



**Autónoma**  
Universidad Autónoma del Perú

**FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN Y  
COMUNICACIONES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

IMPLEMENTACIÓN DE LA PLATAFORMA MEDALLIA EN LA MEJORA DE LA  
ATENCIÓN AL CLIENTE Y COLOCACIÓN DE PRODUCTOS FINANCIEROS EN  
EL BANCO BBVA OFICINA CAMACHO, LA MOLINA - 2022

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA**

YENNIFER STEFANI CANEPA CARRION

ORCID: 0000-0001-9947-9979

**ASESOR**

DR. LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE

ORCID: 0000-0003-0128-0123

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES

**LIMA, PERÚ, OCTUBRE DE 2023**



**CC BY-ND**

<https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>

*Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.*

## Referencia bibliográfica

Canepa Carrion, Y. S. (2023). *Implementación de la plataforma Medallia en la mejora de la atención al cliente y colocación de productos financieros en el banco BBVA oficina Camacho, La Molina - 2022* [Trabajo de suficiencia profesional, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú.

## HOJA DE METADATOS

Datos del autor	
Nombres y apellidos	Yennifer Stefani Canepa Carrion
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	76832735
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0000-0001-9947-9979">https://orcid.org/0000-0001-9947-9979</a>
Datos del asesor	
Nombres y apellidos	Luis Alberto Marcelo Quispe
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	40612463
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0000-0003-0128-0123">https://orcid.org/0000-0003-0128-0123</a>
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Jorge Antonio Crisostomo Olivares
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	09288593
Secretario del jurado	
Nombres y apellidos	Erika del Rosario Buitron Hurtado de Medianero
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	41260648
Vocal del jurado	
Nombres y apellidos	Luis Alberto Marcelo Quispe
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	40612463
Datos de la investigación	
Título de la investigación	Implementación de la plataforma Medallia en la mejora de la atención al cliente y colocación de productos financieros en el banco BBVA oficina Camacho, La Molina - 2022
Línea de investigación Institucional	Ciencia, Tecnología e Innovación
Línea de investigación del Programa	Administración de Operaciones
URL de disciplinas OCDE	<a href="https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04">https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04</a>

**FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIONES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE**  
**EMPRESAS**  
**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA**  
**PROFESIONAL**

En la ciudad de Lima, el Jurado de Sustentación de trabajo de suficiencia profesional conformado por: DR. CRISOSTOMO OLIVARES, JORGE ANTONIO quien lo preside y los miembros del Jurado MAG. BUITRON HURTADO DE MEDIANERO, ERIKA DEL ROSARIO y DR. MARCELO QUISPE, LUIS ALBERTO, reunidos en acto público para dictaminar el trabajo de suficiencia profesional titulada:

**IMPLEMENTACIÓN DE LA PLATAFORMA MEDALLIA EN LA MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y COLOCACIÓN DE PRODUCTOS FINANCIEROS EN EL BANCO BBVA OFICINA CAMACHO, LA MOLINA - 2022**


Presentado por la bachiller:

1) YENNIFER STEFANI CANEPA CARRION

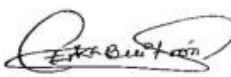
Para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas; luego de escuchar la sustentación de la misma y resueltas las preguntas del jurado, acuerdan:

APROBAR POR UNANIMIDAD

En fe de lo cual firman los miembros del jurado, el 20 de octubre del 2023.



PRESIDENTE  
DR. CRISOSTOMO  
OLIVARES, JORGE ANTONIO



SECRETARIO  
MAG. BUITRON HURTADO DE  
MEDIANERO, ERIKA DEL  
ROSARIO



VOCAL  
DR. MARCELO QUISPE,  
LUIS ALBERTO

## ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD

Yo LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE docente de la Facultad de Ciencias de Gestión y Comunicaciones de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, en mi condición de asesor del trabajo de suficiencia profesional titulado:

“IMPLEMENTACIÓN DE LA PLATAFORMA MEDALLIA EN LA MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y COLOCACIÓN DE PRODUCTOS FINANCIEROS EN EL BANCO BBVA OFICINA CAMACHO, LA MOLINA - 2022”

Del bachiller YENNIFER STEFANI CANEPA CARRION, constato que el trabajo de suficiencia profesional tiene un índice de similitud de 5% verificable en el reporte de similitud del software Turnitin que se adjunta.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Autónoma del Perú.

Lima, 24 de octubre de 2023



---

LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE

DNI: 40612463

## **DEDICATORIA**

A Dios que me ha dado la fortaleza, para poder culminar este trabajo de investigación, a mi padre por ser la motivación de mi vida, a mi familia por confiar en mí y ser parte de mi orgullo, con mucho amor y cariño.

### **AGRADECIMIENTOS**

A Dios, a mi familia por todos los sentimientos positivos aun cuando mi estado de ánimo no fue de lo mejor. A mi asesor, quien me orientó con sus sugerencias para lograr los resultados deseados. Al BBVA Perú, que me brindó todos los recursos y herramientas que fueron clave para llevar a cabo el proceso de investigación, y finalmente, quiero agradecer a todos mis compañeros por la ayuda que me brindaron cuando lo necesité.



## ÍNDICE

<b>DEDICATORIA</b> .....	2
<b>AGRADECIMIENTOS</b> .....	3
<b>LISTA DE TABLAS</b> .....	5
<b>LISTA DE FIGURAS</b> .....	6
<b>RESUMEN</b> .....	7
<b>ABSTRACT</b> .....	8
<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN</b> .....	9
<b>CAPÍTULO II: ASPECTOS GENERALES DONDE SE DESARROLLÓ LA EXPERIENCIA LABORAL</b> .....	11
2.1 Antecedentes de la organización .....	11
2.2 Descripción de la organización .....	12
2.3 Descripción general de la experiencia .....	15
<b>CAPÍTULO III: TRAYECTORIA Y DESARROLLO PROFESIONAL</b> .....	18
3.1 Situación problemática .....	18
3.2 Metodología empleada .....	28
3.3 Justificación .....	29
3.4 Objetivos .....	29
3.5 Alcance y limitaciones .....	30
3.6 Propuesta o proyecto de solución .....	31
3.7 Necesidades atendidas .....	35
<b>CAPÍTULO IV: ANÁLISIS CRÍTICO DE LA EXPERIENCIA</b> .....	40
4.1 Experiencia académica y capacitaciones .....	40
4.2 Desarrollo de actividades y logros .....	41
4.3 Aporte predominante y prestigio profesional .....	42
<b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES</b> .....	44
<b>CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES</b> .....	46
<b>REFERENCIAS</b>	
<b>ANEXOS</b>	

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1	Análisis FODA
Tabla 2	Nivel de conocimiento de créditos bancarios por parte de los clientes
Tabla 3	Historial crediticio de los clientes
Tabla 4	Nivel de bancarización de sus procesos comerciales de los clientes
Tabla 5	Nivel de formalidad en la constitución de los negocios para obtener créditos
Tabla 6	Nivel de liquidez financiera de los clientes
Tabla 7	Nivel de calificación de un producto crediticio
Tabla 8	Nivel de emprendimiento deseado del cliente
Tabla 9	Nivel de importancia que se le brinda a las capacitaciones
Tabla 10	Nivel de adecuación de plataforma del banco a los clientes
Tabla 11	Marketing de los servicios que ofrece el banco
Tabla 12	Tasas de interés
Tabla 13	Descripción de actividades de la plataforma Medallia

## LISTA DE FIGURAS

- Figura 1 Organigrama BBVA sede Camacho
- Figura 2 Árbol de problemas
- Figura 3 Evolución de la medición
- Figura 4 Comentarios diariamente de los clientes
- Figura 5 Métrica general
- Figura 6 Medición de segmento, ventanilla, plataforma y cajero
- Figura 7 Clasificación por encuesta, valorización del 1 al10
- Figura 8 Porcentaje del segundo trimestre
- Figura 9 Calificación diaria de los clientes

## RESUMEN

El trabajo de suficiencia profesional tuvo como problema principal la deficiencia, en la formalidad de sustentar la liquidez financiera de parte de los clientes y la problemática de colocación de productos financieros que ayuden a los emprendimientos e ideas disruptivas que puedan tener los clientes dentro de sus actividades comerciales, para ello mi contribución fue participar, en la realización del proyecto Medallia, que generó información detallada por parte de nuestros clientes y esto ayudó a conocer mejor su realidad y necesidades, para la búsqueda de productos crediticos de nuestra entidad bancaria y proponer soluciones adecuadas. El objetivo principal fue determinar la deficiencia en la formalidad de sustentar la liquidez financiera de los clientes y mejorar la colocación de productos financieros, para realizar una adecuada evaluación crediticia, mejorando los beneficios al cliente sede de la sede BBVA Camacho. Este estudio se desarrolló con un diseño no experimental y un nivel descriptivo desarrollándose tablas porcentuales que indica la falta de conocimiento financiero y el no estar bancarizado por parte de nuestros clientes son las brechas más difíciles que se pueden observar. Por tal motivo, entre los resultados importantes radicó el aporte que realiza el BBVA, para mejorar la comunicación y la información necesaria, contribuyendo a bajar los índices de informalidad, en el ámbito mercantil logrando formalizar los procesos de evidencia sobre todo de ventas, para que el cliente pueda obtener un historial crediticio. Se concluyó, que la propuesta alcanzada produce datos muy importantes y se comprueba el ingreso de la información, por parte de nuestros clientes, quienes utilizan el sistema Medallia.

**Palabras clave:** Medallia, emprendimientos, productos financieros.

## ABSTRACT

The main problem of the professional adequacy work was the deficiency in the formality of supporting financial liquidity on behalf of the clients and the problem of placing financial products that help the ventures and disruptive ideas that clients may have within their activities. Commercially, to this end my contribution was to participate in the realization of the Medallia project, which generated detailed information from our clients and this helped to better understand their reality and needs, to search for credit products from our banking entity and propose appropriate solutions. The main objective was to determine the deficiency in the formality of supporting the financial liquidity of clients and improving the placement of financial products, to carry out an adequate credit evaluation, improving the benefits to the client at the BBVA Camacho headquarters. This study was developed with a non-experimental design and a descriptive level, developing percentage tables that indicate the lack of financial knowledge and not being banked on the part of our clients are the most difficult gaps that can be observed. For this reason, the important results lie in the contribution made by BBVA, to improve communication and the necessary information, contributing to lowering the informality rates, in the commercial field, managing to formalize the evidence processes, especially sales, so that the client can obtain a credit history. It is concluded that the proposal reached produces very important data and the entry of the information by our clients, who use the Medallia system, is verified.

**Keywords:** Medallia, ventures, financial products.

# CAPÍTULO I

## INTRODUCCIÓN

El trabajo de suficiencia profesional, tiene como finalidad desarrollar estrategias, que ayude a mejorar la experiencia del cliente mediante la medición de la plataforma Medallia de tal forma que produzca un impacto positivo enfocándonos al posicionamiento institucional donde laboro y de esta manera contribuir al desarrollo de mis habilidades y logros, incrementar mis conocimientos, para ello la banca necesita mucha experiencia y está a la vez pueda ser muy enriquecedora, en los objetivos y guía de proyectos para nuestros clientes y se pueda realizar una transformación, en la sede de BBVA de Camacho distrito de La Molina.

La problemática se presenta en la informalidad, en la sustentación de la liquidez financiera de los clientes y por esta razón no es posible que se concrete la colocación de productos financieros del banco BBVA. como los préstamos personales, prestamos vehiculares, tarjetas de crédito, entre otros.

En la nueva era digital las ideas disruptivas ayudan a brindar un mejor servicio y mediante las propuestas que se brindan salir de la informalidad mediante la apertura de cuentas VIP, porque no solo sirve rentabilizar, sino bancarizar con la finalidad de evidenciar el sustento de ingresos del cliente y así poder seguir creando oportunidades de crédito.

En el medio empresarial, existen muchas personas con talento para los negocios y crean lucro de sus emprendimientos que realizan generando para ello oportunidades de crecimiento en sus actividades mercantiles que desarrollan y generan fuentes de empleo. En ese sentido, la misión como entidad financiera es apoyar las ideas innovadoras y los emprendimientos de los clientes. Por lo tanto, el

trabajo de suficiencia profesional permite aportar soluciones que se requieren, para solucionar la falta de formalidad de los clientes que no tienen historial bancario.

Por otro lado, la estructuración de la información fue desarrollado en capítulos que ayudan a comprender mejor la información brindada. En el capítulo I, se desarrolló la introducción del trabajo de suficiencia profesional y se describió la problemática de la institución, los objetivos, los métodos y los resultados y conclusiones. En el capítulo II, se desarrollaron los aspectos generales donde se evidencia mi experiencia laboral, los antecedentes de la entidad, luego se describió la organización, así como la explicación de las experiencias laborales. En el capítulo III, se explicó mi trayectoria y desarrollo profesional que consiste previamente en el análisis de la situación problemática, se explicaron la metodológica como se abordó el estudio, la justificación, los objetivos, los alcances, así como las limitaciones, propuestas y necesidades atendidas. En el capítulo IV, se desarrolló el análisis crítico de la experiencia, académica, los logros personales y profesionales, los aportes predominantes y prestigio profesional. En el capítulo V, se abordaron las conclusiones a las que se llegó con el trabajo en relación con la demostración de la suficiencia profesional. En el capítulo VI, se desarrollaron las recomendaciones donde se brindan posibilidades técnicas que permitan mejorar la problemática presentada. Finalmente, se evidencian las referencias bibliográficas que facilitaron el desarrollo y la recolección de información, así como los anexos que se adjuntó al trabajo como evidencia y sustentación de información, que tenga relación sobre la problemática que se trató y se brindó la propuesta para alcanzar una mejora de atención dirigida directamente a nuestros clientes que son potenciales emprendedores por sus diversas ideas de negocios que están actualmente trabajando y obteniendo lucro económico.

## **CAPÍTULO II**

### **ASPECTOS GENERALES DONDE SE DESARROLLO LA EXPERIENCIA LABORAL**

#### **2.1. Antecedentes de la organización**

Es BBVA es una institución financiera fundada en Lima en 1951, iniciando sus servicios el 9 de octubre, la sede se encuentra, en la calle General La Fuente, en el centro de la ciudad de Lima y su capital inicial se inició, con 45 millones de soles, cuatro años después se logró la apertura de varias oficinas nuevas.

La decisión de expandirse en Lima permitió al Banco BBVA abrir la primera sucursal en la calle Capón, la segunda sucursal se abrió en Surquillo en 1955 y la tercera sucursal del banco se abrió en Callao. El Perú no fue la excepción en estos tiempos de renovación y eso no impidió que el país de aquellos años se esforzara por vivir en este mundo electrónico, moderno y cosmopolita.

El carácter visionario del banco se reflejó en su vocación tecnológica, en 1982 se inauguró el primer cajero automático lo que confirmó su vocación de futuro. BBVA Continental se ha convertido en una empresa de referencia en nuestro país no solo por sus altos resultados financieros, sino también por su alta reputación que la convierte en una empresa confiable para todos los peruanos.

En junio de 2019, BBVA Continental pasó a llamarse BBVA Perú como una estrategia de marca unificada que se implementó en todo el mundo. A esto se suma un proceso intensivo de digitalización de servicios y productos, que pone al alcance de todos los peruanos las posibilidades de esta nueva era y promueve la realización de sus sueños y proyectos.

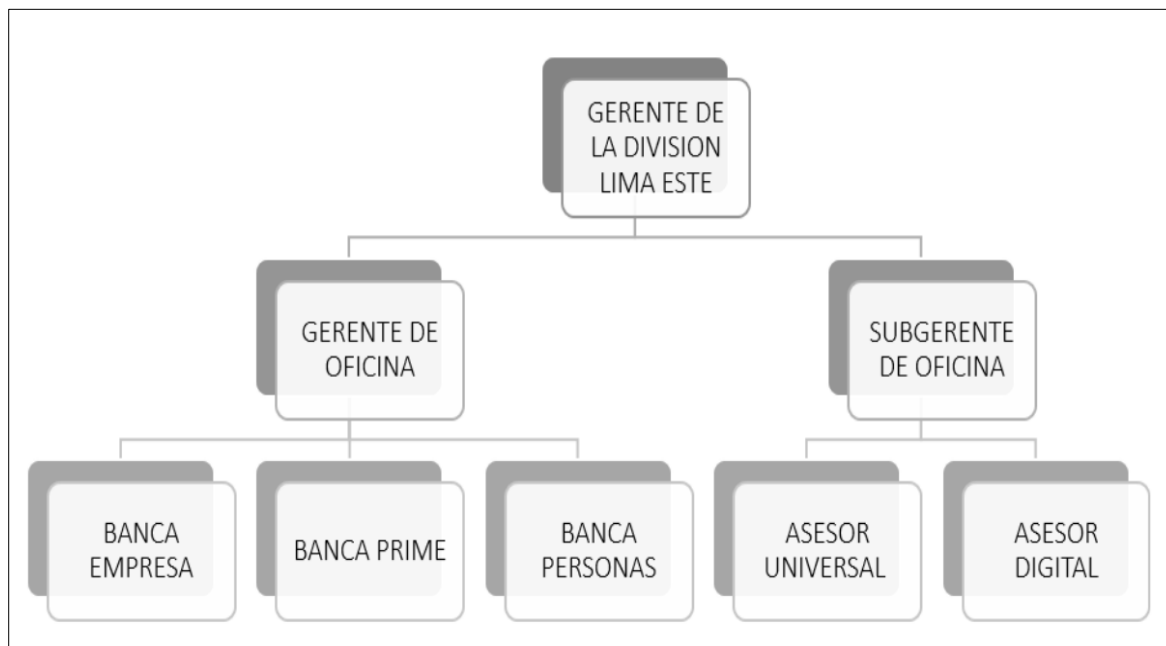


## 2.2. Descripción de la organización

BBVA Perú S.A., empresa del rubro financiero, asume como principal compromiso la calidad de atención hacia los clientes y aportar valor en el progreso económico de la sociedad, en la que está presente para la colocación de productos financieros. Por otro lado, específicamente en la sede BBVA de Camacho ubicada en la Av. Javier Prado Este 4921 tiene una estructura organizacional gerente de la división lima este, gerente de oficina, banca empresa, banca prime, banca personas, subgerente de oficina, asesor digital y asesor universal.

**Figura 1**

*Organigrama BBVA sede Camacho*



*Nota:* BBVA, 2022, p. 19.

Tal y como se muestra en la figura 1, BBVA de la sede Camacho está estructurada de forma flexible con la finalidad de tener un adecuado funcionamiento y así lograr un gran crecimiento con mucha eficiencia, por otra parte, es importante mencionar que se encuentra dividido en dos áreas tales como área comercial y área operativa. En el área comercial está incluidos banca empresa, banca prime y banca personas, cada área se adecua a perfil de cliente para poder realizar las colocaciones

tales como prestamos libre disponibilidad, préstamo con garantía, tarjeta de créditos, tarjetas de créditos garantizadas, préstamos hipotecarios, prestamos vehiculares y seguros. En el área operativa están incluidos los asesores digitales y universales, cada uno se enfoca en dar soporte operativo a los clientes tales como de depósitos, retiros transferencias, pagos varios y ahora enfocarse en dar soporte digital para que el cliente pueda realizar todas sus operaciones mediante los canales digitales como app, banca por internet y cajeros automáticos.

Dentro del mercado financiero se tienen a los siguientes competidores directos que se indican según su relevancia e importancia que tienen para nuestra empresa.

Estos son:

- Banco de Crédito. Es la más importante por la cantidad de ahorristas y el gran número de sedes a lo largo de todo el país, sería nuestra mayor competencia dentro del mercado financiero de préstamos y ahorros.
- Scotiabank. Es la segunda competencia más cercana que se tiene por la diversidad de productos crediticios que ofrece a sus clientes y fomenta el desarrollo de sus emprendimientos.
- Interbank. Es la tercera competencia que se tiene en el mercado por la facilidad de crédito que brinda a los clientes por medio de su historial bancario, como referencia para la entrega de un préstamo fácil y rápido.
- BanBif. Es la cuarta competencia que se tiene dentro del mercado financiero, en razón a la fácil colocación de capital dirigido al sector empresarial, por medio de hipotecas como garantía para sus créditos.

### **2.2.1. Misión**

Velayos (2020) menciona: “La misión es la respuesta que la empresa da cuando se pregunta: ¿Quiénes somos? y ¿Qué hacemos? Debe diferenciar la

empresa de la competencia y mostrar su valor y su hacer único en el mercado” (párr. 7).

Respecto a la misión del banco, BBVA (2023) indica: “El banco está comprometido a ofrecer las mejores soluciones, productos y servicios financieros, con sencillez y responsabilidad, a sus diferentes grupos de interés: clientes, empleados, accionistas, proveedores y sociedad” (párr. 10).

### **2.2.2. Visión**

Velayos (2020) menciona: “La visión de una empresa describe el objetivo que espera lograr en un futuro. Se trata de la expectativa ideal de lo que quiere alcanzar la organización, indicando además cómo planea conseguir sus metas” (párr. 2).

Respecto a la visión del banco, BBVA (2023) indica: “La búsqueda permanente de un mejor futuro para las personas, la que se desarrolla sobre la base de tres pilares, Integridad, Prudencia y Transparencia” (párr. 16).

### **2.2.3. Valores**

En toda organización los valores son importantes porque limitan las actitudes humanas y controlan el comportamiento humano, en el ámbito social y laboral. Por esta razón la importancia de los valores en los colaboradores refleja el sentido humano y responsable de una organización que busca brindar el mejor servicio a sus clientes y la mejor experiencia para satisfacer sus necesidades.

- Somos empáticos. BBVA (2023) indica: “Consideramos el punto de vista del cliente desde el primer momento y nos ponemos en su lugar para entender mejor sus necesidades” (párr. 17)
- Somos íntegros: BBVA (2023) indica: “Todo lo que hacemos es legal, publicable y moralmente aceptable para la sociedad. Siempre ponemos el interés del cliente primero” (párr. 18).

## **2.3. Descripción general de la experiencia**

La descripción general de la experiencia está conformada por los siguientes puntos:

### **2.3.1. Contexto general**

En julio del año 2021 postule mediante la plataforma talento empresarial al puesto de asesor de servicios y luego de pasar las rigurosas entrevistas logre ingresar al BBVA Perú S.A. posteriormente, el 2 de agosto del año 2021 inicie mis labores; en primera instancia se realizó una capacitación de un mes 15 días virtuales y 15 días presenciales luego de esta pequeña formación fui asignada a la oficina de Camacho, como asesor de servicios entre mis principales funciones esta brindar al cliente una experiencia única, atendiendo sus necesidades óptimamente y con un alto nivel de calidad, desarrollo de transacciones bancarias y colocación de productos financieros.

El constante cambio de la banca y la tecnología se realizó una remodelación, en la sede de la oficina Camacho en los meses de agosto del 2022 como parte del despliegue de un proyecto “Aurora” ofreciendo múltiples beneficios innovadores a todos los clientes, permitiendo confirmar la armonía entre el canal físico y el canal digital para armonizar ambas realidades para beneficio de los clientes. Con este gran cambio se inauguró la oficina de Camacho en el mes de octubre 2022, y como parte de la transformación en los puestos pasando de asesor de servicios a asesor universal, donde me incrementaron tareas comerciales ya no solo operativos y de inclusión digital para todos nuestros procesos y mejorar considerablemente la experiencia del cliente.

### **2.3.2. Contexto específico**

En el contexto específico de la experiencia laboral, es importante mencionar que parte de mis actividades diarias consistía en cumplir con los objetivos mensuales

y propuestas de mi labor como empleada de esta institución financiera describo de manera siguiente:

- Depósitos. Representa el ingreso de dinero que una persona realiza en una entidad bancaria para su propia cuenta o de alguna otra persona por diversas actividades y razones de propia voluntad.
- Retiros. Consiste en solicitar un dinero de su propia cuenta o por un tercero que brindo un cheque para la persona indicada y esta realiza el retiro correspondiente previa verificación de la entidad bancaria.
- Transferencias. Es el proceso de transferir dinero de parte del titular de una cuenta bancaria personal a otra cuenta de terceros.
- Pagos varios. Es la acción de realizar el abono de diversos servicios, como luz, agua, teléfono etc.
- Colocación de tarjetas de crédito digitales. Es la gestión de ingresar nuevos clientes al producto bancario, que puede ser las tarjetas de crédito.
- Apertura de cuenta de ahorros. También es otro producto financiero que se pone para el alcance de los clientes y su benéfico es la custodia de los ahorros, que puedan tener las persona que desean guardar su dinero, en nuestra entidad financiera.

Es importante recalcar que para realizar cada tarea se hace un seguimiento diario y semanal con la proyección de nuestras metas en un Excel llamado tablero en la cual registramos los avances.

Por otro lado, para poder impulsar las colocaciones tenemos una herramienta PIC (Circuito Integrado Programable) donde se obtiene ofertas aprobadas de los distintos productos en la cual se realizan llamadas telefónicas para ofrecer y dar los beneficios de los productos y de esta manera poder alcanzar nuestras metas.

En ese sentido, se cuenta con una plataforma llamada Medallia, que es líder en el mercado donde gestiona la experiencia de clientes, se ingresa las encuestas respondidas de los clientes de la atención recibida, en la oficina donde se responde las preguntas, ayudando aspectos de mejora y poder ponerlos en acción y obtener una buena calificación.

Como parte de la experiencia digital nuestro enfoque es educar a los clientes, con el uso de la aplicación (app), banca por internet y cajeros automáticos, y para eso cada cliente que visita las instalaciones se brinda las facilidades para que entre en confianza y pueda ser un cliente digitalizado y fidelizado. En la era digital nos tenemos que adecuar a las necesidades del cliente para que sean más conscientes del cambio que se viene realizando en la banca.

Asimismo, se cuenta con diferentes plataformas para apoyarnos en las colocaciones como links de evaluación por segundos y poder ofrecer las tarjetas y préstamos y de esta manera poder ser constante en la colocación, para obtener un óptimo resultado.

En ese sentido, para ir mejorando las competencias recibimos constantemente capacitaciones en grupo e individuales en los diferentes puntos a mejorar y a la vez como parte de nuestro crecimiento profesional recibimos feedback de nuestros jefes inmediatos y poder alcanzar nuestros objetivos.

En cada logro desarrolle mis competencias personales en el ámbito social y manejo de estrategias, para la captación de más clientes que necesitan siempre de créditos, para sus proyectos recibiendo mi asesoría y orientación financiera, sobre todo al preguntar sobre el hallazgo del VAN, para definir su inversión segura de sus planes de negocios y la rentabilidad que puedan obtener sobre el valor actual neto.

## CAPÍTULO III

### TRAYECTORIA Y DESARROLLO PROFESIONAL

#### 3.1. Situación problemática

##### 3.1.1. Atención al cliente

Tapia y Vera (2022) mencionan: “Es la capacidad y gestión de brindar servicios o productos, en beneficio de nuestros consumidores objetivo” (p. 85). Es decir, se trata de la percepción que tiene el cliente a pesar de la buena experiencia ofrecida, si el cliente no la vive de esa manera en su realidad, todo lo que podemos hacer afectará su experiencia del cliente y su percepción, tu cliente decidirá si regresará y seguirá utilizando los servicios de la entidad financiera.

En este contexto, las emociones son un factor importante y fundamental en la creación del valor percibido y la satisfacción de la experiencia del cliente, incluidos todos los puntos de contacto e interacción, con el cliente después de ingresar y permanecer en la oficina y recibir el servicio recibido crea las expectativas deseadas que se busca. Sin embargo, el punto de vista del cliente es muy delicado y puede cambiar según la comunicación, por lo que es muy importante mantener una experiencia de cliente fuerte y buena de manera consistente, coherente y constante. La mirada del cliente es uno de los aspectos más reconfortantes de la compañía y guía e impulsa esa percepción, en todas sus formas debe ser prioridad y responsabilidad de todos los que trabajamos en la sede de BBVA Camacho.

Gómez (2023) menciona que: “El desafío pasa por ofrecer soluciones específicas a las necesidades individuales de cada individuo” (p. 7). Es decir, existe diversos momentos de la coyuntura que puede estar atravesando el cliente y se tiene que comprender sus problemáticas y ser un mecanismo de ayuda para brindarles soluciones viables relacionada a sus propósitos de emprendimientos que puedan

tener y que resulte satisfactorio por parte de su idea disruptiva o innovadora que pueda realizar. Lo más importante es conocer e identificar el nivel de satisfacción del cliente para en primer lugar definir cómo medir la satisfacción del cliente, por ejemplo, se cuenta con una plataforma Medallia, que a través de encuestas de satisfacción nos sirve como medir de retroalimentación para conocer la experiencia del cliente.

Es importante poner en marcha un inicio y fin para las sugerencias que se desea implementar, con el fin de evaluar los resultados de forma objetiva y con este método de recoger los datos del cliente y permita realizar la evaluación del desempeño de los integrantes de la oficina de la sede Camacho y así revisarlos con la frecuencia que lo amerita.

En base a la información recibida, se pueden planificar e implementar soluciones para la evaluación continua de la satisfacción y experiencias de los clientes, así como para la elaboración de un plan de acción para lograr mejores resultados. Para lograr y garantizar el éxito del desarrollo, es necesario delegar responsabilidades y tareas a cada área, tanto comercial como funcionalmente, ya que cada una tiene su propio plan para controlar la satisfacción y experiencia del cliente.

Por otro lado, Espinoza (2020) menciona:

Se recomienda estar dispuestos para su formación continua y empoderamiento de las estrategias de gestión de la cartera de créditos, con el propósito de elevar el nivel de satisfacción de los clientes respecto a la calidad de la atención que se les brinda. (p. 34)

En ese sentido, es importante mencionar que la falta de actualización repercute en la atención personalizada de los clientes, por esta razón la formación continua para el personal genera conocimientos que contribuyen en la seguridad de las actividades que puede realizar un integrante de la organización y esto genera la utilización de



estrategias ligadas a los objetivos empresariales de servicio que se brinda para los clientes sobre todo para la cartera de créditos con el fin de ayudar al crecimiento de los clientes de los diferentes segmentos. Por tal razón, el cliente es un factor importante para enlazar las expectativas de información de los clientes, con sus oportunidades que pueden ser generadas mediante un préstamo y tarjetas de crédito, para invertir en su cadena de desarrollo.

Por otro lado, también es importante explicar que la entrega de un crédito tiene procesos y procedimientos en salvaguarda del capital que se entrega en plazos determinados y con una tasa de interés que representa la utilidad del Banco BBVA cumpliendo sus objetivos y servicios financieros, que realiza ampliando su desarrollo empresarial a todo el territorio del país.

En el campo empresarial, Cueva y Torres (2021) mencionan:

Fortalecer técnicas de atención al cliente, tomando en cuenta factores culturales de zonas o distritos, esto permitirá un trato más asertivo al cliente, generando empatía en el trato. La gestión de la relación debe considerar el fenotipo de los clientes, para establecer procesos de atención más rápido y satisfactorios. (p. 34)

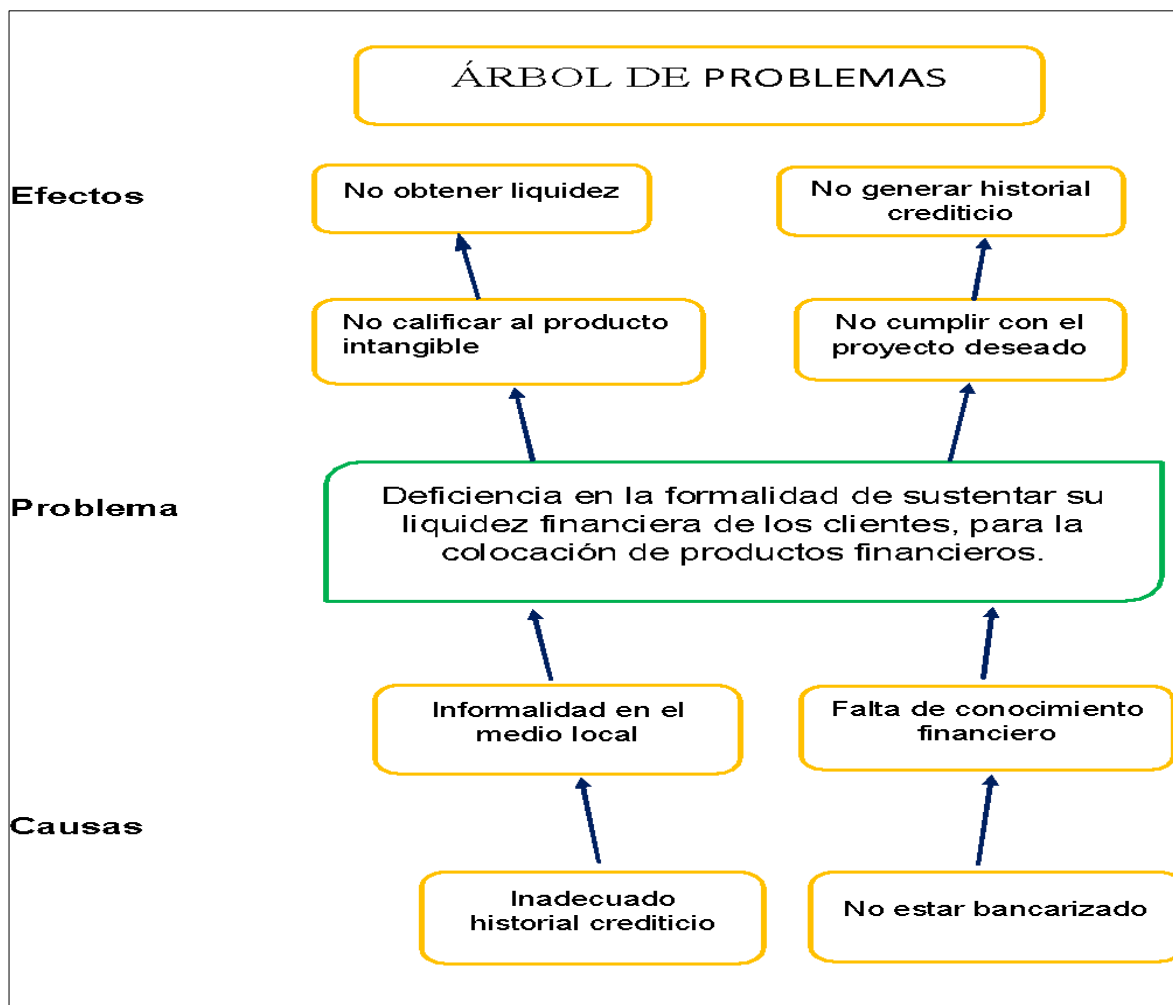
En ese sentido, es importante mencionar que si el personal no se capacita o sigue estudios del genotipo de nuestros clientes existe la inseguridad de no poderlos entender en las necesidades que pueda tener nuestros clientes y poder resaltar la atención al cliente utilizando diversas técnicas y considerando los antecedentes culturales del espacio local donde la información que se tiene y es posible transferir para nuestros clientes que son muy importantes y prioridad de nuestra organización y por ende los esfuerzos para alcanzar los objetivos de satisfacer sus necesidades de progreso son compartidos en el banco BBVA.

**Tabla 1***Análisis FODA*

<b>Factores Internos</b>		<b>Factores Externos</b>	
<b>Debilidades</b>		<b>Amenazas</b>	
- Falta de capacitación a los colaboradores para mejorar la calidad de atención.	- Deficiencia en la información ingresada en la plataforma generando demora en los procesos de contratación.	- Inestabilidad económica genera mayor informalidad de parte de los clientes.	- Sobreendeudamiento de los clientes nos imposibilita de seguir gestionado la colocación de productos financieros en el BBVA.
- Insuficiencia en el manejo de la plataforma Medallia para la colocación de productos financieros	- No se tiene claro la funcionalidad de todas las herramientas que llevan a un proceso de cierre de venta exitoso.	- Poca demanda de clientes para llegar a la productividad de la meta mensual.	- La competencia entre entidades bancarias es cada vez más retadora para el banco BBVA.
<b>Fortalezas</b>		<b>Oportunidades</b>	
- Con la mejora de estrategias fortalecemos el historial crediticio y el nivel de endeudamiento del cliente.	- Disponibilidad de los colaboradores para mejorar y aplicar los procesos correctamente e incrementar la colocación de los productos financieros.	- El crecimiento impulsa un entorno de confianza con los clientes y estos estén fidelizados y que tenga como preferencia el BBVA.	- La plataforma Medallia es una herramienta que ayuda a que el proceso de bancarización tenga mayor practicidad.
- Actitud proactiva para seguir colocándonos en ser el banco número uno en la atención al cliente.	- Al contar con la plataforma Medallia se realiza la contratación de productos financieros más eficientes mejorando la experiencia del cliente.	- La constante necesidad de liquidez financiera por parte de los clientes ayuda que se sigan desarrollando mejoras en todos los procesos para la contratación.	- Se obtiene cambios muy significativos en la colocación de productos financieros gracias a la información que se obtiene de la plataforma Medallia.

Figura 2

Árbol de problemas



### 3.1.2. Evolución de la problemática

El problema analizado ha evolucionado y para comprender las razones de la evolución, es preciso mencionar que la problemática tiene su origen en la necesidad del cliente y la información hallada y analizada, en ella se demuestra la realidad de atención de la institución financiera, la deficiencia, en la formalidad de sustentar su liquidez financiera de parte de los clientes, para la colocación de productos financieros es evidente y la contrastamos con la utilización de la data, para llegar al fondo de la realidad y buscar soluciones.

En ese sentido, se realizó un análisis de los indicadores de los problemas analizados siendo identificando a los principales como se explica a continuación:

**Tabla 2***Nivel de conocimiento de créditos bancarios por parte de los clientes*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
No cuentan	20	51,1
Casi siempre	10	25,6
Siempre	9	23,1
Total	39	100,0

En la tabla 2, se presentan los resultados respecto al conocimiento de créditos bancarios por parte de los clientes. En ella se observa que un 51,1% indican que no cuentan con conocimientos sobre los créditos bancarios, el 25,6 % indican que casi siempre cuentan con conocimientos sobre los créditos bancarios, y el 23,1% indican que siempre cuentan con conocimientos sobre los créditos bancarios. Se puede observar que los clientes no cuentan con el conocimiento para obtener créditos bancarios y dificulta su posibilidad de crecimiento empresarial.

**Tabla 3***Historial crediticio de los clientes*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
No cuentan	29	74,4
Casi siempre	32	31,1
Siempre	1	1,0
Total	39	100,0

En la tabla 3, se presenta el nivel de historial crediticio de los clientes. En ella se observa que un 74,4% indican que no cuentan con un historial crediticio, el 31,1% indican que casi siempre cuentan con un historial crediticio, y el 1% indican que siempre cuentan con un historial crediticio. Esto quiere decir que existe un gran número de clientes que no tiene historial crediticio, para poder obtener préstamos y realizar sus planes de negocios que por demanda y segmento en el mercado existe clientes objetivos y potenciales.

**Tabla 4***Nivel de bancarización de sus procesos comerciales de los clientes*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
No cuentan	29	74,4
Casi siempre	6	15,4
Siempre	4	10,3
Total	39	100,0

En la tabla 4, se presenta el nivel de bancarización de sus procesos comerciales de los clientes. En ella se observa que un 74,4% indican que no tienen bancarizado sus procesos comerciales, el 15,4 % indican que casi siempre tienen bancarizado sus procesos comerciales, y el 10,3% indican que siempre tienen bancarizado sus procesos comerciales. En estos indicadores se puede apreciar la dificultad que tienen muchos emprendedores por no poder demostrar sus ingresos que realizan debido a sus actividades comerciales que realizan sus negocios, para un mercado muy competente.

**Tabla 5***Nivel de formalidad en la constitución de los negocios para obtener créditos*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
No cuentan	25	64,1
Casi siempre	13	33,3
Siempre	1	2,6
Total	39	100,0

En la tabla 5, se presenta el nivel de formalidad en la constitución de los negocios para obtener créditos. En ella se observa que un 64,1% indican que no cuenta con formalidad en la constitución de su negocio, el 33,3 % indican que casi siempre cuenta con formalidad en la constitución de su negocio, y el 2,6% indican que siempre cuenta con formalidad en la constitución de su negocio. En estos indicadores se puede apreciar que hay un déficit en la formalidad de los negocios.

**Tabla 6***Nivel de liquidez financiera de los clientes*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
No cuentan	4	10,3
Casi siempre	30	76,9
Siempre	5	12,8
Total	39	100,0

En la tabla 6, se presenta el nivel de liquidez financiera de los clientes. En ella se observa que un 10,3% indican que no cuenta con liquidez financiera, el 76,9% indican que casi siempre cuenta con liquidez financiera, y el 12,8% indican que siempre cuenta con liquidez financiera. En estos indicadores se existe un déficit en la liquidez financiera de los clientes del banco.

**Tabla 7***Nivel de calificación de un producto crediticio*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
No cuentan	9	23,1
Casi siempre	9	23,1
Siempre	21	53,8
Total	39	100,0

En la tabla 7, se presenta el nivel de calificación de un producto crediticio. En ella se observa que un 23,1% indican que no tienen una calificación de un producto crediticio, el 23,1% indican que casi siempre tienen una calificación de un producto crediticio, y el 53,8% indican que siempre tienen una calificación de un producto crediticio. En ese sentido, es importante para nuestro cliente poder calificar a los productos crediticios, que ofrece el banco y las múltiples opciones que tiene para fortalecer sus emprendimientos que tiene y poder desarrollar sus ideas disruptivas, que por motivo de sus conocimientos empresariales resulta de mucho beneficio para su negocio.

**Tabla 8***Nivel de emprendimiento deseado del cliente*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
No cuentan	1	2,6
Casi siempre	13	33,3
Siempre	25	64,1
Total	39	100,0

En la tabla 8, se presenta el nivel de emprendimiento deseado del cliente. En ella se observa que un 2,6% indican que no tienen la intención de hacer un emprendimiento, el 33,3% indican que casi siempre tienen la intención de hacer un emprendimiento, y el 64,1% indican que siempre tienen la intención de hacer un emprendimiento. En ese sentido, es importante para nuestro cliente tiene la intención de emprender, pero la falta de capital, sus conocimientos financieros y su falta de accesibilidad de un crédito hacen que no realicen su emprendimiento.

**Tabla 9***Nivel de importancia que se le brinda a las capacitaciones*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
No cuentan	1	2,6
Casi siempre	2	5,1
Siempre	36	92,3
Total	39	100,0

En la tabla 9, se presenta el nivel de importancia que se le brinda a las capacitaciones. En ella se observa que un 2,6% indican que no les toman importancia a las capacitaciones, el 5,1% indican que casi siempre les toman importancia a las capacitaciones, y el 64,1% indican que siempre les toman importancia a las capacitaciones. En ese sentido, las capacitaciones son necesaria, para mejorar sobre todo el conocimiento que debe tener el equipo de especialistas, que realizan la atención de los clientes, que tiene dificultades, para los productos crediticios que

solicitan debido a los diferentes factores que existen sobre todo de su formalidad crediticia y siendo una de las problemáticas más comunes.

**Tabla 10**

*Nivel de adecuación de plataforma del banco a los clientes*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
No cuentan	1	2,6
Casi siempre	5	12,8
Siempre	33	84,6
Total	39	100,0

En la tabla 10, se presenta el nivel de adecuación de la plataforma a los clientes. En ella se observa que un 2,6% indican que no conocen el manejo de la plataforma, el 12,8% indican que casi siempre conocen el manejo de la plataforma, y el 84,6% indican que siempre conocen el manejo de la plataforma. En ese sentido, es importante que el banco capacite a sus clientes sobre el manejo de sus plataformas para evitar errores, fraudes, entre otros que perjudique al banco como a sus clientes.

**Tabla 11**

*Marketing de los servicios que ofrece el banco*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
No cuentan	1	2,6
Casi siempre	2	51,1
Siempre	36	92,4
Total	39	100,0

En la tabla 11, se presenta el nivel de aceptación del marketing de servicios que ofrece el banco. En ella se observa que un 2,6% indican que no conocen los productos o servicios que ofrece el banco, el 51,1% indican que casi siempre conocen los productos o servicios que ofrece el banco, y el 92,4% indican que siempre conocen los productos o servicios que ofrece el banco. En ese sentido, es importante mencionar que el marketing que tiene el banco esta dentro de los alcances de los



clientes, es decir se desarrollan estrategias que permiten llegar a los clientes para dar a conocer los servicios o productos que tiene el banco y a los que ellos pueden acceder.

### **3.2. Metodología empleada**

El trabajo de suficiencia profesional tiene la siguiente clasificación respecto a su metodología, respecto a su naturaleza del desarrollo y su información:

El tipo de investigación es básica porque no pretende realizar ninguna aplicación en su desarrollo, sino por el contrario se busca tener un mejor conocimiento sobre la variable que se está estudiando.

Por otro lado, es estudio es descriptivo porque se pretendió narrar o describir el comportamiento y acontecimiento de una situación dada, fenómeno u cosa que se busca estudiar, en un momento y espacio determinado donde se realiza los acontecimientos relacionados a la naturaleza de las actividades. Al respecto, Guevara et al. (2020) menciona: “El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas” (p. 171).

Asimismo, es importante mencionar que este estudio se desarrolló con un diseño no experimental, porque el investigador no se involucra en el proceso y tampoco modifica la información ni constituye grupos experimentales, que desarrollen algún agregado diferencial, es decir no se realizará ningún cambio durante todo el proceso que requiera la investigación, en el ámbito que se encuentra. Al respecto, Pereyra (2022) argumenta: “El diseño no experimental consiste en observar los fenómenos sin intervenir en su desarrollo ni manipular variables, es decir, se observa un hecho tal como es en su ambiente natural y se colectan los datos para analizarlo” (p. 23).

### **3.3. Justificación**

El trabajo de suficiencia profesional se justifica, porque surge de la necesidad de formalizar las actividades comerciales y bancarizarlas para que el cliente pueda obtener un historial crediticio y poder brindar mejores opciones de atención a los clientes que tienen dificultades sobre todo al momento de justificar sus transacciones comerciales derivados de sus flujos de caja que rinden ingresos y lucro de las ventas de sus negocios.

Respecto a la justificación teórica, el propósito de este trabajo académico es conocer la variable para mejorar la calidad de atención y la colocación de productos financieros en el banco BBVA de la oficina Camacho brindando mejoras en todos los aspectos para obtener un mejor desempeño, apoyándonos en las nuevas tecnologías y procesos más dinámicos para educar al cliente.

Respecto a la justificación práctica, la nueva propuesta del proyecto aurora en la oficina permite innumerables beneficios tanto al cliente como al banco. Por el lado del cliente se puede hablar de calidad de atención, disminución del tiempo de espera, mejorar en la utilización de los canales digitales, conocimiento pleno de los productos bancarios, de esta manera poder afianzar y brindar seguridad a los clientes que visiten la sede BBVA Camacho, para que los clientes puedan obtener experiencias gratificantes y puedan ser fidelizados.

### **3.4. Objetivo**

#### ***Objetivo general***

Determinar la deficiencia en la calidad de atención con la medición de la experiencia cliente mediante la implementación de la plataforma Medallia y mejorar la colocación de productos financieros, para realizar una adecuada evaluación crediticia, mejorando los beneficios al cliente de la sede BBVA Camacho.

### ***Objetivos específicos***

- Explicar los diferentes procesos que conllevan a mejorar la atención al cliente en el BBVA de la oficina Camacho.
- Analizar los nuevos procesos que se implementan en la mejora de los canales digitales y proponer la diversificación de servicios para asegurar una mejor afinidad con los clientes que visitan la oficina Camacho.
- Brindar la mejor información para que se concrete la colocación de productos activos y pasivos tales como prestamos, tarjetas, cuentas de ahorro, depósitos a plazo en la oficina Camacho.

### **3.5. Alcance y limitaciones**

#### ***Alcances***

En mi experiencia profesional realice mejoras en la calidad de atención y la colocación de productos financieros en el centro de donde labor que es la sede de BBVA Camacho, una de las propuestas más importantes es estar atentos al ingreso de los clientes y poder derivarlo rápidamente reduciendo los tiempos de espera y a la vez la medición de calidad sobre todo de atención pueda realizarse diariamente y se cree oportunidades, para el cliente y para nuestra organización.

Encontrar el problema en mi área de trabajo requirió de priorización de los principales aspectos de la problemática del área de colocaciones y validar las deficiencias en los procesos de evaluación y falta de soluciones metódicas para el cliente en el BBVA de la oficina Camacho.

Es relevante la relación que existe entre la calidad de atención y la colocación de productos financieros en el BBVA de la oficina Camacho la molina; no se obtiene relación experimental entre las variables, pero si permite conocer los múltiples

factores que se dan en las diferentes situaciones de observación que se ve por su naturaleza.

### ***Limitaciones***

En todo el proceso de la investigación se suscitaron diferentes limitaciones que fueron resueltas, con la experiencia obtenida por mi persona y la utilización de metodologías que nos ayuda a dar mejores resultados en el ámbito laboral.

Limitaciones de carácter metodológico. En la norma de banco se debe tener mucho cuidado con el secreto bancario que nos limita y reserva información confidencial y sensible de clientes en diversos aspectos y nos restringe el uso de estos, para culminar el trabajo de suficiencia profesional.

Limitaciones de periodo. En el trabajo de investigación se necesita mucha paciencia, dedicación y sobre todo tiempo, por ello y este significativo logro se concluyó en el año 2022, y la implementación fue consecuente en el año 2023.

Limitaciones de carácter operativo. En la demora en la atención y la disminución de la colocación de productos fue complicada poder llegar a las proyecciones mensuales, porque no se tomaba en cuenta o no se entendía la operación que el cliente venía a realizar y todo esto hizo que se mejoraran varios procedimientos de atención en el BBVA de la oficina Camacho.

## **3.6. Propuesta o proyecto de solución**

### ***3.6.1. Proyecto Medallia***

Medallia es una plataforma que nos ayuda para conocer y gestionar la experiencia en base a la atención al cliente con esto se podrá detectar a tiempo, anticipar y predecir como se va desarrollando, de esta manera poder alertarlos y mejorar en las decisiones a la hora de medir la experiencia cliente.

Medallia, como finalidad tiene descubrir temas y opiniones que repercute en la

atención al cliente inclusive se realiza un análisis exhaustivo de los comentarios en las encuestas convirtiendo toda esta información de gran utilidad para el BBVA de la oficina Camacho.

#### **3.6.1.1. Objetivos.**

##### **Objetivo general de la propuesta.**

Mejorar la calidad de atención con el apoyo de la plataforma Medallia y con esto obtener una mejor calificación en la experiencia cliente, implementando preguntas simples y específicas al enviar la encuesta, en beneficio del cliente que ingrese a la sede de la oficina Camacho.

##### **Objetivos específicos de la propuesta.**

- Analizar las necesidades del cliente en el BBVA de la oficina Camacho con los resultados obtenidos mediante las encuestas diarias y sintetizadas de la plataforma Medallia.
- Analizar y canalizar los nuevos procesos que se implementan en el desarrollo de la atención al cliente y con los resultados tener claro los puntos de mejora, por ende, asegurar una mejor afinidad y experiencia con los clientes que visitan la oficina Camacho.
- Desarrollar las encuestas diariamente y cada vez que el cliente visita la oficina de esta manera tener la mejor información al instante para poder en práctica y obtener mejoras significativas en cuanto a la experiencia cliente del BBVA de la oficina Camacho.

#### **3.6.1.2. Ámbito de aplicación.**

La aplicación del proyecto Medallia, esta dirigida a todos los clientes y que estos sean agrupados de acuerdo con su comportamiento, atributos y experiencias

comunes para poder identificar lo prioritario y poner en marcha las acciones de mejora para el cliente.

### **3.6.1.3. Contenido.**

Escuchar la necesidad de nuestro cliente con una forma efectiva de recoger el feedback para poder entender la experiencia con la información recopilada se gestiona y comparte con los colaboradores del BBVA de la oficina Camacho y con esto se tiene un mayor conocimiento la atención al cliente en el momento preciso y oportuno.

En la plataforma se amplía ver a detalle cada premisa como la amabilidad del asesor, información completa y clara, tiempo de espera; estos son los más importantes a destacar ya que nos ayudan a conocer la calidad de atención brindada, también se puede tomar en consideración si el cliente puede ser contactado y si así lo amerita poder llamarlo para que nos explique que no le pareció la atención o los aspectos de mejora. También se diferencia los promotores y detractores; los promotores son clientes satisfechos con la atención brindada y se encuentran contentos con la experiencia recibida, en cambio los detractores son clientes que no sienten haber recibido una buena atención y que se tiene que mejorar en varios aspectos, ello nos ayuda ya que nos da un feedback más canalizado para tomar en consideración y realizar las mejoras pertinentes en base a lo indicado y si lo requiere poder hacerla de manera inmediata con los colaboradores involucrados para seguir manteniendo una mejor experiencia del atención.

La plataforma cuenta con un sistema de registros de más de un año, para el seguimiento correspondiente de las mejoras que se hayan involucrado para poder ir evaluando de manera paulatina todos los procesos y todos los aspectos que se hayan

mejorado o estén pendientes de mejora; para obtener muy buenos resultados en cuanto a la experiencia en la atención al cliente del BBVA de la oficina Camacho.

#### **3.6.1.4. Recursos necesarios.**

Ayudar a mejorar las puntuaciones en la encuesta de satisfacción necesita de información detallada que permita ir mejorando de manera progresiva, y a la vez genere un ahorro significativo ya que se utiliza una sola plataforma, para canalizar toda la información brindando un buen soporte al BBVA y que se siga posicionando, como la mejor entidad financiera en cuanto a experiencia en la atención al cliente. En ese sentido, la plataforma Medallia, tuvo un costo aproximado de S/.20,000.000 veinte mil nuevos soles y su principal labor es proporcionar información clara y precisa del día a día mediante los indicadores de las encuestas que se desarrolla y alimentan al sistema, para mejorar a experiencia cliente tener una mejor visibilidad, coherencia y aplicación de los puntos positivos y negativos que se generen; y así poder conocer el rendimiento a través de estas interacciones y ponerlo en práctica de manera oportuna.

#### **3.6.1.5. Conclusiones de la propuesta.**

Se implementó la apertura de cuentas VIP con múltiples beneficios, uno de ellos que los abonos constantes sean considerados como sustento de ingresos para la colocación de tarjetas de créditos, préstamos, etc.; esto ayudara a largo plazo para que concreten proyectos de mejor alcance, por ejemplo tener un departamento, automóvil o tener su negocio propio y de esta manera el cliente no solo se bancarice, sino a la par pueda obtener el tan deseado historial crediticio, que los ayuda para que pueden obtener liquidez financiera de acuerdo al proyecto a realizar y a la vez la cuenta sea transaccional, para que puedan realizar todas sus operaciones, con total tranquilidad y seguridad que una entidad financiera como el BBVA les brinda; tales como retiros ilimitados, operaciones sin costos en los canales digitales, obtener mejor

rentabilidad por el dinero que se ingrese a la cuenta con una tasa de interés significativa.

En esta tabla los clientes pueden escoger su mejor opción y que los ayude a tomar la mejor decisión y con los objetivos a largo plazo que desean concretar como la inicial para un departamento, un automóvil, estudios o implementar un negocio y tener un fondo de ahorros, para cualquier emergencia que pueda suscitar y tener la disponibilidad, en cualquier momento que se requiera sin generar gastos.

**Tabla 12**

*Tasas de interés*

Montos de capital	Intereses
Hasta S/10,000.00	0.10%
S/ 10,000.01 - S/24,999.99	0.50%
S/ 25,000.00 - S/49,999.99	1.50%
S/ 50,000.00 - S/99,999.99	3.00%
S/ 100,000.00 - S/249,999.99	3.15%
S/ 250,000.00 - S/499,999.99	4.00%
Mas de S/ 500,000.00	5.50%

### **3.7. Necesidades atendidas**

Es muy beneficioso para el crecimiento del banco y que los clientes también rentabilicen por sus ahorros y así obtener mejores oportunidades con la seguridad que brinda el BBVA y que las cuentas VIP sean muy enriquecedoras para el desarrollo de los planes, que se desarrollan para beneficio de los clientes y puedan tener oportunidades, para incrementar sus oportunidades de obtener oportunidades crediticias, tales como las siguientes atendidas:

- Se atendieron las necesidades que generan mayor rentabilidad por el dinero, y esto ayuda mucho a que los clientes puedan tener mejores proyectos y ganancias por su dinero y con la seguridad y tranquilidad que brinda nuestra

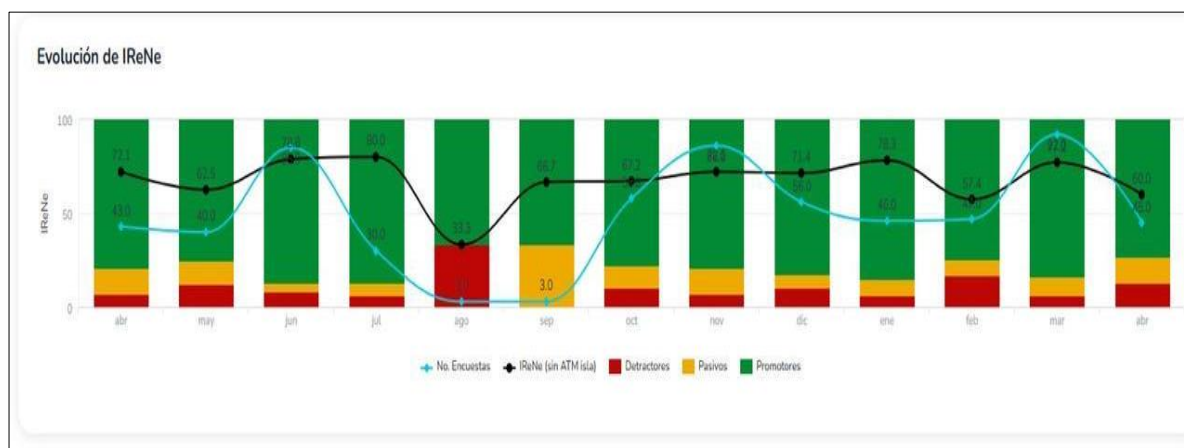


entidad, con todas las garantías y legalidades como es la entidad bancaria del BBVA.

- Se utilizaron diferentes tasas de acuerdo con lo que desea ahorrar el cliente y pueda tomar la mejor decisión y sobre todo a mayor importe el banco le ofrecerá mejores beneficios para que lleven un mejor control de su dinero y de las ganancias generadas.
- Se implementó de la mano con los canales digitales que van a poder ver en cualquier momento el dinero ingresado y lo que se esté rentabilizando y a la par si se tiene alguna emergencia poder disponer de ello sin ningún tipo de penalidades.
- Otra necesidad atendida fue que el cliente tenga la confiabilidad de que su dinero está rentabilizando de manera segura y que puede obtener beneficios financieros por ello como la obtención de tarjetas de crédito, créditos personales, créditos de estudios o para tener la capital para iniciar cualquier emprendimiento.

**Figura 3**

*Evolución de la medición*



Nota: BBVA, 2022.

Figura 4

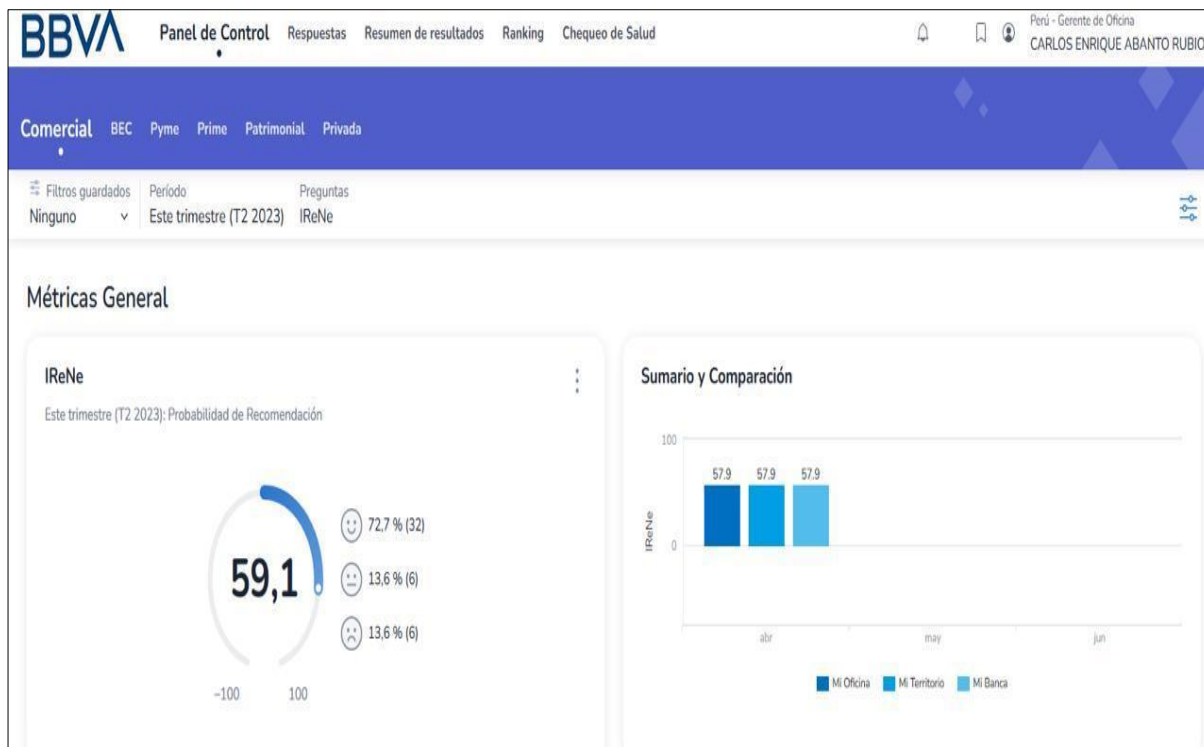
Comentarios diariamente de los clientes

<input type="checkbox"/>	Fecha de Respuesta	Sucursal / Oficina	Nombre Territorial	Punto de Contacto	Tipo de Encuesta	Cliente	Probabilidad de Recomendación	Comentarios	Alerta
<input type="checkbox"/>	☆ Mon Apr 17 12:49:10 PDT 2023	OF CAMACHO   0178	DIVISION LIMA ESTE   6133	Cajero Automático	Encuesta Email	CARLOS ALBERTO	9	Si es muy probable	-
<input type="checkbox"/>	☆ Mon Apr 17 07:16:05 PDT 2023	OF CAMACHO   0178	DIVISION LIMA ESTE   6133	Cajero Automático	Encuesta Email	ERNESTO ENRIQUE	9	ATENCIÓN ES RÁPIDA	-
<input type="checkbox"/>	☆ Mon Apr 17 07:05:32 PDT 2023	OF CAMACHO   0178	DIVISION LIMA ESTE   6133	Cajero Automático	Encuesta Email	LILY CONSUELO	10	Porque todo lo hago rápido y siempre hay una señorita presta a ayudar	-
<input type="checkbox"/>	☆ Mon Apr 17 04:34:38 PDT 2023	OF CAMACHO   0178	DIVISION LIMA ESTE   6133	Ventanilla	Encuesta Email	MANUEL FULGENCIO	10	Muy buena atencion	-
<input type="checkbox"/>	☆ Sun Apr 16 22:52:14 PDT 2023	OF CAMACHO   0178	DIVISION LIMA ESTE   6133	Cajero Automático	Encuesta Email	MONICA	10	Porque la Srta que me atendió fue muy atenta, amable y muy dispuesta a...	-
<input type="checkbox"/>	☆ Sun Apr 16 20:06:09 PDT 2023	OF CAMACHO   0178	DIVISION LIMA ESTE   6133	Plataforma	Encuesta Email	RIGGEL OMAR	9	Todo bien, gracias.	-
<input type="checkbox"/>	☆ Sun Apr 16 17:15:49 PDT 2023	OF CAMACHO   0178	DIVISION LIMA ESTE   6133	Ventanilla	Encuesta Email	GIULIANA STEFANIE	3	Para una operación sencilla de depósito de cheque demoraron más de una hora...	MULTI Det
<input type="checkbox"/>	☆ Sun Apr 16 16:12:17 PDT 2023	OF CAMACHO   0178	DIVISION LIMA ESTE   6133	Cajero Automático	Encuesta Email	DIEGO ARMANDO	10	La atención fue muy rapida	-
<input type="checkbox"/>	☆ Sun Apr 16 08:22:10 PDT 2023	OF CAMACHO   0178	DIVISION LIMA ESTE   6133	Plataforma	Encuesta Email	CESAR DEIBY	10	La Srta. que me atendió en caja fue muy atenta y servicial.	-
<input type="checkbox"/>	☆ Sun Apr 16 07:53:15 PDT 2023	OF CAMACHO   0178	DIVISION LIMA ESTE   6133	Cajero Automático	Encuesta Email	GERARDO GULFREDO	10	Habian varios cajeros	-

Nota: BBVA, 2022.

Figura 5

Métrica general



Nota: BBVA, 2022.

**Figura 6**

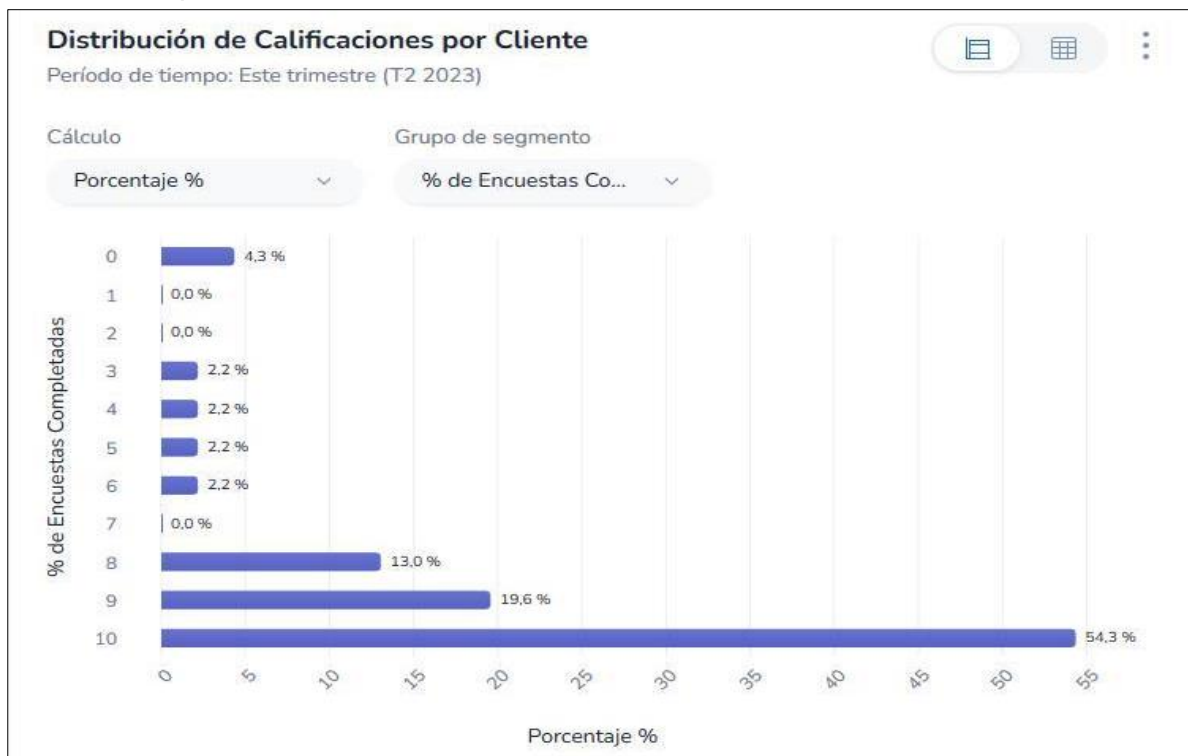
*Medición de segmento, ventanilla, plataforma y cajero*



Nota: BBVA, 2022.

**Figura 7**

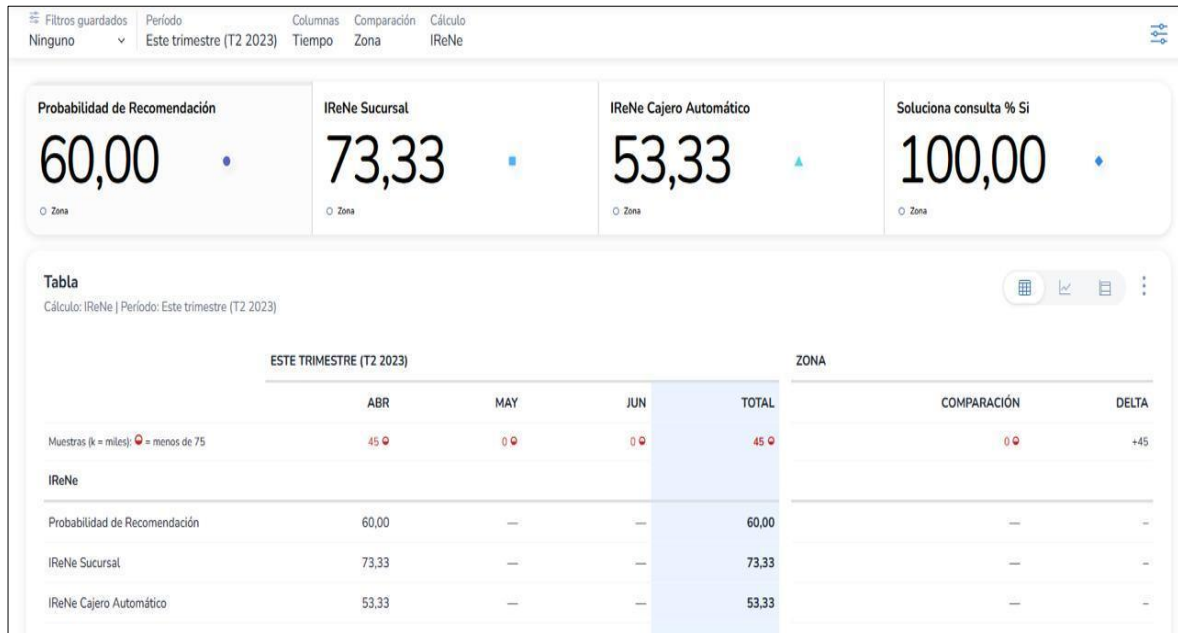
*Clasificación por encuesta, valorización del 1 al 10*



Nota: BBVA, 2022.

**Figura 8**

*Porcentaje del segundo trimestre*



Nota: BBVA, 2022.

**Figura 9**

*Calificación diaria de los clientes*



Nota: BBVA, 2022.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS CRÍTICO DE LA EXPERIENCIA

#### 4.1. Experiencia académica y capacitaciones

##### 4.1.1. *Experiencia académica*

En el desarrollo de las funciones desarrolladas en el banco, he aplicado todos mis conocimientos adquiridos en la universidad sobre el área de banca y lo he implementado en mi día a día en el trabajo y como parte de mi labor gestiono todo lo aprendido para obtener mayor experiencia laboral y obtener mejores resultados en cada mes ya que tenemos una medición mensual con metas propuestas; para poder lograrlas requieren de mucho esmero de mi persona y aplicar todos los conocimientos adquiridos durante estos años de universidad y asumir mejor los retos que se me brinden en el BBVA de la oficina Camacho, y así obtener los cargos de confianza esto me permite poder dar la orientación necesaria a los cliente para que tengan un mayor conocimiento sobre el manejo de su dinero y su crecimiento a nivel financiero.

##### 4.1.2. *Capacitaciones*

Las capacitaciones permitieron enriquecer mis conocimientos tales como el liderazgo empresarial que me ayuda a realizar el mejor manejo con mis compañeros y un mejor desarrollo profesional en el BBVA de la oficina Camacho a ser más competitiva con mis objetivos y con las metas que deseo alcanzar en la entidad financiera y también he llevado la capacitación de educación financiera que me ha servido de gran manera para poder guiar a los clientes y que tengan en claro sus objetivos financieros a largo plazo y como pueden hacer su crecimiento de la mano de la entidad financiera y que sea un mediador para seguir creando oportunidades. De la misma manera el BBVA pone a nuestra disposición una plataforma llamada Campus BBVA donde se encontrará diferentes cursos con diferentes temas, para el

desarrollo de habilidades y aptitudes en la entidad financiera tales como calidad y cultura de servicio, experiencia de cliente BBVA y entramiento en técnica de ventas.

## 4.2. Desarrollo de actividades y logros

### 4.2.1. Desarrollo de actividades

El desarrollado de habilidades tecnológicas que son un beneficio de desarrollo, para los clientes y que ellos sean autosuficientes a la hora de poder realizar alguna consulta o duda generada en el momento; y así seguir utilizando los avances tecnológicos, con las nuevas habilidades adquiridas y destrezas en todas las áreas.

**Tabla 13**

*Descripción de actividades de la plataforma Medallia*

<b>Nombre de las actividades</b>	<b>Estado</b>	<b>Objetivo</b>
Estructura de procesos	Concluido	100%
<b>fase 1: Organización</b>		
Diagnóstico preliminar	Concluido	100%
Informe situacional del área	Concluido	100%
Desarrollo del informe	Concluido	100%
Presentación de resultados	Concluido	100%
Entrega de documentos	Concluido	100%
<b>fase 2: Planificación</b>		
Implementación del sistema	Concluido	100%
Nuevas normativas	Concluido	100%
Objetivos del proyecto	Concluido	100%
Procedimientos del área y su contexto	Concluido	100%
Disposiciones de las partes internas y externas	Concluido	100%
Indicaciones de los alcances	Concluido	100%
Roles y responsabilidades	Concluido	100%
<b>fase 3: Capacitación</b>		
Sensibilización del área	Concluido	100%
Capacitación del sistema	Concluido	100%
Informe de la capacitación	Concluido	100%
Entrega del informe final	Concluido	100%

### **4.2.1. Logros**

El principal logro es la estrategia desarrollada para generar confianza en el cliente y pueda rentabilizar su dinero y que este sea acorde a sus necesidades y el compromiso que le brinda la entidad financiera BBVA para que alcancen esos objetivos en el menor tiempo posible y que tengan mayor apertura de todos los productos bancarios y de manera sencilla poder acceder a ellos mediante la modalidad de ahorro y con esto ser clientes económicamente activos.

Otra estrategia fue implementar en la oficina los canales digitales que estén a disposición de los clientes y estén siempre actualizados teniendo a la mano y al alcance todos los procesos digitales y una gama de productos que se acomoden a lo que se requiera.

De acuerdo con las últimas encuestas realizadas mediante el sistema de la plataforma denominada Medallia, se pudo obtener información concreta del desarrollo de la experiencia cliente y el ingreso de las cuentas VIP y como ellas ayudan en el crecimiento de actividades del cliente que con este sistema quede un registro del desarrollo de lo que se ha implementado en los canales digitales, experiencia del cliente y la apertura de cuentas VIP.

Por ser una propuesta transparente e innovadora realza la originalidad, desde el ingreso a la oficina se observan ambientes amplios y con una moderna estructura muy acogedora para desarrollar todas las actividades antes mencionadas.

## **4.3. Aporte predominante y prestigio profesional**

### **4.3.1. Aporte predominante**

Mi aporte predominante fue la participación en la implementación de la plataforma Medallia que se realizó pudiendo desarrollarse con éxito el proceso de aperturas de cuentas VIP, logrando obtener mayores oportunidades a los clientes que

requerían de créditos de capital, para el crecimiento de sus negocios agilizando los procesos y ser lo más claro posible en la funcionalidad y la rentabilidad como entidad financiera BBVA y ser líder en las buenas experiencias de sus clientes; con todo el conocimiento de banca realice mi aporte relevante ya que brindo el adecuado soporte todos los días laborables dentro de mi institución y mi apoyo se encuentra relacionado a todas las herramientas de gestión que utilizo y seguir logrando mejores objetivos en mi desarrollo personal y crecimiento profesional dentro del BBVA de la oficina Camacho.

#### **4.3.2. Prestigio profesional**

Durante estos casi 2 años que estoy en la empresa BBVA he desarrollado muchas habilidades, destrezas y logros; esto gracias que siempre me he encontrado en los primeros lugares de la medición mensual que se realizada, para alcanzar las metas mensuales propuestas; esto me sirve para tener claro en qué área deseo ascender y cual sería mi rumbo dentro de la entidad financiera BBVA; a su vez estoy siempre estoy alerta para brindar lo mejor al cliente para que tengan la mejor experiencia y conozcan mi vocación de servicio y verme muy identificada como vocera la entidad financiera BBVA.



## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES**

Primera. El cliente no cuenta con el conocimiento de los procesos y como banco es importante formalizar los procedimientos de transacción comercial para generar la intermediación financiera y poderlas bancarizar y lograr un historial financiero.

Segunda. Se necesita realizar encuestas sobre información financiera, para nuestros clientes y garantizar siempre una óptima atención, en relación con la medición de las experiencias del cliente, para conocer el desarrollo de las diferentes propuestas planteadas por parte de BBVA y resulte una mejora de calidad, con relación a la atención de la sede de la oficina Camacho.

Tercera. Debido a la falta de información no genera el conocimiento financiero, que se necesita hoy en día, para mejorar la informalidad de los clientes y no tener trabas a la hora de poder solicitar algún producto financiero, para ello se tiene que capacitar a los colaboradores, y se evitarán inconvenientes y los clientes para tener a la mano las herramientas y alcanzar la formalidad financiera de acuerdo, con la necesidad de crédito para el cliente.

Cuarta. Al no conocer la cuenta VIP no generan rentabilidad por sus ahorros y esto genera que el cliente no concrete sus proyectos o no tienen el conocimiento de la ayuda significativa y que brinda el producto, en el corto, mediano y largo plazo y con esto brindamos mejores propuestas, para el desarrollo socioeconómico del cliente.

Quinta. Como entidad financiera BBVA se tiene que innovar, con la nueva propuesta de la plataforma Medallia, en la sede de la oficina Camacho donde se busca

una ventana de comunicación, en el ámbito digital y nuevas propuestas para que el cliente obtenga mejores beneficios y colaborar a su educación financiera

## **CAPÍTULO VI**

### **RECOMENDACIONES**

Primero. El BBVA tiene que continuar implementando mejoras con la información que brinda el cliente, la formalización de las transacciones de los clientes, por vía digital, para ello se tendrá que realizar mejoras continuas en los procesos de las diferentes áreas, estructuras y rediseñar procedimientos para que sea más factible con el cliente y posibilitar el crédito que necesita, para su emprendimiento.

Segundo. La medición de la experiencia sobre conocimientos financieros debería ser al instante para tener la opinión intrínseca o extrínseca del cliente y con esto se logrará un aspecto de mejora para tener un seguimiento continuo y más detallado a la hora de ser evaluados los clientes, para sus solicitudes de préstamo.

Tercero. Seguir realizando capacitaciones y que estas sean más enfocadas, para alcanzar la formalidad dentro del menor tiempo posible y de esta manera a la hora de la contratación del producto se tenga todo el conocimiento y tomar la mejor decisión, y que la educación financiera no siga siendo un tabú sino un estilo de vida para los clientes.

Cuarto. La cuenta VIP sea de alcance para todos los clientes y que tengan a su disposición todos los pormenores que brinda la cuenta y al ser cuentas digitales están al mejor alcance y con esto se tenga una mejor planificación a la hora de adquirir el producto y tener la certeza de que es una buena decisión para rentabilizar los ahorros.

Quinto. Seguir implementando la plataforma Medallia, y no genera zozobra, en los clientes que no están acostumbrados a la transformación digital, para eso los colaboradores deben tener claro todos los productos y estar a la vanguardia de

cualquier inconveniente que se genere y así llevar esta transformación al siguiente nivel.

## REFERENCIAS

- Arias, E. (2023) *Investigación cualitativa, diccionario económico*. Economipedia.
- BBVA (2023) *Información corporativa*. BBVA. <https://www.bbva.com/es/informacion-corporativa/#:~:text=BBVA%20en%20el%20mundo,BVA%20es%20un&text=UU.,una%20experiencia%20f%C3%A1cil%20y%20conveniente>
- BBVA (2022). *Memoria Anual 2022*. BBVA. <https://www.bbva.pe/content/dam/public-web/peru/documents/personas/memoria-anual/Memoria-Anual-2022.pdf>
- Cueva, M. y Torres, G. (2021). *Atención al cliente y posicionamiento de marca en una entidad bancaria en el distrito de San Borja, Lima 2021* [Tesis de pregrado. Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/71898>
- Espinoza, R. (2020). *Propuesta de valor diferenciada para el proceso de atención al cliente en la institución financiera Mi Banco, Chepén* [Tesis de posgrado. Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/52152>
- Gómez, C. (2023). *Gestión de la atención al cliente/consumidor*. IC.
- Guevara, G., Verdesoto, A., y Castro, N. (2020). *Metodologías de investigación educativa*, (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 4(3), 163-173. <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>
- Pereyra, L. (2022). *Metodología de la investigación*. Klik-soluciones educativas.
- Tapia, J. y Vera, J. (2022). *Evaluación de la percepción del cliente en la calidad del servicio del comedor "Narcisa de Jesús"* [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. Repositorio Institucional UG. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/65439>

Velayos, V. (2020) *Misión de una empresa*, diccionario económico. Economipedia.

## ANEXOS

### Anexo 1. Carta de autorización

**BBVA**

Creciendo Oportunidades

#### CARTA DE AUTORIZACION

La Molina, 01 de abril, 2022

**Señores:****Universidad Autónoma del Perú  
Facultad de Ciencias de Gestión  
Distrito de Villa el Salvador**

De mi mayor consideración:

Por medio de la presente autorizo a la Sra. Canepa Carrion Yennifer Stefani, con DNI 76832735, para la realización de su trabajo de suficiencia profesional denominado "ATENCIÓN AL CLIENTE Y COLOCACIÓN DE PRODUCTOS FINANCIEROS EN EL BANCO BBVA OFICINA CAMACHO EN LA MOLINA-2022" y se encuentra facultada, para obtener la información requerida por parte de la empresa, con el fin de elaborar adecuadamente su trabajo de suficiencia profesional.

Atentamente,



Carlos Enrique Abanto Rialto  
Gerente Oficina  
Oficina Consejo

**Anexo 2. Constancia de trabajo****CONSTANCIA DE TRABAJO**

Por la presente dejamos constancia que

**CANEPA CARRION, YENNIFER STEFANI**

Quien trabaja en nuestra Institución desde el 2 de agosto de 2021 actualmente ocupa el puesto de ASESOR DE SERVICIOS en OFICINA CAMACHO

Se extiende la presente a solicitud del (de la) interesado(a) para los fines que estime conveniente

San Isidro, 13 de abril de 2023

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Frank Juliver Jarrin Goyes'.

Frank Juliver Jarrin Goyes  
Head  
Employee Experiencie

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Gloria Elena Padilla Gutiérrez'.

Gloria Elena Padilla Gutiérrez  
Senior Manager  
Payroll & Administration



### Anexo 3. Cronograma de actividades

Nombre de las actividades	Duración	Comienzo	Fin
Proyecto Medallia	60 días	03/01/22	29/03/22
<b>Fase 1: Organización</b>			
Diagnóstico preliminar	8	03/01/22	12/01/22
Inicio del situacional del área	2	13/01/22	14/01/22
Diagnóstico del estado del área	2	17/01/22	18/01/22
Desarrollo del informe	2	19/01/22	20/01/22
Presentación de resultados	2	21/01/22	24/01/22
Entrega de documentos	1	25/01/22	25/01/22
<b>Fase 2: Planificación</b>			
Implementación del sistema	18	26/01/22	22/02/22
Nuevas normativas	1	23/02/22	23/02/22
Objetivos del proyecto	2	24/02/22	25/02/22
Procedimientos del área y su contexto	4	28/02/22	03/03/22
Disposiciones de las partes interna y externas	5	04/03/22	10/03/22
Indicaciones de los alcances	2	11/03/22	14/03/22
Roles y responsabilidades	2	15/03/22	16/03/22
<b>Fase 3: Capacitación</b>			
Sensibilización del área	2	17/03/22	21/03/22
Capacitación del sistema	5	18/03/22	25/03/22
Informe de la capacitación	1	28/03/22	28/03/22
Informe final	1	29/03/22	29/03/22

## Anexo 4. Informe de coincidencias

YENNIFER STEFANI CANEPA CARRION TSP PARA REPOSITORIO \_ YENNIFER STEFAN... ⓘ Detalles de la entrega 🆘 Ayuda

**COMUNICACIONES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**  
 IMPLEMENTACIÓN DE LA PLATAFORMA MEDALLIA EN LA MEJORA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y COLOCACIÓN DE PRODUCTOS FINANCIEROS EN EL BANCO BBVA OFICINA CAMACHO, LA MOLINA - 2022

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE**  
 LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**AUTORA**  
 YENNIFER STEFANI CANEPA CARRION  
 ORCID: 0000-0001-9947-9979

**ASESOR**  
 DR. LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE  
 ORCID: 0000-0003-0128-0123

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**  
 ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES

Fuentes principales Todas las fuentes

12 Similarity Exclusiones

**5%**  
Similitud general

1	www.theibfr.com INTERNET	<1%
2	repositorio.autonoma.edu.pe INTERNET	<1%
3	hdl.handle.net INTERNET	<1%
4	www.coursehero.com INTERNET	<1%
5	Universidad ESAN - Escuela de ... TRABAJOS ENTREGADOS	<1%

Marcas de alerta 0

5% Similitud general

Detalles del documento

AI

Compartir 🔍 🔍 Página 1 de 54

### Anexo 5. Evidencias

