetivos**

De acuerdo con Velilla Manuel (2012) manifiesta que las empresas cometen algunos errores al medir los objetivos puesto que no todas las metas dentro de la organización son de carácter cuantificable; a partir de esta premisa se considera que es medible todo aquellos que se puede dirigir, a esta afirmación errónea se argumenta que el compromiso de los funcionarios y la lealtad de los clientes no son medibles y por consiguiente no forman parte del cumplimiento de los objetivos.

Así mismo Ojeda-Román, (2018) señala que las organizaciones no se deben dejar llevar solo por estadísticas que midan el nivel de cumplimiento de indicadores que son medibles de forma cualitativa o percepciones las mismas que le impiden a la organización estar lejos de su realidad, por consiguiente para cumplir con los objetivos la empresa debe tomar en cuenta al recurso humano como eje importante logrando con esto que la empresa funcione de manera exitosa y sobre todo en la capacitación del personal para alcanzar logros.

##### **2.1.4.1. Características de los objetivos de una empresa**

Para el desarrollo de los objetivos éstos deben cumplir con ciertas características que permita conocer los resultados de la organización convirtiéndose en un factor clave en el

éxito o fracaso de la empresa, además permite ser una fuente de motivación para los funcionarios de forma individual como los equipos de trabajo que en ella se conformen. A continuación, se detallan varias características al momento de establecer objetivos:

**Tabla 1.** Desarrollo de los objetivos de la empresa

<b>Realistas</b>	Identificar el entorno que se puede alcanzar, los recursos y la capacidad de la empresa.  Evitar objetivos que puedan crear falsas ilusiones y que a largo plazo solo desmotive a la organización.
<b>Desafiantes</b>	Estructurar retos que permitan asumirse en todo el entorno de la organización que los ayude a crecer de forma profesional y personal.  Establecer retos pequeños y luego otros más complicados que promuevan la motivación en la superación.
<b>Coherentes</b>	Los objetivos deben estar alineados con las estrategias de la organización y por consiguiente debe tener una conjugación entre ellos.  Evitar las contradicciones que solo provocan entorpecer en buen funcionamiento de la organización.
<b>Alcanzables</b>	Procurar que los objetivos sean realizables, deben tener una total seguridad de que se tienen todos los recursos tanto en talento humano como económicos, así como el tiempo para cumplirlos.
<b>Medibles</b>	Establecer los objetivos con medida de acuerdo con lo que se pretenda alcanzar como organización.  Limitar los objetivos de forma temporal y en base a porcentajes de realización o acción.

**Elaborado por:** Solís, F. (2022)

## 2.1.5. Gestión

### 2.1.5.1. Definición

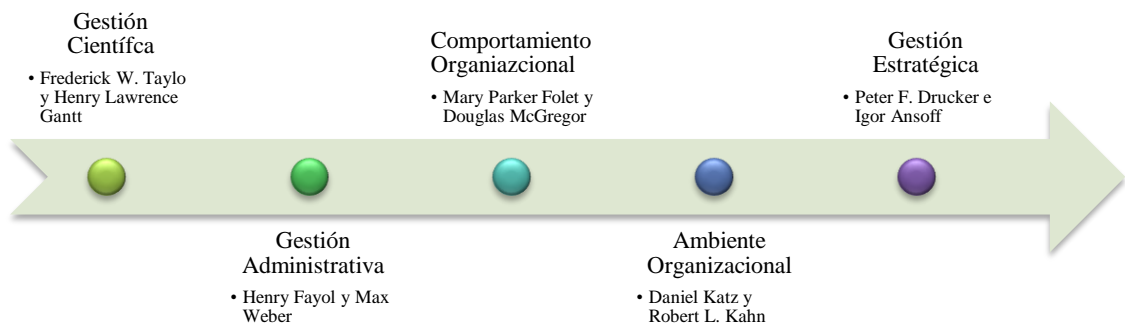
El término gestión para Ramírez-Asís, Maguiña-Palma, & Huerta-Soto (2020) tiene su origen en el año 1884 y proviene de la raíz *gesto* que procede de la lengua latina *gestos*, que a la vez se traduce como movimiento o actitud del cuerpo, mismo que se deriva de

*gerere* que hace alusión a conducir, gestionar o ejecutar, finalmente teniendo como una palabra que hace referencia a administrador y gestor.

Para Robbins y Coulter (2005) citado por Luczywo, Zanazzi, Pontelli, Boaglio, & Zanazzi (2016) refieren a la administración como el proceso de coordinar actividades o servicios dentro de una estación de trabajo, de forma que éstos sean realizados de manera eficaz y eficiente con las personas de su entorno con ellas mismo; permitiendo con esto cumplir con la propia gestión.

Así también, Carrillo-Punina (2019), *define a la gestión como el proceso medular para utilizar y estructurar los recursos que se orientan a las metas y logros y de esta forma llevar a cabo tareas dentro del entorno organizacional*, pág. 8.

De esta forma es como la gestión se entiende como una nueva tecnología y se fundamenta en objetivos que son prácticos y fueron presentados en el siglo XIX tomando el rol de disciplina en 1920 y 1930, la finalidad fue generar un cambio en la mayoría de los procesos enfocados con la organización.



**Ilustración 3.** Teorías de Evolución de la gestión

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

### **2.1.6. Niveles de la gestión organizacional**

En lo que respecta a los niveles de la gestión organizacional estos son la garantía que ofrecen el éxito y la eficacia dentro de las empresas, estos niveles se dividen en tres niveles que permiten la planificación de las líneas maestras que promueven la actividad empresarial y que se ejecutarán para que la misma mantenga el rumbo.

Por otro lado, la eficiencia dentro del desarrollo de los procesos y el cumplimiento de los objetivos dentro de la misma dependen mucho de los niveles de gestión y planeación en lo que respecta al sistema logístico y de funcionamiento desde la parte interna de la empresa; el proceso de planeación está diseñado para lograr los objetivos y metas determinados y esto implica que se deben tener muy claras las acciones como los objetivos que se persiguen en la empresa:

A continuación, se describen los niveles de la gestión organizacional, con sus respectivas características y funciones:

#### **2.1.6.1. Nivel institucional**

Los funcionarios o ejecutivos que son parte de este nivel son aquellos que toman las decisiones que afectan de cierta forma a la totalidad de la empresa; pero a la vez en este nivel no se ocupan de las actividades o procesos que ocurren de forma cotidiana; se definen los objetivos estratégicos o institucionales y se encamina a la organización a que cumpla sus logros, por medio de este nivel gerencial se responsabiliza del desempeño mismo de la empresa y por ende de la toma de decisiones importantes en el crecimiento empresarial.

##### **2.1.6.1.1. Funciones**

- Elaboración del plan estratégico
- Elaboración del análisis FODA
- Toma de decisiones de alto rendimiento



- Percepción de la organización de forma global
- Evaluación del fracaso o éxito del plan estratégico

### **2.1.6.2. Nivel intermedio**

Tienen como responsable a la alta dirección y nivel estratégico, se encarga del nivel operativo por medio de la supervisión de los proyectos y procesos ejecutados por parte de los colaboradores de la empresa quienes son considerados de nivel inferior u operativo; se ejecutan los planes organizacionales cumpliendo con las políticas de la empresa y por consiguiente de los objetivos estratégicos de la alta dirección. Por otra parte, en este nivel se actúa como intermediarios entre el nivel operativo las direcciones.

#### **2.1.6.2.1. Funciones**

- Monitorear y definir los indicadores de desempeño a nivel colectivo.
- Identificar y resolver problemas fuera y dentro de los equipos de trabajo.
- Establecer y diseñar sistemas de trabajo e información de forma colaborativa.
- Ejecutar el plan operativo acorde a las metas de la empresa.
- Contribuir en la mediación de los niveles operativo y estratégico.
- Efectuar informes de rendimiento en base a la aplicación de estadísticas.

### **2.1.6.3. Nivel operativo**

En este nivel se establece el equilibrio en lo que respecta a la experiencia laboral por medio de las habilidades interpersonales de los colaboradores para de esta forma mejorar los procesos netamente operativos; además, se destacan las principales características de todas las personas con el fin de lograr procesos más eficientes y por ende dinámicos dentro de la empresa que son considerados como una iniciativa de manera constante.

### **2.1.6.3.1. Funciones**

- Priorizar las tareas y procesos.
- Tener una apertura mental para aceptar las nuevas ideas e incluso críticas.
- Organizar todos los procesos tareas y actividades.
- Comunicar estrategias y decisiones a los colaboradores.
- Poner atención y escuchar de forma activa.

## **2.2. Proceso administrativo**

Tomando como referencia a Lema, Erazo, & Narváez (2019) denomina a un conjunto de funciones netamente administrativas que se las ejecuta de forma secuencias, su propósito se fundamenta en la ayuda a la organización para que esta haga un mejor uso de todos los recursos y por consiguiente alcanzar o cumplir con los objetivos de manera eficiente. Este proceso está conformado por cuatro fases importantes que todas en conjunto siguen un proceso cíclico y que a la vez nuevamente iniciaran cuando la fase final concluya de forma exitosa.

Al tomar en consideración el aporte de Alvarado-Vélez, Almeida-Blacio, Vélez-Bravo, & Cornejo (2020) quienes mencionan que el proceso administrativo es continuo y este permite que se cumpla con el objetivo general de la organización y en ciertas ocasiones con los objetivos específicos, de esta forma se puede evaluar los tiempos que conllevan cumplir con los mismos, jornadas de trabajo de forma individual o por equipos para valorar de manera objetiva el proceso o servicio que otorga la empresa a sus clientes.

De la misma forma sustentando el criterio anterior, Marín & Atencio (2018) argumentan que este proceso tiene una función simple y procesual en la cual la empresa trata de lograr o cumplir los objetivos que se proponen de manera más efectiva. Cuando se aplica este proceso se logra el aprovechamiento de los recursos materiales, técnicos y también la mano de obra dentro de la empresa para de esta forma controlar de manera organizada los

recursos antes mencionados; hay que mencionar que el proceso administrativo se lo puede aplicar a cualquier tipo de empresa y así también, los funcionarios de la organización deben conocer su rol dentro de cada proceso.

### 2.2.1. Características del proceso administrativo

Para que el proceso administrativo se maneje de forma eficiente y efectiva debe cumplir con ciertas características que lo hacen óptimo, a continuación, se detallan las mismas:



**Ilustración 4. El proceso administrativo (características)**

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

#### 2.2.1.1. Habilidades del personal

De acuerdo con Vallejo (2017) son cinco las habilidades que debe tener un empleado enfocado al campo administrativo, puesto que su conocimiento es teórico y práctico tanto para administrar, crear, direccionar y ejecutar varios tipos de empresas tanto en los ámbitos financieros, organizacionales o contables; a continuación, se describen estas habilidades generales:

- Capacidad para afrontar los problemas.  
Los problemas de la empresa se deben afrontar de manera acertada y con eficacia, puesto que los mismo no se planean, pero aun así aparece en el camino y el funcionario debe conocer y ejecutar la decisión adecuada.
- Compromiso ético.  
La ética es una de las cualidades más importantes de un profesional en cualquier campo, por consiguiente, las labores que se realicen deben ser con transparencia y sin

el tratar de aprovecharse de los demás, más aún cuando se brinde la confianza.

- Manejo del tiempo.

Por medio de la administración de tiempo se puede tener un orden a la mayoría de las actividades que se realizan en la empresa, de forma diaria, semanal o por el tiempo estipulado por los profesionales de nivel jerárquico superior, dentro del campo de la administración existirán actividades de último minuto las mismas que necesitan una prioridad mayor y de urgencia, por consiguiente, se aplica la productividad del funcionario de acuerdo con a disposición del tiempo.

- Pensamiento estratégico.

Se debe tomar en cuenta la capacidad de elaborar y ejecutar proyectos los mismo que permiten cumplir con los objetivos principales, de forma que la planificación, organización, integración y dirección sean los pilares fundamentales en el proceso de toma de decisiones.

- Comunicación continua.

Debe existir una comunicación recíproca en toda la empresa, basada en la confianza de todos los trabajadores, es imprescindible el poder escuchar las opiniones de los demás y que a la vez existan siempre planes de mejora continua Reza (2019).

### **2.2.1.2. Competencias esenciales**

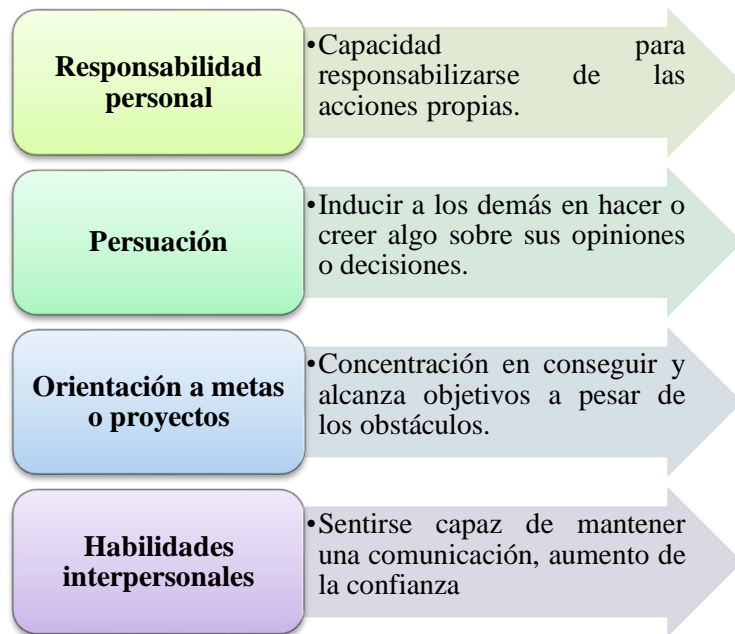
Cuando se refiere a competencias esenciales de acuerdo con García-Moreno, Ruiz-Cabezas, & Martelo-Gomez (2020) son aquellas que le ayudan a la empresa para ser competitiva dentro del mercado por medio de los servicios o productos que oferta; el crecimiento de la organización se da porque los productos o servicios se basan en la efectividad y a la vez existe la mezcla entre conocimiento, habilidades y los tipos de trabajo que se involucran y estos son mejores a los del resto.

Lo esencial de las competencias se basa en el “saber hacer” según Kumar & Hundal,

(2019) por lo que implica netamente el conocimiento de la tecnología y habilidades, pero para la dirección de empresas es más una manera de organización de todas las actividades o procesos dentro de cada área o departamento, así como de toda la empresa.

La manera en la que se organizan las actividades según García, Olvera, Medina, & S. (2019) argumentan que toda la empresa impulsa conocimientos innovadores y técnicos para que los modelos de comunicación, los sistemas de recompensa y los procesos de desarrollo sean los apropiados para fomentar estrategias de negocios apropiadas para el desarrollo de las competencias esenciales y por consiguiente la empresa aumente la capacidad competitiva.

A continuación, se presentan las 4 principales competencias esenciales dentro de la administración, las cuales permiten el aumento de habilidades dentro de la organización y frente a ellos una correcta toma de decisiones, comunicación asertiva, y la priorización de habilidades para mejorar las tareas o procesos de forma continua.



**Ilustración 5.** Competencias esenciales

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

## **2.3. Administración**

### **2.3.1. Origen**

Para mencionar a la administración es importante saber de dónde proviene y que a la vez es comprendida de dos distinciones que es el pensamiento y acto administrativo según Armijos-Mayon, Bermúdez-Burgos, & Mora-Sánchez (2019), puesto que el origen de esta disciplina social tiene una condición de teoría precedida de prácticas sociales que con el pasar del tiempo han sido analizadas por métodos de investigación, así como de la depuración del lenguaje formal.

Enfocado al acto administrativo es el comportamiento de un grupo humano que se orienta a la coordinación, organización de procesos y actividades de trabajo, con el final de procurar el progreso y el bienestar de un grupo social por medio de la historia de la humanidad según Merizalde-Leiton (2021), en lo que corresponde al procesamiento administrativo se entiendo como el grado de racionalidad con el cual se ha venido formalizando de manera científica las actividades y proceso laborales que están orientadas al desempeño productivo de la organización.

### **2.3.2. Definición**

La administración es un proceso netamente operacional de naturaleza compuesta en lo que respecta a la organización, de acuerdo con Castrillón-Ortega (2019) es una planificación de control y dirección, así mismo ésta abarca múltiples situaciones organizacionales que requieren de un principio predictivo de alto valor; considerada como una ciencia la cual se apoya de principios universales; tanto en las ciencias físicas o lógicas, hay que recalcar que en el entorno biológico o físico y la cultura afectan en el ambiente del administrador.

## **2.4. Tipos de administración**

Al mencionar los tipos de administración, se debe reconocer que ésta es un campo de trabajo y conocimiento que en la actualidad es bastante reconocido; la información que se proporciona dentro de la administración no solo funciona para ser comprendida en el marco de una empresa que está constituida sino también en el área de los emprendimientos, logrando con ello un alto nivel en lo que respecta al desarrollo de las habilidades para optimizar el potencial y adquirir un tipo de recurso adecuado lo que depende mucho de la misma administración.

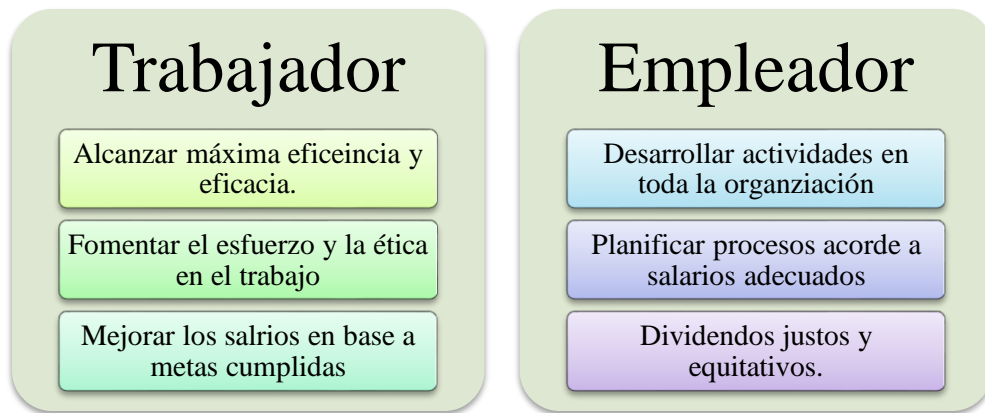
### **2.4.1. Administración de servicios**

#### **2.4.1.1. Definición**

La administración de servicios es una operación netamente directiva según Armijos-Mayon, Bermúdez-Burgos, & Mora-Sánchez (2019), está considerada como macro-organizacional de transversalidad dinámica y por consiguiente su transformación es diversa y constante, la vinculación que tiene con la flexibilización y el desarrollo de los procesos y el cambio están relacionados con las estrategias de la empresa.

### 2.4.1.2. Objetivos de la administración

Para conocer los objetivos de la administración ésta se divide en dos enfoques o puntos de vista como lo describe la ilustración:



**Ilustración 6.** Objetivos de la administración

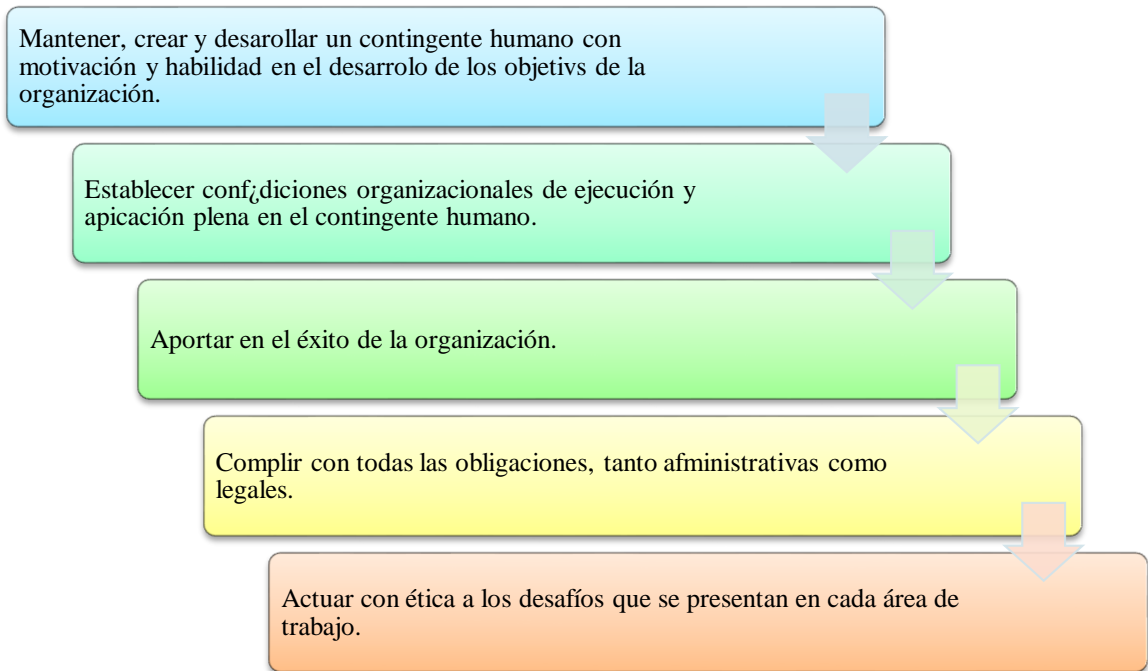
**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

### 2.4.1.3. Objetivos

Dentro de la administración de servicios se presentan objetivos que van en estrecha relación con la organización a lo que menciona García-Moreno, Ruiz-Cabezas, & Martelo-Gomez (2020), estos objetivos permiten que se cumplan metas en tiempos específicos y sobre todo que se garantice las condiciones óptimas en el logro de los servicios o productos que brindan.



Estos objetivos se describen a continuación:



**Ilustración 7.** Objetivos de la administración de servicios

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

## 2.5. Calidad en el servicio

### 2.5.1. Definición

La calidad en el servicio los autores Ferreira-de-Araújo, Crema, y Verbano (2019), mencionan que está relacionada en la satisfacción y sobre todo la lealtad del cliente, aspectos importantes en las empresas y más en las PYME; las cuales ocupan un lugar importante en la economía de un estado, las PYME representan más de la mitad de los empleos que se generan a nivel mundial y aportan en un promedio de más del 60% del Producto Interno Bruto (PIB).

Para varios autores como Guatzoón, Canto, & Pereyra (2020), Jain & Aggarwal (2017) miden la calidad del servicio por medio de algunos instrumentos denominados Service Performance (Servperf) y Service Quality (Servqual) estos instrumentos se enfocan en la evaluación y medición de las percepciones de los clientes se base a la calidad del servicio que tuvieron en la empresa.

Según Kumar & Hundal (2019) al evaluar la calidad del servicio en una empresa de servicios financieros definieron que la brecha entre la percepción del cliente y la expectativa es mínima de acuerdo con las dimensiones de responsabilidad, confiabilidad, empatía y confianza.

Los criterios u opiniones sobre la satisfacción del cliente deben evaluarse de forma regular y de esta manera medir indicadores que permitan la construcción de la lealtad y relación entre el cliente y la empresa; hay que tomar en cuenta que las empresas que no tienen información con respecto a la calidad en el servicio la lealtad y satisfacción del cliente no conocen si están por el camino correcto o en que parte del proceso deben adaptar una oferta para satisfacer las necesidades de los clientes.

## **2.5.2. Calidad**

### **2.5.2.1. Definición**

Para Morales Bueso (2021) se considera a la calidad como un conjunto de características y aspectos tanto de un servicio o un producto que brinda una empresa, y estas guardan relación para satisfacer las necesidades latentes que expresan una alta demanda en el mercado, esta actividad se centra en el cliente en base a sus necesidades, expectativas y requisitos y que a la vez superen la excelencia clave para el cliente.

## **2.6. Servicio al cliente**

### **2.6.1. Definición**

Es la relación de las actividades que se desarrollan dentro de la empresa por medio de la identificación de las necesidades básicas de los tipos de clientes que en ella se encuentran; de acuerdo con El-Adly (2019) y Montoya-Agudelo & Boyero-Saavedra (2018) el servicio al cliente es una parte fundamental y prioritaria en cualquier tipo de empresa, de esta forma es como se ha proyectado de manera subjetiva como parte de un saber popular por medio de la aplicación de la experiencia, a partir del siglo XX este término tiene una mayor importancia en el mundo de los negocios en donde juegan un papel importante los ejecutivos de mayor rango quienes toman en cuenta que el servicio al cliente es la oportunidad en donde la empresa tiene futuro por medio de la eficiencia.

Se considera como un servicio efectivo dentro de la organización cuando este es el norte dentro del proyecto enfocado a la visión institucional, de la misma forma comprende la importancia de la estrategia en cada uno de los resultados alcanzados, finalmente, el servicio es una cultura que permite que la organización vaya por el camino del éxito Montoya-Agudelo & Boyero-Saavedra (2018).

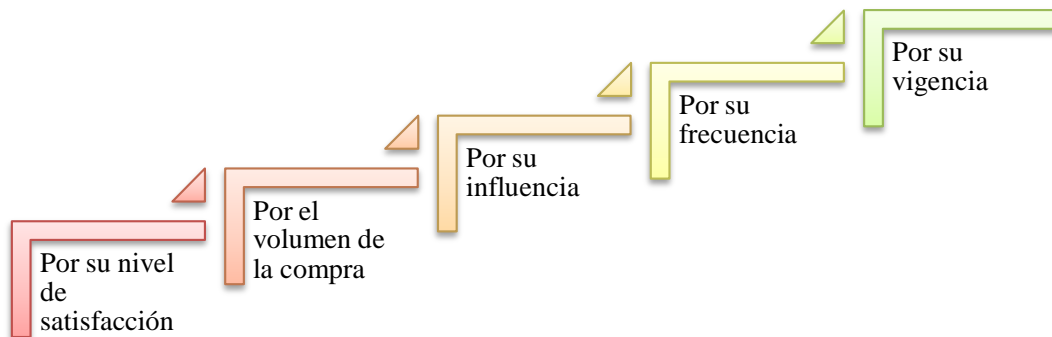
En la práctica del servicio al cliente Gutiérrez-Suarez, Sánchez, & Garay (2019) mencionan que de forma global esta afecta de manera positiva a los colaboradores, equipos de trabajo y sobre todo a los clientes que son los beneficiarios del servicio recibido por parte de la empresa. Dentro de la transformación progresiva del servicio al cliente se llega a la conclusión que este proceso debe estar en constante mejora o cambio que permite diferenciarlo, por lo tanto, hace que el cliente se sienta feliz e importante para la organización lo que logrará su regreso a un futuro con más clientes potenciales.

## 2.6.2. Tipos de Clientes

Como lo indica Paredes-Arango (2018) todas las empresas dentro de sus estrategias clasifican a los clientes mediante una segmentación y de esta forma aplicar actividades y proyección para crecimiento y sostenibilidad en la empresa, de acuerdo con esta premisa la clasificación más común en base al estatus es:

### Clientes reales

Clientes habituales dentro de las instituciones financieras, los mismos que promueven la estabilidad, volumen de ventas y mayor generación de ingresos puesto que su participación es continua, es decir, este tipo de clientes desarrollar un nivel de facturación bastante alta en la financiera y a su vez estimula rentabilidad en la institución, este nivel de clientes establece categorías definidas tales como:



**Ilustración 8.** Clasificación de los clientes reales

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

### Clientes potenciales

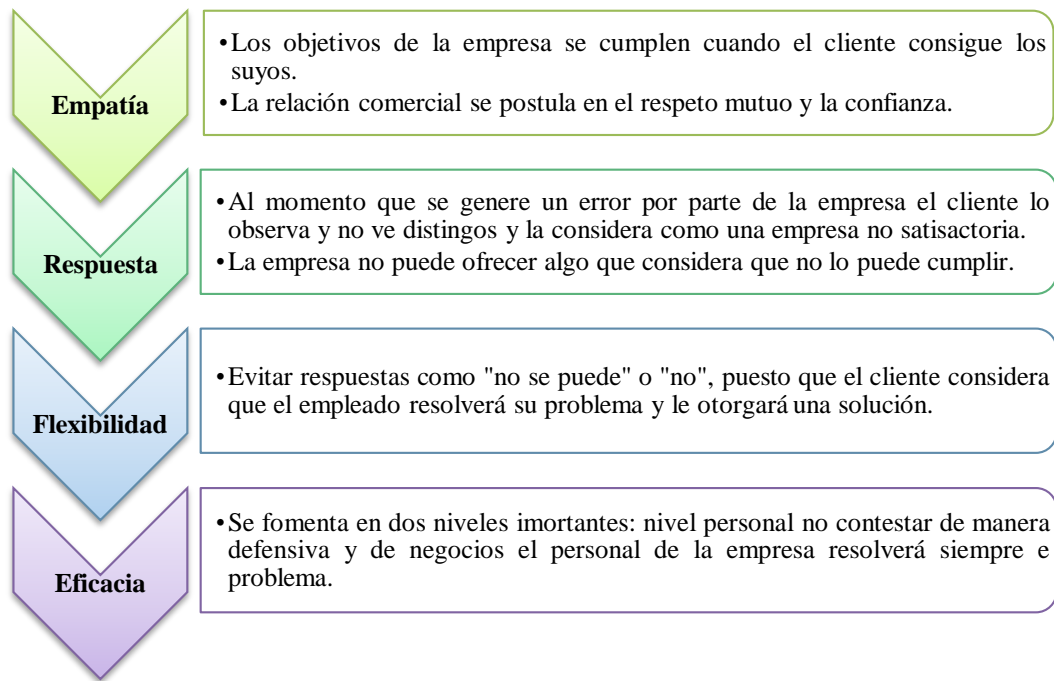
Son los denominados posibles clientes y quienes tienen la capacidad adquisitiva, así como la intención para adquirir nuevos servicios o productos, este tipo de clientes le permite que la empresa crezca y por consiguiente se desarrolle por medio del perfil adecuado del cliente, y de esta forma proyectar a la institución.

Cabe mencionar que, para Mahecha, López, & Socarras (2019) el trato a estos clientes varía de acuerdo con su clasificación sin dejar de lado que los clientes potenciales deben conocer la visión de la empresa y sobre todo que quienes integran la mismas están siempre prestos a resolver problemas o satisfacer todo tipo de dudas o inquietudes que se presenten.

Finalmente, se afirma que un cliente completamente satisfecho adquiere bienes, productos o servicios a largo tiempo, puesto que la relación se la determina como potencial en la resolución de problemas de manera eficiente y efectiva por todos los miembros o funcionarios de la organización.

### **2.6.3. Pilares fundamentales de la calidad en el servicio al cliente**

En lo que respecta al aporte de Ramírez (2017) menciona que las expectativas que tienen los clientes sobre el significado de un servicio de calidad otorgan para que la empresa construya de manera más efectiva competencias estratégicas de mejora continua, de esta forma las empresas que satisfacen las expectativas son establecidas como más eficientes y de mejor calidad, por consiguiente, a continuación, se describen actitudes de calidad frente al servicio al cliente:



**Ilustración 9. Pilares de servicio al cliente**

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 Ubicación**

Esta investigación se desarrolló con los funcionarios del Banco Internacional, quienes pertenecen a las tres agencias que están ubicadas en la ciudad de Ambato; Banco Internacional es una institución financiera de carácter privado en el Ecuador, iniciando sus operaciones en el año de 1973 en la ciudad de Quito. Es el quinto banco con una de las mayores utilidades del Ecuador.

La cartera de clientes con las que cuenta es de alrededor de 400.000 a nivel nacional y el segundo con referente a la colocación en lo que respecta a préstamos comerciales, cuenta con alrededor de 70 agencias sucursales en más de 18 provincias del Ecuador.

#### **Agencias en Ambato**

- Agencia Atahualpa (Av. Atahualpa y Nery Pillahuazo)
- Agencia Cevallos (Av. Cevallos 665 y Unidad Nacional, esquina)
- Sucursal Ambato (Bolívar 1632 entre Martínez y Mera)

#### **3.2 Equipos y materiales**

Para el desarrollo del presente proyecto se empleó recursos humanos y tecnológicos como se detalla a continuación.

#### **Humanos**

- Investigador.
- Tutor.
- Colaboradores.

## **Tecnológicos**

- Computadora.
- Sitios web.
- Internet.
- Celular.
- Memoria USB.
- Impresora.

### **3.3 Tipo de investigación**

#### **Investigación Descriptiva**

El trabajo tiene como investigación descriptiva puesto que permitió la descripción de características de la población de estudio, así como la identificación y análisis de los datos; de la misma forma se puntualizó características de acuerdo con las variables de estudio como son la gestión organizacional y el servicio al cliente.

De la misma forma se pudo describir la naturaleza del segmento demográfico estudiado basado en la creación y aplicación de las preguntas para la investigación, la tendencia de los datos obtenidos y la influencia de las variables.

Por medio de esta investigación se recopiló información cuantitativa en base a la tabulación de las encuestas realizadas, para luego proceder con el análisis del estadístico para la comprobación de la hipótesis planteada para este estudio.

#### **Investigación Exploratoria**

Es de tipo exploratoria puesto que las variables de estudio que se presentan en la investigación no han sido indagadas con anterioridad, es decir, la gestión organizacional como objeto de estudio importante en la actualidad es un factor determinante, ya que los clientes se enfocan en solventar dudas o sugerencia y que éstas sean tomadas y procesadas con eficacia y eficiencia; de la misma forma se aplicó un cuestionario estructurado el mismo que permitió identificar el servicio al cliente que muestran y aplican los funcionarios de Banco Internacional a sus clientes, estos procesos permiten tener una



primera muestra de los aspectos a considerarse dentro de un cambio tanto en productos y servicios que el banco oferta, con la finalidad de que se cumplan los principios y valores de la institución.

## **Modalidades de la investigación**

### **Documental**

Se utilizó la modalidad documental ya que se buscó información en varios repositorios de artículos académicos, artículos indexados, libros digitales, revistas en línea y sitios web confiables, de los cuales se extrajo información confiable para el desarrollo del estado de arte, combinando una serie de métodos de búsqueda y procesamiento de información, estudiando y fundamentando datos de las variables, para ordenar la información sistemáticamente en un solo documento, se puede mencionar que los repositorios utilizados fueron de las Universidades: Técnica de Ambato, Técnica de Machala, Nacional de Chimborazo, así también repositorios de artículos académicos y científicos como: Scielo, Redalyc, Scopus y Springer.

### **De campo**

El trabajo de investigación tiene una modalidad de campo, puesto que se ejecutó en el caso de estudio como es el Banco Internacional y sus agencias de la ciudad de Ambato; se aplicó un cuestionario estructurado a los 30 funcionarios de las tres agencias detalladas anteriormente de esta forma es como se obtuvo la información directa desde la realidad de la problemática de estudio.

### **Enfoque de la investigación**

Para esta investigación se realiza un enfoque cuanti-cualitativo, en el cual una vez que se aplican las encuestas a la población de estudio se tienen los datos de carácter cuantitativos por medio de la tabulación nos permiten obtener la tendencia, luego de este proceso se realiza el análisis de los resultados de forma cualitativa en donde se identificaron las características de las dos variables del estudio.

### **Enfoque cuantitativo**

El enfoque cuantitativo permitió conocer diferentes aspectos de la investigación con el fin de reducir subjetividades, mediante la encuesta; la parte cuantitativa y la tabulación de los datos, permitió analizar las preguntas propuestas en el cuestionario para representar los resultados en gráficos estadísticos, tablas de frecuencia y su posterior interpretación en base a la medición numérica y el estudio estadístico, para formar patrones de comportamiento.

### **Enfoque cualitativo**

Se utilizó en la investigación este enfoque para descubrir y perfilar las preguntas de la encuesta, es decir, se inicia con el proceso de análisis e interpretación de las respuestas que se obtuvieron en la encuesta para finalmente realizar la redacción de las conclusiones por medio de la triangulación de información.

### **3.4 Prueba de Hipótesis - pregunta científica – idea a defender**

¿La gestión organizacional influye en el servicio al cliente?

### **3.5 Población o muestra:**

#### **Muestreo no probabilístico**

Se empleó muestreo no probabilístico ya que se utilizó técnicas que no actúan al azar, es decir, se trabaja con la totalidad de la población la cual es de 30 funcionarios del Banco Internacional que pertenece a la sucursal Ambato.

### **3.6 Recolección de información**

Para la investigación se utilizó la técnica de la encuesta la cual permitió obtener de manera confiable la información para luego analizar los resultados que fueron obtenidos por la población de estudio con la finalidad de captar toda la información de manera concreta y concluir con resultados reales.

### **Cuestionario estructurado**

El cuestionario estructurado consta de 15 preguntas en escala de Likert de cinco puntos, enfocadas a las dos variables de la investigación, además cuenta con preguntas socio demográficas importantes para el estudio.

Es importante mencionar que se cuenta con la autorización por parte del departamento de Talento Humano de Banco Internacional para la aplicación del instrumento.

### **Validación del instrumento**

#### **Validación por expertos**

De acuerdo con lo que menciona Coromoto, Romero, & P. (2017) el juicio por parte de expertos es un método bastante importante para de esta forma valorar la fiabilidad de las preguntas que se aplican en la investigación, en este proceso interviene la opinión de expertos en el tema de investigación. Al ejecutar el instrumento utilizado en la investigación a juicio de expertos se ponen a consideración dos aspectos como la fiabilidad y la validez.

Como punto de partida se desarrolló la construcción de la operacionalización de las variables que López, Avello, Plamero, Sánchez, & Quintana (2019) afirma que es un proceso lógico que permite que se desintegren las variables a dimensiones y finalmente a indicadores lo cuales permiten realiza la medición final para el desarrollo de las preguntas de cada una de las variables de estudio y finalmente se elabora el cuestionario.

La validación de este instrumento se contó con la experticia de docentes-investigadores que poseen una formación profesional en cada una de las variables (Gestión organizacional y servicio al cliente), quienes son: Leonardo Ballesteros López Ingeniero de Empresas y Magister en Gestión Estratégica Empresarial y Cesar Andrés Guerrero Velástegui Ingeniero de Empresas y Magister en Dirección de Recursos Humanos, quienes revisaron y validaron el instrumento para su aplicación dentro de la investigación.

### Alfa de Cronbach

Para la validación del cuestionario estructurado se utilizó el estadístico Alfa de Cronbach, cabe mencionar que se aplicó solo a las preguntas que son parte de las variables: independiente y dependiente pues lo que se desea medir es la confiabilidad de las preguntas que permitieron resolver el problema de estudio.

Como resultado del cálculo del estadístico se tuvieron los datos que se muestran a continuación:

**Tabla 2. Validación de casos**

<b>Resumen de casos procesados</b>			
		N	%
Casos	Validos	30	100,0
	Excluidos <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

La tabla 3 muestra la validación de la encuesta por medio del número de casos, es decir, el total de la población en donde se tiene el 100% de casos validos, no existen excluidos, por consiguiente, se trabaja con la totalidad de los encuestados.

**Tabla 3. Validación de la encuesta**

<b>Estadístico de confiabilidad</b>		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basado en ítems estandarizados	N de Items
,985	,985	15

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

Para el cálculo del valor de Alfa de Cronbach se toman las 15 preguntas de la encuesta, las mismas que se enfocaron en la gestión organizacional y el servicio al cliente, el valor calculado de Alfa es de 0.985, por consiguiente, el nivel de aceptabilidad del instrumento **es altamente confiable** puesto que el mismo se acerca a 1.

En este punto es necesario aclarar que en la actualidad existen varios programas o herramientas enfocadas al campo de la estadística y por ende no existe la necesidad de conocer los detalles matemáticos para su aplicación.

### 3.7 Procesamiento de la información y análisis estadístico

Esta investigación con el tema: La gestión organizacional y su incidencia en el servicio al cliente en el Banco Internacional, se seleccionaron aspectos metodológicos que se describen a continuación:

La investigación se ejecutó en el Banco Internacional de la ciudad de Ambato; bajo la colaboración de todos los funcionarios de las tres agencias de la ciudad, se aplicó una encuesta estructurada en línea, la investigación contó como población 30 personas, el rango de edad es desde los 26 a 55 años; el total de funcionarios es 9 hombres que representan el 30% y 21 mujeres con el 70% de la población de estudio.

**Tabla 4.** Frecuencia de encuestados por Sexo

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Hombre	9	30,0%
	Mujer	21	70,0%
	Total	30	100,0%

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

#### **Cuestionario Estructurado**

El cuestionario estructurado es combinado con un total de 24 de ítems que están divididos de la siguiente forma:

- 9 ítems socio demográficos de opción múltiple.
- 15 ítems en escala de Likert de 5 puntos.

#### **Variables de respuesta o resultados esperados**

Para este trabajo de investigación las variables de estudio fueron la gestión organizacional y el servicio al cliente y por consiguiente analizar como la gestión organizacional inciden de manera oportuna y eficiente en el mejoramiento del servicio al cliente, por lo tanto, el objetivo del instrumento utilizado en la investigación será diagnosticar los niveles de gestión organizacional en el servicio al cliente.

Realizada la tabulación de los datos se procederá al análisis respectivo de la incidencia de las variables tomando en cuenta cada una de las preguntas para de esta forma tener una mejora en la gestión organizacional dentro del Banco Internacional de la ciudad de Ambato.

### **3.8 Variables respuesta o resultados alcanzados**

Los resultados alcanzados en la investigación y por consiguiente para cumplir con el último objetivo específico el cual es identificar la relación entre la gestión organizacional y el servicio al cliente en el Banco Internacional de la ciudad de Ambato se obtuvieron los siguientes resultados que se describen a continuación de forma general:

En las tres sucursales de banco Internacional trabajan 9 hombres y 21 mujeres y sus puestos están divididos en 5 gerentes, 2 jefes operativos, 11 asesores, 10 cajeros y 2 analistas; los rangos de edad oscilan entre los 18 hasta los 70 años como indicadores mínimo y máximo, estos datos se basan en los resultados sociodemográficos de la encuesta.

De acuerdo con el análisis general del banco de preguntas se puede evidenciar que el Banco Internacional se preocupa de manera continua en dar un buen servicio a todos sus clientes; así mismo las medidas de prevención y control que tiene la institución se enfocan en precautelar riesgos para los clientes, quienes son considerados los usuarios más importantes que posee el banco; así también para cumplir con las medidas de control y prevención en todas las áreas de trabajo los funcionarios cuenta con los recursos necesarios para que su trabajo se realice de forma eficiente.

En lo que respecta a los procesos operativos del banco la mayoría de ellos están inclinados al servicio al cliente, lo que permite el manejo de entornos agradables, cordiales y sobre todo eficientes al momento de satisfacer dudas o sugerencias de mejora continua. El recurso humano del banco se encuentra capacitado para ayudar en direccionamiento específico a los requerimientos de los clientes, los mismos que son resueltos de forma efectiva, todo ello en base a los valores institucionales de Banco Internacional, finalmente

se puede evidenciar que la gestión organizacional está directamente relacionada en acciones con el servicio al cliente, por lo tanto, la variable independiente incide en la variable dependiente de la investigación.

## **Métodos**

La investigación es de tipo descriptiva-exploratoria, para este estudio se planteó la hipótesis: La gestión organizacional incide en el servicio al cliente.

El estadístico aplicado fue Kolmogorov-Smirnov (K-S) el mismo que permitió comprobar la distribución en la tendencia de los datos de acuerdo con las preguntas significativas de la investigación y por consiguiente aceptar o rechazar la hipótesis planteada.

Para la comprobación de la hipótesis del trabajo de investigación se estableció la siguiente hipótesis: La gestión organizacional influye en el servicio al cliente.

Recolectada de información a los funcionarios del Banco Internacional se obtuvieron los resultados de cuatro preguntas consideradas como las más representativas dentro de la investigación; para ello se tomaron las preguntas 15 y 18 para la variable independiente: Gestión organizacional y las preguntas 10 y 14 para la variable dependiente: Servicio al cliente las cuales se detallan:

P15: ¿Existe el recurso humano enfocado en los direccionamientos específicos a los requerimientos de los clientes de forma efectiva?

P18: ¿Los tiempos de respuesta establecidos en los requerimientos son los adecuados para una buena atención al cliente?

P10: ¿Banco Internacional se preocupa en dar un buen servicio a sus clientes?

P14: ¿Banco Internacional cuenta con procesos operativos enfocados al servicio al cliente?

Las cuatro preguntas son las que permiten obtener la información más concreta con relación a las variables de estudio y por consiguiente se procede con la tabla-resumen

calculada mediante el programa estadístico SPSS en donde se obtuvieron los siguientes datos de acuerdo con la información tabulada.

Para corroborar la prueba de hipótesis se seleccionan las mismas preguntas antes descritas y se selecciona el estadístico de Kolmogorov Smirnov (K-S) de una muestra y por consiguiente se establece la hipótesis nula H0 y alterna H1.

H0: La gestión organizacional no influye en el servicio al cliente.

H1: La gestión organizacional influye en el servicio al cliente.

**Tabla 5.** Prueba de Kolmogorov Smirnov para una muestra

		¿Banco Internacional cuenta con procesos operativos enfocados al servicio al cliente?	¿Banco Internacional se preocupa en dar un buen servicio a sus clientes?	¿Existe el recurso humano enfocado en el direccionamiento específico a los requerimientos de los clientes de forma efectiva?	¿Los tiempos de respuesta establecidos en los requerimientos son los adecuados para una buena atención al cliente?
N		30	30	30	30
Parámetros normales <sup>a,b</sup>	Media	4,10	4,37	4,17	3,63
	Desv. Típica	1,155	1,129	1,020	1,217
Diferencias más extremas	Absoluta	,315	,413	,260	,185
	Positiva	,218	,287	,207	,132
	Negativa	-,315	-,413	-,260	-,185
Kolmogorov-Smirnov Z		1,727	2,260	1,423	1,014
Asymp. Sig. (bilateral)		,005	,000	,035	,256

a. La distribución de contraste es la Normal.

b. Se han calculado a partir de los datos

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

La tabla 5 permite corroborar la hipótesis partiendo del cálculo del Pvalor de las preguntas seleccionadas, es decir, que al tener un valor calculado menor a 0.05 valor estadístico de comprobación se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, concluyendo que las dos preguntas enfocadas al servicio al cliente y una de gestión organizacional se acepta la hipótesis alterna H1 en donde se menciona que: La gestión organizacional influye en el servicio al cliente, y una pregunta de la gestión organizacional se acepta la hipótesis nula H0; llegando a la conjetura de que Banco Internacional en los tiempos de respuesta establecidos para los requerimientos no son los adecuados, asumiendo que aparte de la gestión organizacional existen factores internos como externos que no permiten cumplir con estos procesos o requerimientos.



**Tabla 6.** Decisión final de hipótesis por preguntas

H1: ¿La gestión organizacional influye en el servicio al cliente?

H0: ¿La gestión organizacional influye en el servicio al cliente?

Decisión: Para las preguntas P15: ¿Existe el recurso humano enfocado en los direccionamientos específicos a los requerimientos de los clientes de forma efectiva?

P10: ¿Banco Internacional se preocupa en dar un buen servicio a sus clientes?

P14: ¿Banco Internacional cuenta con procesos operativos enfocados al servicio al cliente?

Se acepta la hipótesis alterna (H1), en donde se puede evidenciar que los valores son aceptables.

En lo que respecta a la pregunta P18: ¿Los tiempos de respuesta establecidos en los requerimientos son los adecuados para una buena atención al cliente? Se acepta la hipótesis nula (H0), para ello, se deben tomar medidas que permiten que la gestión organizacional mejore el servicio al cliente con respecto a los tiempos de respuesta a los requerimientos que solicita el cliente en el Banco.

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para el desarrollo del análisis de los resultados de la encuesta se ha tomado en consideración todas las preguntas de la encuesta.

A continuación, se describen las preguntas que fueron realizadas a una muestra de 30 funcionarios del Banco Internacional

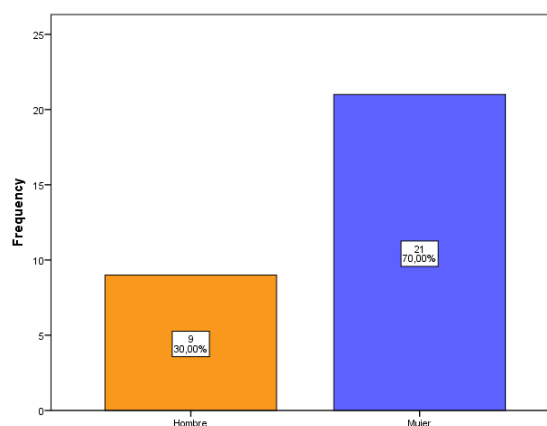
#### Indicador Sexo

**Tabla 7.** Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Sexo

	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	9	30,0
Válido Mujer	21	70,0
Total	30	100,0

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)



**Gráfico 1.** Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Sexo

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

**Discusión:** De acuerdo con la población encuestada que se conforma de 30 funcionarios del Banco Internacional, el mismo está conformado de 9 hombres que representa el 30% y de 21 mujeres con el 70% de la población, por consiguiente, el sexo predominante en el banco son las mujeres.

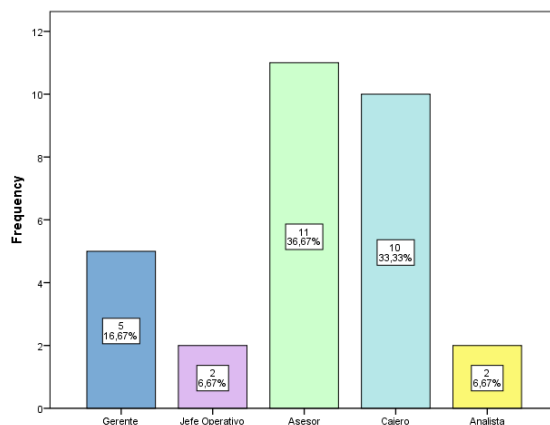
## Indicador Cargo

**Tabla 8.** Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Cargo

	Frecuencia	Porcentaje
Gerente	5	16,7
Jefe Operativo	2	6,7
Asesor	11	36,7
Cajero	10	33,3
Analista	2	6,7
Total	30	100,0

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)



**Gráfico 2.** Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Cargo

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

**Discusión:** En lo que respecta al indicador Cargo como lo muestra la tabla 8 estos están distribuidos de la siguiente manera: Asesores 11 que representa al 36,7%; se cuenta con 10 Cajeros que representan al 33,3%; 5 Gerentes con una representación de 16,7%; Analistas y jefes operativos 2 para cada cargo con un porcentaje de 6,7%, teniendo un total de 30 funcionarios que representan al 100%.

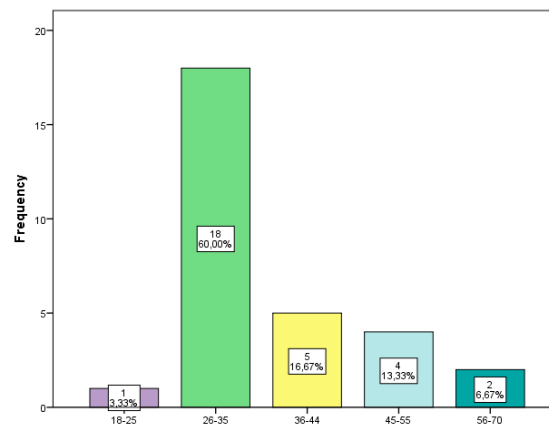
## Indicador Edad

**Tabla 9.** Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Edad

	Frecuencia	Porcentaje
18-25	1	3,3
26-35	18	60,0
36-44	5	16,7
Válido 45-55	4	13,3
56-70	2	6,7
Total	30	100,0

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)



**Gráfico 3.** Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Edad

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

**Discusión:** La tabla 9 muestra los rangos de edades de los funcionarios del Banco Internacional, estos varían de acuerdo con lo siguiente, 18 funcionarios entre 26-35 que representa al 60%; 5 funcionarios de 36-44 años con una representación de 16,7%; entre los rangos de 45-55 años 4 funcionarios representados con el 13,3%; 2 funcionarios entre 56-70 años que representa al 6,7% y un funcionario de edades comprendidas entre los 18-25 años con el 3,3%, teniendo el 100% de la población que fue encuestada.

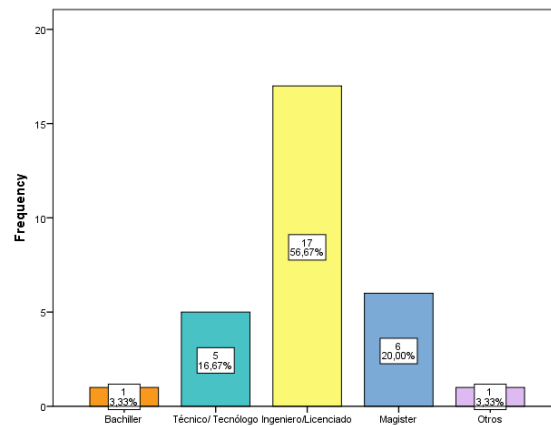
## Indicador Nivel de estudios

**Tabla 10.** Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Nivel de estudios

	Frecuencia	Porcentaje
Bachiller	1	3,3
Técnico/ Tecnólogo	5	16,7
Ingeniero/Licenciado	17	56,7
Magister	6	20,0
Otros	1	3,3
Total	30	100,0

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)



**Gráfico 4.** Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Nivel de estudio

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

**Discusión:** De acuerdo con el indicador nivel de estudios, se identifica que 17 funcionarios con un porcentaje de 56,7% son Ingenieros/Licenciados, 6 funcionarios son Magister y representan el 20%; poseen un título de Técnico/Tecnólogo 5 funcionarios con el 16,7% un funcionario como bachiller y un funcionario con otro tipo de título diferente a los descritos.

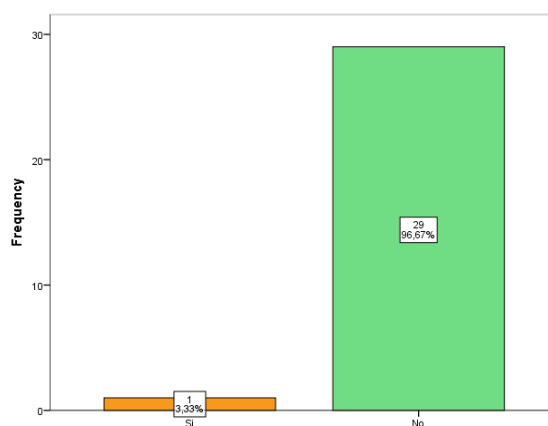
## Indicador Discapacidad

**Tabla 11.** Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Discapacidad

	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	3,3
Válido No	29	96,7
Total	30	100,0

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)



**Gráfico 5.** Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Discapacidad

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

**Discusión:** En la tabla 11 que corresponde a Discapacidad 29 funcionarios de Banco Internacional que corresponde al 96,7% no tienen ningún tipo de discapacidad, mientras que solo un funcionario que representa al 3,3% cuenta con algún tipo de discapacidad.

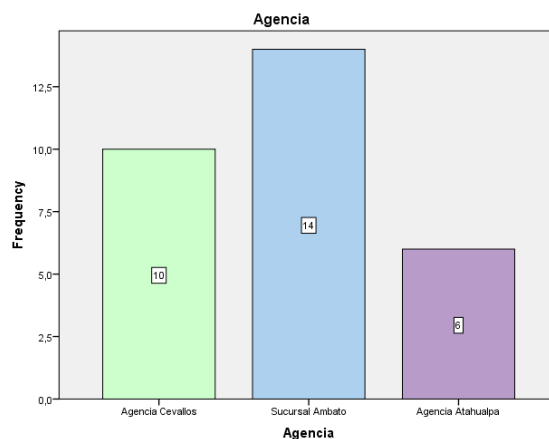
## Indicador Agencia

**Tabla 12.** Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Agencia

	Frecuencia	Porcentaje
Válido		
Agencia Cevallos	10	33,3
Sucursal Ambato	14	46,7
Agencia Atahualpa	6	20,0
Total	30	100,0

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)



**Gráfico 6.** Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Agencia

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

**Discusión:** Banco Internacional de la ciudad de Ambato tiene tres sucursales las cuales están divididas en Sucursal Ambato con 14 funcionarios representados con el 46,7%; agencia Cevallos con 10 funcionarios con el 33,3% y finalmente la Agencia Atahualpa con 6 funcionarios que representan el 20% de la población.

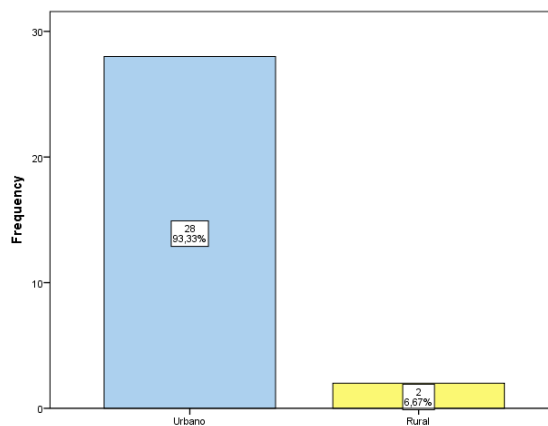
## Indicador Sector de residencia

**Tabla 13.** Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Sector de residencia

	Frecuencia	Porcentaje
Urbano	28	93,3
Válido Rural	2	6,7
Total	30	100,0

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)



**Gráfico 7.** Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Sector de residencia

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

**Discusión:** La tabla 13 evidencia el indicador sector de residencia de los funcionarios de Banco Internacional, los cuales se distribuyen en 28 funcionarios que viven en el sector urbano que ese representa con el 93,3% y finalmente 2 funcionario viven en el sector rural de la totalidad de la población de estudio.



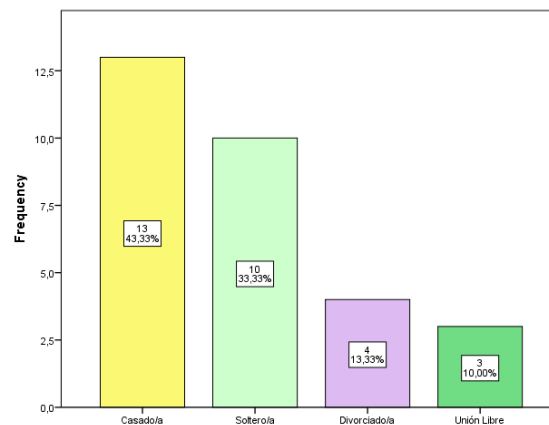
## Indicador Estado Civil

**Tabla 14.** Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Estado civil

	Frecuencia	Porcentaje
Casado/a	13	43,3
Soltero/a	10	33,3
Válido Divorciado/a	4	13,3
Unión Libre	3	10,0
Total	30	100,0

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)



**Gráfico 8.** Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Estado civil

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

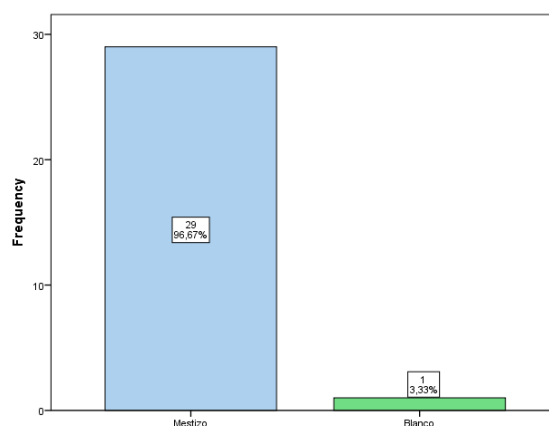
**Discusión:** De los 30 funcionarios encuestados, en el indicador estado civil 13 funcionarios son casados quienes representan el 43,3%; solteros son 10 funcionarios con el 33,3%; 4 son divorciados y representan al 13,3% y finalmente de estado civil unión libre son 3 empelados con el 10% de esta representación.

## Indicador Etnia

**Tabla 15.** Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Etnia

	Frecuencia	Porcentaje
Mestizo	29	96,7
Válido Blanco	1	3,3
Total	30	100,0

**Fuente:** Estudio de campo  
**Elaborado por:** Solis, F. (2022)



**Gráfico 9.** Funcionarios encuestados de Banco Internacional por el indicador Etnia

**Fuente:** Estudio de campo  
**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

**Discusión:** Tabulados los datos en lo que corresponde a etnia; se evidencia que en el Banco Internacional trabajan 29 funcionarios quienes se consideran mestizos y representan al 96,7% de la población y un funcionario quien se considera blanco representa el 3,3% de la totalidad de la población que son 30 funcionarios con el 100%.

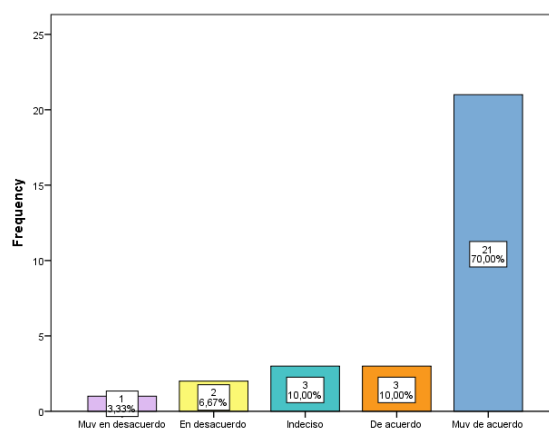
**Pregunta 10:** ¿Banco Internacional se preocupa en dar un buen servicio a sus clientes?

**Tabla 16.** Preocupación por un buen servicio

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1	3,3
En desacuerdo	2	6,7
Válido Indeciso	3	10,0
De acuerdo	3	10,0
Muy de acuerdo	21	70,0
Total	30	100,0

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)



**Gráfico 10.** Preocupación por un buen servicio

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

En la pregunta 10 se puede evidenciar en la tabla 16 que Banco Internacional se preocupa en dar buen servicio a sus clientes, las opciones de respuestas tienen la siguiente tendencia 21 funcionarios afirman que están muy de acuerdo con la pregunta quienes representan al 70%; en las opciones de acuerdo e indeciso se tiene a 3 funcionarios por cada opciones y se representan con el 10% en cada opción y finalmente en desacuerdo dos funcionarios con 6,7% de representación y muy en desacuerdo un empleado con el 3,3%, por consiguiente la mayoría de los funcionarios confirma que el banco se preocupa por los clientes en sus dudas o sugerencias a factores internos o externos.

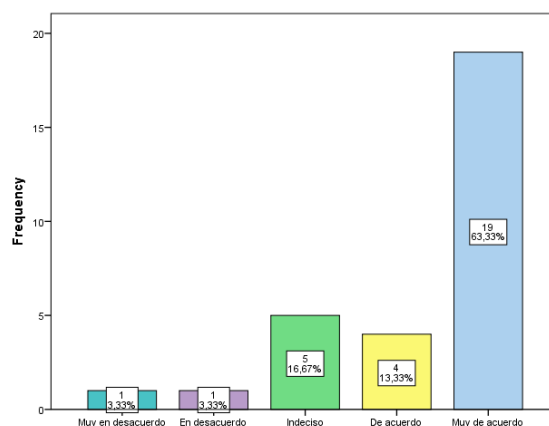
**Pregunta 11:** ¿Las medidas de prevención y control en las instalaciones del Banco Internacional se extreman para precautelar riesgos?

**Tabla 17.** Medidas de prevención para precautelar riesgos

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1	3,3
En desacuerdo	1	3,3
Indeciso	5	16,7
De acuerdo	4	13,3
Muy de acuerdo	19	63,3
Total	30	100,0

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)



**Gráfico 11.** Medidas de prevención para precautelar riesgos

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

La tabla 17 muestra la tendencia que existe en los indicadores sobre la pregunta 2 del instrumento que fue aplicado, la cual se refiere a las medidas de prevención y control en las instalaciones de Banco Internacional las cuales se extreman para precautelar riesgos; la mayoría de los funcionarios mencionan que están de acuerdo con esta pregunta siendo un total de 19 que representan al 63,3%; 5 funcionarios responden de manera indecisa y son el 16,7%, la opción de acuerdo 4 empelados representan el 13,3% y 2 funcionarios indican desacuerdo y muy en desacuerdo que representan al 6,6%. Se concluye que el Banco Internacional de forma frecuente toma medidas de prevención frente a cualquier proceso o servicio que se lleve a cabo en lo predios del Banco, siempre con la finalidad de buscar el mejor servicio para sus clientes.

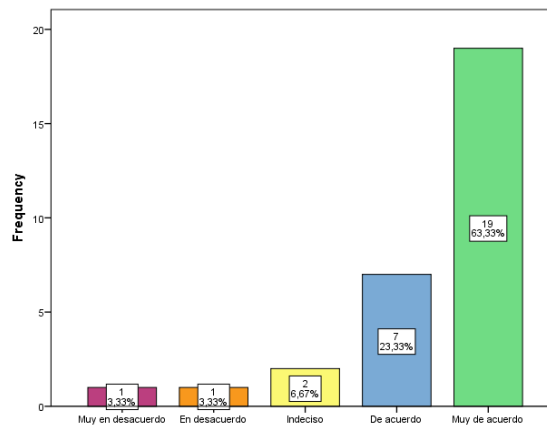
**Pregunta 12:** ¿Cuento con los recursos necesario para realizar mi trabajo de forma eficiente?

**Tabla 18.** Recursos necesarios para el trabajo eficiente

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1	3,3
En desacuerdo	1	3,3
Indeciso	2	6,7
De acuerdo	7	23,3
Muy de acuerdo	19	63,3
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)



**Gráfico 12.** Recursos necesarios para el trabajo eficiente

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

La pregunta 12 la misma que describe si los funcionarios cuentan con los recursos necesarios para realizar su trabajo de forma eficiente el 63,3% que son 19 funcionarios consideran que están muy de acuerdo; 7 funcionarios que representa el 23,35 mencionan que están de acuerdo 2 funcionarios están indecisos y en desacuerdo y muy en desacuerdo un funcionario por cada ítem que representa el 3,3%. Dentro de Banco Internacional los funcionarios consideran que sus áreas de trabajo son las adecuadas tanto de forma física como en la gestión organizacional, lo cual permite que su trabajo genere procesos de manera eficiente.

**Pregunta 13:** ¿Cuento con los equipos necesarios para realizar mi trabajo de forma eficiente?

Tabla 19. Equipos necesarios para realizar el trabajo

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1	3,3
En desacuerdo	2	6,7
Indeciso	2	6,7
Válido De acuerdo	7	23,3
Muy de acuerdo	18	60,0
Total	30	100,0

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

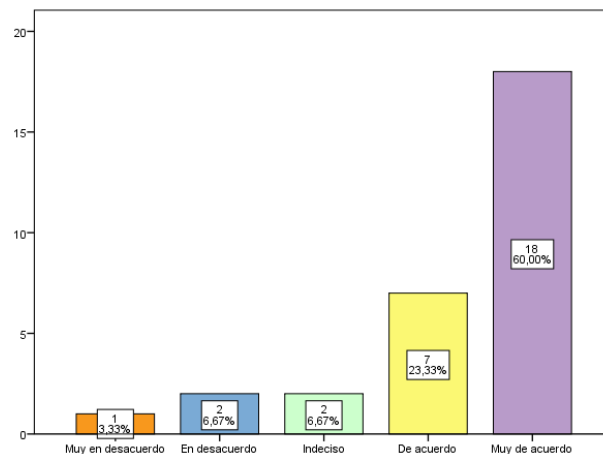


Gráfico 13. Equipos necesarios para realizar el trabajo

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

En lo que se relaciona a la pregunta 13 que se enfoca en los equipos necesarios para que los funcionarios de Banco Internacional realicen su trabajo de forma eficiente, 18 colaboradores menciona que están muy de acuerdo que representa el 60%; 7 encuestados afirman que se encuentra de acuerdo con la pregunta y su representación es de 23,33%; dos funcionarios se encuentra indecisos y en desacuerdo para cada indicador lo que representa el 6,67% para cada indicador y finalmente un colaborador menciona que está muy en desacuerdo con respecto a la pregunta; por lo tanto los equipos con los que cuentan los colaboradores de Banco Internacional son los adecuados para que se pueda realizar los requerimientos de manera eficiente, para que de esta forma la atención al cliente sea la más idónea.

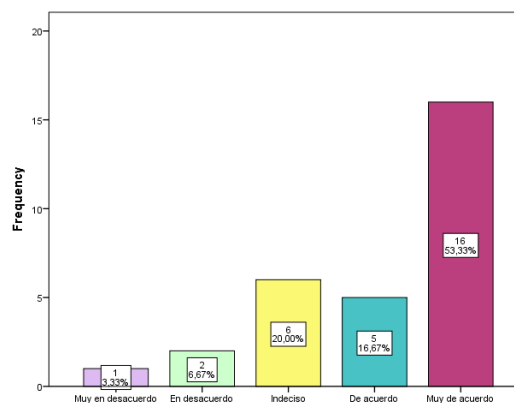
**Pregunta 14:** ¿Banco Internacional cuenta con procesos operativos enfocados al servicio al cliente?

**Tabla 20.** Procesos operativos enfocados al servicio al cliente

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1	3,3
En desacuerdo	2	6,7
Indeciso	6	20,0
De acuerdo	5	16,7
Muy de acuerdo	16	53,3
Total	30	100,0

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)



**Gráfico 14.** Procesos operativos enfocados al servicio al cliente

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

Haciendo referencia la pregunta 14 en la que se menciona si Banco Internacional cuenta con proceso operativos enfocados al servicio al cliente 16 funcionarios que representan el 53,3% afirman que están muy de acuerdo; 6 funcionario se encuentran indecisos los mismos que representan al 20%; 5 funcionarios están de acuerdo y su representación es del 16,7% finalmente, 2 funcionarios están en desacuerdo y un funcionario muy en desacuerdo. Se concluye que Banco Internacional cuenta con procesos operativos los cuales están enfocados en servicio al cliente, permitiendo con esto que las actividades o procesos que se realizan en el banco tienen siempre el contacto con el cliente y se puede de esta forma resolver dudas o sugerencias de manera satisfactoria y oportuna.

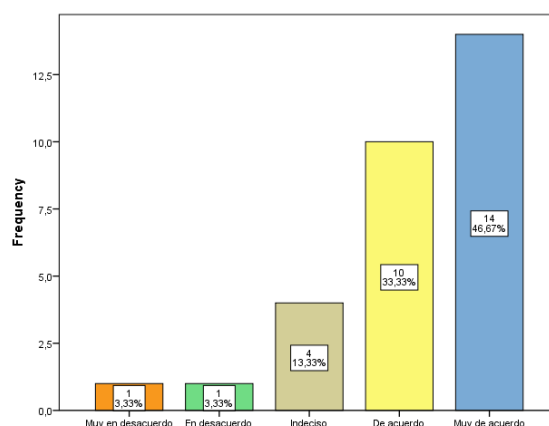
**Pregunta 15:** ¿Existe el recurso humano enfocado en el direccionamiento específico a los requerimientos de los clientes de forma efectiva?

**Tabla 21.** Recurso humano enfocado a requerimientos específicos

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1	3,3
En desacuerdo	1	3,3
Indeciso	4	13,3
De acuerdo	10	33,3
Muy de acuerdo	14	46,7
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)



**Gráfico 15.** Recurso humano enfocado a requerimientos específicos

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

De acuerdo con la población encuestada 14 funcionarios que son el 46,7% se encuentran muy de acuerdo con la pregunta que menciona si existe el recurso humano enfocado en el direccionamiento específico a los requerimientos de los clientes de forma efectiva; 10 funcionarios están de acuerdo y representan el 33,3%; 4 funcionarios están indecisos y su representación es del 13,3% y un funcionario para en desacuerdo y muy en desacuerdo que representan el 3,3 respectivamente, es decir, Banco Internacional cuenta con el recurso humano el mismo que se enfoca en un direccionamiento específico en la resolución de dudas enfocados al cliente en base a un servicio personalizado, cubriendo con esto que los clientes siempre tengan experiencias positivas, al momento de tener algún inconveniente en los procesos que lleven a cabo en el Banco, en cualquiera infraestructura como es física o virtual.



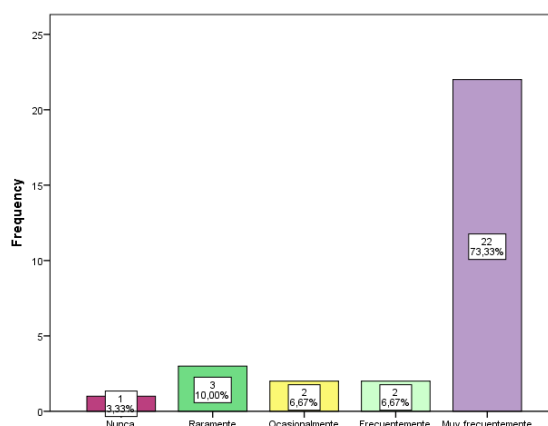
**Pregunta 16:** ¿Con qué frecuencia promueve los valores institucionales (Ejemplaridad, Decisión, Solidez y Cercanía) hacia el servicio al cliente?

**Tabla 22.** Ejecución de valores institucionales al cliente

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	3,3
Raramente	3	10,0
Ocasionalmente	2	6,7
Frecuentemente	2	6,7
Muy frecuentemente	22	73,3
Total	30	100,0

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)



**Gráfico 16.** Ejecución de valores institucionales al cliente

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

En la pregunta 16 con qué frecuencia se promueve los valores institucionales (ejemplaridad, decisión, solidez y cercanía) hacia el servicio al cliente, los funcionarios encuestados responden que: lo hacen de forma muy frecuente 22 que representan el 73,3%; raramente 3 que representan el 10%; de manera frecuente y ocasional 2 funcionarios por cada ítem y representan el 6,7%, y un funcionario nunca representa el 3,3%. La mayoría de los funcionarios replican los valores institucionales más aun cuando sus procesos están directamente relacionados con el servicio al cliente, lo cual permite que existan seguridad, cercanía y sobre todo confianza en los procesos que los clientes realicen en el banco; de esta forma es como la Institución promueve solidez y por consiguiente un servicio de calidad.

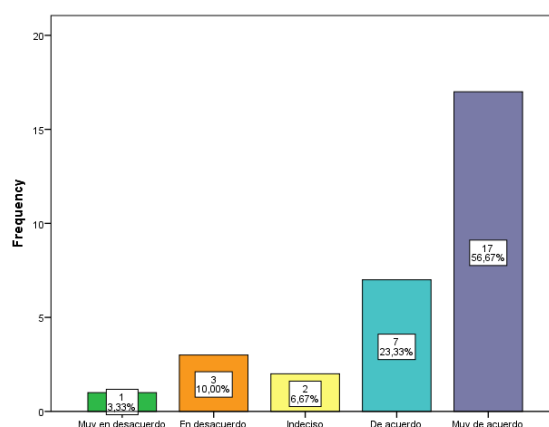
**Pregunta 17:** ¿Existen un ambiente de trabajo adecuado en los espacios físicos y/o virtuales para la atención a nuestros clientes?

**Tabla 23.** Ambientes de trabajo físicos y/o virtuales adecuados

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1	3,3
En desacuerdo	3	10,0
Indeciso	2	6,7
De acuerdo	7	23,3
Muy de acuerdo	17	56,7
Total	30	100,0

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)



**Gráfico 17.** Ambientes de trabajo físicos y/o virtuales adecuados

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

De los 30 funcionarios encuestados para esta investigación; responden de la siguiente manera a la pregunta ¿Existe un ambiente de trabajo adecuado en los espacios físicos y/o virtuales para la atención a nuestros clientes?; 17 funcionarios están muy de acuerdo y se los representa con el 56,7%; de acuerdo 7 funcionarios y son el 23,3%; 3 funcionarios en desacuerdo con una representación de 10%; 2 funcionarios están indecisos y un funcionario muy en desacuerdo que representan 3,3%. Una correcta gestión organización permite que el recurso humano de la Institución cuente con ambientes de trabajo adecuados, basado en las exigencias de los clientes.

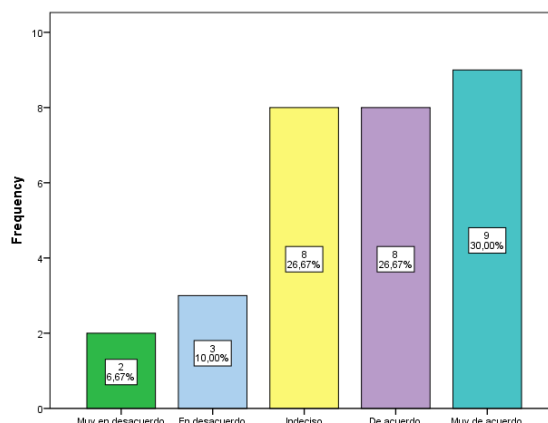
**Pregunta 18:** ¿Los tiempos de respuesta establecidos en los requerimientos son los adecuados para una buena atención al cliente?

**Tabla 24.** Tiempos de respuesta adecuados para los requerimientos

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	2	6,7
En desacuerdo	3	10,0
Indeciso	8	26,7
De acuerdo	8	26,7
Muy de acuerdo	9	30,0
Total	30	100,0

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)



**Gráfico 18.** Tiempos de respuesta adecuados para los requerimientos

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

En la pregunta 18 los funcionarios de Banco Internacional contestaron de la siguiente manera: Muy de acuerdo 9 funcionarios con el 30%; De acuerdo e Indecisos 8 funcionarios en cada ítem y representan el 26,7%; 3 funcionarios indecisos con el 10% y finalmente 2 funcionarios muy en desacuerdo con el 6,7%, por lo tanto se considera que la institución debería mejorar los tiempos de respuesta a cada uno de los requerimientos de los clientes, puesto que no existen una tendencia dentro de las opciones de respuesta; para lo cual Banco Internacional debería optar por procesos que se ajustan más a la realidad de los clientes, mejorando con ello la gestión organizacional y el servicio al cliente.

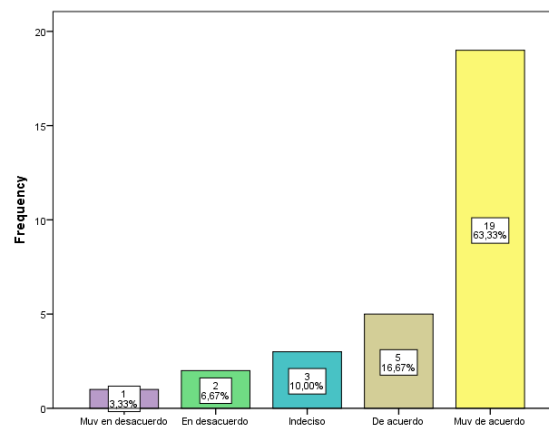
**Pregunta 19:** ¿En Banco Internacional los clientes reciben una cultura del buen trato sin importar su perfil socio demográfico (etnia, sexo, estrato social, discapacidad, edad)?

**Tabla 25.** Cultura del buen trato al cliente sin excepción

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1	3,3
En desacuerdo	2	6,7
Indeciso	3	10,0
De acuerdo	5	16,7
Muy de acuerdo	19	63,3
Total	30	100,0

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)



**Gráfico 19.** Cultura del buen trato al cliente sin excepción

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

En lo referente a la cultura del buen trato emitida por Banco Internacional a sus clientes sin importar su perfil socio demográfico, existe una tendencia en el indicador muy de acuerdo, con 19 funcionario que representan el 63,3%; 5 funcionarios están de acuerdo y representan el 16,7%; 3 funcionarios se encuentran indecisos y son el 10% del total de la población; 2 funcionarios están en desacuerdo y un funcionario se encuentra muy en desacuerdo con el 3,3%. Al existir una tendencia en que Banco Internacional no discrimina a los clientes por su perfil socio demográfico existe una correlación entre el poner en práctica los valores y principios institucionales y el buen trato a sus clientes, generando con ello un lazo de confianza y calidad.

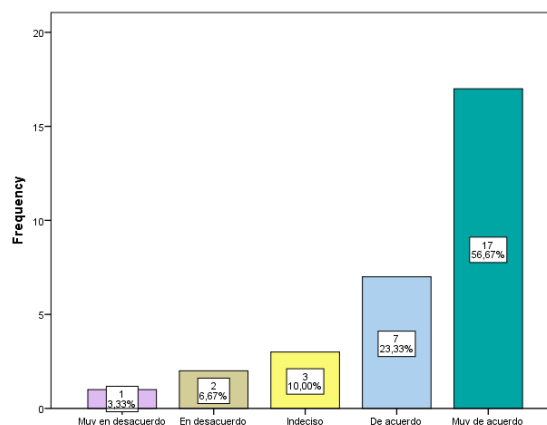
**Pregunta 20:** ¿Banco Internacional brinda comunicación oportuna a los clientes?

**Tabla 26.** Comunicación oportuna brindada a clientes

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1	3,3
En desacuerdo	2	6,7
Indeciso	3	10,0
De acuerdo	7	23,3
Muy de acuerdo	17	56,7
Total	30	100,0

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)



**Gráfico 20.** Comunicación oportuna brindada a clientes

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

De acuerdo con la pregunta establecida ¿Banco Internacional brinda comunicación oportuna a los clientes?; se obtuvieron las siguientes respuestas: 17 funcionarios seleccionaron la opción muy de acuerdo y representan el 56,7%; 7 funcionarios estuvieron de acuerdo y son el 23,3%; 3 funcionarios están indecisos y representan el 10%; 2 funcionarios están en desacuerdo con el 6,7% y un funcionario muy en desacuerdo y representa el 3,3%; se concluye que existe una tendencia en que la comunicación brindada por los servidores de Banco Internacional es oportuna, a la vez los clientes se sienten satisfechos en cada proceso, tarea o servicio realizado; hay que mencionar que la Institución cuenta con varios canales de servicio al cliente tanto físicos como virtuales, lo que permite una comunicación más asertiva y basado en una gestión organización de calidad.

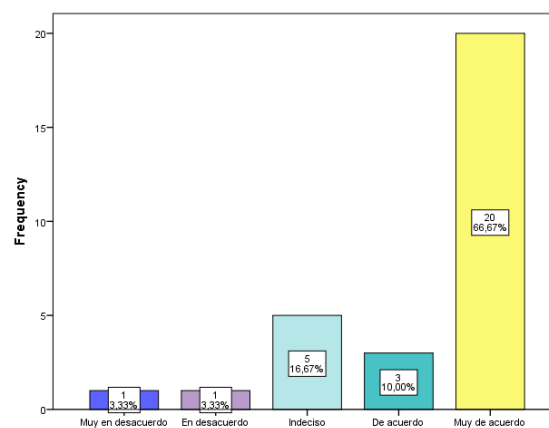
**Pregunta 21:** ¿Banco Internacional capacita al personal para dar cumplimiento a los requerimientos del cliente?

**Tabla 27.** Capacitación del personal para cumplir con requerimientos

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1	3,3
En desacuerdo	1	3,3
Indeciso	5	16,7
De acuerdo	3	10,0
Muy de acuerdo	20	66,7
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)



**Gráfico 21.** Capacitación del personal para cumplir con requerimientos

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

La pregunta 21 las respuestas son las siguientes: están muy de acuerdo 20 de los funcionarios con el 66,7%; indecisos 5 funcionarios y representan el 16,7%; de acuerdo 3 funcionarios representando al 10%, y tanto en desacuerdo como muy en desacuerdo un funcionario por cada indicador que representan el 3,3%. Dentro del plan de gestión organizacional de Banco Internacional se encuentra el indicador capacitación, el mismo que se cumple de manera correcta; puesto que todos los funcionarios de la institución tienen una capacitación permanente, tanto en el área en la que se desempeñan, así como en el servicio al cliente, factor importante para la Institución pues considera que los clientes son la base de una excelente gestión organizacional.

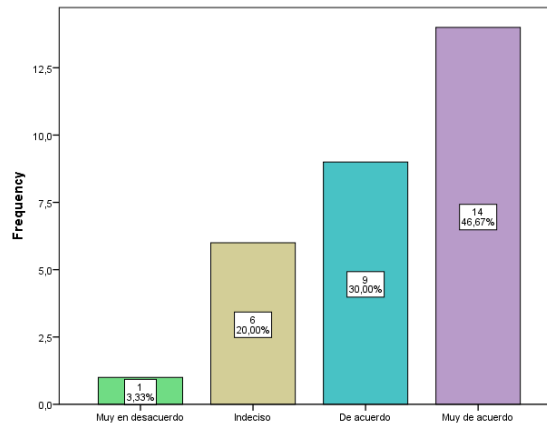
**Pregunta 22:** ¿Banco Internacional da importancia de forma oportuna a los requerimientos solicitados por el cliente (llamadas, mensajes de texto, correo electrónico)?

Tabla 28. Requerimientos resueltos de forma oportuna

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1	3,3
Indeciso	6	20,0
Válido De acuerdo	9	30,0
Muy de acuerdo	14	46,7
Total	30	100,0

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)



**Gráfico 22.** Requerimientos resueltos de forma oportuna

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

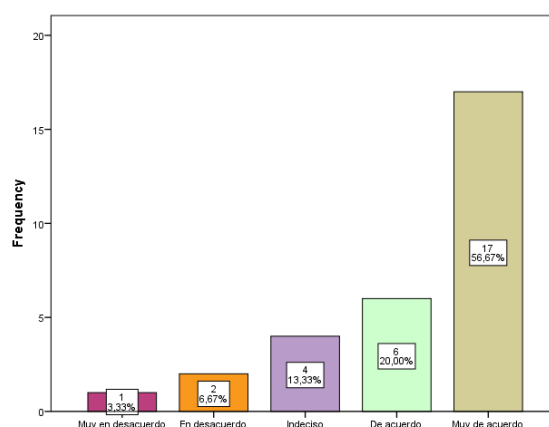
Del total de los funcionarios encuestados para la investigación, en esta pregunta, no existe una mayoría existente, es decir, que en base a la pregunta ¿Banco Internacional da importancia de forma oportuna a los requerimientos solicitados por el cliente (llamadas, mensajes de texto, correo electrónico)? 14 funcionarios mencionan que están muy de acuerdo con el 46,7%; de acuerdo 9 funcionarios con el 30% del total de la población; 6 funcionarios indecisos con el 20% y un funcionario en desacuerdo y muy en desacuerdo con el 3,3%; por lo tanto, Banco Internacional debe mejorar algunos de sus procesos como son llamadas, mensajes de texto o correo electrónico.

**Pregunta 23** ¿Cómo funcionario del Banco Internacional los productos y servicios son los adecuados para el cliente (Pasivos, Activos, etc.)?

**Tabla 29.** Los productos y servicios son adecuados para el cliente

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1	3,3
En desacuerdo	2	6,7
Indeciso	4	13,3
De acuerdo	6	20,0
Muy de acuerdo	17	56,7
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Estudio de campo  
**Elaborado por:** Solis, F. (2022)



**Gráfico 23.** Los productos y servicios son adecuados para el cliente  
**Fuente:** Estudio de campo  
**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

Del total de los funcionarios quienes fueron encuestados para obtener los resultados en la investigación se evidencia que existen 17 funcionarios que representan al 56,7% que afirman que están muy de acuerdo que los productos de Banco Internacional son los adecuados para el cliente, en lo referente a pasivos, activos y otros servicios; 6 funcionarios están de acuerdo con esta pregunta y son el 20% , se encuentra indecisos 4 funcionarios que representan el 13,3%, dos funcionarios están en desacuerdo con el 6,7% y finalmente un funcionario está muy en desacuerdo y representa el 3,3,% del total de la población, por consiguiente se considera que basada una excelente gestión organizacional que se lleva a cabo en la institución los clientes entregan su total



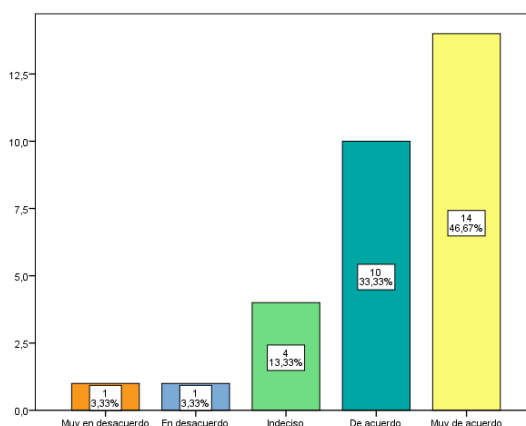
confianza a los procesos y servicios puesto que los consideran adecuados. Dentro del informe del cierre del ejercicio 2020 el total de Activos del Banco Internacional S.A. se pudo alcanzar USD 3.965 millones, este valor representa un aumento del 4.6% con respecto al año 2019.

**Pregunta 24:** ¿Basado en su experiencia considera que la satisfacción del cliente ha sido la más adecuada?

Tabla 30. Satisfacción del cliente en el Banco Internacional

	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	1	3,3
En desacuerdo	1	3,3
Indeciso	4	13,3
De acuerdo	10	33,3
Muy de acuerdo	14	46,7
Total	30	100,0

**Fuente:** Estudio de campo  
**Elaborado por:** Solis, F. (2022)



**Gráfico 24.** Satisfacción del cliente en el Banco Internacional  
**Fuente:** Estudio de campo  
**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

Al realizar el análisis de esta pregunta se obtienen los siguientes datos con respecto a la respuesta por parte de los funcionarios de Banco Internacional, los cuales se detallan a continuación: 14 funcionarios se encuentra muy de acuerdo que en base a su experiencia consideran que la satisfacción del cliente ha sido la más adecuada; representando al 46,7% del total de la población; 10 funcionarios afirman que se

encuentra de acuerdo con la satisfacción del cliente; indecisos se encuentra 4 funcionarios con el 13,3%; y finalmente en los tiempos en desacuerdo y muy en desacuerdo por cada ítem se encuentra un funcionario que representan el 3,3%; a su vez se llega a la discusión de que los funcionarios de acuerdo a su percepción y en el puesto de trabajo en el que se encuentran cumplen con todas las expectativas de los clientes, permitiendo que se sientan confiados en esta Institución Financiera, en el año 2020 la confianza de los clientes hacia el banco estuvieron reflejadas en el incremento de las captaciones de 7.4%, de la misma forma en los depósitos a plazo los cuales crecieron en eUSD91.7 millones y finalmente los depósitos a la vista en USD 160.9 millones.

### Discusión final

Una vez analizados los datos obtenidos por parte de la aplicación de la encuesta a los funcionarios del Banco Internacional de la ciudad de Ambato, se puede evidenciar que existen algunos procesos y servicios los cuales deben mejorar y de esta forma cumplir con un excelente servicio al cliente; Uno de los más importantes es el caso de los tiempos de respuesta que deben tener los clientes dentro del banco, sea este de manera física o virtual.

En lo que respecta a la pregunta 18 en donde se acepta la hipótesis nula se evidencia que:

**Tabla 31.** Información cruzada del indicador cargo con tiempos de respuesta

		¿Los tiempos de respuesta establecidos en los requerimientos son los adecuados para una buena atención al cliente?				
		Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Muy de acuerdo
Cargo	Gerente	1	0	2	1	1
	Jefe Operativo	0	0	0	1	1
	Asesor	1	2	2	3	3
	Cajero	0	1	2	3	4
	Analista	0	0	2	0	0

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaborado por:** Solis, F. (2022)

En lo que respecta al indicador cargo en el Banco Internacional se cuenta con un mayor número de colaboradores en lo que son asesores y cajeros, de los cuales consideran que los tiempos de respuesta establecidos en los requerimientos son adecuados para una buena atención al cliente; existe una tendencia en las opciones de acuerdo y muy de acuerdo con un 10% y 13,33% del total de la población, lo cual indica que para que exista una buena atención al cliente se debería mejorar los tiempos

de respuesta en los requerimientos, en la actualidad no son los adecuados y por consiguiente en ocasiones el tiempo de espera es demasiado largo causando inconformidad en los clientes; por lo tanto, la gestión organizacional debería tomar acciones que mejoren estas actividades que están directamente relacionadas con el cliente y el Banco.

Así mismo, por medio de la gestión organizacional con la que cuenta el Banco Internacional ha conservado su estabilidad y rentabilidad, a pesar de la situación económica que atraviesa el país, con el acceso a diversas fuentes alternativas de financiamiento en el exterior, así también con fuentes de sondeo institucional los cuales están directamente relacionados con el servicio al cliente.

Dentro de los datos obtenidos se puede evidenciar que Banco Internacional cumple con los tres niveles de gestión organizacional, puesto que dentro del nivel estratégico se planea con el logro de los objetivos para luego poder establecer los planes de acción para el desarrollo de la institución financiera; por ello tanto la Gerencia como los directores de cada sucursal de Banco Internacional establecen un marco referencial con la finalidad de tener un servicio al cliente efectivo. En lo que respecta al nivel táctico Banco Internacional cuenta con la planeación del funcionamiento dentro de cada una de las áreas de la institución por medio del marco referencial, de esta forma se cuenta con recursos efectivos en cada área para una mejor atención al cliente en cada uno de los requerimientos coordinando la utilización de los recursos.

Finalmente, se evidencia que el nivel operativo cumple con las tareas y procesos puntuales en lo que respecta a la atención al cliente, de la misma forma se cumple con tareas específicas, que en algunos de los casos de deben mejorar, como es el tiempo de respuesta que tienen los clientes de Banco Internacional al momento de registrar o adquirir un requerimiento.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones

- Es importante tomar en cuenta que la gestión organizacional involucra el cumplimiento de varios factores internos y externos entre los cuales está el servicio al cliente, el cual es considerado un procedimiento importante en las entidades financieras, pues éste permite obtener clientes potenciales, así como mantenerlos con un nivel de confianza efectiva.
- El servicio al cliente es una estrategia dentro de la gestión organizacional y es considerada como plan de acción con el objetivo de satisfacer las necesidades, superar expectativas de los clientes y los funcionales de las instituciones financieras; y por ende promueve estrategias que les hace seguir interesados por la institución en la que confían.
- Se debe contar con un modelo de gestión en el recurso humano que permita contribuir en el mejoramiento del rendimiento y desempeño laboral; con ello, se logra el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la entidad, la misión y visión, de esta forma es como los funcionarios contribuyen con el desarrollo de Banco Internacional de la ciudad de Ambato.
- En lo que respecta a los niveles de gestión empresarial al ser considerado como una garantía dentro de la eficacia de una institución la cual le permite llegar al éxito, esos niveles ayudan a una planificación de las líneas maestras dentro de la actividad empresarial y que coadyube a mantener su rumbo.
- El mejoramiento de los procesos y servicios que se deben tomar en cuenta dentro del Banco Internacional, puesto que aún existen procesos como el tiempo de respuesta que tienen los funcionarios hacia sus clientes, los cuales no son lo óptimos.
- La capacitación permite que exista una mejora en el desempeño laboral, así como en la productividad, el cual tiene como resultado la optimización de procesos, tareas y recursos que ayudan en un mejor servicio al cliente, cumplimientos de objetivos y estrategias dentro de las organizaciones, más aún cuando éstas se enfocan en la calidad de sus servicios.

- La gestión organizacional cumple un papel muy importante dentro de una empresa puesto que la misma permite planificar y organizar procesos, los mismos que posteriormente pueden ser controlados de forma eficiente, por ello, incide directamente en el proceso de servicio al cliente el cual es conseguir una correcta funcionalidad de los procesos en base a la calidad.

## **5.2 Recomendaciones**

- Reforzar todos los canales de uso tanto internos como externos del Banco Internacional, puesto que los mismo disminuyen considerablemente los tiempos de respuesta para mejorar el servicio al cliente.
- Establecer planes de acción dentro de la gestión organizacional los mismos que deben estar enfocados a los clientes y el servicio que requieren, éstos a su vez deben estar orientados a la calidad en el servicio por medio de campañas o procesos internos que permitan establecer un servicio eficiente al cliente.
- Utilizar mecanismos remotos, procesos de digitalización y virtualización lo cual permite a los clientes obtener su requerimiento, minimizando tiempo y recursos sin la necesidad de tener un acercamiento físico al Banco.
- Tomar acciones correctivas en los procesos que se generan largos tiempos de respuesta a los requerimientos, para de esta forma generar ventajas competitivas las mismas que permitan contar con el recurso humano con habilidades y competencias requeridas que se enfoquen en la propuesta de valor de la entidad la cual es brindar productos y servicios de calidad.
- Implementar procesos de capacitación en áreas específicas que a su vez cumplan con los requerimientos de los clientes y por consiguiente de la entidad; de esta forma se obtendrá un mejor desempeño laboral, una mejor ejecución de las funciones y la integración organizacional para brindar mejor calidad de servicio al cliente. Por último, y no menos importante se debe continuar capacitando al recurso humano de Banco Internacional en áreas específicas en donde aún existen operaciones vacías o con tiempos de respuesta no adecuados.

## 6. Bibliografía

- Alvarado-Vélez, J., Almeida-Blacio, J., Vélez-Bravo, G., & Cornejo, D. (2020). Estado del proceso administrativo en las unidades de producción agropecuaria de Santo Domingo, Ecuador. *Espacios*, 1-8.
- Armijos-Mayon, F., Bermúdez-Burgos, A., & Mora-Sánchez, N. (2019). Gestión de administración de los Recursos Humanos. *Revista Universidad y Sociedad*, 1-5.
- Carrillo-Punina, A. (2019). Cultura organizacional y desempeño financiero en las cooperativas de ahorro y crédito ecuatorianas. *UNLP*.
- Castrillón-Ortega, A. (2019). *Fundamentos generales de Administración*. Colombia: Editorial L. Vieco S.A.S.
- Coromoto, A., Romero, R., & P., P. (2017). Validación por expertos de un instrumento para la identificación de Habilidades y Competencias de un profesional en el área de Logística. *Culcyt*, 1-12.
- El-Adly, M. I. (2019). Modelling the relationship between hotel perceived value, customer satisfaction, and customer loyalty. . *Journal of Retailing and Consumer Services*, 322-332.
- Fernandez-Barrios, A. (2020). Calidad del servicio en las entidades financieras vs los recursos humanos . *Dialnet*, 151-156.
- Fernández-Ríos, M., & Sánchez, J. (2007). *Eficacia Organizacional*. Madrid.
- Ferreira-de-Araújo, P., Crema, M., & Verbano, C. (2019). Risk management in SMEs: A systematic literature review and future directions. *European Management Journal*.
- García, G., Olvera, A., Medina, M., & S., L. (2019). Tres competencias esenciales de los profesionales inteligentes: advertir y responder, combinar y conectar, y crear y producir. *Sotavento*, 90-107.
- García-Moreno, A., Ruiz-Cabezas, M., & Martelo-Gomez, R. (2020). Competencias para la gestión del conocimiento en procesos administrativos de instituciones universitarias del Atlántico (Caribe Colombiano). *Espacios*.
- Guatzozón, M., Canto, A. M., & Pereyra, A. (2020). Calidad en el servicio en micronegocios del sector artesanal de madera en una comisaría de Mérida, México. .

*Revista Chilena de Ingeniería*, 120-132.

Gutiérrez-Suarez, C., Sánchez, A. R., & Garay, A. F. (2019). Direccionamiento estratégico, Una estrategia organizacional con alto impacto en el Desarrollo Laboral. *Aibi Revista de Investigación, Administración e Ingeniería*, 8-15.

Ilgen, D., Hollenbeck, J., Johnson, M., & Jundt, D. (2021). Teams in organizations: From input-process-output models to IMO models. *Annual Review of Psychology*, 517-543.

Izquierdo, R. (2019). *El proceso de atención al cliente*. Colombia: Revista Integra.

Jain, P., & Aggarwal, V. S. (2017). The effect of perceived service quality on customer satisfaction and customer loyalty in organized retail chains. *Amity Business Review*, 77-89.

Kumar, V., & Hundal, B. S. (2019). Evaluating the service quality of solar product companies using SERVQUAL model. *International Journal of Energy Sector Management*, 670-693.

Lema, P., Erazo, j., & Narváez, C. (2019). Human talent, a key factor for organizational management in financial intermediation institutions. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, 349-375.

López, R., Avello, R., Plamero, D., Sánchez, S., & Quintana, M. (2019). Validación de instrumentos como garantía de la credibilidad en las investigaciones científicas. *Revista Cubana de Medicina Militar*, 1-9.

Luczywo, N., Zanazzi, J., Pontelli, D., Boaglio, L., & Zanazzi, J. (2016). Decisión multicriterio grupal aplicada a la selección de proveedores para gestión de residuos patógenos. *Universidad Nacional de Córdoba*. Obtenido de <https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/21225>

Mahecha, o., López, D., & Socarras, C. (2019). Competitive financial marketing strategies in the banking sector: Customer perception. *Revista Venezolana de Gerencia*,.

Marín, K., & Atencio, E. (2018). Proceso académico-administrativo de la revista científica ética del investigador: estudio de un caso. *Omnia*, 160-183.

Merizalde -Leiton, C. (2021). *Modelo de gestión administrativo y financiero para la*

*asociación de servicios de limpieza Imbabura Asosalim, provincia de Imbabura.*  
Imbabura: Universidad Técnica del Norte.

Montoya-Agudelo, C., & Boyero-Saavedra, M. (2018). El CRM como herramienta para el servicio al cliente en la organización. *Visión de Futuro*, 130-151.

Mora, G. (2020). Influencia de la inteligencia de negocios en los procesos de toma de decisiones dentro de las instituciones financieras. *Realidad Empresarial*, 21-24.

Morales Bueso, J. (2021). *Los clientes involuntarios: aplicación de la entrevista motivacional*. UBI.

Ojeda-Román, M. (2018). *Gestión y el cumplimiento y objetivos en una empresa*. Diario Gestión .

Ortiz-Rojas, W., & Pérez-Urbe, R. (2019). Efectos de la gestión organizacional en la rentabilidad en PYMES: evidencias empíricas y algunas consideraciones teóricas. *EAN*, 88-109.

Paredes-Arango, O. (2018). *Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes en una entidad bancaria*. Perú: Repositorio de la Universidad Privada del Norte.

Pincay-Morales, Y., & Parra-Ferrié, C. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. *Dominio de las Ciencias*, 1118-1142. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i3.1341>

Pineda, A. (2020). La comunicación organizacional en la gestión empresarial: retos y oportunidades en el escenario digital. *GEON*, 9-25.

Ramírez, L. (2017). *Estrategias de marketing de un banco colombiano enfocadas a personas de la generación Millennial*. Colombia: Universidad Santo Tomas.

Ramírez-Asís, E., Maguiña-Palma, M., & Huerta-Soto, R. (2020). Attitude, satisfaction and loyalty of customers in Municipal Savings Banks of Peru. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*.

Reza, J. c. (2019). *El gerente efectivo*. UNAM.

Rojas, L., Bejarano, L., & Marín, C. (2016). Analysis of service management structures in companies from the service sector. *AD-minister*(29). doi:10.17230/ad-



minister.29.6

Tamayo-Salamanca, Y., Cortina, A., & García-Ríos, D. (2020). Modelo de gestión organizacional basado en el logro de objetivos. *Suma de Negocios*, 70-77.

Tello, W. (2019). *La gestión y el proceso de atención de los usuarios de la ventanilla preferencia del Banco de la Nación, Agencia Larco, Trujillo*. Perú: Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo.

Valenzuela-Salazar, N., Nemecio, L., Buentello, C., Gomez, I., & Villarreal-Sánchez, V. (2019). La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios. *GEON*, 18-24.

Vallejo, L. M. (2017). *Gestión del Talento Humano*. Ecuador: Caracola Editores.

## 7. Anexos

### 7.1. Encuesta

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

**Tema:** “GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN EL SERVICIO AL CLIENTE DEL BANCO INTERNACIONA DE LA CIUDAD DE AMBATO”

**Objetivo General:** Analizar la gestión organizacional en el servicio al cliente del Banco Internacional de la ciudad de Ambato.

Indicaciones:

- Marque una sola respuesta en cada una de las preguntas
- En una escala de frecuencia y cumplimiento a su realidad seleccione el indicador más apropiado, siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta.

#### A. Preguntas sociodemográficas

Sexo: 1. Hombre 2. Mujer

Cargo: 1. Gerente 2. Analista 3. Cajero 4. Asesor

Edad:

Nivel de estudios: 1. Bachiller 2. Tecnico/ Tecnólogo 3. Ingeniero/Licenciado 4. Magister

Discapacidad: 1. Si 2. No Especifique: -----

Agencia: 1. Xxxxxx 2.xxxxxxxxx 3. Xxxxxx

Sector de residencia: 1. Urbano 2. Rural

Estado civil: 1. Casado/a 2. Soltero/a 3. Viudo/a 4. Divorciado/a 5. Unión Libre

Etnia: 1. Mestizo 2. Blanco 3. Afrodescendiente 4. Indígena 5. Montuvio

B. Banco de preguntas

Indicador Pregunta	1	2	3	4	5
Banco Internacional se preocupa en dar un buen servicio a sus clientes					
Las medidas de prevención y control en las instalaciones del Banco se extreman para precautelar riesgos.					
Cuento con los recursos necesario para realizar mi trabajo de forma eficiente					
Cuento con los equipos necesario para realizar mi trabajo de forma eficiente					
La institución financiera cuenta con procesos operativos enfocados al servicio al cliente					
Existe el recurso humano enfocado en el direccionamiento específico a los requerimientos de los clientes de forma efectiva.					
Con qué frecuencia promueve los valores institucionales () hacia el servicio al cliente					
Existen un ambiente de trabajo adecuado en los espacios físicos y/o virtuales para la atención a nuestros clientes.					
Los tiempos de respuesta establecidos en los requerimientos son los adecuados para una buena atención al cliente					

En la institución financiera los clientes reciben una cultura del buen trato sin importar su perfil socio demográfico (etnia, sexo, estrato social, discapacidad, edad).					
La institución financiera brinda comunicación oportuna a los clientes.					
La institución financiera capacita al personal para dar cumplimiento con los requerimientos del cliente.					
La institución financiera da importancia de forma oportuna a los requerimientos del cliente (llamadas, mensajes de texto, correo electrónico)					
Como funcionario del banco los productos y servicios son los adecuados para el cliente ().					
Basado en su experiencia considera que la satisfacción del cliente ha sido la más adecuada.					

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

## 7.2. Validación de Expertos

GUÍA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO CENTRO DE POSGRADOS

**Tema:** “GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN EL SERVICIO AL  
CLIENTE DEL BANCO INTERNACIONAL DE LA CIUDAD DE AMBATO”

#### GUÍA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Maestrante : Ing. Luis Fabián Solis Chamorro

Director : Ing. Carlos Fernando Meléndez Tamayo, PhD.

Estimado Experto (a):

Me dirijo a usted, con el fin de solicitarle su valiosa colaboración en la revisión del instrumento que se anexa con el propósito de determinar su validez de contenido, a efectos de la realización de la investigación titulada "GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN EL SERVICIO AL CLIENTE DEL BANCO INTERNACIONAL DE LA CIUDAD DE AMBATO", la cual sirve para recopilar los datos requeridos para dar cumplimiento al trabajo de titulación en el programa de Maestría

Es importante que para dicha validación se tomen en consideración los siguientes parámetros

1. Pertinencia de los ítems o interrogantes con los objetivos/propósitos.
2. Consistencia de la redacción.
3. Secuencia lógica.
4. Significancia o relevancia de la información que se recolecta.

Agradeciendo de antemano su receptividad, me despido de usted.

Atentamente,

Ing. Luis Fabian Solis Chamorro

Maestrante

**1. Identificación del Experto Validador**

- **Nombre y Apellido:** Cesar Andrés Guerrero Velástegui
- **Institución donde trabaja:** Universidad Técnica de Ambato
- **Título de Pregrado:** Ingeniero de Empresas
- **Título de Postgrado:** Magister en Dirección de Recursos Humanos
- **Información Institución donde lo obtuvo:** Universidad Técnica de Ambato
- **Trabajos Publicados:**

Nº	TÍTULO	EDITORIAL	AÑO PUBLICACIÓN
1	Artificial intelligence and replacement of human talent: Case study of higher education in times of pandemic	Lecture Notes in Electricianl Engineering	2022
2	Determinantes del modelo estratégico publicitario en el comportamiento del consumidor de las empresas sector comercial	Polo del Conocimiento	2018

**2. Título de la investigación**

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN EL SERVICIO AL CLIENTE DEL BANCO INTERNACIONAL DE LA CIUDAD DE AMBATO

**3. Objetivos de la Investigación**

**Objetivo General**

Analizar la influencia de la gestión organizacional en el servicio al cliente del Banco Internacional de la ciudad de Ambato

**Objetivos Específicos**

- Fundamentar teóricamente la gestión organizacional y su relación con el servicio al cliente en el Banco Internacional de la ciudad de Ambato.
- Diagnosticar los niveles de gestión organizacional y el servicio al cliente en el Banco Internacional.
- Identificar la relación entre la gestión organizacional y el servicio al cliente del Banco Internacional

**4. Fenómeno, evento o variables de estudio**

**Variable independiente:** Gestión organizacional

**Variable dependiente:** Servicio al cliente

**5. Operacionalización de la variable o matriz de categorías previas**

Variable	Dimensión	Indicadores
Gestión organizacional	Gestión	Institucional Intermedio Operativo
	Recursos	Eficacia Eficiencia Calidad
	Objetivos	Cumplimiento de los objetivos Características de los objetivos
Servicio al cliente	Clientes	Reales Potenciales
	Pilares de la calidad	Empatía Respuesta Flexibilidad



**6. Matriz de Validación**

Marque con una x en el elemento que corresponda

**LEYENDA: P:** Pertinente – **NP:** No pertinente – **A:** Adecuada – **I:** Inadecuada

INTERROGANTE / ITEMS	OBJETIVOS		ORDENAMIENTO		SIGNIFICANCIA		REDACCION	
	P	NP	P	NP	P	NP	A	I
	Banco Internacional se preocupa en dar un buen servicio a sus clientes	X		X		X		X
Las medidas de prevención y control en las instalaciones del Banco se extreman para precautelar riesgos.	X		X		X		X	
Cuento con los recursos necesario para realizar mi trabajo de forma eficiente	X		X		X		X	
Cuento con los equipos necesario para realizar mi trabajo de forma eficiente	X		X		X		X	
La institución financiera cuenta con procesos operativos enfocados al servicio al cliente	X		X		X		X	
Existe el recurso humano enfocado en el direccionamiento específico a los requerimientos de los clientes de forma efectiva.	X		X		X		X	
Con qué frecuencia promueve los valores institucionales () hacia el servicio al cliente	X		X		X		X	
Existen un ambiente de trabajo adecuado en los espacios físicos y/o virtuales para la atención a nuestros clientes.	X		X		X		X	
Los tiempos de respuesta establecidos en los requerimientos son los adecuados para una buena atención al cliente	X		X		X		X	
En la institución financiera los clientes reciben una cultura del buen trato sin importar su perfil socio demográfico (etnia, sexo, estrato social, discapacidad, edad).	X		X		X		X	
La institución financiera brinda comunicación oportuna a los clientes.	X		X		X		X	

La institución financiera capacita al personal para dar cumplimiento con los requerimientos del cliente.	X		X		X		X	
La institución financiera da importancia de forma oportuna a los requerimientos del cliente (llamadas, mensajes de texto, correo electrónico)	X		X		X		X	
Como funcionario del banco los productos y servicios son los adecuados para el cliente ( ).	X		X		X		X	
Basado en su experiencia considera que la satisfacción del cliente ha sido la más adecuada.	X		X		X		X	

### 7. Juicio del Experto

7.1. En líneas generales, considera que las preposiciones se corresponden con el contexto problemático de la investigación:

- Suficiente X
- Medianamente suficiente \_\_\_\_\_
- Insuficiente \_\_\_\_\_

**Observación:**

7.2. Considera que los reactivos del instrumento recopilan la información requerida para la investigación de manera:

- Suficiente X
- Medianamente suficiente \_\_\_\_\_
- Insuficiente \_\_\_\_\_

**Observación:**

7.3. El instrumento diseñado responde a los indicadores o subcategorías previas:

- Suficiente X
- Medianamente suficiente \_\_\_\_\_
- Insuficiente \_\_\_\_\_

**Observación:**

7.4. Considera que el instrumento diseñado es:

- Suficientemente válido X
- Medianamente válido \_\_\_\_\_
- No válido \_\_\_\_\_

**Observación:**

El trabajo se apega a lo requerido.

**Firma:**  Firma digitalizada por:  
CESAR ANDRES  
GUERRERO  
VELASTEGUI

**Nombres Apellidos:** César Andrés Guerrero Velástegui, Mg.

**Fecha:** 05-09-2022



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**CENTRO DE POSGRADOS**

**Tema:** “GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN EL SERVICIO AL  
CLIENTE DEL BANCO INTERNACIONAL DE LA CIUDAD DE AMBATO”

**GUÍA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

Maestrante : Ing. Luis Fabián Solís Chamorro

Director : Ing. Carlos Fernando Meléndez Tamayo, PhD.

Estimado Experto (a):

Me dirijo a usted, con el fin de solicitarle su valiosa colaboración en la revisión del instrumento que se anexa con el propósito de determinar su validez de contenido, a efectos de la realización de la investigación titulada "GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN EL SERVICIO AL CLIENTE DEL BANCO INTERNACIONAL DE LA CIUDAD DE AMBATO", la cual sirve para recopilar los datos requeridos para dar cumplimiento al trabajo de titulación en el programa de Maestría

Es importante que para dicha validación se tomen en consideración los siguientes parámetros

1. Pertinencia de los ítems o interrogantes con los objetivos/propósitos.
2. Consistencia de la redacción.
3. Secuencia lógica.
4. Significancia o relevancia de la información que se recolecta.

Agradeciendo de antemano su receptividad, me despido de usted.

Atentamente,

Ing. Luis Fabian Solis Chamorro

Maestrante

**1. Identificación del Experto Validador**

- **Nombre y Apellido:** Leonardo Ballesteros López
- **Institución donde trabaja:** Universidad Técnica de Ambato
- **Título de Pregrado:** Ingeniero de Empresas
- **Título de Postgrado:** Magister en Gestión Estratégica Empresarial
- **Información Institución donde lo obtuvo:** Universidad Técnica de Ambato
- **Trabajos Publicados:**

Nº	TÍTULO	EDITORIAL	AÑO PUBLICACIÓN
1	Decision Trees for the Analysis of Digital Marketing in the Tourism Industry: Tungurahua Case Study	Lecture Notes in Networks and Systems	2022
2	Web 2.0 Digital Marketing Tools in the Ecuadorian Tourism Sector Against of the COVID-19 Pandemic	Lecture Notes in Networks and Systems	2022
3	Construcción de perfiles del consumidor con base de datos y publicidad programática	593 Digital Publisher	2020

**2. Título de la investigación**

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN EL SERVICIO AL CLIENTE DEL BANCO INTERNACIONAL DE LA CIUDAD DE AMBATO

**3. Objetivos de la Investigación**

**Objetivo General**

Analizar la influencia de la gestión organizacional en el servicio al cliente del Banco Internacional de la ciudad de Ambato

**Objetivos Específicos**

- Fundamentar teóricamente la gestión organizacional y su relación con el servicio al cliente en el Banco Internacional de la ciudad de Ambato.
- Diagnosticar los niveles de gestión organizacional y el servicio al cliente en el Banco Internacional.
- Identificar la relación entre la gestión organizacional y el servicio al cliente del Banco Internacional

**4. Fenómeno, evento o variables de estudio**

*Variable independiente:* Gestión organizacional

*Variable dependiente:* Servicio al cliente

**5. Operacionalización de la variable o matriz de categorías previas**

Variable	Dimensión	Indicadores
Gestión organizacional	Gestión	Institucional Intermedio Operativo
	Recursos	Eficacia Eficiencia Calidad
	Objetivos	Cumplimiento de los objetivos Características de los objetivos
Servicio al cliente	Clientes	Reales Potenciales
	Pilares de la calidad	Empatía Respuesta Flexibilidad

**6. Matriz de Validación**

Marque con una x en el elemento que corresponda

**LEYENDA: P:** Pertinente – **NP:** No pertinente – **A:** Adecuada – **I:** Inadecuada

INTERROGANTE / ITEMS	OBJETIVOS		ORDENAMIENTO		SIGNIFICANCIA		REDACCION	
	P	NP	P	NP	P	NP	A	I
	Banco Internacional se preocupa en dar un buen servicio a sus clientes	x		x		X		X
Las medidas de prevención y control en las instalaciones del Banco se extreman para precautelar riesgos.	x		x		X		X	
Cuento con los recursos necesario para realizar mi trabajo de forma eficiente	x		x		X		X	
Cuento con los equipos necesario para realizar mi trabajo de forma eficiente	x		x		X		X	
La institución financiera cuenta con procesos operativos enfocados al servicio al cliente	x		x		X		X	
Existe el recurso humano enfocado en el direccionamiento específico a los requerimientos de los clientes de forma efectiva.	x		x		X		X	
Con qué frecuencia promueve los valores institucionales () hacia el servicio al cliente	x		x		X		X	
Existen un ambiente de trabajo adecuado en los espacios físicos y/o virtuales para la atención a nuestros clientes.	x		x		X		X	
Los tiempos de respuesta establecidos en los requerimientos son los adecuados para una buena atención al cliente	x		x		X		X	
En la institución financiera los clientes reciben una cultura del buen trato sin importar su perfil socio demográfico (etnia, sexo, estrato social, discapacidad, edad).	x		x		X		X	
La institución financiera brinda comunicación oportuna a los clientes.	x		x		X		X	



GUÍA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

La institución financiera capacita al personal para dar cumplimiento con los requerimientos del cliente.	x		x		x		x	
La institución financiera da importancia de forma oportuna a los requerimientos del cliente (llamadas, mensajes de texto, correo electrónico)	x		x		x		x	
Como funcionario del banco los productos y servicios son los adecuados para el cliente ().	x		x		x		x	
Basado en su experiencia considera que la satisfacción del cliente ha sido la más adecuada.	x		x		x		x	

**7. Juicio del Experto**

7.1. En líneas generales, considera que las proposiciones se corresponden con el contexto problemático de la investigación:

- Suficiente       • Medianamente suficiente \_\_\_\_\_      • Insuficiente \_\_\_\_\_

**Observación:**

7.2. Considera que los reactivos del instrumento recopilan la información requerida para la investigación de manera:

- Suficiente       • Medianamente suficiente \_\_\_\_\_      • Insuficiente \_\_\_\_\_

**Observación:**

7.3. El instrumento diseñado responde a los indicadores o subcategorías previas:

- Suficiente       • Medianamente suficiente \_\_\_\_\_      • Insuficiente \_\_\_\_\_

**Observación:**

7.4. Considera que el instrumento diseñado es:

- Suficientemente válido
- Medianamente válido \_\_\_\_\_
- No válido \_\_\_\_\_

**Observación:**

El trabajo se apega a lo requerido.

Firma:  FIRMADO DIGITALMENTE POR:  
LEONARDO GABRIEL  
BALLESTEROS LOPEZ

Nombres Apellidos: Ing. Leonardo Gabriel Ballesteros López, MBA.

Fecha: Ambato, 5 de Septiembre de 2022