UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

TITULACIÓN EN BANCA Y FINANZAS

"Calidad del servicio percibida por los clientes del Banco ProCredit sucursal Loja y su repercusión en la satisfacción y lealtad a la misma"

Trabajo de fin de titulación.

Autora:

Loaiza Vaca, Nancy Mariana

Director:

Econ. Núñez Vélez, Franz Maurizio

Loja-Ecuador

2013

Certificación

Econ. Franz Maurizio Núñez Vélez
DOCENTE DE LA TITULACIÓN DE BANCA Y FINANZAS

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de fin de titulación denominado: "Calidad de servicio percibida por los clientes del Banco ProCredit sucursal Loja y su repercusión en la satisfacción y lealtad a la misma" realizado por la señorita estudiante **Nancy Mariana Loaiza Vaca**, cumple con los requisitos establecidos en las normas generales para la Graduación en la Universidad Técnica Particular de Loja, tanto en el aspecto de forma como de contenido, por lo cual me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.

Loja, diciembre 2012

……..
Econ. Franz Núñez Vélez
C.I

Autoría

Yo, Nancy Mariana Loaiza Vaca, autora del presente trabajo de grado, soy responsable de las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el mismo.

……

Nancy Mariana Loaiza Vaca

C.I. 1104036536

Cesión de derechos

Yo, **Nancy Mariana Loaiza Vaca**, declaro ser autora del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en la parte pertinente dice: *"Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos, técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad".*

……

Nancy Mariana Loaiza Vaca

C.I. 1104036536

Dedicatoria

Dedico el presente trabajo de tesis primeramente a Dios que es la fuerza espiritual que me guía diariamente y me ha permitido cumplir con una meta más en mi vida, a mi padre que desde el cielo camina junto a mí a cada paso que doy, sintiendo su alegría con cada meta cumplida, recordando y poniendo en práctica todos las enseñanzas que me dejó como legado, a mi madre que día a día me muestra su constancia y perseverancia de no dejarse vencer por los obstáculos que se pueden presentar siendo ejemplo de superación y entrega, a mis abuelitos que con son su cariño y valores me han sido de gran apoyo en cada etapa de vida.

Gracias a todos ustedes, hoy puedo ver alcanzada mi meta, ya que siempre estuvieron en los buenos momentos como también impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera.

Nancy

Agradecimiento

A la Universidad Técnica Particular de Loja, que a través de la Escuela de Banca y Finanzas y a todo su personal docente por impartirnos sus amplios conocimientos y permitirnos cumplir una de nuestras metas profesionales de la manera más exitosa posible.

Al Econ. Franz Vélez, por sus conocimientos, esfuerzo y dedicación orientada fundamentalmente a la dirección de este trabajo de fin de titulación.

Al Econ. Julio Vásquez, gerente del Banco ProCredit sucursal Loja, por abrirme las puertas de la entidad para la realización del presente proyecto.

Finalmente y no menos importante a todos los compañeros y amigos de la Escuela de Banca y Finanzas como también a amigos que han estado a lo largo de nuestra vida apoyándonos en buenos y malos momentos para el logro de esta meta.

La Autora

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AUTORÍA ..... **III**

CESIÓN DE DERECHOS ..... **IV**

DEDICATORIA ..... **V**

AGRADECIMIENTO ..... **VI**

RESUMEN EJECUTIVO ..... **IX**

INTRODUCCIÓN **1**

CAPÍTULO 1

1. CONTEXTO INSTITUCIONAL 3
   - *1.1. Reseña histórica "Banco ProCredit"* *3*
   - *1.2 Misión* *4*
   - *1.3 Valores institucionales* *6*
   - *1.4 Banco ProCredit en el mundo* *7*
   - *1.5 Banco ProCredit en el Ecuador* *8*
   - *1.6 Estructura organizacional y funcional* *10*
   - *1.7 Calificación de riesgo* *13*
   - *1.8 Portafolio de productos y servicios* *14*
   - *1.9 Canales electrónicos* *26*
   - *1.10 Cajeros automáticos* *26*
   - *1.11 Flujograma de Procesos* *27*

CAPÍTULO 2

2. MARCO CONCEPTUAL 32
   - *2.1 Calidad de servicio* *32*
   - *2.2 Satisfacción y lealtad* *38*
   - *2.3 Calidad de servicio bancario* *41*
   - *2.4 Aspectos profesionales en el servicio* *51*
   - *2.5 Relaciones interpersonales afectan al servicio* *52*
   - *2.6 Aplicación de conceptos de calidad en productos y servicios de Banco ProCredit Sucursal Loja* *53*

CAPÍTULO 3

3. ANÁLISIS DEL SERVICIO, SATISFACCIÓN Y LEALTAD 55
3.1 Estudio de mercado 55
3.2 Especificación del contenido 56

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES 76
Recomendaciones 78
BIBLIOGRAFIA 79

Resumen Ejecutivo

La lealtad y la satisfacción de los clientes con la entidad financiera dependerán de la importancia que cada uno de ellos den a los productos y servicios según sus necesidades, llegándolas a satisfacer o superando sus expectativas.

Es por ello, que el presente tema de tesis está enfocado en determinar la calidad de servicio que el Banco ProCredit sucursal Loja brinda a sus clientes, como esto influye en la satisfacción al momento de adquirir los productos y utilizar los servicios que esta entidad ofrece a la colectividad en general.

Mediante una muestra de la población se pretende conocer qué porcentaje de los mismos se encuentran satisfechos o insatisfechos con todo aquello que la entidad ofrece a sus clientes. Así mismo identificar si los clientes están de acuerdo con los productos y/o servicios ofrecidos; o si necesitan la implementación de nuevos.

Introducción

La calidad de servicio es considerado uno de los concepto más importantes desde la perspectiva de las entidades financieras, factores como el producto, imagen y distribución pasan a tener un papel secundario, ya que hoy en día el elemento que más tiende a diferenciar una entidad de otra es la calidad de servicio prestado y el nivel de eficacia de las soluciones que se le ofrecen.

Una buena calidad de servicio en la institución bancaria puede asegurar la supervivencia de la misma ya que hace frente a los retos que suponen los cambios de oferta y demanda como la competencia derivada de procesos y las exigencias de los consumidores, también se puede incrementar la rentabilidad por la calidad de productos y servicios, ya que permiten un incremento en los precios a los ofrecidos por la competencia lo que lleva a mayores ingresos, reduciendo los costos, al disminuir los que conlleva la mala calidad como costos por pérdida de clientes, recordando que un cliente insatisfecho genera un clima de opinión desfavorable y deteriora la imagen de la entidad.

Las entidades financieras deben contraer un compromiso de servicio al cliente para satisfacer sus necesidades y superar sus expectativas, esto sería un arma muy valiosa es decir una estrategia de diferenciación frente a la competencia.

La metodología que se aplicará en este proyecto será el método deductivo, el cual parte de conclusiones específicas para llegar a conclusiones generales, así mismo se empleará técnicas de investigación documental e investigación de campo.

La técnica de investigación documental es la investigación que es realizada en los distintos tipos de escrituras tales como libros, revistas, banco de datos, entre otras, que permite la recopilación de información para enunciar las teorías que sustenten el estudio.

La técnica de campo permite la observación en contacto directo con el objeto de estudio, y la recolección de testimonios que permitan confrontar la teoría con la práctica en la búsqueda de la verdad objetiva.

Para poder llevar acabo todo el proceso, me basare en fuentes de información tanto primarias como secundarias, las mismas que nos permitirán dar una mayor veracidad a toda la información obtenida.

Las fuentes primarias y secundarias que se usarán para la elaboración del presente proyecto de tesis, son:

Fuentes primarias:
Estudio de campo permitiendo lograr datos obtenidos “de primera mano”, búsqueda bibliográfica, por artículos científicos, monografías, tesis, libros o artículos de revistas especializadas originales, no interpretados.

Fuentes secundarias:
Resúmenes, compilaciones o listados de referencias, preparados en base a fuentes primarias, libros de texto, artículos de revistas, enciclopedias, etc.

Capítulo 1

1. Contexto institucional

1.1. Reseña histórica "Banco ProCredit"

Los primeros bancos ProCredit fueron fundados hace más de una década con el propósito de alcanzar un impacto en el desarrollo económico otorgando créditos para ayudar a crecer a las pequeñas empresas y ofreciendo facilidades de depósito que impulsen el ahorro entre las personas y familias de bajos ingresos.

Sus orígenes enlazan con su posicionamiento como pioneros de la microfinanzas. Este posicionamiento ha evolucionado a medida que los mercados y sus clientes se han ido desarrollando, de manera que su enfoque socialmente responsable sigue siendo tan importante como siempre. Su importancia ha quedado más patente por la crisis financiera y el deterioro macroeconómico internacional experimentado por la mayoría de los países en los que operan. Una vez que las empresas han iniciado su recuperación y vuelven a expandirse en la nueva situación económica, y la gente común vuelva a recuperar confianza en los bancos, ahora más que nunca los clientes necesitan un socio bancario confiable, dando así un nuevo impulso para su continuidad en el fortalecimiento en un enfoque global orientado al cliente, con personal mejor capacitado y de alta especialización.

A diferencia de la mayoría de los bancos que operan en los mismos mercados, siempre han evitado la financiación agresiva al consumo y la operación del negocio especulativo. Los bancos ProCredit trabajan en estrecho contacto con sus clientes para tener una comprensión profunda de los problemas y oportunidades que se presentan en las pequeñas empresas.

Estos esfuerzos se concentran en fomentar la cultura de ahorro en los países donde operan posibilitando crear una base de depósitos estable. Las facilidades de depósito de ProCredit son apropiadas para una gama amplia de clientes con ingresos bajos y medios. Dando importancia a trabajar conjuntamente con los propietarios, empleados y familias asociadas a su principal grupo meta de pequeñas y medianas empresas.

El grupo ProCredit tiene un modelo de negocio sencillo: prestar servicios bancarios a una gama amplia de empresas y gente común que vive y trabaja en las zonas en que operan sus sucursales. Como resultado, estos bancos se caracterizan por su perfil de transparencia y de bajo riesgo. No dependen excesivamente del fondeo en el mercado de capitales y no tienen exposición a productos financieros complejos (Memoria Banco ProCredit, 2011).

1.2 Misión

Banco ProCredit es un banco orientado al desarrollo que ofrece servicios financieros integrales, brindando un servicio de excelencia para empresas y personas particulares.

Su actividad se rige por una serie de principios fundamentales: valorando la transparencia en la comunidad con los clientes, no se fomenta el crédito al consumo ya que se agravaría el comportamiento consumista diferenciándose así de los otros bancos, dedicándose a financiar exclusivamente actividades empresariales, y se suministran servicios basados en la buena comprensión de la situación de cada cliente con un prudente análisis financiero. Este enfoque de práctica bancaria responsable permite establecer relaciones a largo plazo con los clientes basadas en la confianza mutua.

En las operaciones con clientes empresariales, el Banco ProCredit se orienta principalmente a las muy pequeñas y medianas empresas, porque está convencido que estas son quien crean el mayor número de empleos y contribuyen significativamente a las economías en las que operan.

Ofreciendo soluciones simples y accesibles de depósitos y servicios bancarios e invirtiendo recursos en la educación financiera, aspirando fomentar una cultura de ahorro y responsabilidad que contribuya a una mayor estabilidad y seguridad en los hogares de la gente común.

Sus accionistas buscan obtener una rentabilidad de su inversión a largo plazo, en lugar de concentrarse en la maximización de ganancias en el corto plazo. Esto permite invertir considerables recursos en la capacitación y desarrollo del personal, para crear un ambiente de trabajo abierto y eficiente, y brindar a los clientes un servicio amable y competente (Memoria Banco ProCredit 2011).[1]

[1]**VISION:** en la actualidad el banco ProCredit no cuenta con visión nos supieron explicar que el motivo es porque es un banco joven y que la visión se la realiza diariamente con los retos que se le presentan en esos momentos.

1.3 Valores institucionales

Parte de la misión general del grupo ProCredit es establecer estándares elevados en los mercados en que operan. Queriendo marcar la diferencia no solo en lo que concierne a la clientela a la que atiende y a la calidad de los servicios financieros que presta, sino también con respecto a los principios éticos. Los valores corporativos desempeñan un papel clave en este contexto. Seis principios esenciales guían las operaciones de las instituciones ProCredit:

- ✓ **Transparencia:** Suministrar información transparente a los clientes, al público en general y a los empleados.

- ✓ **Cultura de comunicación abierta:** Abiertos, justos y constructivos en su modo de comunicar y manejar los conflictos en el trabajo de manera profesional, trabajando en conjunto para encontrar soluciones.

- ✓ **Responsabilidad social y tolerancia:** El banco ofrece a sus clientes asesoría profesional y bien argumentada. Antes de presentar una oferta de crédito a los clientes se hace una evaluación integral de su situación económica y financiera, así como del potencia del su negocio y su capacidad de pago. Comprometiéndose con tratar a todos sus clientes y empleados de manera justa y respetuosa, independientemente de su origen, raza, idioma, género o creencias religiosas o políticas.

- ✓ **Orientación al servicio:** Todos los clientes son atendidos de manera amable, competente y cortes. Los empleados están comprometidos con ofrecer un servicio excelente a todos los clientes, independientemente de su procedencia o del tamaño de su negocio.
- ✓ **Altos estándares profesionales:** Cada empleado es responsable de la calidad de su trabajo y pone todo su empeño en mejorarla constantemente.
- ✓ **Elevado grado de integridad y compromiso personal:** Se exige honestidad de todos los empleados del grupo ProCredit en todo momento, y cualquier falta contra este principio es sancionada con rapidez y rigor.

Estos valores constituyen la columna vertebral de la cultura corporativa de los Bancos ProCredit, se discuten y aplican diariamente en todas las operaciones. Además, están establecidos en el Código de Conducta, que traduce los principios éticos del grupo ProCredit en directrices prácticas para todos los empleados (Documentos internos Banco ProCredit).

1.4 Banco ProCredit en el mundo

El grupo ProCredit comprende 21 instituciones financieras que ofrecen servicios bancarios en economías en transición y países en desarrollo. Los bancos ProCredit son bancos vecinos responsables, es decir, ahí donde operan aspiran a:

- ✓ Ser el banco preferido de las muy pequeñas, pequeñas y medias empresas que crean puestos de trabajo e impulsan el desarrollo económico.

- ✓ Suministrar servicios de ahorro y bancarios seguros, justos y transparentes[2] (Memoria Banco ProCredit 2011).

1.5 Banco ProCredit en el Ecuador

A fines del año 2011, Banco ProCredit Ecuador tenía un total de 40 oficinas ubicadas en 19 ciudades, estando presente en zonas de gran actividad comercial y de importante producción agropecuaria, en nuevos polos de desarrollo productivo, y en ciudades cercanas a las fronteras norte y sur del país.

La estructura de su red de agencias busca situarse cerca de sus clientes y responder de una manera diferente a sus necesidades. Las agencias atienden integralmente, tanto al segmento de empresas como al de personas. El negocio de crédito para empresas está concentrado mayoritariamente en las agencias y centros de negocios, donde se encuentran gran parte de los ejecutivos y oficiales de negocio y analistas de crédito. Estas oficinas ofrecen todos los servicios del banco para empresas y para personas, incluyendo dividendos tipos de servicios de depósitos, seguros, transferencias locales e internacionales, pagos de impuestos y de servicios básicos (Memoria Banco ProCredit 2011).

[2] **Anexo1:** Banco ProCredit en el mundo

Mapa del Banco ProCredit en el Ecuador

Elaborado: La autora
Fuente: Memoria anual 2011 Banco ProCredit

1.5.1 Banco ProCredit en LOJA

El 23 de marzo del 2008 se inaugura en la ciudad de Loja, la sucursal del Banco Procredit, ubicado en las calles; Sucre entre 10 de agosto y José Antonio Eguiguren, con un horario de atención de Lunes a Viernes de 8:45 a 16:45; Sábados de 09:00 a 12:00; Horario extendido (desde del 25 hasta fin de mes) de 08:45 a 18:00; la sucursal ocupa el cuarto puesto en el ranking de las instituciones financieras a nivel local en el otorgamiento de microcréditos.

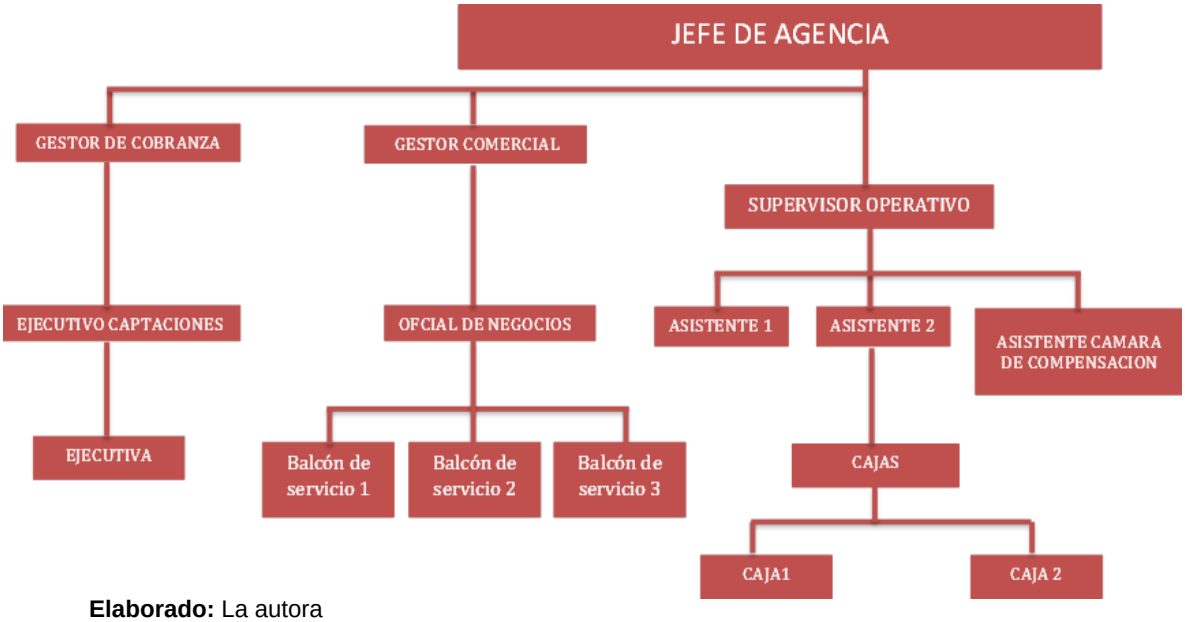
La creación de esta sucursal tuvo como objetivo incrementar el emprendimiento de pequeñas empresas en esta provincia, otorgando créditos para el surgimiento de las mismas;

disminuyendo así el consumismo y fomentando el trabajo[3] (Memoria Banco ProCredit 2011).

1.6 Estructura organizacional y funcional

El Banco ProCredit sucursal Loja está organizado de acuerdo a sus necesidades, lo que está representando en el siguiente organigrama.

ORGANIGRAMA DEL BANCO PROCREDIT SUCURSAL LOJA



Elaborado: La autora
Fuente: Personal Banco ProCredit

1.6.1 Jefe de agencia

El Jefe de Agencia es el representante legal del Banco y su administrador. El mismo debe tener título profesional de tercer nivel o cuarto nivel en carreras afines a su cargo, es nombrado

[3] **Anexo 2:** Banco ProCredit en Loja

por el Consejo de Administración previa convocatoria a concurso de merecimientos y oposición.

Entre sus atribuciones y deberes tenemos:

a) Representar judicial y extrajudicialmente al banco.

b) Presentar el plan estratégico, el plan operativo y el presupuesto del banco.

c) Responder por la marcha operativa y financiera del banco e informar a la matriz.

d) Ejecutar lo acuerdos y resoluciones de la Asamblea General y del Consejo de Administración, cumplir y hacer cumplir las mismas por parte de los socios

e) Las demás establecidas en la Ley, y su Reglamento, las normas emitidas por la Junta Bancaria, las disposiciones de la Superintendencia de Bancos, y en el estatuto.

1.6.2 Gestor de cobranza

El Gestor de Cobranza interviene efectuando el cobro a los clientes morosos, tiene como misión recuperar la cartera vencida del banco mediante procedimientos extrajudiciales en aquellos casos que no suponen entablar una demanda ante un tribunal.

Entre sus atribuciones y deberes tenemos:

a) Recuperar las cuentas y documentos por cobrar del banco, que representan diversos grados de dificultad.

b) No debe dejar pasar un largo tiempo para ejercer la presión sobre el cobro.

c) Recuperar la totalidad del adeudo sin que esto signifique inflexibilidad con el deudor.

d) Debe dejar la puerta abierta para la celebración de operaciones futuras

1.6.3 Gestor comercial

El Gestor comercial tiene como fin prestar un eficiente y adecuado servicio a los usuarios a través de los productos financieros que constituyen fuentes de recursos, procurar su calidad, fortalecer la imagen institucional, difundir y promover los servicios financieros.

Entre sus funciones tenemos:

a) Administrar adecuadamente los valores en efectivo y fiduciarios, custodiarlos y prestar eficientemente servicios a los usuarios, a través de la atención al público.

b) Dar la orientación adecuada a los socios y potenciales usuarios que concurran al banco.

c) Formular estrategias de consolidación de imagen institucional, de promoción y difusión de los servicios e implementarlos en coordinación con Gerencia.

1.6.4 Oficial de negocios

Su finalidad es administrar el proceso crediticio, desde la evaluación, calificación, concesión, seguimiento hasta la recuperación del crédito, concordante con las normas y procedimientos establecidos.

Entre sus funciones tenemos:

a) Organizar, dirigir y supervisar la concesión y recuperación de los créditos así como vigilar el cumplimiento de las condiciones contractuales a través del control y seguimiento de la cartera.

b) Implementar metodología y procedimientos que permitan una adecuada evaluación de los proyectos de inversión que presenten los socios.

c) Informar mensualmente, y cuando se lo requiera, respecto de las gestiones y metas alcanzadas sobre la concesión y recuperación de cartera.

d) Planificar las actividades de créditos y cobranzas del Banco para el corto, mediano y largo plazo (Documentos internos Banco ProCredit).

1.7 Calificación de riesgo

En el diccionario de términos financieros (2002) dice que la calificación de riesgo es conocida como el estudio económico financiero que se le realiza a una entidad financiera acerca de su solvencia y seguridad.

El 31 de Marzo del 2012 el Banco ProCredit, ha sido calificado con **AAA-** por Bank WatchRatings S.A calificadora de riesgos quien certifica dicha calificación.

La Superintendencia de Bancos y Seguros de Ecuador según su escala de calificación correspondiente tiene la siguiente definición: **"AAA**: La situación de la institución financiera es muy fuerte y tiene una sobresaliente trayectoria de rentabilidad, lo cual se refleja en una excelente reputación en

el medio, muy buen acceso a sus mercados naturales de dinero y claras perspectivas de estabilidad. Si existe debilidad o vulnerabilidad en algún aspecto de las actividades de la institución, ésta se mitiga enteramente con las fortalezas de la organización"

El signo (-) indica la posición relativa dentro de la respectiva categoría[4].

1.8 Portafolio de productos y servicios

Los productos y los servicios financieros forman parte del portafolio actividades que las entidades financieras ofrecen a sus clientes. A los productos financieros podemos definir como los elementos tangibles que conllevan una transacción de dinero, teniendo a cambio un tipo de interés, como ejemplos de productos financieros tenemos las cuentas bancarias, ya sean de ahorro, corriente; depósitos bancarios, tarjetas de crédito, tarjetas de débito entre otros, mientras que los servicios son elementos intangibles que apoyan a los productos para una mejor percepción de los mismos, como ejemplos de servicios financieros tenemos transacciones de cuentas, utilización de la banca online, pago de servicios básicos, consulta telefónica entre otros[5]. (Diccionario de términos financieros, 2002).

El Banco ProCredit sucursal Loja ofrece los siguientes productos y servicios a la colectividad local, los mismos que servirán como referencia para la elaboración de las encuestas y así determinar el nivel de aceptación de los mismos en sus clientes.

[4] **Anexo 3:** Calificación de riesgo

1.8.1 *Banca personas*

1.8.1.1 Productos de ahorro

1.8.1.1.1 Cuentas de ahorro

- Monto mínimo de apertura USD $25,00
- Pago de servicios mediante débito automático.

1.8.1.1.2 Cuenta ahorro Premium

- Dirigida a personas o empresas que cuentan con montos altos de liquidez (a partir de USD 20.000) y que requieren mantenerlos en depósitos a la vista.

1.8.1.1.3 Cuenta Corriente

- Monto mínimo de apertura de 300 dólares

1.8.1.1.4 Cuenta Plan Ahorro Plus

- Es un programa de ahorro mensual con plazos y montos que se puede elegir ahorrando desde 20 USD al mes y el plazo del programa puede ser 1, 2, 3, 4, o 5 años

1.8.1.1.5 Cuenta Infantil

- Monto mínimo de apertura de 20 dólares con partida de nacimiento si es menor de 15 años, caso contrario cedula de identidad

1.8.1.2 Productos de inversiones

1.8.1.2.1 Certificado de ahorro

- Alternativa de inversión a plazo hasta 29 días que ofrece seguridad a un competitivo interés

1.8.1.2.2 Depósitos a plazo fijo

- Inversiones desde 300 dólares

1.8.1.3 Servicio bancarios

1.8.1.3.1 Transferencias

1.8.1.3.1.1 Nacionales

Banco ProCredit, como institución financiera regulada, forma parte del Sistema de Pagos Interbancarios (SPI) del Banco Central del Ecuador, por ello, brinda a sus clientes la posibilidad de enviar o recibir desde hacia o desde cualquier institución financiera.

1.8.1.3.1.2 Internacionales

Banco ProCredit brinda a sus clientes el servicio de transferencia a través del Swift como un mecanismo seguro y rápido. El proceso inicia con la petición del cliente para el traslado de fondos de otra institución financiera, ya sea nacional o internacional, y finaliza con el envió del mensaje vía Swift y la correspondiente transacción.

1.8.1.3.1.3 Transferencias Banco ProCredit Latinoamérica

Transfiere dinero entre los bancos de la red ProCredit en Latinoamérica.

1.8.1.3.1.4 Transferencia segura (BCE)

Recepción de giros desde Caixa España, directamente en la Cuenta Corriente o de Ahorro de Banco ProCredit, el mismo día, sin ningún recargo adicional a través del Sistema de Pagos Interbancarios del Banco Central del Ecuador.

1.8.1.3.2 Debito de cuenta para pago de servicios

Banco ProCredit cuenta con convenios con:

- CNT (Corporación Nacional de Telecomunicaciones)
- CLARO
- Alfamedical
- Pago de pensiones
- Empresa Eléctrica Quito
- Empresa Eléctrica Regional del Sur Cuenca
- Etapa Cuenca
- Empresa Eléctrica de Riobamba

1.8.1.3.3 Pago de roles

- Servicio seguro, ágil, eficiente y económico a las empresas para el pago de su planilla, el cliente beneficiario recibirá la acreditación del dinero a su cuenta del Banco.

1.8.1.3.4 Tarjeta de débito Mastercard

- Disponibilidad inmediata de fondos, aceptada a nivel mundial (almacenes y cajeros).

1.8.1.3.5 Consultas y transacciones en línea

1.8.1.3.5.1 Transacciones en línea (e-banking)

- Transferencias entre cuentas del Banco ProCredit o a otros bancos nacionales e internacionales.

1.8.1.3.5.2 Consulta gratuita por Internet

- Consultar información a través de la página web: www.bancoprocredit.com.ec, sobre la cuenta de ahorro o corriente.

1.8.1.3.5.3 Consulta gratuita vía teléfono (IVR)

- Se puede realizar consultas a través de la línea 1800-100-400 a nivel nacional para obtener información de crédito, cuenta de ahorros y cuenta corriente.

1.8.1.3.5.4 Consulta por mensajería celular

- Servicio de mensajería celular, mediante el cual se notifica los cheques presentados al cobro sin fondos suficientes y/o las cuotas de crédito de mora.

1.8.1.3.6 Seguros

1.8.1.3.6.1 Soat

- El SOAT es un seguro obligatorio que garantiza una cobertura universal para todos los ecuatorianos y extranjeros que se movilizan en el país y que sean víctimas de accidentes de tránsito que ocurran dentro del territorio nacional.

1.8.1.3.6.2 ProSeguro

Pensando en la tranquilidad y la seguridad de los seres queridos, Banco ProCredit le propone planes de seguro más convenientes:

- **ProVida**

  Este plan le brinda cobertura por muerte por cualquier causa del titular asegurado, sin exclusión alguna, en cualquier parte del mundo, los 365 días al año.

- **ProSeguridad**

  Este plan le brinda cobertura por muerte accidental del titular, en cualquier parte del mundo, los 365 días al año.

- **Oncológico**

  Se pagará un valor de acuerdo al plan si se diagnostica cáncer al titular.

1.8.2 Banca empresas

1.8.2.1 Productos de ahorro

1.8.2.1.1 Cuenta de ahorro

- Monto mínimo de apertura USD $25,00
- Pago de servicios mediante débito automático.

1.8.2.1.2 Cuenta de ahorro Premium

- Dirigida a personas o empresas que cuentan con montos altos de liquidez (a partir de USD 20.000) y que requieren mantenerlos en depósitos a la vista

1.8.2.1.3 Cuenta corriente

- Monto mínimo de apertura de 300 dólares.

1.8.2.1.4 Depósitos a plazo fijo

- Inversiones desde 300 dólares.

1.8.2.1.5 Cuenta integración de capital

- Cuenta para la construcción de la compañía se apertura con la aportación de los socios o accionistas de acuerdo a la Ley permitiéndole a la empresa obtener la personería jurídica.

1.8.2.1.6 Certificado De Ahorro

- Inversión a plazo hasta 29 días que ofrece seguridad generando un competitivo interés.

1.8.2.2 Productos de Crédito

1.8.2.2.1 Crédito Agropecuario

- Financia la compra de insumos, mano de obra o activos fijos para negocios agropecuarios.
- Créditos desde USD 2.000 para financiar la compra de insumos, mano de obra, maquinaria, animales, ampliar y mejorar las instalaciones de las empresas agropecuarias.

1.8.2.2.2 Crédito Micro Crédito

- Financiamiento a todas las necesidades empresariales y personales
- Créditos desde USD 2.000 para cubrir las necesidades empresariales y personales.
- Clientes preferencial acceden a una línea de crédito de hasta 20.000 dólares.

1.8.2.2.3 Crédito para PYMES

- Préstamos por montos hasta 1`500.000 dólares.
- Garantía prendaria o hipotecaria (en función al monto del préstamo).

1.8.2.2.4 Crédito de oportunidad

- Financiamiento de necesidades de liquidez de manera inmediata.
- Desembolso del crédito entre 24 y 48 horas.

1.8.2.2.5 Crédito con garantía DPF

- Préstamos inmediatos hasta el 95% del valor del D.P.F. emitido por Banco ProCredit y hasta el 90%, si es emitido por otra institución financiera.

1.8.2.2.6 Garantía bancaria

- Respaldo a los compromisos empresariales frente a terceros.
- Dirigido a los segmentos de la micro, pequeña y mediana empresa

1.8.2.3 Servicios Bancarios

1.8.2.3.1 Transferencias

1.8.2.3.1.1 Nacionales

Banco ProCredit, como institución financiera regulada, forma parte del Sistema de Pagos Interbancarios (SPI) del Banco Central del Ecuador, por ello, brinda a sus clientes la posibilidad de enviar o recibir transferencia a sus cuentas desde cualquier institución financiera

1.8.2.3.1.2 Internacionales

Banco ProCredit brinda a sus clientes el servicio de transferencia a través del Swift como un mecanismo seguro y rápido. El proceso inicia con la petición del cliente para el traslado de fondos

de otra institución financiera, ya sea nacional o internacional, y finaliza con el envió del mensaje vía Swift y la correspondiente transacción

1.8.2.3.1.3 Transferencias Banco ProCredit Latinoamérica

Transfiere dinero entre los bancos de la red ProCredit en Latinoamérica.

1.8.2.3.1.4 Transferencia segura (BCE)

Recepción de giros desde Caixa España, directamente en la Cuenta Corriente o de Ahorro de Banco ProCredit, el mismo día, sin ningún recargo adicional a través del Sistema de Pagos Interbancarios del Banco Central del Ecuador.

1.8.2.3.2 Debito de cuenta para pago de servicio

Banco ProCredit cuenta con convenios con:

- CNT (Corporación Nacional de Telecomunicaciones)
- CLARO
- Alfamedical
- Pago de pensiones
- Empresa Eléctrica Quito

- Empresa Eléctrica Regional del Sur Cuenca
- Etapa Cuenca
- Empresa Eléctrica de Riobamba

1.8.2.3.3 Rol de pagos

- Servicio seguro, ágil, eficiente y económico a las empresas para el pago de su planilla, el cliente beneficiario recibirá la acreditación del dinero a su cuenta del Banco.

1.8.2.3.4 Tarjeta de débito MasterCard

- Disponibilidad inmediata de fondos, aceptada a nivel mundial (almacenes y cajeros).

1.8.2.3.5 Consultas y transacciones en línea

1.8.2.3.5.1 Transacciones en línea (e-banking)

- Transferencias entre cuentas del Banco ProCredit o a otros bancos nacionales e internacionales.

1.8.2.3.5.2 Consulta gratuita por Internet

- Consultar información a través de la página web: www.bancoprocredit.com.ec, sobre la cuenta de ahorro o corriente.

1.8.2.3.5.3 Consulta gratuita vía teléfono (IVR)

- Se puede realizar consultas a través de la línea 1800-100-400 a nivel nacional para obtener información de crédito, cuenta de ahorros y cuenta corriente

1.8.2.3.5.4 Consulta por mensajería celular

- Servicio de mensajería celular, mediante el cual podrá ser notificado de los cheques presentados al cobro sin fondos suficientes y/o las cuotas de crédito de mora.

1.8.2.3.6 SOAT

- El SOAT es un seguro obligatorio que garantiza una cobertura universal para todos los ecuatorianos y extranjeros que se movilizan en el país y que sean víctimas de accidentes de tránsito que ocurran dentro del territorio nacional

1.8.2.3.7 Transporte de valores

- Permite transportar con seguridad los valores recaudados desde su empresa hacia el Banco o Viceversa, a través de la firma de un contrato.

1.8.2.3.8 Pago de RISE

- Servicio de recaudación de cuotas RISE (Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano) a los contribuyentes inscritos en este sistema.

1.9 Canales electrónicos

1.9.1 Transacciones en línea (e-banking)

- Realiza Transferencias entre cuentas del Banco ProCredit o a otros bancos nacionales e internacionales.

1.9.2 Consulta gratuita por Internet

Para consultar información a través de la página web: www.bancoprocredit.com.ec, sobre la cuenta de ahorros o corriente.

- Consulta de saldos
- Detalle de movimientos
- Impresión de corte de cuenta
- Cambio de clave

1.10 Cajeros automáticos

Cajeros automáticos de Banco ProCredit:

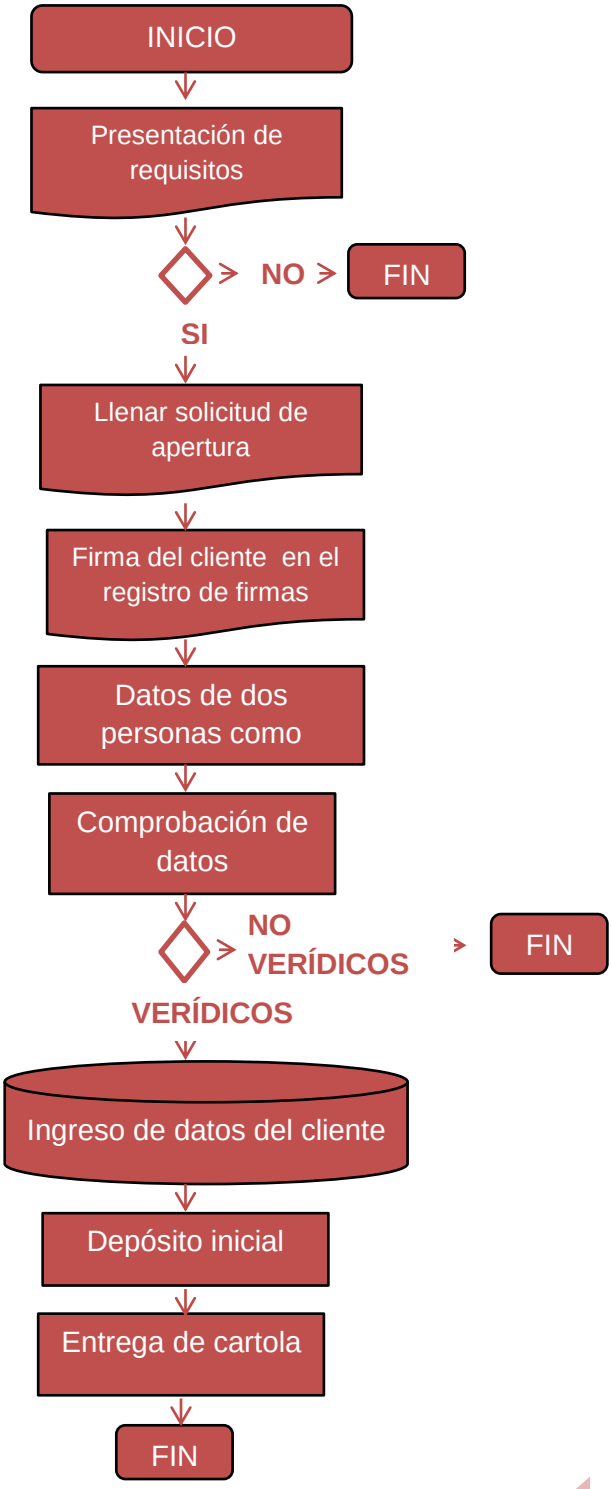
A través de ellos los clientes tienen acceso a los siguientes servicios:

- Consulta de saldo de su cuenta corriente
- Consulta de saldo de su cuenta de ahorro
- Retiro de Dinero

1.11 Flujograma de Procesos

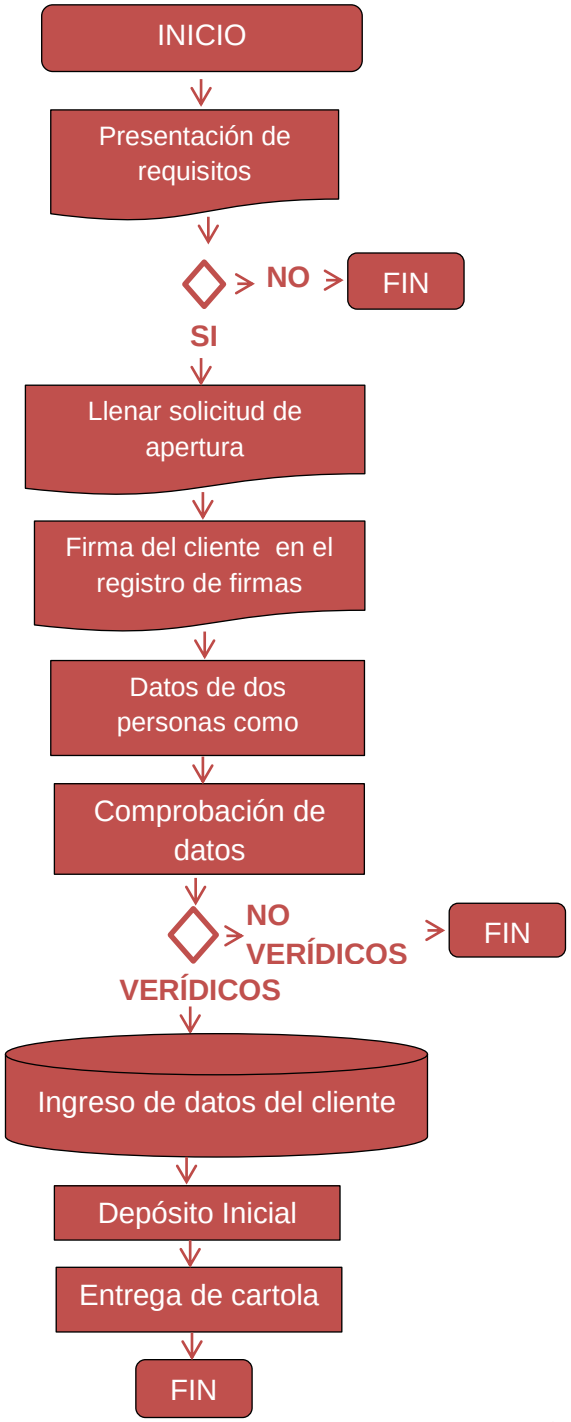
1.11.1 Apertura de Cuenta

1.11.1.1 Cuenta de ahorro



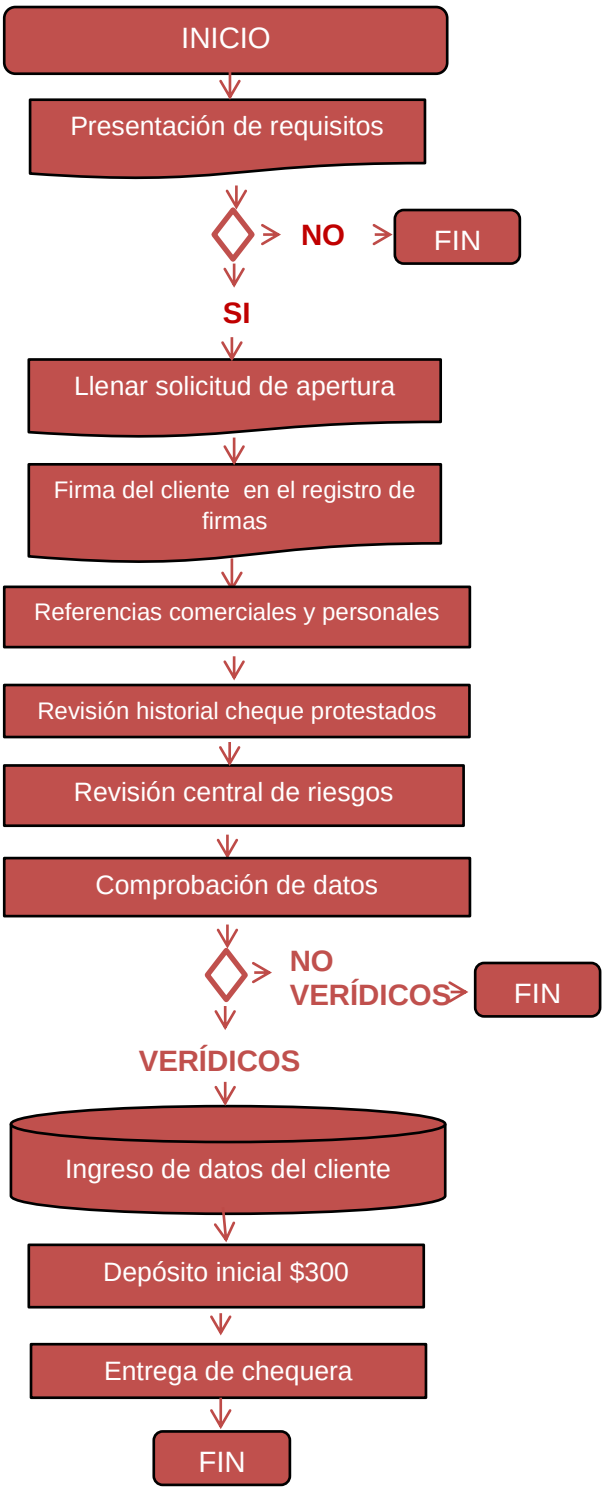
Elaborado: La autora
Fuente: Banco ProCredit

1.11.1.2 Flujograma Cuenta de ahorro ProChicos



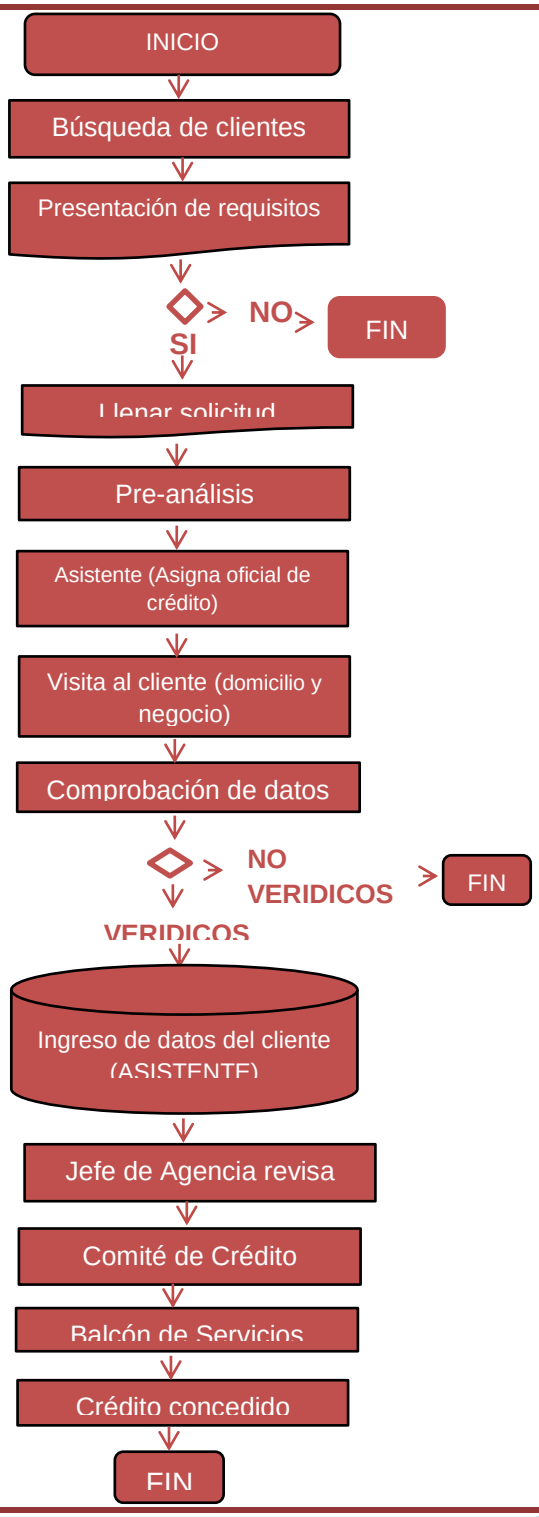
Elaborado: La autora
Fuente: Banco ProCredit

1.11.1.3 Flujograma de Cuenta corriente



Elaborado: La autora
Fuente: Banco ProCredit

1.11.2 Flujograma de Crédito



Elaborado: La autora
Fuente: Banco ProCredit

Capítulo 2

2. MARCO CONCEPTUAL

2.1 Calidad de servicio

2.1.1 Concepto de servicio

La palabra servicio define a la actividad y consecuencia de servir, incluyendo la disposición que tiene el individuo para satisfacer las necesidades de otro en la medida de lo posible.

Hasta no hace mucho, la expresión “entrar a servir” era utilizada habitualmente para indicar que se trabajaba de sirvientes domésticos. Por esta razón, muchas instituciones han rechazado la palabra servicio, sustituyéndola por atención al cliente.

Hay otras expresiones parecidas que se utilizan también para conceptuar la palabra servicio como la satisfacción al cliente, o el cliente primero.

Servir es hacer algo en favor de otra persona, es como lo ve el cliente, verificando la satisfacción con retroalimentación (Borrero, 2006).

2.1.2 Importancia del servicio al cliente

El Banco ProCredit sucursal Loja esta consiente en que el servicio al cliente es de vital importancia, satisfacer la necesidad y superar las expectativas de los clientes hace que ellos prefieran a la entidad.

Los productos y servicios que esta entidad ofrece a sus clientes no sería nada si ellos no los adquirirían, es por ello que la entidad da mucha importancia al contacto con el cliente conociendo sus necesidades, quejas o reclamos, teniendo como convicción que atraer un nuevo cliente es más caro que mantener uno, pero es diez veces más caro recuperar uno cliente (Borrero, 2006).

2.1.3 Factores del servicio

Todos los clientes que al utilizar algún servicio lo evalúan a través de cinco diferentes factores como los son:

- **Elementos tangibles:** Se refiere a la apariencia de las instalaciones de la entidad financiera, como es la presentación del personal y hasta los equipos utilizados al brindar el servicio. En la actualidad el Banco ProCredit cuenta con una infraestructura adecuada en la distribución de cada uno de los departamentos brindándoles comodidad a los clientes al momento de adquirir estos servicios, la exhibición de los

productos y servicios se encuentra en trípticos ubicados en un display para los mismos pasando un poco desapercibidos por los clientes que acuden a la entidad.

- **Cumplimiento de promesa:** Banco ProCredit sucursal Loja entrega correcta y oportunamente todo aquello contratado por sus clientes, logrando de esta manera que ellos adquieran nuevamente sus productos y servicios.
- **Actitud de servicio:** El personal del Banco ProCredit sucursal Loja tienen la disposición al momento de tratar a sus clientes, mostrándolo al momento de escucharlos y resolver sus problemas de la manera más conveniente.
- **Competencia del personal:** El personal del Banco ProCredit sucursal Loja, orienta y da sugerencias a cada cliente de que es lo que más le favorece al momento de adquirir un producto y servicio que la entidad ofrece, de esta manera el cliente puede tomar la decisión que más le convenga de acuerdo a sus necesidades.
- **Empatía:** Al momento de que el personal del Banco ProCredit proporción una atención personalizada a los clientes, estos pueden evalúalos de acuerdo a tres aspectos diferentes que son:

a) **Facilidad de contacto**: Muestran la facilidad existe para los clientes al momento de buscar ayuda.

b) **Comunicación**: El personal se comunica con sus clientes en un idioma que ellos puedan entender dando respuestas claras y concretas.

c) **Gustos y necesidades:** El personal del Banco ProCredit sucursal Loja trata a cada cliente como si fuera el único haciendo sentir como los que es, una persona importante, y por ende el mayor de los retos de cada uno de ellos es que al momento de brindarles los servicios que necesitan estos sean en la condiciones más adecuadas para el cliente, a su vez ofrecerles algo adicional que supere sus expectativas (Quijano, 2003).

2.1.4 Concepto de calidad de servicio

La calidad de servicio se mide a través de la capacidad de satisfacer las distintas necesidades que tienen y por las que contrató el cliente, el Banco ProCredit sucursal Loja logra esta calidad a través del proceso de la adquisición de los productos y servicios que este entrega a la colectividad en general (Pérez, 2006).

2.1.5 Momentos de la verdad

Cada cliente tendrá una impresión o actitud positiva o negativa que influirá en la adquisición de los productos o servicios que ofrece el Banco ProCredit sucursal Loja al momento de que los clientes se relacionen con la entidad a través de su personal.

- **Momento de la Verdad Positivo (MVP):** Se logra satisfacer la necesidad expresada por el cliente.

- **Momento de la Verdad Negativo (MVN):** Al momento que la entidad ofrezca un mal servicio generan sentimientos negativos por el cliente pudiendo llegar a romper el vínculo que existe, siendo muy difícil recuperar su confianza (Camacho ,2008).

Los momentos de verdad se pueden resumir en los siguientes tres tipos:

- **Encuentros personales:** Cuando el cliente tiene contacto directo con cualquier persona de la entidad.

- **Encuentros Telefónicos:** El personal de la entidad tiene muy en cuenta el tono de voz al momento de responder la llamada ya que si no es el adecuado este puede generar molestia a los clientes, la información que el personal tiene sobre el tema es

importante para responder ante las dudas y consultas que lo clientes realizan.

- **Encuentros a distancia:** El cliente interactúa con la entidad sin establecer ningún contacto directo con el personal, esto lo hace a través de la utilización de un cajero electrónico para realizar alguna transacción como también la banca online (González, s/f).

2.1.6 Cultura de servicio

En el Banco ProCredit sucursal Loja la cultura de servicio es muy importante ya que van de la mano con las creencias y valores que el personal posee y van de igual dirección con los que entidad tiene.

Estos valores son definidos de acuerdo a la función de la misión que la entidad posee, aunque existen valores que a nivel general tanto entidad financieras como instituciones y empresas los aplican como por ejemplo:

.

- **Tolerancia:** el personal de la entidad tiene la capacidad de respetar y sobrellevar todo tipo de situación.

- **Cortesía:** el personal de la entidad tiene que utilizar normas de urbanidad y de buenas costumbres.

- **Honradez:** el personal de la entidad da y recibe lo justo, conforme la ética y la convivencia.

- **Empatía:** el personal tiene la destreza en entender y saber escuchar al cliente.

- **Comunicación:** el personal de la entidad tiene la habilidad de establecer diálogos asertivos (Albrecht, K. Zemke, R 1988).

El Banco ProCredit sucursal Loja define a los valores que el personal posee como bases para construir la cultura de servicio, para satisfacer las necesidades de los clientes.

2.2 Satisfacción y lealtad

2.2.1 Concepto de satisfacción

La satisfacción del cliente es un término propio del marketing que hace referencia a la satisfacción que tiene un cliente con respecto a un producto que ha comprado o un servicio que ha recibido, cuándo éste ha cumplido o sobrepasado sus expectativas.

Cuando el cliente del Banco ProCredit sucursal Loja adquiere un producto o recibe un servicio este tiene que cumplir con sus expectativas e inclusive superarlas para que de esta manera el cliente vuelva adquirirlos para que así exista buena referencia hacia otros consumidores (Kotler, s/f).

2.2.2 Beneficios de lograr la satisfacción del cliente

El Banco ProCredit sucursal Loja esta consiente de qué lograr la satisfacción de sus clientes es obtener varios beneficios como los son:

- **Primer beneficio:** El cliente satisfecho, vuelve a adquirir el producto o servicio que la entidad ofrece, obteniendo su lealtad y la posibilidad de que adquiera el mismo u otros productos - servicios adicionales en el futuro.

- **Segundo beneficio:** El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio que la entidad le ofreció logrando la difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos.

- **Tercer beneficio:** El cliente satisfecho con su entidad deja de lado a la competencia (Thompson s/f).

2.2.3 Concepto de lealtad

El compromiso que los clientes del Banco ProCredit sucursal Loja tienen con la entidad debido a la satisfacción de las necesidades e inclusive con la superación de las expectativas al adquirir un producto y/o servicio.

2.2.4 Factores claves que influyen en la formación de clientes leales

- **Carácter:** El personal del Banco ProCredit sucursal Loja son honestos y confiables cualidades que los clientes buscan, sintiéndose confiables al adquirir un producto o servicio que la entidad ofrece.

- **Química:** Los clientes del Banco ProCredit sucursal Loja notan que el personal conoce y comprende las exigencias y necesidades que ellos tiene.

- **Preocupación:** El personal del Banco ProCredit sucursal Loja, mira a sus clientes como personas únicas, encontrando la forma de solucionar los problemas que pueden presentarse, mostrando interés por ellos y no por la recompensación económica que esto implicaría.

- **Capacidad:** El personal del Banco ProCredit sucursal Loja, demuestra y comunica indirectamente a los clientes la capacidad que ellos tiene al momento de responden a sus inquietudes y necesidades.

- **Eficacia de costos:** Los clientes del Banco ProCredit sucursal Loja reciben el precio verdadero por el costo de los servicios y productos que la entidad ofrece (Vladilo, 2008).

2.3 Calidad de servicio bancario

2.3.1 Factores determinantes del servicio bancario

La calidad de servicio se refiere a la amabilidad y cordialidad que existen en el contacto que el cliente establece con los empleados de la entidad financiera, como lo son:

- Factores de comunicación / interacción
- Factores funcionales
- Factores externos (Estéticos/ Ambientales)
- Factores de oferta financiera de productos y servicios (Merino, 1999)

2.3.1.1 Factores de Comunicación / interacción

a) Información clara y transparente

Para el cliente la información es sinónimo de capacidad de control de la gestión y de búsqueda de una mayor implicación personal en las operaciones.

Sus indicadores son:

- **Informaciones comprensibles:** El cliente reconoce que la información que recibe del

personal del Banco ProCredit sucursal Loja es asequible y clara.

- **Información completa:** El cliente del Banco ProCredit sucursal Loja nota que la información emitida por el personal de la entidad es amplia y suficiente, con sus pros y sus contras.

- **Información desinteresada:** El personal del Banco ProCredit sucursal Loja brida la información que el cliente solicita siempre orientándose al beneficio del cliente no hacia la entidad.

b) Trato/Amabilidad

La atención prestada puede ser entendida como simpatía, deseo de agradar, amabilidad respeto y cortesía, existiendo:

- **Trato recibido:** El personal del Banco ProCredit sucursal Loja lo realiza de forma empática poniendo siempre en el lugar del cliente, de cómo le gustaría ser tratado.
- **Trato discriminatorio:** Sin importar el sexo, estado civil, creencia religiosa el personal del

Banco ProCredit atiende de la mejor manera a todos los clientes de la entidad.

- **Confidencialidad:** Por ninguna circunstancia el personal del Banco ProCredit sucursal Loja da información de sus clientes a personas ajenas, es decir, solamente al cliente siendo estas normas de discreción y respeto a la intimidad del cliente.

- **Atención prestada:** Al momento de que el cliente realiza una consulta el personal del Banco ProCredit sucursal Loja se concentra únicamente el cliente ya que respondes a sus inquietudes es lo más importante.

- **Actitud del empleado en el contacto inicial y despedida:** Al momento de que el personal del Banco ProCredit sucursal Loja se pone en contacto con el cliente su actitud es de cordialidad hacia al mismo.

- **Actitud del empleado ante preguntas ilógicas:** Existiendo algunos clientes que realizan preguntas ilógicas, el personal del Banco ProCredit las responde con mucha

cortesía y paciencia mostrado así sus buenos modales.

c) Profesionalidad de los empleados

La profesionalidad del personal del Banco ProCredit sucursal Loja se puede percibir en la eficacia de la gestión de cada uno de ellos, contribuyendo al aumento de la confianza y seguridad del cliente hacia la entidad, tomando en cuenta lo siguiente:

- **Conocimiento del cliente:** El personal del Banco ProCredit sucursal Loja que tiene el contacto directo con el cliente conoce la situación personal y financiera al momento de brindarle algún producto o servicio.

- **Dedicación al cliente:** El personal del Banco ProCredit sucursal Loja, dedica el tiempo que sea necesario para responder las inquietudes y a su vez orientarlo hacia el producto o servicio que más le convenga.

- **Capacidad de expresión:** El personal del Banco ProCredit sucursal Loja utiliza un

vocabulario de acuerdo a cada cliente con la finalidad de que ellos lo entiendan.

- **Dominio de las operaciones /Conocimiento de los productos-servicios en el mercado:** Todo el personal del Banco ProCredit sucursal Loja tiene conocimiento acerca de las los producto/servicios que se ofrecen como también de las operaciones (pasos) a realizarse con el fin de que se sienta mejor atendido y se le pueda responder a sus inquietudes.

- **Buena presencia:** El personal del Banco ProCredit sucursal Loja, se presenta ante el cliente con el uniforme de la entidad, teniendo una buena actitud, teniendo compostura y siendo ordenados.

- **Diligencia:** El personal del Banco ProCredit muestra aptitud y destreza al momento de realizar alguna actividad así como también con prontitud

2.3.1.2 Factores funcionales

Son factores que el cliente está recibiendo del servicio, fundamentalmente rapidez y eficacia, que influyen en la percepción del mismo.

a) Rapidez

La capacidad que tiene el Banco ProCredit sucursal Loja para dar respuesta inmediata a sus clientes en sus operaciones con un desempeño ágil.

Sus indicadores son:

- **Rapidez de servicio:** El tiempo real que lleva la operación y la diligencia del personal en las gestiones, esto depende del tipo de transacción que el cliente realiza.

- **Tiempo de espera:** El tiempo el cliente tarda en conocer la respuesta de su solicitud dependiendo al producto o servicio que solicito, por ejemplo en la solicitud de crédito el tiempo de espera máximo es de 48 horas.

- **Colas de espera:** El tiempo estimado que lleva al cliente espera ya sea para realizar una transacción en caja, realizar alguna

consulta en servicio al cliente o solicitar un crédito.

b) Eficacia

El Banco ProCredit sucursal Loja, a través de la prestación de servicios tiene la capacidad de alcanzar lo que se espera tras la realización de cada una de sus operaciones.

2.3.1.3 Factores externos (estético/ambientales)

Todos aquellos aspectos tangibles y fácilmente constatables que definen el marco físico de la prestación de servicio y que constituyen un soporte facilitador de la misma.

a) Nivel de implantación de oficinas y ubicación

El Banco ProCredit sucursal Loja, cuenta con una sola agencia ubicándose en el centro de la ciudad, teniendo proximidad hacia instituciones gubernamentales.

b) Accesos

Tiene un acceso cómodo para lo cliente peatonales ya que no tiene barreras que obstaculicen el ingreso a la entidad financiera, mientras que para los clientes que cuentan con un vehículo es dificultoso ya que no existen lugar libres de estacionamiento provocando molestia a los mismos.

c) Comodidad /Estética

El Banco ProCredit sucursal Loja cuenta con un espacio físico agradable que permite la interacción con el cliente, facilitando una mejor prestación del servicio tomando en cuenta algunos indicadores como por ejemplo:

- **Mobiliario**: este es adecuado, todo muy bien distribuido en el interior cumpliendo con la funcionalidad que se requiere.

- **Disposición/ Orden:** todos los cubículos de la entidad se encuentran ordenados es decir no se encuentran papeles acumulados que afectan a la contaminación visual del cliente.

- **Iluminación:** La entidad cuenta con una adecuada iluminación que permite que el cliente se encuentre cómodo.

- **Limpieza:** las instalaciones se encuentra limpias contando también con recipiente para colocar la basura que a veces el cliente tiene ya sea por el consumo de algún alimento o bebida como también por documento que no le sirve.

- **Impresos de operación:** El cliente tiene a su disposición trípticos en los cuales se explican cada producto o servicio como también los requisitos que se necesitan para la adquisición de los mismos.

d) Sistemas de seguridad

Los clientes del Banco ProCredit sucursal Loja cuentan con un sistema de seguridad para cada una de sus transacciones ya sea mediante el daño físico como también económico.

2.3.1.4 Factores de oferta financiera de productos y servicios

Sus principales indicadores son:

- **Amplia gama de productos y servicios:** El portafolio de productos y servicios que ofrece el Banco ProCredit sucursal Loja, son suficientes para cubrir con las necesidades financieras del cliente.

- **Condiciones financieras adecuadas, no sólo el factor precio:** El Banco ProCredit sucursal Loja usa tipos de interés competitivos, respecto de la competencia, en cada momento, flexibilidad en la concesión de créditos, comisiones justas y razonables por los servicios prestados, etc.

- **Personalización de la oferta financiera:** El Banco ProCredit sucursal Loja adapta los productos y servicios que se ofrecen dependiendo de las expectativas y exigencias que los clientes teniendo en cuenta la segmentación de mercado.

2.4 Aspectos profesionales en el servicio

2.4.1 Competencia

Una competencia eficiente es la que el Banco ProCredit sucursal Loja ofrece, el personal conoce su trabajo, mostrando gran desempeño al momento de tomar decisiones importantes para los clientes siendo precisos, utilizando sistemas que funciones y proporcionan respuestas en lugar de suposiciones.

2.4.2 Confiabilidad

La confiabilidad que existe entre el Banco ProCredit sucursal Loja y el clientes es son altas, ya que ellos se sienten seguros de las transacciones que realizan.

2.4.3 Credibilidad

Los clientes del Banco ProCredit sucursal Loja creen en el personal que trabaja en el banco ya que los considera serios y con buena reputación, también influye en ellos la apariencia física del banco ya que si esta no fuera acorde a la función que se realiza existiría desconfianza (Grubbs, s/f).

2.5 Relaciones interpersonales afectan al servicio

2.5.1 Capacidad de respuesta

El personal del Banco ProCredit sucursal Loja cumple con las necesidades individuales de manera oportuna y eficiente, teniendo un seguimiento del cliente, resolviendo sus inquietudes y problemas de manera rápida y concreta.

2.5.2 Cortesía

El personal del Banco ProCredit sucursal Loja se caracteriza por la cordialidad, consideración y respeto que tiene por sus clientes actuando de la mejor manera posible ante cualquier situación que se presenta.

2.5.3 Accesibilidad

Debido a su ubicación el Banco ProCredit sucursal Loja se encuentra cercano a instituciones gubernamentales que son utilizadas frecuentemente por los clientes, algunos se encuentran cercanos a sus lugares de trabajo, pero para otros que viven en otra provincia que utilizan los producto y servicios de la entidad se les dificulta, existe un solo cajero automático como también una sola persona que atiende en cajas, mientras que la página web y la atención mediante llamadas telefónicas se encuentra habilitado las 24 horas del día (Grubbs, s/f).

2.6 Aplicación de conceptos de calidad en productos y servicios de Banco ProCredit Sucursal Loja

Banco ProCredit sucursal Loja cuenta con un personal altamente capacitado para la atención de sus clientes brindándoles todas las facilidades para que realicen sus transacciones y solicitudes de crédito, depósitos, retiro como también pago de servicios.

El personal cada semestre, recibe capacitación para mejorar la interacción cliente – Banco y viceversa, atendiendo así las necesidades de cada cliente ya que estas son específicas, dependiendo de cada situación, captando y fidelizando de esta manera un mayor volumen de clientes.

Capítulo 3

3. Análisis del servicio, satisfacción y lealtad

3.1 Estudio de mercado

3.1.1 Objeto del estudio

El objetivo del estudio es poder conocer como los clientes del Banco ProCredit sucursal Loja perciben el servicio durante el tiempo en que ellos han utilizado sus productos y/o servicios, llegando así a determinar si han cumplido con sus necesidades y expectativas, para proceder luego con su posterior análisis sobre como esto repercute en la satisfacción y lealtad que cada uno de los clientes tienen con el banco. De esta manera, con los resultados obtenidos se podrá proponer acciones específicas y a la vez orientar políticas de mejora en las áreas que se necesiten mayor énfasis para brindar un mejor servicio.

3.1.2 Herramienta de estudio

La manera en que se van recolectar los datos para conocer como es percibido el servicio por los clientes del Banco ProCredit sucursal Loja y como este repercute en la satisfacción y lealtad es a través de encuestas dirigidos a los clientes que acuden a la institución, y visitándolos en su lugar de trabajo para agilitar el estudio.

3.1.3 Diseño de selección de la muestra

El tipo de muestreo que se va aplicar es el probabilístico, es decir sobre los diferentes elementos de la muestra se aplica una selección al azar.

3.1.4 Tamaño de la muestra

Para calcular el tamaño de la muestra se consideró como universo al número de clientes que tiene el Banco ProCredit sucursal Loja hasta septiembre del 2012.

Se han considerado 256 clientes al azar, número que resulta del cálculo mediante la aplicación de la fórmula de población finita, explicándola así:

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

Z	**Nivel de confianza 95%**	1,96
p	Variabilidad negativa	50%
q	Variabilidad Positiva	50%
N	Tamaño de la población	6048
e	error	0,06

Resultado Numerador	5839,232
Resultado Denominador	22,8448
TAMAÑO DE LA MUESTRA	**256**

3.2 Especificación del contenido

Una vez realizadas las 256 encuestas a los clientes Banco ProCredit sucursal Loja se podrá determinar la calidad del servicio que este presta y como sus clientes lo perciben, si tienen o no un grado elevado de satisfacción y si a su vez esto provoca la lealtad a la entidad.

A continuación podemos observar los datos de la encuestas aplicados a los clientes del Banco ProCredit sucursal Loja.

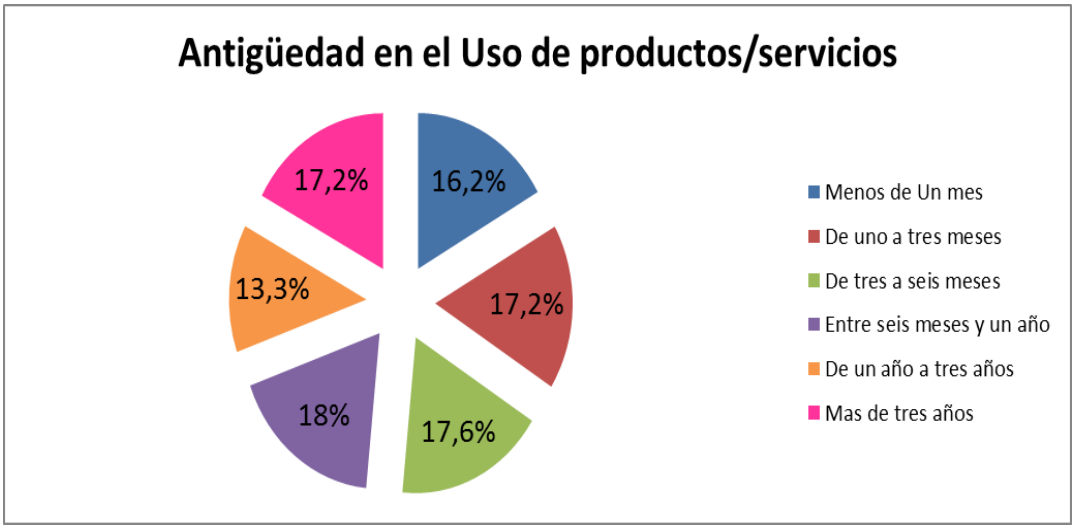
3.2.1 Antigüedad en el uso de los productos / servicios del Banco ProCredit sucursal Loja

Tabla 1. Antigüedad en el Uso de productos/servicios

Antigüedad en el uso de productos/servicios		
Alternativas	**Numero de encuestas**	**Porcentaje**
Menos de Un mes	43	16,8 %
De uno a tres meses	44	17,2 %
De tres a seis meses	45	17,6 %
Entre seis meses y un año	46	18,0 %
De un año a tres años	34	13,3 %
Más de tres años	44	17,2 %
TOTAL	**256**	**100,00** %

Fuente: Encuesta clientes Banco ProCredit sucursal Loja
Elaboración: La Autora

Gráfico 2. Utilización de productos/servicios



Fuente: Encuesta clientes Banco ProCredit sucursal Loja
Elaboración: La autora

El Banco ProCredit, se encuentra en la ciudad de Loja cuatro años, es una institución nueva, razón por la cual el 18 % son clientes de seis meses y un año, ya que en este último año la entidad financiera ha ampliado el esfuerzo de sus recursos para captar un mayor número de clientes es así que en el mes de octubre se tienen 43 nuevos clientes.

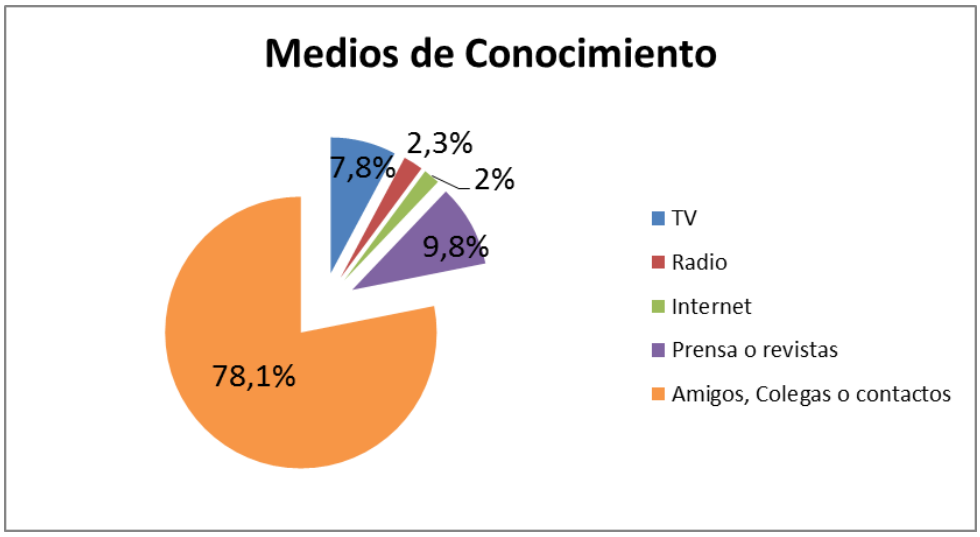
3.2.2 Medios por los que conoció al Banco ProCredit sucursal Loja

Tabla 2. Medios de conocimiento

Medios de conocimiento		
Alternativas	**Numero de Encuestas**	**Porcentaje**
TV	20	7,8 %
Radio	6	2,3 %
Internet	5	2,0 %
Prensa o revistas	25	9,8 %
Amigos, Colegas o contactos	200	78,1 %
TOTAL	**256**	**100,0 %**

Fuente: Encuesta clientes Banco ProCredit sucursal Loja
Elaboración: La Autora

Gráfico 2. Medios de Conocimiento



Fuente: Encuesta clientes Banco ProCredit sucursal Loja
Elaboración: La autora

La mayoría de los clientes que utilizan los productos/servicios del Banco ProCredit sucursal Loja, han llegado a conocer de la existencia y beneficios que la entidad financiera tiene a través de amigos, colegas o contactos personales representando esto un 78,1%, ratificando que la publicidad boca a boca es más efectiva, sin dejar a lado la publicidad normalmente empleada por la entidad.

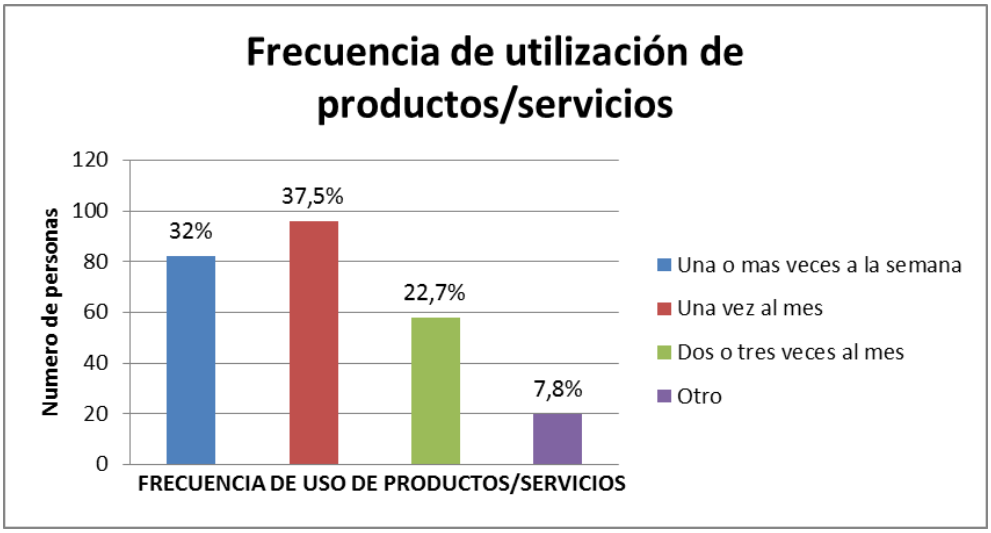
3.2.3 Frecuencia de utilización de productos/ servicios del Banco ProCredit sucursal Loja

Tabla 3. Frecuencia de uso de productos/servicios

Frecuencia de utilización de productos/servicios		
Alternativas	**Numero de encuestas**	**Porcentaje**
Una o más veces a la semana	82	32,0%
Una vez al mes	96	37,5%
Dos o tres veces al mes	58	22,7%
Otro	20	7,8%
TOTAL	**256**	**100,00%**

Fuente: Encuesta a clientes Banco ProCredit sucursal Loja
Elaboración: La Autora

Gráfico 3. Frecuencia de utilización de productos/servicios



Fuente: Encuesta clientes Banco ProCredit sucursal Loja
Elaboración: La autora

El 37,5% del total de encuestados utilizan una vez al mes los productos/servicios del Banco ProCredit sucursal Loja, esto debido a que son personas que poseen un crédito vigente en la entidad financiera y tienen que pagar mensualidades; tomando en cuenta que este banco da créditos a pymes ayudando a la productividad de los negocios; ayudando en: adquisición de producto, maquinaria, incremento de inventario, ampliación del negocio; mientras que el 7,8% lo utilizan de forma diaria (depósitos que genera su negocio) y anualmente como es el caso del pago al SOAT.

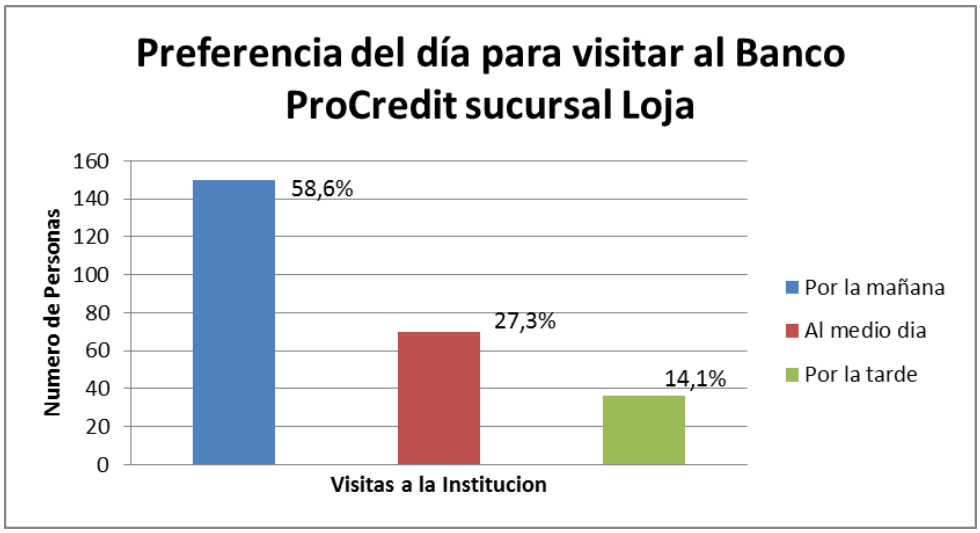
3.2.4 Preferencia de horario para visitar al Banco ProCredit sucursal Loja

Tabla 4. Preferencia de horario para visitar al Banco ProCredit sucursal Loja

Preferencia de horario para visitar al Banco ProCredit sucursal Loja		
Alternativas	**Numero de Encuestas**	**Porcentaje**
Por la mañana	150	58,6 %
Al medio día	70	27,3 %
Por la tarde	36	14,1 %
TOTAL	**256**	**100,00 %**

Fuente: Encuesta clientes Banco ProCredit sucursal Loja
Elaboración: La Autora

Gráfico 4. Preferencia de Horario para visitar al Banco ProCredit sucursal Loja



e
Fuente: Encuesta clientes Banco ProCredit sucursal Loja
Elaboración: La Autora

La preferencia de los clientes al momento de visitar la entidad financiera concuerda que es en la mañana con un 58,6% del total de los clientes encuestados, por motivos de facilidad de tiempo, algunos porque queda cerca del lugar de trabajo haciéndoles mucho más cómodo, comentándonos que existe mayor rapidez y mayor disponibilidad por los empleados al atender y porque no se encuentran con personas encargadas.

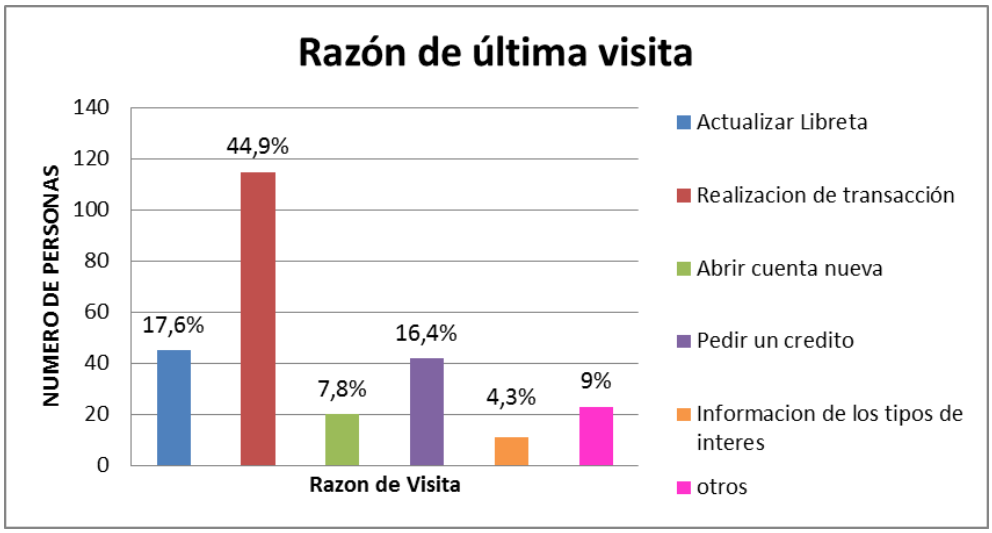
3.2.5 Razón de última visita al Banco ProCredit sucursal Loja

Tabla 5. Razón de última visita

Razón de última visita		
Alternativas	**Numero de Encuestas**	**Porcentaje**
Actualizar Libreta	45	17,6 %
Realización de transacción	115	44,9 %
Abrir cuenta nueva	20	7,8 %
Pedir un crédito	42	16,4 %
Información de los tipos de interés	11	4,3 %
Otros	23	9,0 %
TOTAL	**256**	**100,00 %**

Fuente: Encuesta clientes Banco ProCredit sucursal Loja
Elaboración: La Autora

Gráfico 5. Razón de última visita



Fuente: Encuesta a clientes Banco ProCredit sucursal Loja
Elaboración: La Autora

La razón de la última visita a la institución financiera por los clientes fue en su gran mayoría la realización de transacciones siendo el 44,9% comprendido por depósitos, retiros, transferencias de dinero, pago de abonos de créditos, etc., así como también la actualización de las libretas de ahorros, representando esta razón de última visita el 17,6% de los clientes encuestados.

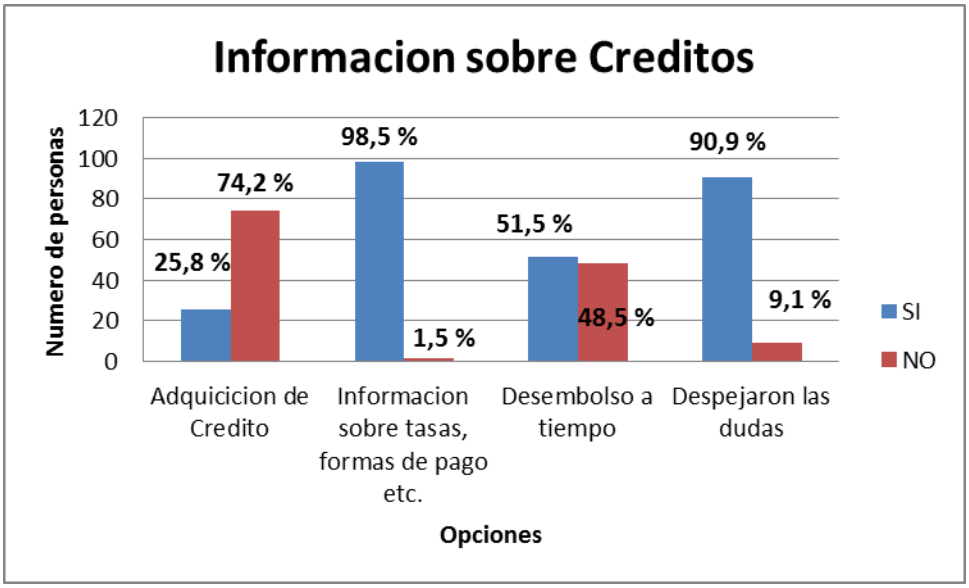
3.2.6 Solicitud de crédito en el último año

Tabla 6. Información sobre Créditos

Información sobre Créditos								
Adquisición de Crédito			Información sobre tasas, formas de pago, etc.		Desembolso a tiempo		Despejaron las dudas	
Alternativas	**Numero de Encuestas**	**Porcentaje**	**Numero de Encuestas**	**Porcentaje**	**Numero de Encuestas**	**Porcentaje**	**Numero de Encuestas**	**Porcentaje**
SI	66	25,8 %	65	98,5 %	34	51,5 %	60	90,9%
NO	190	74,2 %	1	1,5 %	32	48,5 %	6	9,1 %
TOTAL	**256**	**100 %**	**66**	**100 %**	**66**	**100 %**	**66**	**100 %**

Fuente: Encuesta clientes Banco ProCredit sucursal Loja
Elaboración: La autora

Gráfico 6. Información sobre Créditos



Fuente: Encuesta clientes Banco ProCredit sucursal Loja
Elaboración: La autora

En el último año el 25,8% de los clientes encuestados realizaron la solicitud de un crédito ya sea por primera vez o lo renovaron, el 74,2% de los clientes que no realizaron la solicitud de un crédito se debe a que anteriormente ya lo habían realizado y que por el momento lo estaban cancelando, supieron decir que una vez que se encuentre cancelado y existiendo la necesidad, realizarían la solicitud de un nuevo crédito ya que por el momento quieren salir de la deuda y no sobre endeudarse, mientras que otros no han sentido la necesidad de adquirir crédito.

Del número total de clientes (66 personas) que han adquirido en este último año un crédito, el 1,5% (un cliente) indica que no recibió la información necesaria correspondiente a los requisitos, tasa de

interés, formas de pago, mientras que el 98,5% (65 clientes) recibieron toda la información acerca del producto que iban a adquirir, a diferencia de lo que ocurrió al momento de desembolso de dinero siendo un 51,5% (34 clientes) quienes recibieron el dinero en el tiempo establecido, lo que no ocurrió con el restante 48,5% (32 clientes) que expresaron que existió tardanza en el desembolso, siendo el menor de tres semanas y el mayor retraso de tres meses y medio, al momento de que los clientes acudían a su oficial ya sea por motivo de tardanza en el desembolso de dinero, inquietudes sobre la tasa de interés o sobre los montos fijados para la cancelación del crédito en abonos por mencionar algún de las dudas que los clientes tuvieron un 90,9% (60 clientes) se siendo conforme ya que despejaron todas las dudas mientras que el 9,1% (6 clientes) sintieron que no fueron despejadas totalmente sus inquietudes.

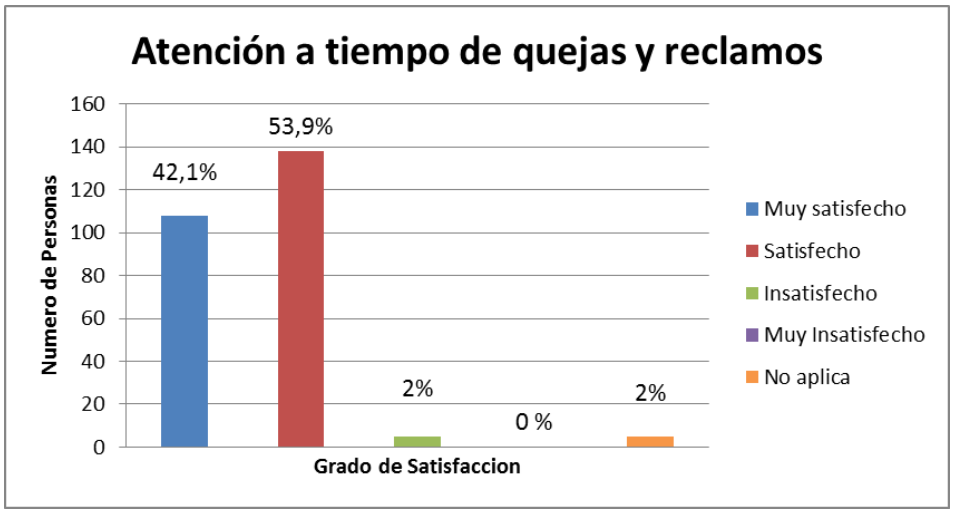
3.2.7 Atención a tiempo de las quejas y reclamos

Tabla 7. Atención a tiempo de quejas y reclamos

Atención a tiempo de quejas y reclamos		
Alternativas	**Numero de Encuestas**	**Porcentaje**
Muy satisfecho	108	42,19 %
Satisfecho	138	53,9 %
Insatisfecho	5	2,0 %
Muy Insatisfecho	0	0,0 %
No aplica	5	2,0 %
TOTAL	**256**	**100**

Fuente: Encuesta clientes Banco ProCredit sucursal Loja
Elaboración: La Autora

Gráfico 7. Atención a tiempo de quejas y reclamos



Fuente: Encuesta clientes Banco ProCredit sucursal Loja
Elaboración: La Autora

Al momento de existir algún inconveniente con sus cuentas de ahorro, cuentas corrientes, pago de sus cuotas mensuales de créditos vigentes, el 53,9% de los clientes encuestados se sienten satisfechos con la atención que los empleados les brindan; al momento de atender alguna queja o reclamo estos son realizados en un tiempo mínimo en que el cliente tiene que esperar; el 42,1% de los clientes se sienten muy satisfechos debido a que todas sus quejas y reclamos se las atienden de forma inmediata, mientras que el 2% se sienten insatisfechos por la tardanza que se presentó al momento de atender sus quejas y reclamos, y un restante 2% decidió por la respuesta de no aplica ya que hasta el momento no han tenido inconveniente alguno y que esperan que al tenerlo este sea atendido de la mejor manera y con rapidez.

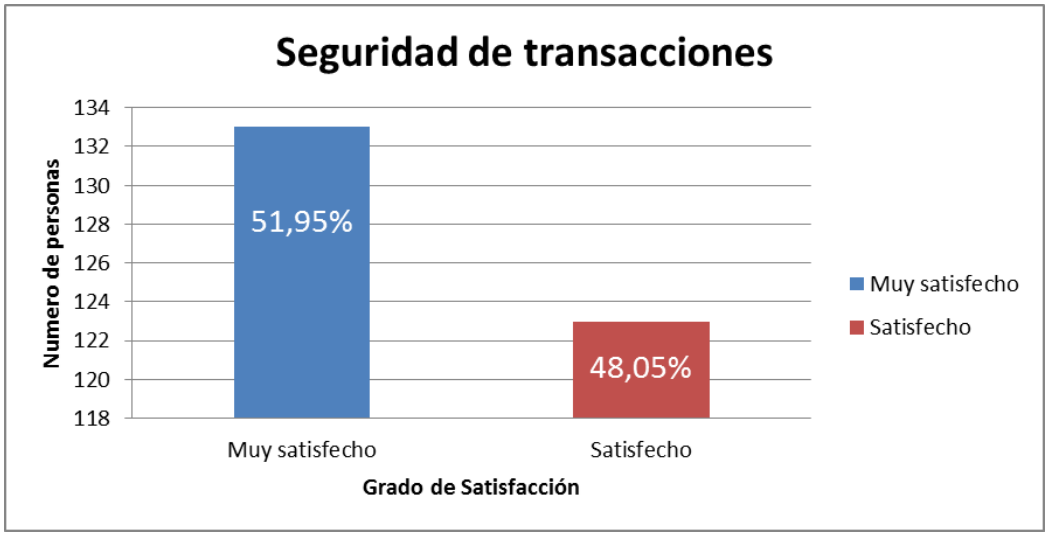
3.2.8 Seguridad de las transacciones

Tabla 8. Seguridad de transacciones

SEGURIDAD DE TRANSACCIONES		
Alternativas	**Numero de Encuestas**	**Porcentaje**
Muy satisfecho	133	51,95 %
Poco Satisfecho	123	48,05 %
TOTAL	**256**	**100,00 %**

Fuente: Encuesta clientes Banco ProCredit sucursal Loja
Elaboración: La Autora

Gráfico 8. Seguridad de transacciones



Fuente: Encuesta clientes Banco ProCredit sucursal Loja
Elaboración: La Autora

La seguridad que brinda una entidad financiera y como ésta a su vez es percibida por sus clientes es fundamental, del total de los clientes encuestados tiene un grado de seguridad elevado ya que se sienten muy satisfechos el 51,95% y poco satisfechos un

48,05%, por lo que es necesario un esfuerzo adicional para mejorar y ampliar esta percepción positiva. Pues esto es muy importante para un banco debido a que esto refleja lo que los clientes perciben del mismo, la variabilidad entre estas respuestas es motivo de que algunas transacciones se realizan con un poco de tardanza, debido a problemas técnicos.

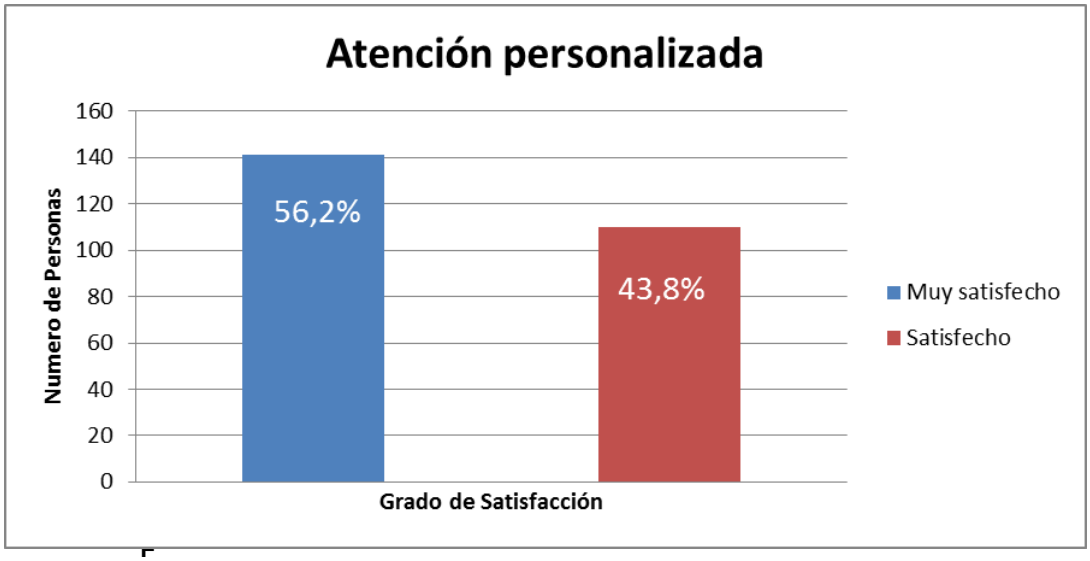
3.2.9 Atención personalizada y preocupación por los intereses de los clientes

Tabla 9. Atención personalizada

ATENCIÓN PERSONALIZADA		
Alternativas	**Numero de Encuestas**	**Porcentaje**
Muy satisfecho	144	56,3 %
Poco Satisfecho	112	43,8 %
TOTAL	**256**	**100,00 %**

Fuente: Encuesta clientes Banco ProCredit sucursal Loja
Elaboración: La Autora

Gráfico 9. Atención personalizada



Fuente: Encuesta clientes Banco ProCredit sucursal Loja
Elaboración: La Autora

Todos los clientes de una entidad son diferentes en su carácter, forma de actuar, situación económica, etc., habiendo establecido que el 56,2% de los clientes se sienten muy satisfechos con la atención personalizada que los empleados les brindan, ayudándoles en los inconvenientes que se les presente durante la visita que realizan a la entidad financiera.

3.2.10 Recomendación del Banco ProCredit a algún amigo o familiar

Tabla 10. Recomendaciones a terceros

RECOMENDACIONES A TERCEROS		
Alternativas	**Numero de Encuestas**	**Porcentaje**
Si	256	100,00 %
No	0	0,00 %
TOTAL	**256**	**100,00 %**

Fuente: Encuesta clientes Banco ProCredit sucursal Loja
Elaboración: La Autora

Gráfico 10. Recomendaciones a terceros

Fuente: Encuesta clientes Banco ProCredit sucursal Loja
Elaboración: La Autora

El 100% de los clientes encuestados concuerdan en que recomendarían a un amigo o familiar el Banco ProCredit sucursal Loja; confirmando los resultados de la pregunta 2, en que la que

conocían el banco a través de un amigo, familiar o contacto personal.

3.2.11 Productos/servicios que no ofrezca el Banco, clientes los desean

Tabla 11. Productos/Servicios que el cliente desea

PRODUCTOS/SERVICIOS QUE EL CLIENTE DESEA
Pago de servicios básicos
Tarjeta de Créditos
Créditos emergentes

Fuente: Encuesta clientes Banco ProCredit sucursal Loja
Elaboración: La Autora

De un total de 256 personas encuestadas, el 70% están muy de acuerdo con los productos/servicios que ofrece el Banco ProCredit sucursal Loja, mientras que el 30% concordaron en que les gustaría que existieran algunos productos más como: pago de servicios básicos, este servicio existen pero solo para algunas empresas como Empresa Eléctrica Quito, Empresa Eléctrica Regional Centro Sur Cuenca, Empresa Eléctrica Riobamba, no existiendo convenio con las empresas de servicios básicos de Loja; la emisión de tarjetas de crédito es otro producto que los clientes desearían, en especial quienes se dedican al comercio, este producto no se puede dar ya que va contra los principios del banco, que es no fomentar una cultura consumista, mientras que los créditos emergentes también ayudarían a fomentar el consumismo y no al trabajo.

3.2.12 Mejoramiento del servicio que el cliente desea

Tabla 12. Mejoramiento de Productos/Servicios

MEJORAMIENTO DE PRODUCTOS/SERVICIOS
Más personal en caja
Horario de atención más amplio
Apertura de nuevas sucursales

Fuente: Encuesta clientes Banco ProCredit sucursal Loja
Elaboración: La Autora

Algunas sugerencias que los clientes proponen para el mejoramiento de la calidad de servicio son: más personal en caja ya que en la actualidad solo existe una persona, sabiéndonos explicar que el personal es multifuncional es decir, no solo se dedican a una actividad específica sino a varias en las que se pueda necesitar apoyo, cuando en caja existen gran aglomeración de personas el personal que se encuentra en servicio al cliente acude a atender en la otra caja con el fin de disminuir el número de personas; otra recomendación de los clientes es ampliar el horario de atención en especial el fin de semana, como también la apertura de nuevas sucursales en el norte y sur de la ciudad como también en el cantón Catamayo ya que existen varios clientes que viajan por hacer un solo trámite.

3.2.13 Conformidad de la ubicación e infraestructura física

Tabla 13. Infraestructura física

INFRAESTRUCTURA FÍSICA
Cerca del lugar de trabajo
Se encuentra en el centro
Área para niños

Fuente: Encuesta clientes Banco ProCredit sucursal Loja
ELABORACIÓN: La Autora

Casi en su totalidad, los clientes encuestados están de acuerdo con la ubicación actual del Banco ProCredit sucursal Loja, manifestando que les queda cerca del trabajo, además se encuentra en el centro cercano a otras instituciones en las que también realizan diferentes diligencias, varios de ellos manifestaron sentirse conformes con que exista un área de niños en que ellos pueden jugar sin interrumpir a sus padres mientras realizan alguna operación.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

Una vez obtenidos los resultados de los clientes del Banco ProCredit sucursal Loja, en relación a la calidad del servicio prestado, se puede concluir lo siguiente:

a) La calidad de servicio que se ofrece es bien percibido por sus clientes, ya que tiene la capacidad de satisfacer las distintas necesidades de los mismos y evalúan positivamente su servicio.

b) Los clientes encuestados están de acuerdo con la estructura física del Banco así como también con el personal, opinan que son competentes ya que cuando se sienten indecisos acerca de realizar o no alguna transacciones ellos les brindan orientación o consejos para tomar la mejor decisión, y lo mismo sienten a su vez con la resolución de problemas que se les suelen presentar.

c) Los clientes son leales con el Banco debido a la facilidad que tienen al momento de adquirir sus productos y servicios, muchos de los clientes tiene la facilidad de dirigirse a otras instituciones para realizar cualquier transacción pero ellos prefieren a esta institución.

d) Los clientes del Banco ProCredit sucursal Loja, se sienten satisfechos por los productos y servicios que les brinda la entidad sintiéndose conformes por el trato recibido por cada uno de los empleados al despejar cualquier inquietud que se les presenta, recibiendo una

atención personalizada y velando por los interés de cada uno de los clientes.

e) El Banco ProCredit sucursal Loja cuenta con un espacio para los niños, este espacio permite a los padres realizar sus transacciones sin la presión que sus hijos por momentos les ocasionan, ya que ellos se divierten y distraen además un servicio único y exclusivo que brinda este Banco.

Recomendaciones

Algunas de las recomendaciones que se le podría dar al Banco ProCredit sucursal Loja, son las siguientes:

a) El Banco ProCredit sucursal Loja, cumple con los principios de calidad, únicamente se recomienda mejorar en el principio de mejora continua, es decir que las capacitaciones no sean solo enfocadas a su área sino que esta sea global.

b) La implementación de nuevas sucursales en la ciudad de Loja, y en cantones aledaños.

c) La asignación de otra persona en atención a cajas, ya que en la actualidad solo se encuentra una sola persona laborando en este sitio.

d) Respetar el tiempo máximo de 48 horas en el concesión de créditos ya que algunos clientes se manifestaron que a veces existen tardanzas por un tiempo mayor.

e) Se podría realizar la implementación del cliente fantasma para evaluar el desempeño del personal ya que hasta el momento no se lo ha realizado este debe ser ajeno a la institución y desconocido por los empleados.

BIBLIOGRAFIA

- Abrecht, K. & Zemke, R. (s/f) *Gerencia de Servicio.* Colombia: Fondo Editorial Legis.

- Acuña J. (2005) *Mejoramiento de la calidad: un enfoque a los servicios*. Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica

- Banco ProCredit. (2011) *Memoria anual Banco ProCredit.* Ecuador.

- Banco ProCredit. (2011) *Calificación de riesgo Bank Watch Ratings S.A.* Recuperado el 16 de agosto 2012 de http://www.bancoprocredit.com.ec/transparenciainformacion/riesgo1.pdf

- Banco ProCredit. (2011) *Calificación de riesgo Sociedad Calificador de Riesgo Latinoamericana.* Recuperado el 16 de agosto 2012 de http://www.bancoprocredit.com.ec/transparenciainformacion/riesgo.pdf

- Borrero, C. (2006) *Guía de Marketing.* Ecuador: UESMJ.

- Camacho, J. (2008) *Marketing de servicios.* Recuperado el 21 de octubre del 2012, de http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/894/EL%20CLIENTE%20Y%20LA%20EMPRESA.htm

- Castello, E. (s/f) *Gestión Comercial De Servicios Financieros*. Madrid: Esic Editorial.

- Channon, D. (1990) *Marketing Y Dirección Estratégica De La Banca*. Madrid: Díaz de Santos.

- Faine, I. & Tornabel R. (2005) *Pasión Por La Banca*. España: Deusto.

- Fisher, L. & Espejo, J. (2004) *Mercadotecnia*. Tercera Edición. México: Mc Graw Hill.

- González R. (s/f) *Momentos de la verdad "la clave de la atención a clientes".* Recuperado el 30 de agosto 2012, de http://api.ning.com/files/xwkQo4YKhM*-o7nDlxRSCvjQSee0KO1WOMfFidKpdPx40F3*F6FLkouSAb4BG8sMVf0J07jmlnaCiB84se8TT3QEnPFhO5F3/momentosdeverdad.pdf

- Grade, I. (2005) *Marketing y Servicios*. Cuarta edición. Madrid: Esic Editorial.

- Grubbs, M. R. y Reidenbach, R.E. (1993) *Banca de Excelencia Como lograr servicios de alta calidad en los bancos.* Panorama.

- Hayes, B. (2002) *Como medir la satisfacción del cliente: desarrollo y utilización de cuestionario*s. Tercera Edición. España: Gestión 2002.

- Kotler, P. & Armostrong, G. (s/f) *Fundamentos de marketing.* Sexta Edición. México: Pearson.

- Lind,D. (2004) *Estadistica para administración y economía.* Onceava Edicion. Mexico: Alfaomega.

- Merino, S. (1999) *La calidad de servicio bancario: entre la fidelidad y la ruptura.* PDF. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

- Perez, V. (2006) *Calidad total en la atención al cliente (pautas para garantizar la excelencia en el servicio).*España: Ideas Propias.

- Pinta, J. M. (s/f). *Productos y servicios en banca.* Lulú.

- Quijano, V. (2003) ¿Que *es la calidad de servicio? .*Recuperado el 21 de agosto 2012, de http:/www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/69/calidadeser.htm

- Santandreu, E. (2002) *Diccionario de términos financiero .*España: Granica.

- Seto, D. (2004) *De la calidad de servicios a la fidelidad del cliente*. Madrid: Esic Editorial.

- Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador. (2012) *Definición de escala de las calificaciones de riesgo de las entidades financiera.* Recuperado el 16 de Agosto 2012, de http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=836&vp_tip=2

- Turuel Sierra, M. (1995) *Marketing financiero y de servicios de la oficina bancaria*. Madrid: Publicaciones Universidad Pontificia Comillas.

- Vladilo, D. (2008) *Análisis de la Lealtad al cliente.* Recuperado el 03 de septiembre 2012, de http://es.scribd.com/doc/9458721/Analisis-de-la-Lealtad-del-Cliente

- Vásquez Jiménez, G. (2002) *Medición de la calidad en el servicio al Cliente: Metodología del cliente Misterioso, Una alternativa.* Guatemala.

- Zerthaml V.; Parasuram A. y Berry L. (1993) *Calidad total en la gestión de servicios.* Díaz de Santos.

Anexos

a) Anexo 1 : Banco ProCredit en el mundo

Continente Africano

Africa		
ProCredit Bank República Democrática del Congo	• Fundado en 2004 (Inicio operaciones en agosto 2005) • 3 oficinas	Avenue des Aviateurs 4B Kinshasa/Gombe
ProCredit Savings and Loans Company Ghana	• Fundando en Julio 2002 • 11 oficinas y 1 unidad de captación de ahorro	Property No. B28A, Airport City
Banco ProCredit Mazombique	• Fundado en diciembre 2000	Av.Zedequias Manganhele No. 267

Fuente: Pagina web del Banco
Elaborado: La autora

Europa del Este

Europa del este		
ProCredit Bank Albania	• Fundado en octubre 1998 • 40 oficinas	Legal Address: Rr. Dritan Hoxha Nd. 92, H.15 Njesia Bashkiake
ProCredit Bank Armenia	• Fundado en diciembre 2007 • 11 oficinas	105/1 Teryan St., area 11 0009 Yerevan
ProCredit Bank Bosnia y Herzegovia	• Fundado en octubre 1997 • 30 oficinas	8 Emerika Bluma 71000 Sarajevo
ProCredit Bank Bulgaria	• Fundado en octubre 2001 • 83 oficinas	26 Todor Aleksandrov Blvd. 1303 Sofia
ProCredit Bank Georgia	• Fundado en Mayo 1999 • 61 de oficinas	154 D, Agmashenebeli Ave. 0112 Tbilisi
ProCredit Bank Kosovo	• Fundando en enero2000 • 63 oficinas	16 “Mother Tereze” Boulevard 10000 Prishtina
ProCredit Bank Macedonia	• Fundando en julio 2003 • 35 oficinas	109a Jane Sandansky Blvd. 1000 Skopoje
ProCredit Bank Moldovia	• Fundado en diciembre 2007 • 23 oficinas	65 Stefan cel Mare Av. Office 901, Chisinau
ProCredit Bank Rumania	• Fundado en mayo 2002 • 28 oficinas	62-64 Buzesti St.,Sector1 011017Bucharest
ProCredit Bank Serbia	• Fundado en abril 2001 • 62 oficinas	17 Milutina Milankavica 11070 Belgrade
ProCredit Bank Ucrania	• Fundado en enero 2001 • 40 oficinas	107ª Peremohy Av. 03115 kyiv

Fuente: Pagina web del Banco
Elaborado: La autora

Latinoamérica

LATINOAMERICA		
Banco Los Andes ProCredit Bolivia	• Fundando en julio 1995 (banco desde enero 2005) • 74 oficinas	Av. Cristo Redentor N. 3730 entre 4to y 5to anillo Santa Cruz
Banco ProCredit Colombia	• Fundado en diciembre 2006 (Banco desde mayo 2008) • 20 oficinas	Av. Calle 39 N. 13 A-16 Bogotá
Banco ProCredit Ecuador	• Fundado en octubre 2001 (banco desde mayo 2008) • 40 oficinas	Av. Atahualpa y Amazonas, esquina Quito
Banco ProCredit El Salvador	• Fundado en marzo 1995 (banco desde junio 2004) • 52 oficinas	Boulevard Constitución y 1ª. Calle Poniente No. 3538, Col. Escalón San Salvador
Banco ProCredit Honduras	• Fundado en junio 2007 (banco desde junio 2007) • 14 oficinas	Colonia Florencia, Blvd, Suyapa 3730 Edificio ProCredit, Tegucigalpa
Banco ProCredit México	• Fundado en noviembre 2006 • 13 oficinas	Av. Niños Héroes 1816. Col. Moderna
Banco ProCredit Nicaragua	• Fundado en agosto 2000 (banco desde octubre 2005) • 25 oficinas	Edificio Banco ProCredit Av. Jean Paul Genie Managua

Fuente: Pagina web del Banco
Elaborado: La autora

b) Anexo 2: Banco ProCredit en Loja

Banco ProCredit sucursal Loja Parte Externa

Ubicación:
Sucre entre José Antonio Eguiguren y 10 de Agosto

Cuenta con un Cajero Automático en el exterior de la Entidad Financiera

Banco ProCredit sucursal Loja Parte Interna

Recepción

Área de juegos para niños que llegan con los clientes

Banco ProCredit sucursal Loja Parte Interna

Buzón de sugerencias

Área de Espera Servicio al Cliente

Banco ProCredit sucursal Loja Parte Interna

Servicio al Cliente

Caja

Personal del Banco ProCredit sucursal Loja

Jefe de Agencia
Econ. Julio Vasquez

Oficial de crédito

Asistente Operativo

c) Anexo 3: Calificación de riego

BANK WATCH RATINGS S.A.

CALIFICADORA DE RIESGOS

C E R T I F I C A

Que ha calificado a

BANCO PROCREDIT S.A.

Con balances al 31 de marzo de 2.012

con

"AAA-"

Que según la escala de calificación correspondiente tiene la siguiente definición:

"La situación de la institución es muy fuerte y tiene una sobresaliente trayectoria de rentabilidad, lo cual se refleja en una excelente reputación en el medio, muy buen acceso a sus mercados naturales de dinero y claras perspectivas de estabilidad. Si bien existe debilidad o vulnerabilidad en algún aspecto de las actividades de la institución, ésta se mitiga enteramente con las fortalezas de la organización". El signo (-) indica la posición relativa dentro de la respectiva categoría.

Representante Legal: _____ Quito, 29 de junio de 2.012

Patricio Baus H.

Nota: La Calificación no es una recomendación para invertir o mantener compromisos con una entidad, sino una evaluación sobre el riesgo, cuyo conocimiento permite al público y otras entidades del sector, acceder a una mejor capacidad de negociación.

Asociados a: FitchRatings

CRH Calificadora de Riesgo Humphreys S.A.

CERTIFICA

QUE HA REALIZADO LA CALIFICACIÓN DE RIESGO CORRESPONDIENTE A

MARZO 31 DE 2012, DE:

BANCO PROCREDIT S. A.

HABIÉNDOLE ASIGNADO LA CATEGORÍA:

"AAA-"

QUE REPRESENTA:

La situación de la institución financiera es muy fuerte y tiene una sobresaliente trayectoria de rentabilidad, lo cual se refleja en una excelente reputación en el medio, muy buen acceso a sus mercados naturales de dinero y claras perspectivas de estabilidad. Si existe debilidad o vulnerabilidad en algún aspecto de las actividades de la institución, ésta se mitiga enteramente con las fortalezas de la organización. "-". El signo denota la posición dentro de la categoría.

Ing. Pilar Panchana
Gerente General

d) Anexo 4

REQUISITOS PARA APERTURA DE CUENTAS

	Asalariado	Con Negocio	Menores de Edad (Prochicos)	Emancipados	Discapacitados	Analfabetos	Fuerza Publica
Original y copia de Cedula Ciudadanía o de Identidad	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Original y copia de Papeleta de votación vigente (**)	✓	✓	✓		✓	✓	opcional
Original y copa de Comprobante de servicio Básico (Reciente, no más de tres meses de antigüedad) (***)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Impuesto a la renta del año anterior (****)	✓	✓	✓	✓	✓		✓
Original y Copia de RUC persona natural		✓					
Certificado Bancario - Si la persona tiene una cuenta activa en otra institución	✓			✓			
Rol de pagos o certificado de ingresos	✓			✓			
Pasaporte y visa legalizada							
Cedula del país de origen							
Documentos u observaciones adicionales:			Partida de nacimiento del menor de edad		Carnet del CONADIS	Foto tamaño carne a color	

1. Cuando el cliente requiere la cuenta con nombre comercial, el mismo que de constar en la RUC
2. Documentos que deben presentar el representante o tutor del menor de edad o discapacitado dependiendo del grado de incapacidad
3. En caso de que no tuviera la cedula, se podrá exonerar de este requisito
(*) Refugiados**: Certificado de la Resolución del Ministerio de Relaciones Exteriores en el cual le acogen como refugiado, certificado de empadronamiento emitido por la Dirección Nacional de Migración si salió por un evento forzado y no tiene**
(**)Es válido certificado de presentación siempre y cuando se encuentra vigente al momento de la apertura de la cuentas
(***) Únicamente en caso de que la persona no posea servicio básicos se receptara un croquis de ubicación del domicilio
4. Dependiendo de la discapacidad pueden estar exonerados de este requisito.
(*****) Impuesto a la renta con las siguientes consideraciones
Clientes de Crédito:
Clientes que soliciten créditos mayores a $20.000,00 (Nuevo o Recurrente)
Clientes de Pasivos
Clientes con negocio independientes: Clientes que declaren ventas mensuales igual o superiores a $ 8.500,00
Clientes asalariados: Clientes que declaren ingresos mensules iguales o superiores a $ 2.000,00

Fuente: Documentos internos del Banco
Elaborado: La autora

e) **Anexo 5**

Encuesta dirigida a clientes de la entidad financiera

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN EN BANCA Y FINANZAS

DATOS DE IDENTIFICACIÓN:

A. Edad:

18-22 ( ) 33-37 ( )
23-27 ( ) 38-42 ( )
28-32 ( ) 43 o más ( )

B. Sexo:

Masculino ( ) Femenino ( )

C. Estado Civil:

Casado/a ( ) Soltero/a ( ) Divorciado/a ( )

Viudo/a ( ) Unión Libre ( )

D. Situación Laboral:

Empleado Público ( ) Desempleado ( ) Otro _____

Empleado Privado ( ) Ama de casa ( )

E. Nivel de Estudios:

Bachiller ( ) Egresado Universitario ( )

Estudiante Universitario ( ) Profesional ( )

Estimados Clientes:

El objetivo de la presente Encuesta, es con la finalidad de conocer la calidad de servicio del banco ProCredit Sucursal Loja y la repercusión en la satisfacción y lealtad a la misma

INSTRUCCIONES

Por favor marque con una equis (X) el o los paréntesis cuyas respuestas sean las correctas, caso contrario escriba las razones solicitadas.

1) ¿Cuánto tiempo lleva utilizando los productos/servicios del Banco ProCredit Sucursal Loja?

Menos de un mes ( ) De tres a seis meses ( ) De un año a tres años ( )

De uno a tres meses ( ) Entre seis meses y un año ( ) Más de tres años ( )

2) ¿Cómo conoció el Banco ProCredit Sucursal Loja?

Televisión ( ) Prensa o revistas ( )
Radio ( ) Amigos, colegas o contactos ( )
Internet ( )

3) ¿Con que frecuencia utiliza los productos/servicios del Banco ProCredit Sucursal Loja?

Una o más veces a la semana ( ) Dos o tres veces al mes ( )
Una vez al mes ( ) Otro _____

4) ¿Cuándo prefiera visitar el Banco ProCredit Sucursal Loja? ¿Por qué?

Por la mañana ( ) Al medio día ( ) Por la tarde ( )
Porque
_____

5) ¿Cuál fue la razón de su última visita al Banco ProCredit sucursal Loja?

Actualizar Libreta ( ) Pedir un crédito ( )
Realización de transacción ( ) Información de los tipos de interés ( )
Abrir cuenta nueva ( ) Otro _____

6) ¿Ha solicitado un crédito en el último año?

SI ( ) NO ( )

*Si su respuesta es **SI continúe con la siguiente pregunta,** caso contrario pase a la pregunta 10*

7) ¿Se le brindo la información necesaria con respecto a requisitos, tasa de interés, forma de pagos etc.?

SI ( ) NO ( )

Si su respuesta es **NO**, indique que información se omitió
_____

8) **¿El crédito fue desembolsado en el tiempo que el Banco ha establecido?**

SI ( ) NO ( )

Si su respuesta es **NO,** indique el tiempo se desembolso

---

9) **Fue atendido de la mejor manera despejando así todas sus dudas**

SI ( ) NO ( )

Si su respuesta es **NO,** indique que duda no se despejo

_____

10) **Cuando llama al Banco ProCredit sucursal Loja, ¿se encuentra con las líneas ocupadas?**

SI ( ) NO ( )

11) **Los empleados del Banco ProCredit sucursal Loja atienden a tiempo las quejas y reclamos**

Muy satisfecho ( ) Satisfecho ( ) Insatisfecho ( )
Muy insatisfecho ( ) No aplica ( )

12) **Los empleados del Banco ProCredit sucursal Loja utilizan un lenguaje adecuado fácil de comprender por los clientes**

Muy satisfecho ( ) Poco Satisfecho ( )

13) **El comportamiento de los empleados del Banco ProCredit sucursal Loja transmiten confianza a los clientes**

Muy satisfecho ( ) Poco Satisfecho ( )

14) **¿Cómo cliente se siente seguro de las transacciones que realiza en el Banco ProCredit sucursal Loja?**

Muy satisfecho ( ) Poco Satisfecho ( )

15) **¿Los empleados del Banco ProCredit sucursal Loja tiene conocimiento y responden a las preguntas de los clientes?**

Muy satisfecho ( ) Poco Satisfecho ( )

16) ¿Los empleados del Banco ProCredit sucursal Loja ofrecen un atención personalizada a los clientes y se preocupan por sus intereses?

Muy satisfecho ( ) Poco Satisfecho ( )

17) ¿Recomendaría el Banco ProCredit sucursal Loja a algún amigo o familiar?

SI ( ) NO ( )

18) ¿Hay algún producto/servicio financiero que actualmente no esté presente en Banco ProCredit sucursal Loja que le gustaría que existiese?

_____
_____
_____
_____
_____

19) ¿Le gustaría comentar algo para el mejoramiento del servicio?

_____
_____
_____
_____
_____

20) ¿Está de acuerdo con la ubicación actual del Banco ProCredit sucursal Loja y con la estructura física?

_____
_____
_____
_____
_____
_____

BIBLIOGRAFIA

- Abrecht, K. & Zemke, R. (s/f) *Gerencia de Servicio.* Colombia: Fondo Editorial Legis.

- Acuña J. (2005) *Mejoramiento de la calidad: un enfoque a los servicios*. Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica

- Banco ProCredit. (2011) *Memoria anual Banco ProCredit.* Ecuador.

- Banco ProCredit. (2011) *Calificación de riesgo Bank Watch Ratings S.A.* Recuperado el 16 de agosto 2012 de http://www.bancoprocredit.com.ec/transparenciainformacion/riesgo1.pdf

- Banco ProCredit. (2011) *Calificación de riesgo Sociedad Calificador de Riesgo Latinoamericana.* Recuperado el 16 de agosto 2012 de http://www.bancoprocredit.com.ec/transparenciainformacion/riesgo.pdf

- Borrero, C. (2006) *Guía de Marketing.* Ecuador: UESMJ.

- Camacho, J. (2008) *Marketing de servicios.* Recuperado el 21 de octubre del 2012, de http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/894/EL%20CLIENTE%20Y%20LA%20EMPRESA.htm

- Castello, E. (s/f) *Gestión Comercial De Servicios Financieros*. Madrid: Esic Editorial.

- Channon, D. (1990) *Marketing Y Dirección Estratégica De La Banca*. Madrid: Díaz de Santos.

- Faine, I. & Tornabel R. (2005) *Pasión Por La Banca*. España: Deusto.

- Fisher, L. & Espejo, J. (2004) *Mercadotecnia*. Tercera Edición. México: Mc Graw Hill.

- González R. (s/f) *Momentos de la verdad "la clave de la atención a clientes".* Recuperado el 30 de agosto 2012, de http://api.ning.com/files/xwkQo4YKhM*-

o7nDlxRSCvjQSee0KO1WOMfFidKpdPx40F3*F6FLkouSAb4BG8sMVf0J07jmlnaCiB84se8TT3QEnPFhO5F3/momentosdeverdad.pdf

- Grade, I. (2005) *Marketing y Servicios*. Cuarta edición. Madrid: Esic Editorial.

- Grubbs, M. R. y Reidenbach, R.E. (1993) *Banca de Excelencia Como lograr servicios de alta calidad en los bancos.* Panorama.

- Hayes, B. (2002) *Como medir la satisfacción del cliente: desarrollo y utilización de cuestionario*s. Tercera Edición. España: Gestión 2002.

- Kotler, P. & Armostrong, G. (s/f) *Fundamentos de marketing.* Sexta Edición. México: Pearson.

- Lind,D. (2004) *Estadistica para administración y economía.* Onceava Edicion. Mexico: Alfaomega.

- Merino, S. (1999) *La calidad de servicio bancario: entre la fidelidad y la ruptura.* PDF. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

- Perez, V. (2006) *Calidad total en la atención al cliente (pautas para garantizar la excelencia en el servicio).*España: Ideas Propias.

- Pinta, J. M. (s/f). *Productos y servicios en banca.* Lulú.

- Quijano, V. (2003) ¿Que *es la calidad de servicio? .*Recuperado el 21 de agosto 2012, de http:/www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/69/calidadeser.htm

- Santandreu, E. (2002) *Diccionario de términos financiero .*España: Granica.

- Seto, D. (2004) *De la calidad de servicios a la fidelidad del cliente*. Madrid: Esic Editorial.

- Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador. (2012) *Definición de escala de las calificaciones de riesgo de las entidades financiera.* Recuperado el 16 de Agosto 2012, de http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=836&vp_tip=2

- Turuel Sierra, M. (1995) *Marketing financiero y de servicios de la oficina bancaria*. Madrid: Publicaciones Universidad Pontificia Comillas.

- Vladilo, D. (2008) *Análisis de la Lealtad al cliente.* Recuperado el 03 de septiembre 2012, de http://es.scribd.com/doc/9458721/Analisis-de-la-Lealtad-del-Cliente

- Vásquez Jiménez, G. (2002) *Medición de la calidad en el servicio al Cliente: Metodología del cliente Misterioso, Una alternativa.* Guatemala.

- Zerthaml V.; Parasuram A. y Berry L. (1993) *Calidad total en la gestión de servicios.* Díaz de Santos.