

**Tecnológico Nacional de México
Instituto Tecnológico de la Zona Maya**

**“CALIDAD EN EL SERVICIO DE BBVA BANCOMER
PLAZA LAS AMERICAS, EN LA CIUDAD DE
CHETUMAL, QUINTANA ROO.”**

**Informe Técnico de Residencia Profesional
que presenta el C.**

DAVID MANUEL MEDINA ONOFRE

Número de Control: 11870171

Carrera: Ingeniería en Gestión Empresarial

Asesor interno:

M en A. Francisco Javier Valladarez Ávila

Juan Sarabia, Quintana Roo

Diciembre 2015

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE LA ZONA MAYA

El Comité de revisión para Residencia Profesional del estudiante de la carrera de INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL, **David Manuel Medina Onofre**; aprobado por la Academia del Instituto Tecnológico de la Zona Maya integrado por el asesor interno M en C. Francisco Javier Valladarez Ávila, el asesor externo la Lic. Estephania Suárez Naal, habiéndose reunido a fin de evaluar el trabajo titulado: **CALIDAD EN EL SERVICIO DE BBVA BANCOMER PLAZA LAS AMERICAS, EN LA CIUDAD DE CHETUMAL, QUINTANA ROO**, que presenta como requisito parcial para acreditar la asignatura de Residencia Profesional de acuerdo al Lineamiento vigente para este plan de estudios, dan fe de la acreditación satisfactoria del mismo y firman de conformidad.

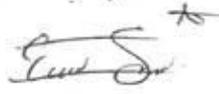
ATENTAMENTE

Asesor Interno



M en C. Francisco Javier Valladarez Ávila

Asesor Externo



Lic. Estephania Suárez Naal

Juan Sarabia, Quintana Roo, diciembre, 2015.

INDICE	PAG.
I. INTRODUCCIÓN.....	4
II. JUSTIFICACION.....	5
III. DESCRIPCIÓN DEL LUGAR DONDE SE DESARROLLÓ EL PROYECTO.....	6
3.1 Microlocalización.....	6
3.2 Macrolocalización	7
3.3 Información sobre la empresa	8
3.3.1 BBVA Bancomer.....	8
3.3.1 Misión	9
3.3.2 Visión.....	9
IV. OBJETIVOS	11
4.1 Objetivo general.....	11
4.2 Objetivos específicos	11
V. MATERIALES Y MÉTODOS	12
VI. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	14
VIII COMPETENCIAS APLICADAS O DESARROLLADAS	24
VIII RECOMENDACIONES	26
XI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	27

I. INTRODUCCIÓN

Este trabajo propone alcanzar una visión general de la Calidad de Servicio dentro de BBVA BANCOMER, es decir, de las características que marcan la diferencia en la prestación de un servicio de acuerdo a la percepción del cliente, del cual se debe alcanzar la máxima satisfacción. De esta manera la organización planea destacar en el mercado a través de las variables que se verán en el desarrollo del presente trabajo, las cuales hacen referencia a la mencionada calidad de un servicio.

Dado que en el mercado se prestan una gran cantidad de servicios con sus respectivas complejidades hacia la atención del cliente, se realizó este trabajo con una previa visión de lo que el cliente espera para tener una buena calidad de servicio, encuestándolos para saber cuáles son sus inquietudes, sus puntos de vista y sus propuestas para mejorar como empresa líder en el mercado en el área bancaria.

Se llevó a cabo una investigación primaria donde tendremos como participantes a los clientes y preferentes de esta empresa; plasmaron sus aportaciones e ideas ayudándonos así a presentar resultados reales para el siguiente trabajo.

Gracias a esto se conoció cual es el plus que requieren los clientes para tener un mejor servicio en la calidad de BBVA BANCOMER que nos distinga como líder en comparación de los demás bancos que se encuentran en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo.

Se utilizó el método de aplicación de encuestas, con la ayuda de la herramienta de cuestionarios que se aplicaron de manera personal, mediante un diseño específicamente destinado a la mejora del servicio, al final se analizaron las respuestas y se presentó una serie de conclusiones a las que se llegó luego realizar la investigación.

II. JUSTIFICACION

La calidad en el servicio del cliente constituye hoy en día uno de los primordiales puntos para toda organización, ya que gracias a ella se decide el destino y posicionamiento de la empresa y sus competidores.

Como sabemos muchas empresas ofrecen el mismo tipo de productos y servicios, por eso la importancia de cómo vender y como ofrecerlo al cliente. Muchas veces se prefiere un buen trato, que el precio a pagar.

Este proyecto se realizó con el propósito de mejorar la calidad en el servicio al cliente, aportando los conocimientos obtenidos durante el estudio de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial.

Buscamos las áreas de oportunidad de BBVA Bancomer para fortalecer este lado del banco que es tan importante y fundamental.

BBVA BANCOMER plaza las Américas siempre se ha preocupado por estar a la vanguardia y mejorar la percepción que tienen los clientes hacia ellos. Con respecto a lo anterior se realizó una investigación para saber cuál es la exigencia de los clientes y por consiguiente los puntos estratégicos de mejora.

El siguiente trabajo verificó la opinión del cliente ante nuestra empresa, mediante la herramienta de encuesta de modo personal y así tener una investigación primaria, con el fin de mejorar y ofrecer un servicio con mejor calidad.

También evaluamos a los empleados, la actitud que tienen hacia el cliente y la manera de comportarse ante diversas situaciones, ya que ellos son pieza fundamental para la empresa e imagen de ella.

III. DESCRIPCIÓN DEL LUGAR DONDE SE DESARROLLÓ EL PROYECTO

3.1 Microlocalización

BBVA Bancomer se encuentra ubicado sobre la Av. Insurgentes km 5.025, local comercial 5ª y 5b, “Plaza las Américas”, Col. Emancipación, C.P. 77934.

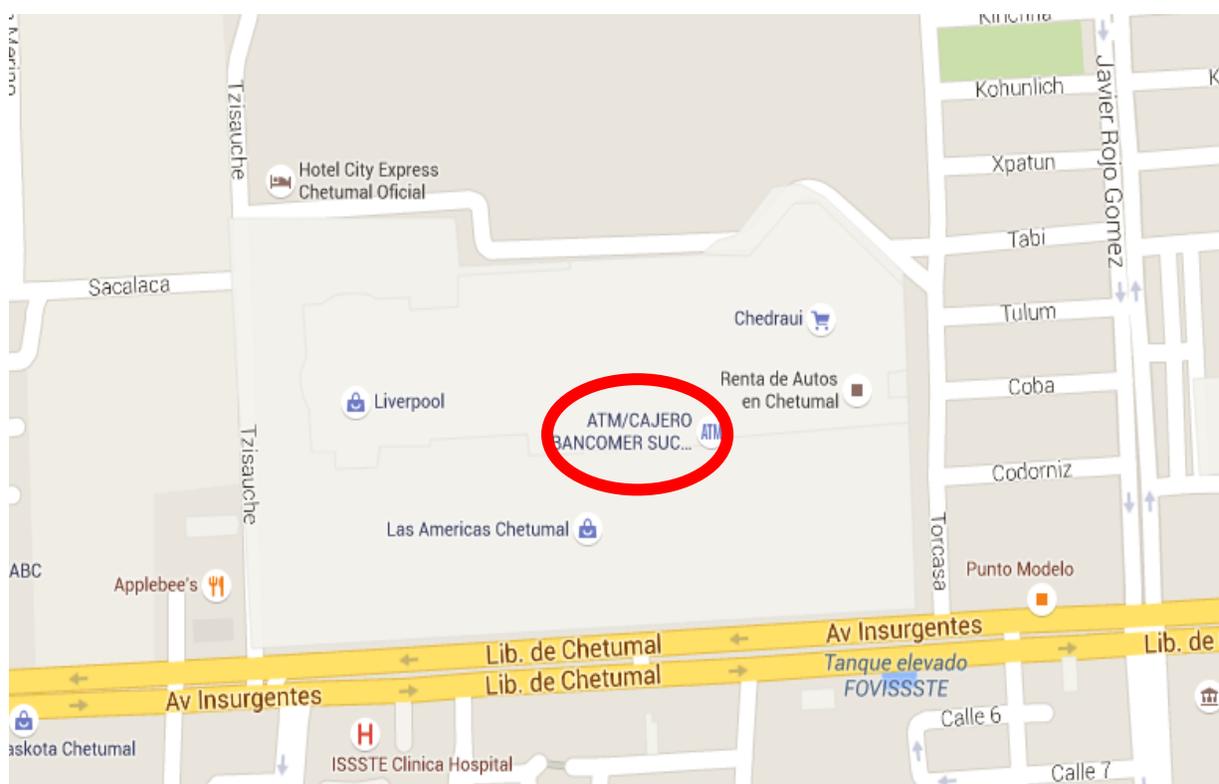


Figura 1. Microlocalización del Banco BBVA Bancomer sucusal Plaza las Américas

3.2 Macrolocalización

Este proyecto se realizó en BBVA BANCOMER sucursal “Plaza las Américas”, en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo

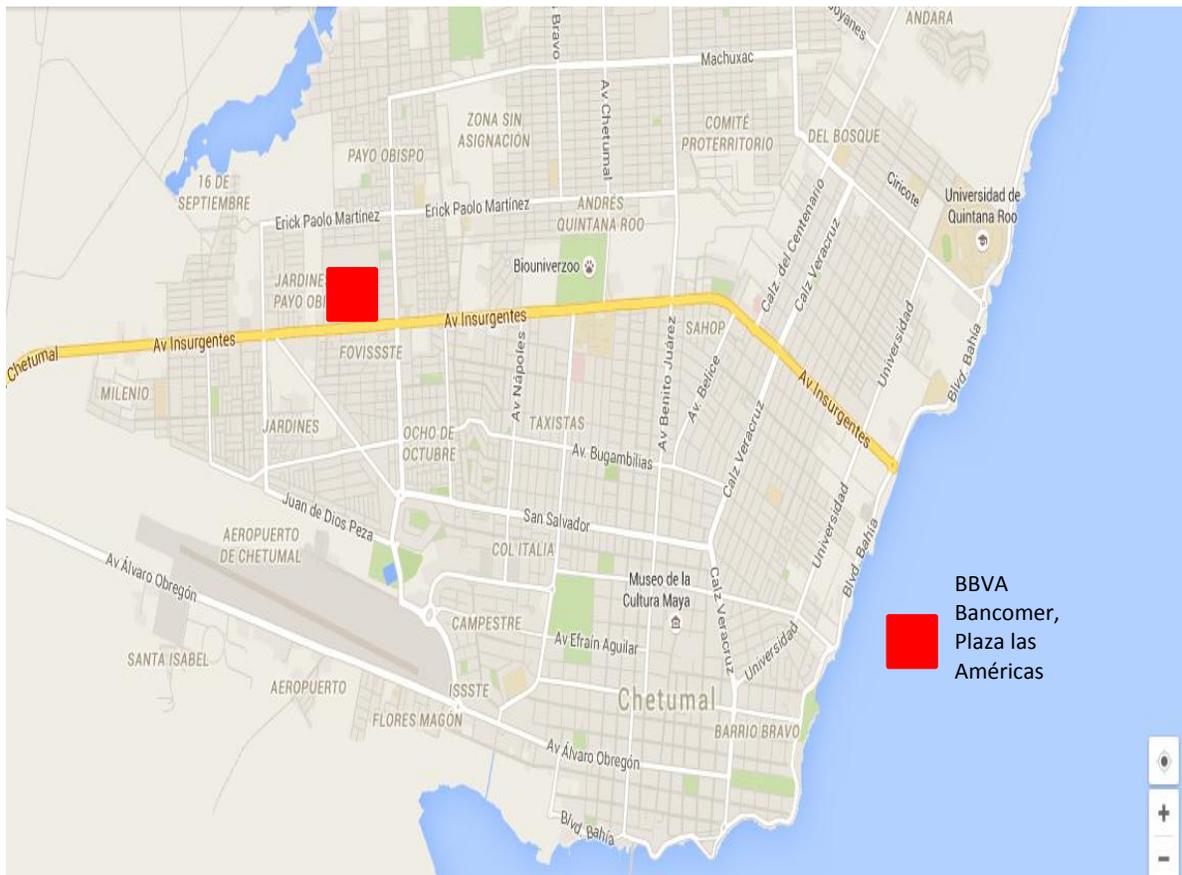


Figura 2. Macrolocalización del Banco BBVA Bancomer sucursal Plaza las Américas

3.3 Información sobre la empresa

3.3.1 BBVA Bancomer

BBVA Bancomer es una institución financiera mexicana. Fue fundada en 1932 como Banco de Comercio (Bancomer). Desde 2000, su accionista principal es el Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA).

En 1932 se fundó el Banco de Comercio (Bancomer) en la Ciudad de México, durante los siguientes veinticinco años se fundaron treinta y cuatro bancos regionales en la república mexicana para formar el Sistema de Bancos de Comercio. El capital fue aportado por el empresario poblano Manuel Espinosa Yglesias y por el estadounidense William O. Jenkins. El 1 de septiembre de 1982, fue nacionalizado por José López Portillo.

Durante la administración del presidente Carlos Salinas de Gortari se implementó una política de privatización bancaria; de esta forma, en diciembre de 1991, el banco fue adquirido por el grupo Vamsa-Visa de Eugenio Garza Lagüera por un monto de 8 564 213 000 000 MXP (antiguos pesos mexicanos) equivalentes al 56 % de las acciones. En junio de 1995 la institución creó Bancomer Transfer Services para cubrir el negocio de transferencias, en diciembre de 1996 constituyó Afore Bancomer para formar parte de las Administradoras de Fondos para el Retiro (AFORE) y en mayo de 1997 se creó Pensiones Bancomer.

En julio de 2000 cambió su nombre a Grupo BBVA Bancomer cuando el Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA) invirtió 1 400 000 000 USD mediante la fusión del grupo financiero BBV-Probursa. BBVA Bancomer se convirtió en la institución financiera más grande de México en agosto de 2000, cuando compró a Banca Promex.

3.3.1 Misión

- Generar confianza al servir más y mejor a nuestra clientela, con transparencia e integridad, ofreciendo siempre productos y servicios de la más alta calidad.
- Proporcionar a nuestros colaboradores las mejores condiciones para su desarrollo integral.
- Ser solventes y ofrecer rendimientos atractivos a nuestros accionistas.
- Apoyar el bienestar social como una resultante de la actividad de negocio.

3.3.2 Visión

La visión de una empresa es lo que la empresa aspira a ser. En BBVA la Visión es:

“En BBVA, trabajamos por un futuro mejor para las personas”.

La Visión nace en 2003 y cada palabra tiene su razón de ser. Decimos “BBVA, trabajamos”- en primera persona del plural- porque BBVA no es otra cosa que todas las personas que formamos parte del Grupo.

Hablamos de futuro porque lo que la sociedad espera de un banco es que les ayude a construir un futuro mejor: una jubilación tranquila, unos buenos estudios para sus hijos, la posibilidad de poner en marcha un negocio.

Toda la actividad del Grupo está encaminada a crear futuro para los stakeholders, entendiendo futuro en términos positivos y sostenibles. Futuro es un mañana mejor.

La Visión tiene importantes implicaciones en el modelo de negocio, la cultura corporativa, el comportamiento de los empleados y la comunicación en todas sus dimensiones.

IV. OBJETIVOS

4.1 Objetivo general

Evaluar la calidad del trabajo, la satisfacción del cliente y la actitud del personal de BBVA BANCOMER sucursal plaza las Américas, de Chetumal, Quintana Roo

4.2 Objetivos específicos

1. Medir cual es el grado de calidad y eficiencia del personal de ventanilla de BBVA BANCOMER Plaza “Las Américas”.
2. Conocer la actitud de atención y servicio del personal BBVA BANCOMER hacia sus clientes.
3. Determinar cuál es la opinión del cliente respecto a los servicios que ofrece Bancomer comparado con otros Bancos que se localizan en la ciudad de Chetumal.

V. MATERIALES Y MÉTODOS

En las primeras semanas se realizó a la observación y análisis de la sucursal, se vieron cuáles son las áreas de oportunidad y se definieron las variables que se midieron dentro de la investigación.

Debido a que se requiere de una investigación de manera directa y medir la calidad del servicio que se tiene en BBVA Bancomer sucursal “Plaza Las Américas”, fue necesario utilizar la herramienta de cuestionarios en la escala de Likert, para que sea más atractivo a la vista del cliente. La estructura del cuestionario fue de la siguiente manera: 7 preguntas con respuestas de escala de Likert, una de opción múltiple, dos dicotómicas y una pregunta abierta.

Para este diseño de investigación de mercado se utilizó un plan maestro el cual se desarrolló de la siguiente manera:

1. La unidad de muestra que se utilizó son clientes y preferentes del banco BBVA Bancomer Plaza “Las Américas”, que son fuente de primera mano, dando así un alto grado de criterio para la solución del problema a desarrollar.
2. Se utilizó un número de 150 personas entre clientes y usuarios del banco Bancomer Plaza “Las Américas”.
3. El procedimiento de selección de las personas encuestadas fué un muestreo de manera aleatoriamente al azar.
4. Se planificaron 6 semanas para realizar las encuestas, esto se hizo con mucho respeto hacia al encuestado y explicándole el motivo del cuestionario, para tener una buena presentación y un resultado óptimo.

Al término de la aplicación de los 150 cuestionarios se recabó toda la información mediante la suma de los puntajes de cada una de las preguntas haciendo un total en general para entrar al siguiente paso que es el análisis e interpretación de los resultados.

Para analizar e interpretar se utilizó diferentes gráficas con la suma de los resultados obtenidos, haciendo que el análisis sea más fácil y agradable a la vista del gerente de la sucursal llegando así a la conclusión de la problemática y a los puntos de mejora de la sucursal para brindar un mejor servicio.

Para la presentación de resultados obtenidos se requirió de los siguientes medios:

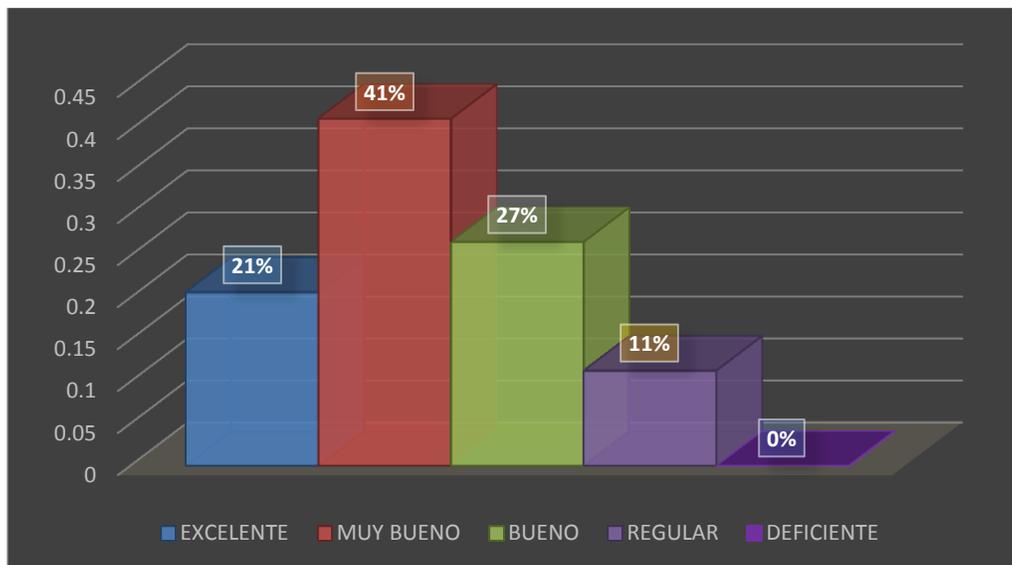
- Espacio cerrado con capacidad de 20 personas aislado de sonido con ambiente agradable de preferencia con aire acondicionado.
- Computadora con paquetería de office instalado para la presentación desarrollada
- Proyector con sus respectivos cables de energía y VGA para conectar la computadora
- Mesa para apoyar la computadora y proyector
- Pantalla fija color blanco para proyectar o pared color blanco para el mismo fin.

VI. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Como se mencionó anteriormente la herramienta para esta investigación de mercado fueron las encuestas, que se realizaron de modo personal y se realizaron en las puertas de la sucursal bancaria.

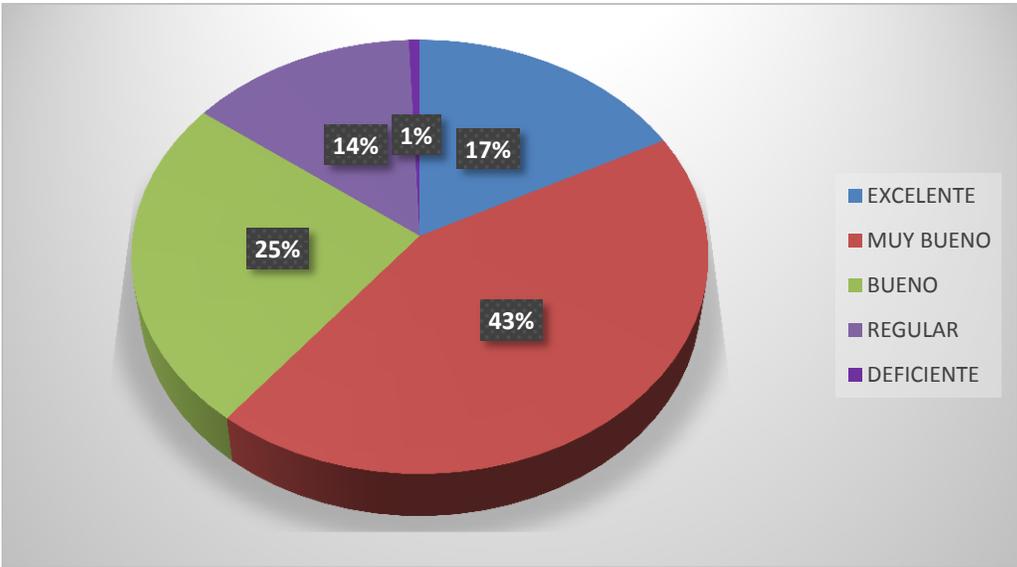
Tomando como referencia los objetivos, recopilamos la siguiente información de las encuestas:

De acuerdo a la pregunta ¿Cómo considera la calidad en el servicio que le brinda BBVA Bancomer plaza las américas?, de las 150 personas encuestadas arrojó que el 21% respondió que es un servicio excelente, el 41% muy bueno, 27% bueno, el 11% regular (Gráfica 1).



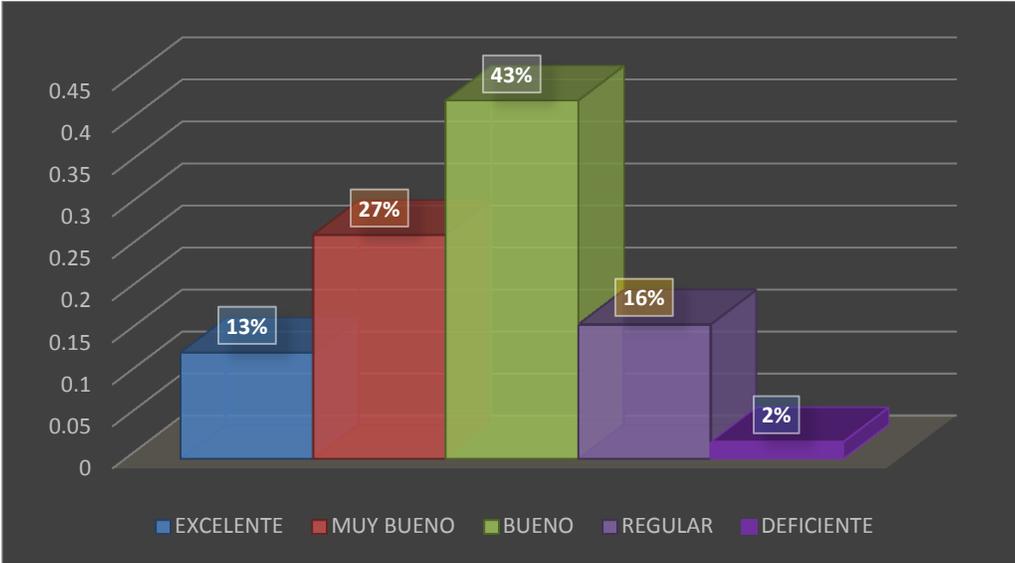
Gráfica 1 Análisis e interpretación de las pregunta ¿Cómo considera la calidad en el servicio que le brinda BBVA Bancomer plaza las américas?

En la gráfica 2 podemos encontrar que las personas encuestadas en relación a ¿Cuándo usted acude a la institución bancaria el trato que recibe es?, obtuvimos que el 43% contestó que es Muy Bueno, el 25% es bueno, 14% regular y 1% deficiente



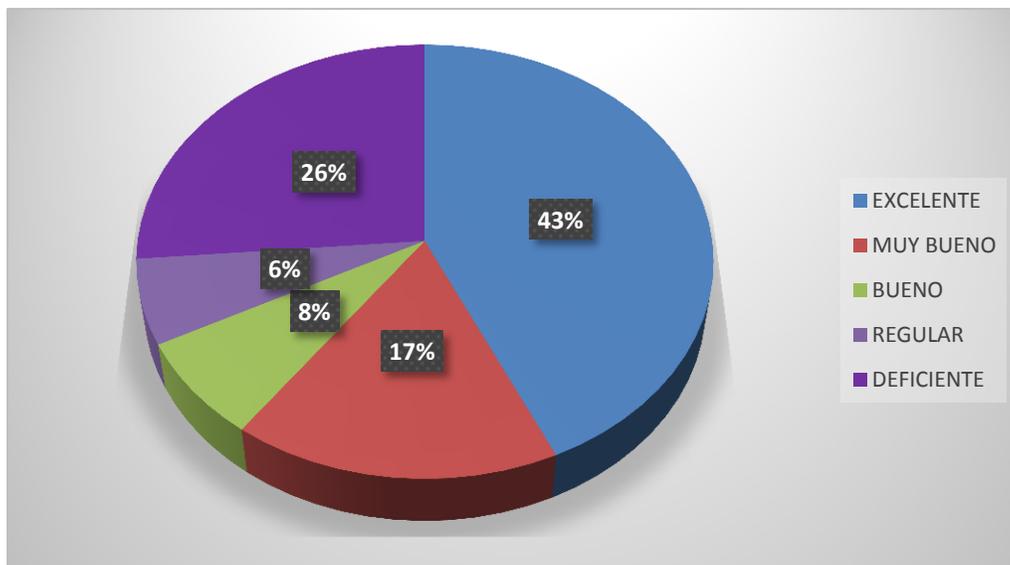
Gráfica 2 Análisis e interpretación de la pregunta ¿Cuándo usted acude a la institución bancaria el trato que recibe es?

En la pregunta **¿Cómo considera las instalaciones del banco? (mobiliario, clima, tamaño, entre otros)** las respuestas obtenidas fueron: 13% responde que es excelente, 27% muy bueno, 43% bueno, 16% regular y 2% deficiente (Gráfica 3).



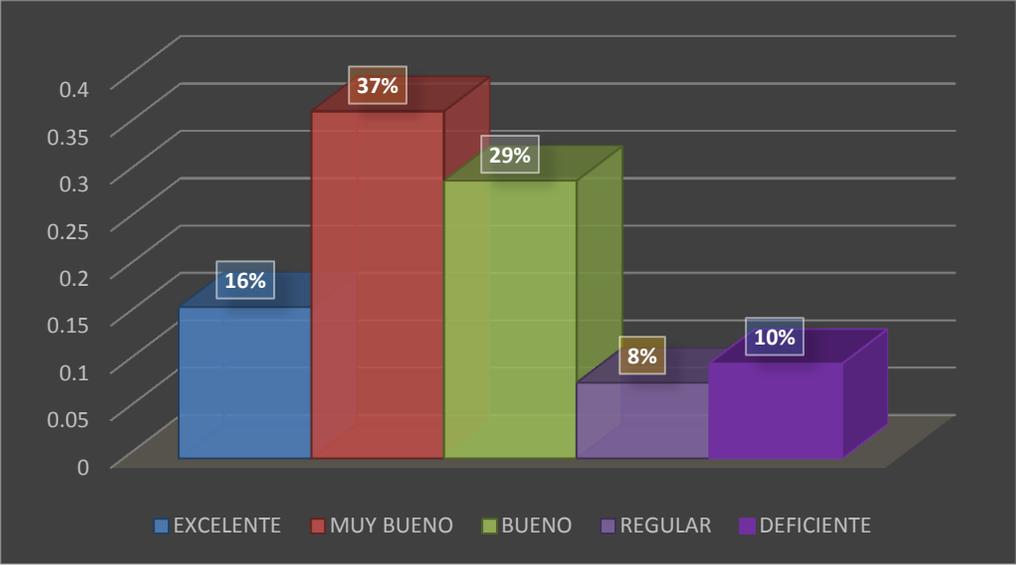
Gráfica 3 Análisis e interpretación de la pregunta **¿Cómo considera las instalaciones del banco? (mobiliario, clima, tamaño, entre otros)**

De los 150 encuestados en la pregunta **¿Cómo considera la solución que se le da a sus trámites bancarios?** el 43% responde que es excelente, 17% muy bueno, 8% bueno, 6% regular y 26% deficiente (**Gráfica 4**).



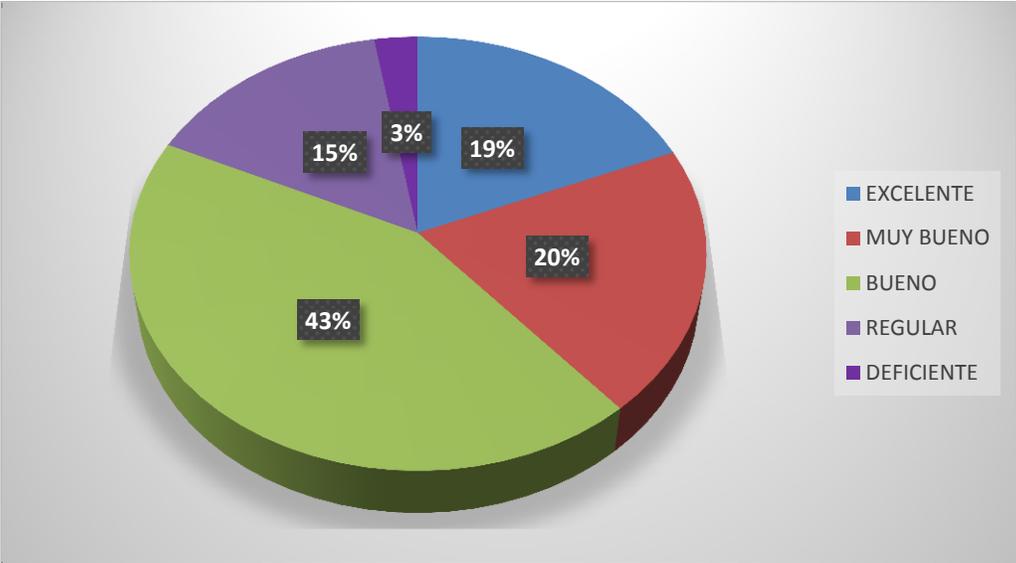
Gráfica 4 Análisis e interpretación de la pregunta **¿Cómo considera la solución que se le da a sus trámites bancarios?**

En la pregunta ¿Cómo evalúa la capacidad del banco para prestar los servicios a sus cuenta habientes? (personal, sistema, instalaciones), los clientes encuestados respondieron 16 % que es excelente, 37% muy bueno, 29% bueno, 8% regular y 10% deficiente (Gráfica 5).



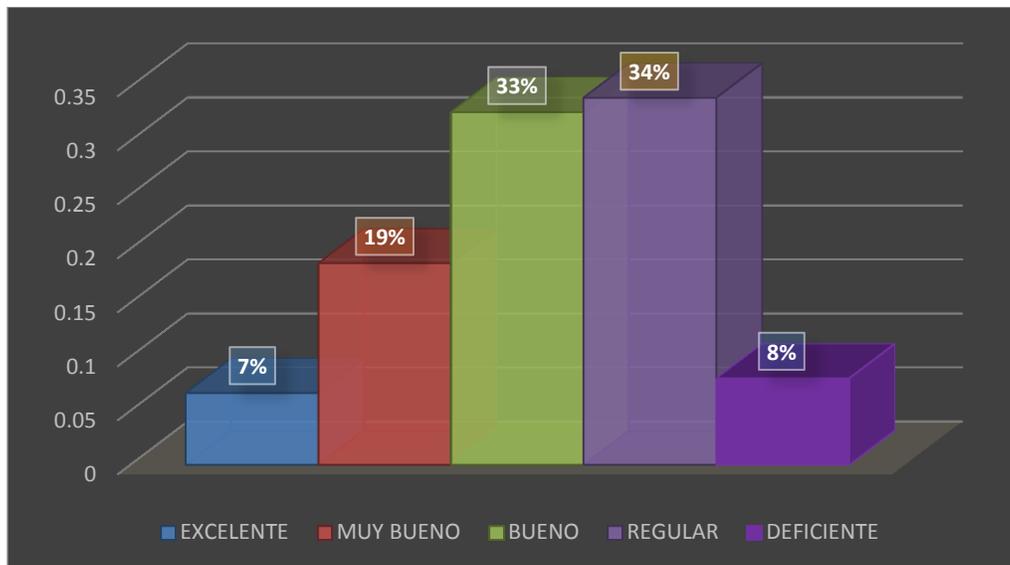
Gráfica 5 Análisis e interpretación de la pregunta ¿Cómo evalúa la capacidad del banco para prestar los servicios a sus cuenta habientes? (personal, sistema, instalaciones)

Los clientes respondieron a la pregunta, en comparación al servicio que brindan otros bancos, ¿Cómo califica el servicio de Bancomer? 19% que es excelente, 20% muy bueno, 43% bueno, 15% regular y 3% deficiente (Gráfica 6).



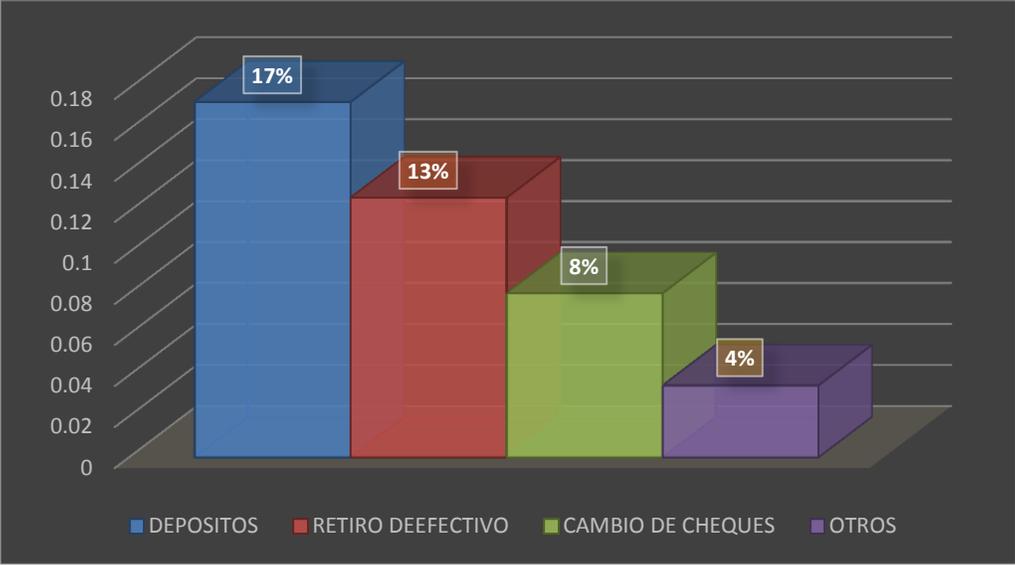
Gráfica 6 Análisis e interpretación de la pregunta en comparación al servicio que brindan otros bancos, ¿Cómo califica el servicio de Bancomer?

En la gráfica 7 podemos observar de la pregunta, cuándo acude a realizar una operación bancaria, ¿Cómo considera el tiempo de espera? que de las 150 encuestas aplicadas el 7% responde que es excelente, 19% muy bueno, 33% bueno, 34% regular y 8% deficiente (Gráfica 7).



Gráfica 7 Análisis e interpretación de la pregunta cuándo acude a realizar una operación bancaria, ¿Cómo considera el tiempo de espera?

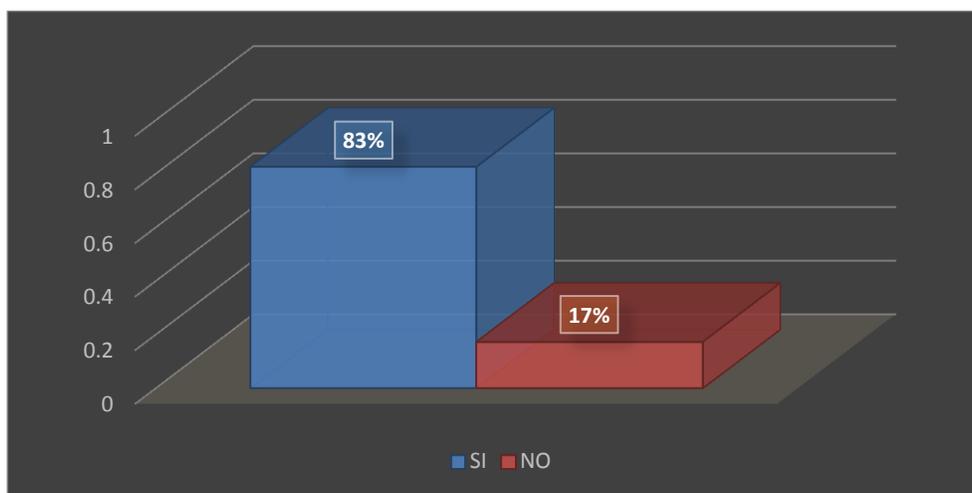
En la gráfica 8 de la pregunta ¿Qué operaciones realiza constantemente en BANCOMER? El 17% responde realizan depósitos, 13% retiros en efectivo, 8% cambio de cheques y 4% otros, con la mayor contestación de pago de tarjetas de crédito.



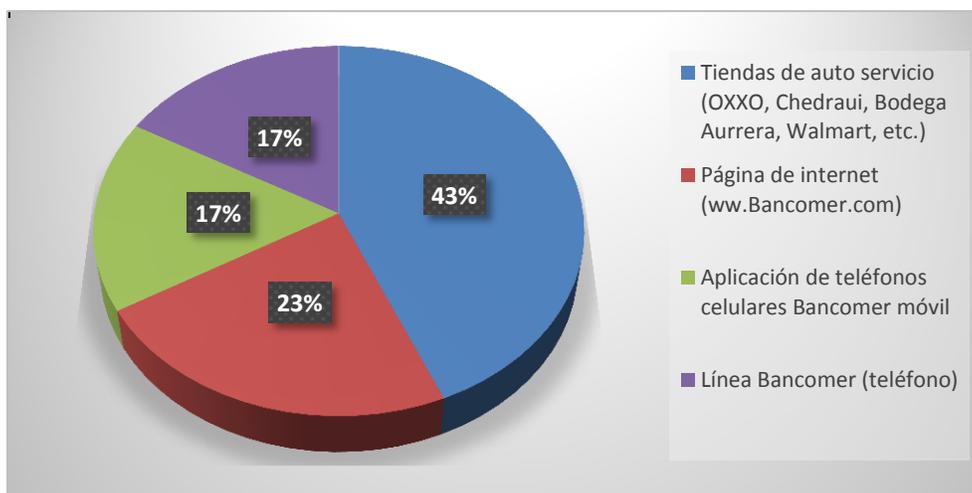
Gráfica 8 Análisis e interpretación de la pregunta ¿Qué operaciones realiza constantemente en BANCOMER?

En la pregunta ¿Sabe usted que hay otras opciones para poder hacer movimientos bancarios sin necesidad de ir al banco?

- Tiendas de auto servicio (OXXO, Chedraui, Bodega Aurrera, Walmart, etc.)
- Página de internet (ww.Bancomer.com)
- Aplicación de teléfonos celulares Bancomer móvil
- Línea Bancomer (teléfono)

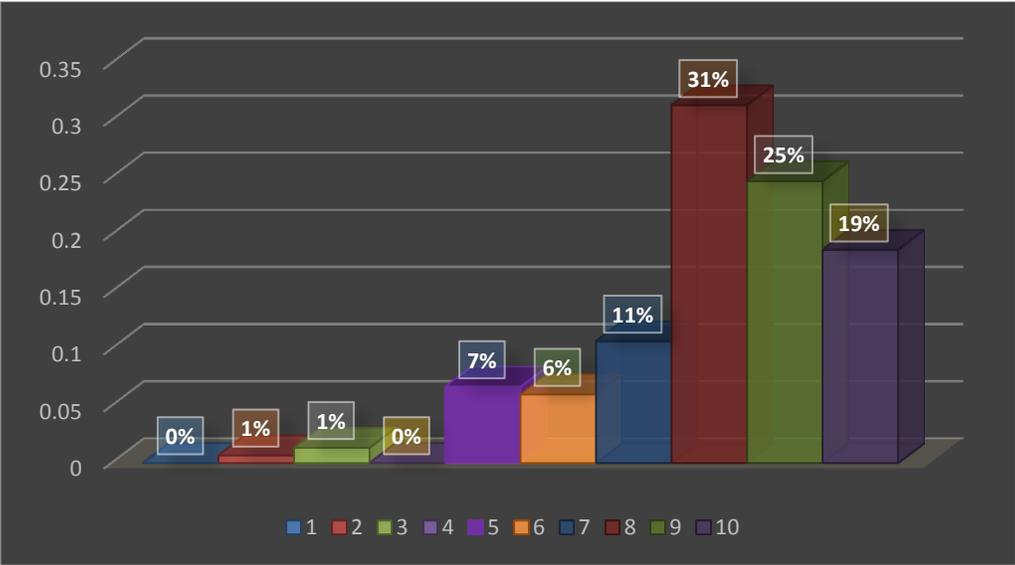


Análisis e interpretación: de las 150 encuestas aplicadas el 83 % respondió positivamente y el 17% negativamente



Análisis e interpretación: de las 150 encuestas aplicadas el 83 % respondieron positivamente dentro de este porcentaje el 43% sabe de Tiendas de auto servicio (OXXO, Chedraui, Bodega Aurrera, Walmart, etc.), el 23% de Página de internet (ww.Bancomer.com), el 17% de Aplicación de teléfonos celulares Bancomer móvil y el 00% de Línea Bancomer (teléfono)

En una escala del 1 al 10 donde el 10 es el mayor y 1 es el menor, ¿Cómo califica el servicio, la atención y la actitud de los empleados?



Análisis e interpretación: de las 150 encuestas aplicadas el 0% califica que el servicio, la atención y la actitud de los empleados con el número 1, el 1% con el 2, el 1% con el 3, el 0% con el 4, el 5% con el 5, el 6% con el 6, el 11% con el 7, el 31% con el 8, el 25% con el 9 y el 19% igual con el número 10.

Desea agregar algún comentario para mejorar el servicio de BBVA Bancomer plaza las Américas

Después de recolectar la información de la evaluación aplicada a clientes Bancomer, pedimos que agreguen un comentario, el cual arrojo que la mayoría de los clientes, solicita más empleados de ventanillas de servicio, que agilicen el tiempo de espera; En segundo término, más ejecutivos para la atención personalizada de clientes; en tercero un sistema de turnos y sillas de espera para hacer más placentera la espera dentro de las instalaciones, en cuarto lugar solicitan un kiosco automatizado que tenga teléfono, plumas e indicaciones de los tramites que se realizan en el banco y otras como abrir los sábados, la ampliación de las instalaciones.

VIII COMPETENCIAS APLICADAS O DESARROLLADAS

El Propósito de este proyecto es establecer las normas, mecanismos y actividades que serán aplicadas en la planeación, operación y acreditación de la Residencia Profesional de acuerdo a los procedimientos y técnicas que las empresas o dependencias necesitan para que sean financiados dichos Proyectos de Inversión, en los cuales se necesita que el alumno realice actividades de vinculación con el sector productivo a través de la generación de proyectos y que gestione el financiamiento para que apoye a familias de los ejidos colindantes del Municipio de Othón Pompeyo Blanco y Bacalar; de esta manera los alumnos residentes aplican competencias que adquirieron durante el transcurso de su carrera y que fueron las siguientes:

Competencias instrumentales

- Capacidad de análisis y síntesis
- Capacidad de organizar y planificar
- Conocimientos básicos de la carrera
- Comunicación oral y escrita
- Habilidades básicas de manejo de la computadora
- Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas
- Solución de problemas
- Toma de decisiones.
- Elaborar diseños organizacionales.
- Diagnosticar el entorno para identificar oportunidades de negocio
- Interpretar los resultados de la simulación de negocios para la toma de decisiones efectiva.
- Utilizar modelos matemáticos para la toma de decisiones.
- Realizar estudios de mercado para determinar la viabilidad del proyecto.
Elaborar diagramas y procesos de producción.

- Calcular los costos de producción.
- Aplicar las Tecnologías de Información y Comunicación en la gestión de recursos. Gestionar estudios de impacto ambiental.
- Identificar la normatividad aplicable de los diversos marcos legales que inciden en los negocios.
- Realizar estados financieros proforma.
- Estimar los rendimientos de inversión.

Competencias interpersonales

- Capacidad crítica y autocrítica
- Trabajo en equipo
- Habilidades interpersonales
- Capacidad de comunicarse con profesionales de otras áreas
- Capacidad de trabajar en equipo multidisciplinario

Competencias sistémicas

- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
- Habilidades de investigación
- Capacidad de aprender
- Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad)
- Capacidad para diseñar y gestionar proyectos
- Habilidad para trabajar en forma autónoma
- Búsqueda del logro

VIII RECOMENDACIONES

62 personas de las 150 encuestadas opinaron que la calidad del Servicios en el banco es muy buena por el cual recomendamos que el banco debe seguir brindando día a día un buen servicio como hasta ahora ya que los clientes que reciben un buen trato transmiten su experiencia a los demás.

La mayoría de los encuestados están conformes con el trato que se les brinda en Bancomer, así que la institución debe seguir brindando este mismo trato a todos sus empleados sin excepción.

Las instalaciones del banco son buenas para la mayoría de los encuestados, pero podrían ser excelentes si se hicieran algunas modificaciones en la estructura de la misma, como poner más lugares de espera, ampliar el edificio, etc.

Para los clientes, la solución que se le da a sus trámites es muy buena, entonces eso nos indica que el banco tiene satisfecho a la mayoría de sus clientes, deben seguir de esta manera brindando y solucionando los problemas bancarios de sus clientes, para no perder a ninguno.

En la pregunta, la capacidad del banco para prestar los servicios a sus clientes, las respuestas fueron satisfactorias en la opinión de los encuestados, lo recomendable fue la instalación de más cajas para la atención al público.

En comparación con otros bancos el servicio que Bancomer brinda es bueno, pero podría ser excelente si hicieran una investigación para saber que otros servicios brindan los demás bancos y así poder ofrecerlos también en esta dependencia.

Para los encuestados el tiempo de espera es regular, por lo tanto la recomendación es que se abran más ventanillas o haya más personal para poder atender de mejor manera a cada uno de los clientes.

XI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- El cliente quiere calidad 2da edición, editorial printince-hall espano-americano, S.A. México 1992.
- Administrar para la calidad (conceptos administrativos del control total de calidad), Mario Gutierrez, Editorial Limusa, 1989.
- Bibliotecas de manuales práctico de marketing. Las tres dimensiones del marketing de servicios. Editorial Díaz de Santos España, 1994.
- Robbins, Stephen P. 2000. "Comportamiento Organizacional. Teoría y Práctica", Prentice-Hall Hispanoamericana S.A., Séptima Edición, México. Capítulo 5. Pág. 9
- Crosby, P., Reflexiones sobre Calidad: 295 máximas del gurú mundial de calidad, McGraw Hill, Interamericana Editores S. A. de C. V., México, 1996.
- Evans, J., Lindsay, W., Administración y Control de La Calidad, Ed. Thomson, 1998.