

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**DIFERENCIAS EN LA GESTIÓN DE LOS AGENTES
BANCARIOS DEL BANCO DE CRÉDITO E
INTERBANK CHICLAYO, DURANTE EL PERIODO
JULIO-NOVIEMBRE 2012**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Autores:

**Gianina Caycay Sáenz
Johana Yairis Huanca Torres**

Chiclayo, 28 de noviembre del 2014

**DIFERENCIAS EN LA GESTIÓN DE LOS AGENTES
BANCARIOS DEL BANCO DE CREDITO E
INTERBANK CHICLAYO, DURANTE EL PERIODO
JULIO- NOVIEMBRE 2012**

POR:

**Gianina Caycay Sáenz
Johana Yairis Huanca Torres**

Presentada a la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad
Católica Santo Toribio de Mogrovejo, para optar el Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

APROBADO POR:

(Mgtr. Diogenes Jesus Diaz Rios)

Presidente de Jurado

(Mgtr. Luis Augusto Angulo Bustios)

Secretario de Jurado

(Mgtr. Eduardo Martin Amoros Rodriguez)

Asesor de Jurado

CHICLAYO, 2014

DEDICATORIA:

A Dios, por guiar espiritualmente en nuestras vidas.

A nuestros padres, por su amor, colaboración y entrega. Ellos son la fuerza que nos motivan para salir adelante quienes, Con esfuerzo y sacrificio nos brindan su apoyo para continuar superándonos y ser competentes en nuestro desempeño profesional.

AGRADECIMIENTOS:

Un especial agradecimiento a nuestro asesor de tesis, Eduardo Amorós Rodríguez. Por su tiempo, sus valiosas recomendaciones, comprensión y ahínco en el desarrollo y por apoyarnos incondicionalmente en la realización de nuestra tesis.

Así mismo, expresamos especial agradecimiento a los Bancos participantes, por su colaboración. Gracias a ellos fue posible estructurar un análisis comparativo de ambos agentes bancarios que se muestra en nuestra tesis.

RESUMEN

En la presente tesis se ha analizado las diferencias en la gestión de agentes bancarios: Banco de Crédito e Interbank, basado en el estudio de la oferta y la demanda de los agentes del Banco de Crédito e Interbank ubicados en la ciudad de Chiclayo. Para proponer un análisis de las diferencias en la gestión de ambos agentes bancarios, primero se analizó la oferta de los agentes, luego se utilizó encuestas como instrumento de medición para cada agente bancario BCP e Interbank y entrevistas a los representantes. Posteriormente se analizó la demanda de los agentes bancarios para lo cual se aplicó encuestas a los usuarios. Por último, analizamos las igualdades y diferencias entre ambos agentes bancarios.

Aplicando, analizando y discutiendo la información recaudada se pudo llegar a la conclusión que la oferta de los dos agente bancarios en estudio es eficiente, y la demanda considera estos canales de distribución financiera como una buena alternativa más para poder realizar operaciones de manera más rápida. A partir de todos los resultados obtenidos, rescatando las diferencias de ambos agentes bancarios (BCP e Interbank), donde, los agentes bancarios BCP son más eficientes que los agentes Interbank. Finalmente se concluyen algunas recomendaciones para que pueda mejorar un agente bancario y puedan lograr eficiencia en el tiempo.

Palabras claves: Agente bancario, oferta, demanda, cliente, usuario, canales de distribución financiera, análisis comparativo, encuestas.

ABSTRACT

In this thesis has analyzed the differences in the management of banking agents: Credit Bank, Interbank, based on the study of supply and demand agents and Credit Bank Interbank located in the city of Chiclayo. To propose an analysis of the differences in the management of both banking agents, offering first agents analyzed, then surveys was used as a measuring instrument for each BCP and Interbank banking agent and interviews with representatives. Subsequently the demand for banking agents for which user surveys was applied was analyzed. Finally, we analyze the similarities and differences between the two banking agents.

Applying, analyzing and discussing the collected information could conclude that the supply of the two banking agent under study is efficient, and demand considers these financial distribution channels as a good alternative to perform operations faster. From all the results, rescuing the differences of both banking agents (BCP and Interbank), where BCP bank agents are more efficient than the Interbank agents. Finally some recommendations are finalized so that it can improve a bank agent and can achieve efficiency over time.

Keywords: Agent bank, supply, demand, customer, user, financial distribution channels, benchmarking, surveys.

ÍNDICE

DEDICATORIA _____	3
AGRADECIMIENTOS _____	4
RESUMEN _____	5
ABSTRACT _____	6
I. INTRODUCCIÓN _____	15
II. MARCO TEÓRICO _____	19
2.1. Antecedentes _____	19
2.2. Bases teóricas _____	28
III. METODOLOGÍA _____	35
3.1. Diseño de la investigación _____	35
3.2. Población, muestra y muestreo _____	35
3.3. Identificación y operacionalización de variables _____	40
3.4. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos _____	41
3.5. Procesamiento y análisis de datos _____	43
IV. RESULTADOS _____	44
V. DISCUSIÓN _____	132
VI. CONCLUSIONES _____	144
VII. RECOMENDACIONES _____	146
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS _____	148
IX. ANEXO. _____	151

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Cliente de agente bancario según el banco.....	45
Gráfico N° 2. Beneficios que brindan los agentes bancarios a los usuarios.....	46
Gráfico N° 3. Frecuencia con la que acuden los usuarios a los agentes bancarios	47
Gráfico N° 4. Operaciones que realizan los usuarios de agentes bancarios con mayor frecuencia	48
Gráfico N° 5. Tiempo de espera de los usuarios de agentes bancarios para ser atendidos	49
Gráfico N° 6. Usuarios de agentes bancarios según el tipo de problema.....	50
Gráfico N° 7. Se le presento algún problema al usuario de agentes bancarios.....	50
Gráfico N° 8. A los usuarios de los agentes les gustaría la atención los días domingos	51
Gráfico N° 9. Usuarios de los agentes según el motivo por el cual dejo de realizar alguna operación	52
Gráfico N° 10. Escala de motivación de los usuarios de agentes bancarios según el ahorro de tiempo	53
Gráfico N° 11. Escala de motivación de los usuarios de agentes bancarios según la cercanía.....	54
Gráfico N° 12. Escala de motivación de los usuarios de agentes bancarios según la infraestructura	55
Gráfico N° 13. Escala de motivación de los usuarios de agentes bancarios según la atención	56
Gráfico N° 14. Escala de motivación de los usuarios de agentes bancarios según la seguridad	57
Gráfico N° 15. Escala de motivación de los usuarios de agentes bancarios según operaciones en un mismo lugar	58
Gráfico N° 16. Percepción de los usuarios de agentes bancarios según el ahorro de tiempo	59

Gráfico N° 17. Percepción de los usuarios de agentes bancarios según su cercanía..	60
Gráfico N° 18. Percepción de los usuarios de agentes bancarios según la infraestructura	61
Gráfico N° 19. Percepción de los usuarios de agentes bancarios según la adecuada atención	62
Gráfico N° 20. Percepción de los usuarios de agentes bancarios según el servicio ...	63
Gráfico N° 21. Escala de expectativas de los usuarios de agentes bancarios según el ahorro de tiempo	64
Gráfico N° 22. Escala de expectativas de los usuarios de agentes bancarios según el servicio	65
Gráfico N° 23. Escala de expectativas de los usuarios de agentes bancarios según el establecimiento amplio.....	66
Gráfico N° 24. Escala de expectativas de los usuarios de agentes bancarios según los diversos horarios	67
Gráfico N° 25. Escala de expectativa de los usuarios de agentes bancarios al realizar más operaciones en el mismo agente	68
Gráfico N° 26. Escala de satisfacción de los usuarios de agentes bancarios según el servicio	69
Gráfico N° 27. Escala de satisfacción de los usuarios de agentes bancarios según la buena atención.....	70
Gráfico N° 28. Escala de satisfacción de los usuarios de agentes bancarios según la comodidad del lugar.....	71
Gráfico N° 29. Escala de satisfacción de usuarios de agentes bancarios según el tiempo de ser atendidos	72
Gráfico N° 30. Escala de satisfacción de los usuarios de agentes bancarios según la seguridad del servicio	72
Gráfico N° 31. Rango de edades de los usuarios según los agentes bancarios	73
Gráfico N° 32. Operaciones que realiza con mayor frecuencia el usuario según los agentes bancarios	74
Gráfico N° 33. Tipo de problema que se presentó a los usuarios según los agentes bancarios	75

Gráfico N° 34. Motivo por el cual el usuario no realizo una operación según la zona de residencia del usuario.....	76
Gráfico N° 35. Frecuencia del usuario al acudir a un agente bancario según la zona de residencia	77
Gráfico N° 36. Escala de motivación de los usuarios respecto a la atención según los agentes bancarios	78
Gráfico N° 37. Percepciones del usuario en el servicio según en las zonas de residencia.....	79
Gráfico N° 38. Escala de satisfacción de los usuarios con respecto al servicio según los agentes bancarios	80
Gráfico N° 39. Escala de expectativas en el servicio de calidad de los usuarios según en las zonas de residencia	81
Gráfico N° 40. Rubro de negocio de los agentes BCP	82
Gráfico N° 41. Rubro del negocio de los agentes Interbank.....	82
Gráfico N° 42. Número de operaciones que aproximadamente realiza al mes un agente BCP	83
Gráfico N° 43. Número de operaciones que aproximadamente realiza al mes una agente Interbank	84
Gráfico N° 44. Monto de ingreso mensual que tiene un agente BCP	84
Gráfico N° 4. 45. Monto de ingreso mensual que tiene un agente Interbank	85
Gráfico N° 46. Horario de atención de un agente BCP	87
Gráfico N° 47. Horario de atención de un agente Interbank	88
Gráfico N° 48. Operación que realiza con mayor frecuencia un agente BCP	88
Gráfico N° 49. Operaciones que realiza con mayor frecuencia un agente Interbank.....	89
Gráfico N° 50. Agente BCP recibe capacitación.....	90
Gráfico N° 51. Agente Interbank recibe capacitación	91
Gráfico N° 52. Agentes BCP que se sienten motivados a realizar mas operaciones .	93
Gráfico N° 53. Agentes Interbank que se sienten motivados a realizar más operaciones	94
Gráfico N° 54. Agentes BCP según el seguimiento que le realiza el encargo	95

Gráfico N° 55. Agentes Interbank según el seguimiento que le realiza el encargado	96
Gráfico N° 56. Se le presentó algún problema en el agente BCP a la hora de haber realizado las operaciones.....	96
Gráfico N° 57. Se le presentó algún problema como agente Interbank a la hora de haber realizado las operaciones	97
Gráfico N° 58. Se llegó a solucionar el problema como agente BCP.....	98
Gráfico N° 59. Se llegó a solucionar el problema como agente Interbank.....	98
Gráfico N° 60. Qué problema se le presentó como agente BCP	99
Gráfico N° 61. Qué problema se le presentó como agente Interbank	100
Gráfico N° 62. Tipo de riesgo que cree tener como agente BCP.....	101
Gráfico N° 63. Tipo de riesgo que cree tener como agente Interbank.....	102
Gráfico N° 64. Aspecto adicional que mejoraría el banco con el agente BCP.....	103
Gráfico N° 65. Aspecto adicional que mejoraría el banco con el agente Interbank	103
Gráfico N° 66 . Aspecto adicional que le gustaría tener como agente BCP.....	104
Gráfico N° 67. Aspecto adicional que le gustaría tener como agente Interbank.....	105
Gráfico N° 68. Operación que realiza con menor frecuencia el agente BCP.....	106
Gráfico N° 69. Operación que realiza con menor frecuencia el agente Interbank..	107
Gráfico N° 70 . Motivo por el cual eligió tener un agente BCP	108
Gráfico N° 71. Motivo por el cual eligió tener un agente Interbank.....	109
Gráfico N° 4. 72. ¿Está de acuerdo con el rango de ganancias como agente BCP?..	109
Gráfico N° 73 ¿Está de acuerdo con el porcentaje de ganancias que recibe por operación como Agente BCP?	110
Gráfico N° 74. Qué le permite tener un agente BCP	111
Gráfico N° 75. Que le permite tener un agente Interbank.....	111
Gráfico N° 75. Qué le permite tener un agente Interbank.....	112
Gráfico N° 76. ¿La infraestructura con la que cuenta como agente BCP es la adecuada?	113

Gráfico N° 77. ¿La infraestructura con la que cuenta como agente Interbank es la adecuada?	114
Gráfico N° 78. ¿Le gustaría que el banco BCP, le diera una línea de crédito?	115
Gráfico N° 79. Rubro de los negocios según el número de operaciones que aproximada mente realiza el agente BCP	116
Gráfico N° 80. Rubro del negocio según el número de operaciones que aproximadamente realiza el agente Interbank.....	117
Gráfico N° 81. Zona de residencia según las operaciones que se realiza con mayor frecuencia en un agente BCP	118
Gráfico N° 82. Zona de residencia según las operaciones que realiza con mayor frecuencia en agente Interbank	119
Gráfico N° 83. Agentes BCP reciben capacitación según la zona de residencia	120
Gráfico N° 84. Agentes Interbank reciben capacitaciones según la zona de residencia	120
Gráfico N° 85. Agentes BCP le realizan seguimiento según la zona de residencia .	121
Gráfico N° 86. Agentes Interbank le realizan seguimiento según la zona de residencia.....	122
Gráfico N° 87. Agentes BCP llegó a presentarles algún problema según el rubro de negocio	123
Gráfico N° 88. Agentes Interbank llego a presentarles algún problema según el rubro del negocio.....	124
Gráfico N° 89. Agentes BCP solucionó algún problema según el rubro del negocio	125
Gráfico N° 90. Agentes Interbank solucionó algún problema según el rubro del negocio	125
Gráfico N° 91. Tipo de problemas que se les presentaron a agentes BCP según zona de residencia	126
Gráfico N° 92. Tipos de problemas que se les presentan en agente Interbank según ubicados de los agentes.	127
Gráfico N° 93. Rubro del negocio según el tipo de riesgo al contar con un agente BCP	127

Gráfico N° 94. Rubro del negocio según el tipo de riesgo al contar con un agente Interbank.....	128
Gráfico N° 95. Operación más frecuente que dejó de realizar un agente BCP según ubicación del agente.....	129
Gráfico N° 96. Operación que dejó de realizar con mayor frecuencia un agente Interbank según la zona de residencia	130

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Población de Lambayeque según niveles socioeconómicos 2013.	35
Tabla N° 2. Población de los distritos de Chiclayo.	37
Tabla N° 3. Número de agentes bancarios BCP e Interbank.....	37
Tabla N° 4. Distribución de la muestra según porcentaje de población en cada distrito de Chiclayo y porcentaje de agentes bancarios.	38
Tabla N° 5. Distribución de agentes bancarios BCP por distrito.....	39
Tabla N° 6. Distribución de agentes bancarios Interbank por distrito.....	39
Tabla N° 7. Operacionalización de variables.	40
Tabla N° 8. Le gustaría que el banco este en permanente contacto con su Agente BCP.....	114
Tabla N° 9. Le gustaría que el banco este en permanente contacto con su Agente Interbank.....	115

I. INTRODUCCION

Hoy en día, la tecnología permite al sistema bancario y a sus clientes, interactuar a la distancia de modo seguro a través de redes informáticas con altos niveles de confiabilidad. De esta forma, algunos bancos han integrado a establecimientos comerciales minoristas, los cuales ofrecen servicios financieros en su representación, tal como sucede con el Banco de Crédito del Perú (BCP) y el Banco Internacional (Interbank) en sus respectivas redes de agentes por todo el país.

Según la CGAP (2010) la red de agentes bancarios tienen como objetivos: facilitar la expansión del banco llevando el sistema financiero a nuevos sectores de la población, disminuir los costos asociados a la instalación de su red pues permiten eliminar la costosa infraestructura de una sucursal.

Cabe agregar, que los bancos proporcionan señalización de sus agentes, con una sub-marca para indicar afiliación con el banco, por ejemplo, "Agente BCP"(Banco BCP), "Interbank Directo" (Banco Interbank). Los "Agente Express" (Banco Continental), y "Cajero Express" (Banco Scotiabank), los diferentes términos genéricos para los agentes utilizados por cada banco limitan la conciencia pública sobre el concepto. De hecho, la mayoría de las personas no parecen ser conscientes de la clase de actividades que se pueden realizar en el agente. CGAP (2010)

Por otro lado, en el Perú podemos apreciar una tasa de crecimiento de agentes bancarios en la zona noroeste, que abarca Tumbes, Piura, Lambayeque, La Libertad, Cajamarca, Amazonas y San Martín de 15.2% en el año 2013 con un total de 2 114 agentes bancarios, ofreciendo un descongestionamiento de las oficinas bancarias y trayendo así, un nuevo canal de atención al cliente de forma más efectiva.

Entre todas las entidades bancarias que cuentan con esta red de distribución de servicios financieros, el Banco de Crédito del Perú (BCP) es el que está experimentando de forma más agresiva dicha modalidad; pues con el pasar

de los años la velocidad de apertura de un agente BCP es de 1.5 agentes bancarios por día, permite una presencia fuera de su red de distribución existente. (Prialé, 2010)

En la ciudad de Chiclayo, en los distritos de Chiclayo, José Leonardo Ortiz y La Victoria, el Banco de Crédito y el Banco Interbank son las dos entidades bancarias que cuentan con una mayor distribución de agentes bancarios, puesto que el Banco de Crédito cuenta con 68 agentes bancarios y el Banco Interbank cuenta con 27 agentes bancarios ubicados en diversos puntos estratégicos.

Pero cada red de agente bancario de estas dos entidades puede presentar diferencias o igualdades en cuanto a la oferta bancaria y la demanda del mercado. Es así que en relación a la oferta, los bancos siempre ponen al mando a un representante a nivel departamental, que cumple con las funciones de captación, evaluación, capacitación, motivación, seguimiento y control permanente a cada agente bancario para que éste a su vez pueda ofrecer el servicio de la mejor manera a los clientes y usuarios. Pero, cabe resaltar que hoy en día no es suficiente que una entidad ofrezca sus servicios al público sino también es necesario y obligatorio saber cuál es la motivación, percepción, expectativa y satisfacción del cliente o usuario (Demanda) sobre el agente bancario. Comisión Nacional Bancaria y de Valores. (2009).

Es por eso, que en base a las consideraciones anteriores, en la presente investigación se realizaron entrevistas a cada uno de los representantes bancarios del Banco de Crédito del Perú (BCP) y Banco Internacional (Interbank) de la ciudad de Chiclayo. A través de ellos se ha evidenciado ineficiencias en los siguientes aspectos: Falta de capacitación, inadecuada comunicación con el banco, problemas en consultas con el supervisor directo; falta de incentivos para aumentar la operación tanto intrínseca como extrínseca, carencia de publicidad *in situ*, etc. Y a la vez se ha realizado encuestas a usuarios de agentes y a los mismos agentes bancarios, tanto BCP como Interbank, para investigar diversos aspectos resaltantes del mercado.

Ante esta realidad de los agentes bancarios de nuestra ciudad de Chiclayo, nos hacemos las siguientes preguntas: ¿El servicio brindado por los agentes bancarios, cubre las necesidades, supera las expectativas de los clientes y logra satisfacer a los usuarios y/o clientes? ¿A los agentes bancarios, que aspecto adicional les gustaría obtener para mejorar el servicio brindado a sus clientes? ¿El banco brinda la atención necesario a los agentes bancarios para su buen desempeño? ¿Existe una gestión de riesgos y solución de problemas en los agentes bancarios BCP e Interbank? ¿Cuáles son las diferencias en la gestión entre ambos agentes bancarios?

Asimismo, el presente trabajo pretende contribuir a un mejor conocimiento de la problemática descrita analizando las diferencias basado en el estudio de la oferta y la demanda de la red de agente del Banco de Crédito e Interbank de la ciudad de Chiclayo.

Ante la problemática antes mencionadas, nos formulamos el siguiente problema de investigación: ¿Existe diferencias en la situación actual de los agentes bancarios: Banco de Crédito e Interbank de Chiclayo, periodo Julio – Noviembre 2012?

Frente a la formulación del problema, nos planteamos como objetivo general: Analizar las diferencias en la gestión de los agentes bancarios del Banco de Crédito e Interbank Chiclayo, durante el periodo Julio – Noviembre 2012.

Asimismo, para dar cumplimiento a nuestro objetivo general fue necesario plantearnos los siguientes objetivos específicos:

- Determinar la gestión de los agentes bancarios BCP en la ciudad de Chiclayo.
- Determinar la gestión de los agentes bancarios Interbank en la ciudad de Chiclayo.

Como se manifestó anteriormente en la presente investigación se analizaron de manera comparativa la gestión de la red de agentes bancarios del Banco de Crédito del Perú e Interbank que operan en la ciudad de Chiclayo, lo cual permitirá a ambos bancos examinar la capacidad de sus canales de servicio, desde la realidad de los mismos agente bancarios hasta la de los clientes y usuarios

Es importante señalar, la importancia que significa analizar las diferencias de los agentes bancarios en estudio; ya que se convierte en un instrumento útil, para las empresas interesadas que deseen desarrollar una red de agentes bancarios en el mercado, fomentando la confianza de esta clase de servicios en el desarrollo de modelos de negocio rentable, contribuyendo al crecimiento de pequeños comerciantes independientes gracias al incremento de los servicios ofrecidos y la imagen que representa ser aliado estratégico de una entidad bancaria.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes internacionales

Beck, & Martínez (2005) en su investigación: “Los agentes bancarios: Experiencia internacional, recomendaciones de organismos internacionales y perspectiva nacional” - Guatemala, resalta que los agentes bancarios conforman una alianza entre las entidades bancarias y no bancarias. Normalmente se trata de empresas de distribución de todo tipo de productos, tales como farmacias, oficinas postales, comercios y otros, los cuales se convierten en una opción ideal para convertirse en redes de distribución de servicios financieros a disposición de las entidades bancarias. Estas alianzas determinan en cada caso, el tipo de servicios, las comisiones y los riesgos compartidos e individuales que cada entidad asume. Países como Brasil, Panamá, Guatemala y Argentina presentan una mejor práctica en la promoción de redes de distribución de servicios financieros en esta modalidad de agentes bancarios, registrando en el año 2004 índices de 14.59%, 12.87%, 10.12% y 10.01% respectivamente, por cada 100.000 habitantes, representando la densidad más elevada de toda América Latina. Sin embargo en el Perú contamos con una red de distribución de 4.17% por cada 100,000 habitantes.

El año 2004, en Brasil, las 74 instituciones financieras (57 bancos y 17 compañías financieras) tenían más de 38,000 agentes bancarios distribuidos en todo el país. Se estima que para el año 2010, el 100% de los municipios de Brasil tendrán cobertura para estas redes de distribución de servicios financieros. Esta cobertura incluye todas las zonas marginales de bajos ingresos y los municipios rurales alejados de las vías principales de comunicación, por lo que se trata de una buena práctica para la inclusión financiera. Sin embargo, parte del éxito del modelo no se debe solo a la iniciativa bancaria, al marco regulatorio o a los beneficios obtenidos por los bancos al penetrar nuevos mercados y alcanzar nichos de

mercado que otros se creían inatendibles. Sino que también encuentra asidero por la disposición de los comercios a establecer acuerdos de corresponsalía bancaria con entidades financieras. Los beneficios que este sistema ofrece a sus propios negocios, como es el incremento de su clientela, lo que se refleja en un aumento de sus ingresos, experimentando de esta forma una diferenciación respecto de sus competidores gracias al incremento de los servicios ofrecidos y el buen nombre que representa ser aliado estratégico de una entidad bancaria. Esta diferenciación permite intensificar la relación con su clientela y, por tanto, aumentar la lealtad y retención de sus clientes, generando al mismo tiempo nuevas fuentes de ingreso.

Finalmente, es importante tomar en cuenta que dicho modelo también es valioso para las entidades bancarias, pues obtienen un doble beneficio: Primero, porque este sistema permite utilizar a la red de agentes bancarios como canal de penetración de mercados rentables y eficientes y que, por otros medios, no serían alcanzables. Segundo, por el beneficio de la descongestión alrededor de las agencias bancarias.

Orozco (2008). En su investigación: Canales alternativos de acceso a servicios financieros en Brasil, señala que, en menos de 7 años se abrieron en Brasil más de 95 mil agentes bancarios que proveen servicios financieros a 1,600 municipios que antes carecían de ellos. Se ha estimado que el costo de abrir una sucursal tradicional es aproximadamente de un millón de pesos, si consideramos que en el país existen 18 mil localidades con una población de entre 500 y 15000 habitantes, se requeriría una inversión de \$18,000 millones para dotar a cada una de ellas de una sucursal. En Brasil, el costo de instalar una corresponsalía no es mayor al 1% del correspondiente a una sucursal. Por lo que puede concluirse que, para que cada una de estas localidades pueda contar con un corresponsal, se requeriría sólo de \$180 millones. El 70% de los municipios del país carecen de una sucursal, justo unos 1,600.

La regulación de este tipo de oficinas debe ser suficientemente flexible para evitar sobrecargar su estructura de costos y que las vuelva inviables, a la vez de mantener condiciones mínimas de seguridad y de prevención de actividades como el lavado de dinero.

Igualmente, su actividad debe complementarse y estar soportada por tecnologías de información y comunicación que los auxilien en la provisión de los servicios y les faciliten el registro, seguimiento, elaboración de reportes regulatorios y estadísticos de todas las transacciones financieras y comerciales, y en especial garanticen la seguridad, certeza y confidencialidad de las transacciones.

Montúfar (2011).- En su investigación: Agentes Bancarios y su aportación en la Inclusión Financiera para Guatemala, concluye que, los agentes bancarios representan una solución viable y poco onerosa para promover el acceso a servicios financieros. Establecer y mantener agencias para atender dichos servicios para la población más alejada de las áreas urbanas o de bajos ingresos, representaría para los bancos incurrir en costos elevados. Sin embargo, con la apertura de los referidos agentes, se ha realizado una mínima inversión en un entorno en donde se realizan gran cantidad de operaciones de poco valor conformando redes más flexibles y de rápida expansión en los propios establecimientos minoristas. Podemos citar las tiendas de conveniencia, ferreterías, farmacias, restaurantes, gasolineras, supermercados, entre otros, en donde los clientes puedan depositar o retirar cómodamente fondos de sus cuentas para diversas transacciones.

Estos canales han tenido una aceptación considerable en la población, a finales del año 2011. Las entidades bancarias han reportado la apertura de tres mil ciento noventa y cuatro puntos de servicios, lo que se ha agregado a la inauguración de nuevas agencias bancarias en ese mismo año. Si se compara entre los puntos de servicios reportados al 2010, se refleja un incremento del 112%, para el año 2011, aspecto muy relevante para el tema de inclusión financiera en Guatemala.

La utilización de agentes bancarios en Guatemala ha sido muy positiva y ha permitido que buena parte de la población que normalmente no tiene acceso a los servicios financieros, se acerque al mismo, lo cual hace inferir que en un futuro cercano se incremente el número de usuarios y el monto de las operaciones. En síntesis, se puede decir que la cantidad de operaciones en la Recepción de depósitos es de 427,926 transacciones y en 239,580 transacciones en Retiros de cuentas de depósitos. Esto refleja que la utilización de agentes bancarios en Guatemala ha sido muy exitosa.

Según Bauer (2012) en un estudio titulado “Cajeros automáticos impulso a la inclusión financiera y a la eficiencia operativa del sector”, en México, realiza un análisis de los agentes bancarios donde presentó sus beneficios y debilidades. Un aspecto resaltante de esta investigación, es que se refleja la fortaleza de éstos agentes en cuanto cuentan con alta cobertura, tecnología móvil y pago en línea queda identificada la debilidad del modelo, en el hecho de que muchos de éstos agentes bancarios tienen costos elevados de implementación, presentan riesgos en el alto manejo de efectivo y falta de seguridad.

2.1.2. Antecedentes Nacionales:

Estudios según Mas & Siedek (2008), en Lima, realizando un análisis del Perú de los cajeros bancarios, nos indican que los Bancos peruanos han estado estableciendo redes de agentes bancarios, o "cajeros bancarios" desde diciembre 2005 con más de 2.400 agentes. Esto posiciona al Perú en el cuarto lugar a nivel mundial después de Brasil, Filipinas y Sudáfrica.

Menciones el informe conjunto de evaluación de Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), Grupo Consultivo de Ayuda a la Población más Pobre (CGAP) 2010. Del estudio realizado en “La inclusión financiera y la

protección del consumidor en el Perú - la actividad de la banca sin sucursales”. Lima-Perú.

Los agentes se establecieron en 2005, luego de que la SBS dictara la reglamentación correspondiente que permitía el uso de este canal. Por lo general, se trata de establecimientos minoristas. Existen 5 738 agentes, y el banco líder en esa esfera es el BCP, que cuenta con 2 799 agentes; le sigue el Interbank, con 745 agentes. Si bien los establecimientos minoristas que actúan como agentes suelen tener sus propios empleados, también se puede tercerizar la prestación de servicios y la contratación del personal. Algunos bancos, como el BCP, contratan a empresas de manejo de efectivo, para que se encarguen de la contratación del personal y de la disposición de efectivo de algunos de sus agentes.

No todos los bancos tienen agentes, como es el caso del Banco de la Nación, el banco estatal cuya atención se centra en los peruanos de bajos ingresos y de zonas rurales. No obstante, no ha aplicado esta modalidad en sus servicios a pesar de que realiza operaciones de diversa naturaleza no necesariamente de carácter financiero. Así, por ejemplo, a pesar que muchos de sus clientes reciben alguna clase de subsidio del Estado, como seguro de desempleo y otro tipo de prestaciones sociales, sin embargo, los puntos de pago del banco están limitados a las sucursales (incluidas las “sucursales” itinerantes). Las personas que viven en zonas alejadas, a veces se ven obligadas a recorrer enormes distancias para cobrar sus beneficios y deben hacer largas colas.

Las redes de agentes están concentradas en Lima y otras ciudades importantes. En promedio, el 49% de los agentes se encuentran en la región metropolitana de Lima y otro 34% en las 24 capitales restantes, Interbank es el que tiene una mayor proporción de agentes en Lima (57%). Scotiabank presenta la participación más elevada en otras ciudades no capitales (19%); mientras que Interbank registra la más baja (10%). En resumen, en términos relativos Scotiabank se ocupa más de las zonas rurales que otros bancos con agentes.

Según la SBS (2009) en Lima se ha realizado un estudio del cual se desprenden las siguientes conclusiones: Los agentes constituyen una manera más eficaz, en función de los costos, de propiciar la diversificación geográfica. Asimismo, nos indican que el banco BCP tiene la cobertura de población más amplia con su red de sucursales (50%) y el porcentaje de población más elevado si se agrega la red de agentes (69%). Por lo tanto, los agentes explican el incremento de un 38% de la cobertura de la población del BCP, con respecto a la cobertura que éste tendría si operara únicamente a través de sucursales. El 19% de los agentes del banco BCP se encuentran en distritos en los que éste no tiene sucursales, sin embargo tres bancos principales como son el BBVA, Interbank, Scotiabank han establecido una menor proporción de agentes en distritos en que no tienen sucursales (18%-20%).

Contreras (2012) en su estudio de tesis titulado “Mejora del proceso de comisiones de agentes bancarios en el área de canales alternativos del BCP de Lima– Perú” se demuestra que en el año 2006, el BCP tenía unas 250 oficinas en todo el país. Pero, desde que el primer Agente BCP se instaló en un pequeño almacén de abarrotes, en el kilómetro 80 de la Panamericana Sur, en el distrito de Mala, el BCP posee más de 1350 oficinas. Si sumamos las pequeñas ventanillas en cada bodega, farmacia que el Banco de Crédito del Perú ha sumado a todas sus operaciones, se tiene que toda la cadena de agentes BCP moviliza más de un millón de soles. Esta suma es bastante significativa si consideramos que, en el mismo lapso se movilizan nueve millones en oficinas bancarias que poseen mayor y mejor capacidad. Por haber llevado la montaña hasta sus consumidores, el Agente BCP ganó el premio Creatividad Empresarial 2006, en la categoría Servicios Bancarios.

El representante de la dirección del canal Agente BCP; Luis Almandoz, nos comenta que cuando ingresó a su cargo había tres bodegas con un cajero BCP, sin embargo con el pasar de los años existe una velocidad de apertura de 1,5 por día. Es así que este sistema de agentes se está transformando en un modelo de exportación al resto de América Latina. Por ese motivo, al

menos un 80% de las personas no usa los bancos. Es por ello que se recorrió los lugares más alejados del país, con el objetivo de identificar el sector no bancarizado que necesitan acceder a servicios financieros más cercanos. "Vemos mucha gente que trabaja en minas, hace transferencias en establecimientos que no son bancos y cobran tasas hasta de S/.30, una cifra altísima con referencia a una tarjeta de débito". Consecuencia de esto, ante la falta de oferta bancaria, el banco presentó el canal Agente BCP.

En el año 2005 en mayo, el banco se planteó llegar a la cifra de 300.000 transacciones al año; sin embargo hasta el año 2012 se realizan más de 900.000 al mes. El canal Agente BCP se propuso brindar servicios como retiros, depósitos, pago de servicios de Lima y consulta de saldos con una tecnología adaptada, tan simple y similar a la de un cajero automático. Donde la clave del modelo está en que el BCP solo registra el dinero que se moviliza, porque las transacciones se ejecutan directamente entre el agente y el cliente, cuyo dinero siempre es del establecimiento. Donde uno hace un retiro de S/.100, el agente da el dinero de la caja del establecimiento, y paralelamente se hace una transferencia de la cuenta del cliente a la cuenta del agente. El socio, además de un promedio de US\$80 a US\$90 al mes como concepto de comisión, que es lo menos importante, obtiene un mayor tráfico de clientes, así como el prestigio y los beneficios de publicidad. Es un socio estratégico". Donde el BCP colocará avisos en sus oficinas con los nombres y direcciones donde están cada uno de sus agentes BCP.

Cada agente posee un valor en tecnología que fluctúa entre los US\$1.500 y US\$3.000. En temas de marketing, el presupuesto anual está entre US\$300.000 y US\$350.000. El BCP brinda servicios de entrenamiento cada vez que se instala una ventanilla en un establecimiento. Además, organiza charlas sobre la calidad de servicio y temas de seguridad. Es por ello que un Agente BCP en una cuadra significa que en menos de tres meses habrá otros tres. Además los representantes de los países internacionales

de Brasil, México, Colombia, Bolivia, Venezuela y Centroamérica han venido para conocer los resultados.

Según un análisis de la gerencia del canal Agente BCP, el 70% de los comercios con una ventanilla ha incrementado sus ventas en un 12%. Un comercio con un Agente BCP gana entre US\$45 y US\$200, además de toda la Publicidad y la infraestructura de marketing que recibe por parte del BCP. Por esta razón, para tener un Agente BCP solo se necesita ganas de seguir creciendo.

Fritz Du Bois (2012) en su publicación anota: Mueven más de US\$6 mil millones al mes y Cajeros en bodegas aumentan en 35% del comercio en Lima.

El Gerente de Canales Alternativos, Johnson., nos menciona que los agentes bancarios, ya son los canales favoritos de atención. Han desplazado a los cajeros y a las oficinas bancarias y manejan el 18% del total de operaciones financieras y al mes, los agentes de todos los bancos BCP mueven US\$6,300 millones.

Las entidades financieras tienen en operación 13,239 cajeros bancarios (agentes) en el país, un 35.8% más que igual mes de 2011. Sin embargo, el número de cajeros automáticos aumentó 18.8% y se ubicó en 5,677. En las oficinas, la expansión fue de 8%, destacando el crecimiento de los agentes bancarios que han sido instalados en pequeños negocios. Es allí donde se pueden realizar desde retiros de efectivo hasta pago de servicios.

Del estudio realizado en la Memoria del Banco de Crédito en el año 2012, en Perú, se desprenden el siguiente análisis: Haciendo una comparación en los tres últimos años del 2012, las estadísticas nos muestran que los agentes bancarios BCP han ido incrementándose en la red de distribución con un porcentaje de crecimiento de 22%, consolidando una red de 5 717 puntos de contacto. Esto permitió estar más cerca de sus actuales clientes y de la población que todavía no accede al sistema financiero.

ASBANC (2013) informó: Cajeros bancarios se consolidan como canal alternativo de atención bancaria. Según investigación realizada por la Asociación de los Bancos del Perú de Lima, los cajeros bancarios permiten tanto a clientes como a no clientes de bancos realizar una variada gama de operaciones en diversos establecimientos. De ese modo, ya no es indispensable estar en una agencia bancaria (o incluso acercarse a un cajero electrónico, en los casos en los que aplica) para realizar retiros, depósitos y transferencias entre cuentas propias y de terceros, pagar servicios públicos (luz, agua y arbitrios) y privados (teléfono, colegios, seguros, etc.), e incluso pagar créditos. Sino que todas estas operaciones pueden realizarse desde un cajero corresponsal, contando con horarios más amplios de atención.

A diciembre de 2012 el número de cajeros bancarios de bancos y financieras disponibles en el país ascendió a 16,096, cifra mayor en 5,296 cajeros o 49% frente al cierre del año anterior, y en 14,248 cajeros o 771% en comparación con diciembre de 2006. Los lugares de más frecuente ubicación de éstos fueron las bodegas (con una participación de 26%), seguidas por las farmacias (17.5%), cadenas de tiendas (2.6%) y grifos (0.3%).

Cabe precisar que los beneficios de la existencia y expansión de los cajeros bancarios también se extienden a los comercios donde operan, generándoles valor agregado a través de una diferenciación respecto a su competencia o negocios vecinos. Mejora su imagen y prestigio, además de recibir una comisión de parte de la entidad financiera en función al número de transacciones bancarias que realizan.

De acuerdo a su ubicación geográfica, la mayor parte de los cajeros bancarios se situó en el departamento de Lima (a diciembre 2012 concentró el 61% del total). Sin embargo el ritmo de avance en los últimos cinco años fue ligeramente mayor para aquellos situados en el resto del país (el cual ascendió a 512.10%, frente al 509.68% de Lima). Y es que la expansión de este canal con el objetivo de llegar a nuevas localidades y segmentos va de la

mano con el desempeño económico que muestran las distintas localidades y departamentos a nivel nacional.

Del mismo modo, resalta la expansión de los agentes bancarios al interior de Lima Metropolitana y el Callao. Aquí el Centro Financiero ubicado en San Isidro muestra un crecimiento de 129% entre 2008 y 2012, mientras que en los balnearios del norte, la zona campestre, la zona sur y la zona norte de la capital presentan avances de 1,425%, 438.7%, 419.3% y 373.1% en el mismo periodo de tiempo, respectivamente.

Para los próximos años, se prevé que los cajeros bancarios mantengan un importante ritmo de expansión en el Perú, consolidándose como canal alternativo de atención bancaria, y atrayendo a más personas que utilizan por primera vez los servicios bancarios.

2.2. Bases teóricas.

2.2.1. Canales de distribución:

Los canales de distribución, según Lovis, Adel & Cruz (1999) son un conjunto de organizaciones interdependientes que intervienen en el proceso por el cual un producto o servicio está disponible para el consumo. Debe considerarse como una red organizada que crea valor al usuario final al generar utilidades de forma, de posición, de tiempo y de lugar aumentando la eficiencia, solucionando problemas de incoherencia de medios, sistema de transacciones y facilitando el proceso de busca de artículos. Teniendo como principales funciones mantener los inventarios, generar demanda o ventas, distribuir físicamente los productos, servicio post venta y otorgar crédito a los clientes.

Según Niño (2012) los canales de distribución bancarios constituyen una estrategia integral de marketing, que trata de poner en contacto a la entidad bancaria con el usuario controlando la llegada del producto y la prestación del servicio al cliente en condiciones de tiempo y de lugar "irresistibles" para la compra.

El desarrollo de los canales de distribución bancarios viene directamente influenciado por las nuevas tendencias del sector de la banca:

- Reducción de costes por parte de las entidades financieras.
- Reducción de márgenes financieros.
- Disminución de la importancia de la proximidad geográfica valorándose menos tener un banco cerca, como el saber que el servicio del banco está accesible.
- Por parte de la entidad financiera se busca una mayor satisfacción del cliente anticipándose a sus necesidades.
- Captación de nuevos clientes mediante una oferta de productos "a la carta".
- El aumento de la competencia, que plantea dificultades a las entidades a la hora de diferenciarse por los productos que ofrecen.
- Creciente capacidad de los clientes para formular sus exigencias. El cliente demanda realizar sus operaciones bancarias cuando, donde y como quiera.
- Micro segmentación de los clientes en base a sus necesidades de servicios financieros y a la rentabilidad que aportan.

Los beneficios de estos canales de distribución bancarios son:

- Permitirle al cliente relacionarse con su oficina sin desplazarse, generando ahorro de tiempo.
- Comodidad y servicios de conveniencia, 24 horas del día, 7 días a la semana.
- Ahorro de costes para la entidad bancaria, que repercuten en el cliente, como la reducción de costes de transacción.
- Acceso a la información general del banco y transparencia en la información (marketing directo).
- Capacidad de elección de los clientes.

- Los nuevos canales de distribución bancaria conducen al micro marketing con una información segmentada a los clientes, consiguiendo un servicio acorde a sus expectativas, adelantándose a las necesidades del cliente. Conduce a una oferta de productos y servicios personalizada, lo cual redundará en su fidelización. Esto implica la ejecución de estrategias segmentadas.

2.2.2. Agentes bancarios:

Según Mas & Siedek (2008) el agente ofrece un servicio directo al cliente (incluido el espacio físico y el manejo del dispositivo de POS), actuando como intermediario en las transacciones bancarias a través de su propio balance, transformando el efectivo de la caja registradora en dinero en el banco y viceversa. Este debe concurrir al banco periódicamente para volver a equilibrar el monto del efectivo que guarda en su caja registradora con el dinero de su cuenta bancaria. El agente, o bien absorbe el exceso de liquidez de la comunidad de clientes del banco y lo deposita en el banco en su nombre, o brinda liquidez a los clientes retirando los fondos del banco en su lugar.

La función primordial del agente es reunir en una sola suma las necesidades de efectivo de la comunidad. El agente es de hecho una tienda de almacenamiento y transporte de efectivo; absorbe el riesgo crucial que conlleva el manejo de efectivo.

Los Agentes, tanto clientes como no clientes, pueden: Pagar sus servicios: Teléfono fijo, Público, Populares, celular (Telefónica, Claro, Nextel), Cable, Agua (SEDAPAL), Empresas de belleza (Ebel, Avon, Unique, DYCLASS, Natura), Instituciones (ICPNA, Es Salud, El Comercio, Leo Andes S.A, etc.). Universidades, pagar y retirar efectivo de tus Tarjetas de Crédito BCP e Interbank, hacer retiros y depósitos, cobrar tus remesas del exterior y giros nacionales, transferir dinero entre cuentas propias y de terceros, consulta de saldos y movimientos. El monto máximo por operación es de S/. 500 (Para remesas S/. 800), las operaciones están sujetas a la disponibilidad de caja de cada local. El horario de atención depende del establecimiento, solo se

reciben y entregan soles. No se cobran comisiones por el pago de servicios, en el caso del BCP.

Es por ello que dentro las ventajas del agente bancario son: la eficiencia, adaptación al cliente, reduce el tráfico de la red, gestiona gran volumen de información, permite la comunicación en el tiempo real y se especializa a una serie de actores para que realicen operaciones en nombre del banco. Pero, eso conlleva desagregar las redes tradicionales de distribución de la entidad bancaria. También existe desventajas como son: Descongestionar el sistema con peticiones, escuchar por la red para obtener información privada, modificar, borrar o sustituir cualquier elemento que se transfiera por la red, grabar y retransmitir de forma no autorizada una comunicación. También: Falsificar la identidad de un agente, para lograr tener acceso a otros agentes o servicios, utilizar algún recurso para que no pueda ser utilizado por otro usuario, colocar virus que les permitan recibir información confidencial o denegar accesos a recursos.

Según el Grupo Consultivo de Ayuda a la Población Pobre (2010) la **función estratégica** de los agentes bancarios debe cuadrar en la estrategia de distribución del banco, que incluye otros canales, como sucursales o cajeros automáticos. Los agentes pueden brindar numerosos beneficios: incrementan la comodidad del cliente, reducen los costos de transacción y llegan a nuevos clientes. Pero es importante que el banco tenga una justificación estratégica clara para cada agente que establece a fin de guiar sus decisiones, garantizar que la conformación del agente y el apoyo que se le brinda sean adecuados y poder evaluar posteriormente su desempeño en relación con el propósito estratégico original.

Existen cuatro tipos de agentes, según la función estratégica que cumplan para el banco:

- ✓ **Descongestión de sucursales.** Los agentes minoristas pueden ser considerados simplemente como la versión humana de un cajero automático, cuya función es brindar mayor comodidad al cliente y

reducir el costo para el banco, desviando la costosa infraestructura de las sucursales. Para el banco, el agente es un canal más que requiere poca o ninguna adaptación a sus estrategias comerciales.

- ✓ ***Orientación hacia un nuevo segmento de clientes.*** El menor costo de funcionamiento que supone un agente en comparación con otros canales existentes podría inducir a los bancos a utilizar este vehículo para atender a nuevos segmentos de clientes que antes no resultaban lo suficientemente atractivos desde el punto de vista económico, por ejemplo, clientes de ingresos bajos de las zonas urbanas. No es suficiente contar con un canal: es probable que el banco deba elaborar un conjunto de productos específicos que satisfagan las necesidades y se adecúen a los medios económicos del nuevo segmento. Esta entidad debería tener sus propias redes de distribución y sus propios canales de venta con productos y mensajes publicitarios que respondan a las necesidades de sus clientes.

- ✓ ***Ampliación de la cobertura geográfica.*** Los agentes minoristas pueden considerarse sustitutos de las sucursales en las zonas donde la cantidad y el volumen de las transacciones podrían ser demasiado reducidos como para sustentar una sucursal propiamente dicha. Dado que hacen uso de la infraestructura ya existente de tiendas minoristas, las redes de agentes pueden constituir una solución viable para bancos que planean ampliar su alcance. Las poblaciones rurales que antes carecían de acceso a los servicios financieros o debían realizar largos viajes en autobús para llegar a la sucursal más cercana pueden ahora realizar transacciones en su propio vecindario. El banco probablemente se dirija a los clientes de ingresos bajos, entre los cuales la demanda de productos financieros más elaborados es escasa y a quienes las transacciones en una tienda local deberá diseñar productos muy simples y de fácil comprensión para minimizar la dependencia respecto del personal del agente. Los agentes minoristas

deberán depositar o retirar los fondos en exceso en las sucursales de otros bancos, lo que puede generar considerables comisiones interbancarias.

✓ ***Incorporación de los agentes bancarios dentro de una estrategia integral de distribución.***

Los bancos deben hallar el modo de satisfacer la amplia gama de exigencias de los clientes en ausencia de sucursales. Cuando se establecen agentes y se confía en que éstos satisfagan las necesidades de los clientes, se los está relegando a la función de descongestión de sucursales. Esto dará como resultado una sustitución del canal utilizado, con cierta reducción en el total de los costos de canalización, pero es improbable que genere nuevas operaciones bancarias en una magnitud significativa. Los bancos deben cerciorarse que la función de los agentes se integre claramente dentro de su estrategia comercial más amplia. La mejor manera de encarar esta cuestión es desagregar conceptualmente las actividades que se realizan en la red de distribución del banco e identificar cuáles de ellas pueden estar a cargo de agentes y cuáles se brindan más eficazmente a través de un mecanismo distinto. Las respuestas dependen de la meta estratégica que subyace a la creación de agentes y la situación real específica.

Según el Grupo Consultivo de Ayuda a la Población Pobre (2010), las actividades de una red de distribución pueden separarse de la siguiente manera:

- ✓ ***Canal de transacciones:*** Éste es el principal propósito de una red de agentes. Libera al banco de la tarea de suministrar efectivo a cada uno de sus clientes o recibir dinero de ellos y de tener que acercar constantemente su personal a los clientes.

- ✓ **Canal de publicidad y recomendaciones.** Los establecimientos minoristas de terceros pueden no resultar un canal muy útil para promocionar y vender productos bancarios, por diversos motivos. Es posible que su nivel de comprensión de los productos financieros sea restringido, lo que limita su eficacia a la hora de proponer servicios a los clientes. Esto no significa que los agentes necesariamente fracasarán en la tarea de despertar interés en los posibles clientes. En consecuencia, los bancos deben complementar esta vía con medidas paralelas de promoción de ventas, ya sea mediante: a) equipos de consultores especialistas en desarrollo de negocios y oficiales de crédito profesionales dedicados al trabajo fuera de la sucursal que visiten regularmente la ciudad para identificar posibles ventas y ayudar a generar operaciones en el establecimiento del agente local; b) asociaciones con actores de peso de la comunidad local que puedan movilizar a otros, ya sea a través de asociaciones de productores, redes de cadenas de suministros u organizaciones comerciales, o c) una fuerte campaña publicitaria cuyo mensaje impulse a los clientes a acercarse a un centro de atención.
- ✓ **Canal de atención al cliente.** Tradicionalmente, las sucursales han sido un canal esencial para la atención al cliente.

El Análisis de riesgo de los agentes bancario, se trata de la enumeración de los diversos riesgos que pueden estar presentes cuando un cliente interactúa con su banco a través de un tercero. Junto con cada uno de estos riesgos se mencionan las opciones posibles para la mitigación y la parte que asumirá el riesgo residual en caso de que dicho riesgo se concrete en la realidad. Este cuadro es meramente ilustrativo, no pretende ser una lista exhaustiva de todos los riesgos ni de todas las medidas que deben adoptarse.

Tiene como objetivo mostrar que, por lo general, para todos los riesgos imaginables hay una posible solución técnica. Los entes reguladores y los

bancos deberán decidir cuál es el equilibrio adecuado entre minimización de riesgos y costo y complejidad de la solución técnica.

III. METODOLOGÍA

3.1. Diseño de la investigación.

3.1.1. Tipo y diseño de investigación

En este caso la investigación es Descriptiva ya que está basada en la recolección de datos, predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

3.2. Población, muestra y muestreo.

3.2.1. Elaboración de la muestra - Usuarios de agentes bancarios BCP e Interbank.

Para determinar la muestra se ha tenido en cuenta: la población de los distritos de Chiclayo, José Leonardo Ortiz y La Victoria proyectada al año 2012 siendo 383,845 habitantes mayores a 18 años.

Y también se ha tenido en cuenta la distribución de la población de Lambayeque según los niveles socioeconómicos según la siguiente tabla:

Tabla N° 1. Población de Lambayeque según niveles socioeconómicos 2013

NSE	A	B	C	D	E	Total
Denominación	Alto /Medio Alto	Medio	Bajo	Muy Bajo	Bajo Extremo	
Lambayeque	0.6	7.7	21.9	42.8	27.1	100%

Fuente: APEIM

De la población total de los tres distritos (383,845 habitantes) se ha restado el nivel socioeconómico A y E mostrados en la tabla N° 1, obteniendo así como nueva población **270,845** habitantes.

Para la elaboración de la muestra se ha tomado los siguientes datos: Población total 270,845 habitantes, un 1.96 que representa el 95% de nivel de confianza, un error de estimación del 5% y la probabilidad de éxito es de 60% de los usuarios que acuden a un agente bancario BCP e Interbank y probabilidad de fracaso es de 40% de los usuarios que no acuden a los agente bancario BCP e Interbank. Luego se aplicó la fórmula la cual dio como resultado 368 encuestas realizadas a usuarios de los agentes en estudio.

Dónde: N = 270,845; q = 40%; p = 60%; Z = 1.96; e = 5%

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{N e^2 + Z^2 \times p \times q}$$

n=	368
-----------	------------

La muestra total es de 368 encuestas a usuarios de Agentes BCP e Interbank. Para una mejor distribución de ella, se ha convenido realizar una distribución de acuerdo a dos aspectos:

A) Porcentaje de población de los distritos de Chiclayo, José Leonardo Ortiz y La Victoria.

La población del distrito de Chiclayo es de 138,131 habitantes la cual representa el 51% de la población total, la población del distrito de José Leonardo Ortiz es de 89,379 habitantes la cual representa el 33% de la población total y la población del distrito de La Victoria es de 43,335 la cual representa el 16% de la población total.

Tabla N° 2. Población de los distritos de Chiclayo

Distritos	Población	Porcentaje
D. Chiclayo	138,131	51%
D. José Leonardo O.	89,379	33%
D. La Victoria	43,335	16%
Total	270845	100%

Fuente: INEI

B) Porcentaje de agentes bancarios BCP e Interbank.

Realizando un conteo de los agentes bancarios en los tres distritos en estudio podemos afirmar que 68 agentes bancarios son del Banco del Crédito y 26 agentes bancarios son del Banco Interbank. Representando del total un 72% y 28% respectivamente.

Tabla N° 3. Número de agentes bancarios BCP e Interbank

Agentes bancarios	N°	Porcentaje
BCP	68	72%
Interbank	26	28%
Total	94	100%

Fuente: recuperado en <http://www.encuentrabcp.com/buscador/yhttp://www.interbankagente.pe>

Según la distribución de las tablas N° 2 y N° 3 podemos realizar la siguiente tabla de distribución en la cual se muestra el cruce de datos para poder recolectar la información sobre la situación actual del servicio de los agentes bancarios BCP e Interbank.

Tabla N° 4. Distribución de la muestra según porcentaje de población en cada distrito de Chiclayo y porcentaje de agentes bancarios

Distritos	Porcentaje de población en distrito	Porcentaje de agentes BCP	Porcentaje de agentes Interbank	Total
		72%	28%	
Chiclayo	51%	135	53	188
José Leonardo O.	33%	88	34	121
La Victoria	16%	42	16	58
Total	100%	265	103	368

Es así que:

- ✓ 135 usuarios pertenecen al distrito de Chiclayo y acuden a un agente bancario BCP.
- ✓ 88 usuarios pertenecen al distrito del José Leonardo O. y acuden a un agente bancario BCP.
- ✓ 42 usuarios pertenecen al distrito de La Victoria y acuden a un agente bancario BCP.
- ✓ 53 usuarios pertenecen al distrito de Chiclayo y acuden a un agente bancario Interbank.
- ✓ 34 usuarios pertenecen al distrito de José Leonardo O. y acuden a un agente bancario Interbank.
- ✓ 16 usuarios pertenecen al distrito de La Victoria y acuden a un agente bancario Interbank.

3.2.2. Elaboración de los cuadros porcentajes para el levantamiento de información en los Agentes bancarios BCP e Interbank

Para poder recolectar información en cada uno de los agentes bancarios se ha tenido que realizar un conteo de cada agente en cada distrito:

En el distrito de Chiclayo existen 51 agente bancario BCP representando un 75% del total, en el distrito de José Leonardo Ortiz existen 7 agente bancario BCP representando un 10% del total, en el distrito de La Victoria existen 10 agente bancario BCP representando un 15% del total.

Tabla N° 5. Distribución de agentes bancarios BCP por distrito

Distrito	Nº	Porcentaje
Chiclayo	51	75%
José Leonardo O.	7	10%
La Victoria	10	15%
Total	68	100%

En el distrito de Chiclayo existen 16 agente bancario Interbank representando un 62% del total, en el distrito de José Leonardo Ortiz existen 6 agente bancario Interbank representando un 23% del total, en el distrito de La Victoria existen 4 agente bancario Interbank representando un 15% del total.

Tabla N° 6. Distribución de agentes bancarios Interbank por distrito

Distrito	Nº	Porcentaje
Chiclayo	16	62%
José Leonardo O.	6	23%
La Victoria	4	15%
Total	26	100%

3.3. Identificación y Operacionalización de variables

Tabla N° 7. Operacionalización de variables

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	SUB INDICADORES	INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN
Diferencias en la gestión de los agentes bancarios del Banco de Crédito e Interbank de Chiclayo	Análisis del mercado.	Estudio de la demanda	Características de usuario	Encuestas y entrevistas
			Atención al usuario	
			Motivación del usuario	
			Percepción del usuario	
			Satisfacción del usuario	
			Expectativas del usuario	
			Beneficios adicionales del usuario	
		Estudio de la oferta (Agente Bancario INTERBANK- Agente Bancario BCP)	Rubro del negocio	
			% de volumen de transacciones	
			Capacitación	
			Tipos de riesgo	
			Horarios de atención	
			Frecuencia de operaciones	
			Factores motivacionales	
Tipos de problemas				

3.4. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

a) Método

El método utilizado en la presente investigación es Descriptiva- Comparativa ya que se busca lograr caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades. Combinada con ciertos criterios de clasificación, este tipo de investigación sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio.

b) **Técnica:** Se emplearán las siguientes técnicas:

a) **Técnica de Campo**, como técnica de campo se aplicaron:

- ✓ **Cuestionario**, el cual será aplicado a empresas que cuentan con un agente BCP o Interbank y también a los usuarios de este servicio para identificar un análisis comparativo que tienen éstos.

La técnica de recolección de datos será el de una encuesta, para los *usuarios de agentes bancarios BCP e Interbank*. Está conformado por 18 preguntas abiertas, cerradas, y con escala de evaluación considerando como intervalos: Totalmente en desacuerdo, Desacuerdo, Indiferente, Acuerdo, Totalmente de acuerdo.

Asimismo para las *empresas que cuentan con un agente BCP o Interbank*, la técnica de recolección de datos será el de un cuestionario conformado por 23 preguntas abiertas, cerradas.

- **Entrevista**, a las personas que están directamente encargadas con el puesto de administrar a los agentes bancarios BCP e Interbank en la ciudad de Chiclayo. Consta de 14 y 13 ítems respectivamente; la entrevista se ejecutó de

manera directa, con el fin de obtener respuestas honestas y claras. Se han determinado de la siguiente manera:

- ¿Las empresas solicitan ser agentes bancarios?
- ¿Busca lugares estratégicos para poner un agente bancario?
- ¿Realiza capacitación a los agentes?
- ¿Hace seguimiento a los agentes bancarios? ¿Cada cuánto tiempo?
- ¿Qué requisitos debe tener un canal de distribución para que sea agente bancario?
- ¿Le dan línea de crédito? ¿De cuánto es el monto?
- ¿Cuál es el rango de operación máximo y mínimo que debe realizar el agente bancario? ¿Por qué? ¿Y cuánto reciben por comisión?
- Cuando llegan a su meta por el número de operaciones ¿Los premian?
- ¿Cómo los motiva cuando No llegan a su meta? ¿De qué manera lo hace?
- ¿Un agente bancario tiene autorización para que pueda extornar las operaciones cuando se les presenta un inconveniente? ¿Porque?
- ¿Cómo es el proceso de abono a cuenta del agente al banco?
- ¿Existe un proyecto de mejora para los agentes bancarios?
- ¿Cuál es el riesgo principal que puede generar un agente al banco?
- ¿Cuál es el tipo de operaciones que puede realizar un agente bancario?

3.5. Procesamiento y análisis de datos

Para poder hacer un procesamiento y análisis de datos se utilizó el Microsoft Excel en donde se formó:

- Base de datos como herramienta para recopilar y organizar información de los usuarios de agente bancario BCP e Interbank, la cual consta de 365 encuestas.
- Base de datos como herramienta para recopilar y organizar información de los agentes bancarios BCP, la cual consta de 68 encuestas.
- Base de datos como herramienta para recopilar y organizar información de los agentes bancarios Interbank, la cual consta de 26 encuestas.

Posteriormente se realizó tablas y gráficas dinámicas para cada base de datos, que fueron interpretadas. Por último se realizó un análisis comparativo entre los dos agentes bancarios.

IV. RESULTADOS

4.1. Usuarios de Agentes BCP e Interbank

4.1.1. Características del cliente

De acuerdo con nuestra encuesta dirigida a los clientes y usuarios, estas son las principales características de la muestra en estudio:

De los encuestados que acuden a un agente bancario BCP o Interbank un 67% son del sexo femenino y un 33% del sexo masculino. Esto nos indica que las damas son las que realizan más operaciones y prefieren acudir a estos canales de distribución.

El 66% de encuestados tienen entre 19 a 32 años de edad, seguido de un 24% de encuestados que presentan edades entre 33 a 46 años, mientras que solo un 9% de encuestados tienen desde 47 a 60 años de edad. Esto nos indica que la mayor proporción de usuarios son jóvenes que prefieren un agente bancario para acudir al sistema financiero.

Un 22% de encuestados son estudiantes universitarios, seguido de un 15% que tienen como ocupación el comercio. Pero existe un 12% de encuestados, cuyas ocupaciones son: contadores, enfermeras, abogados, técnicos, chefs, economistas, veterinarios, arquitectos. Esto representa que un agente bancario atiende al público general.

El 37% de encuestados tienen un nivel de ingresos que fluctúa entre 300 a 800 nuevos soles, sin embargo, un 48% de encuestados presentan ingresos entre 800 a 1500 nuevos soles; y el menor porcentaje de ellos, evidencian ingresos entre 1,500 a más representando un 11%. Esto nos indica que los encuestados tienen un poder adquisitivo medio.

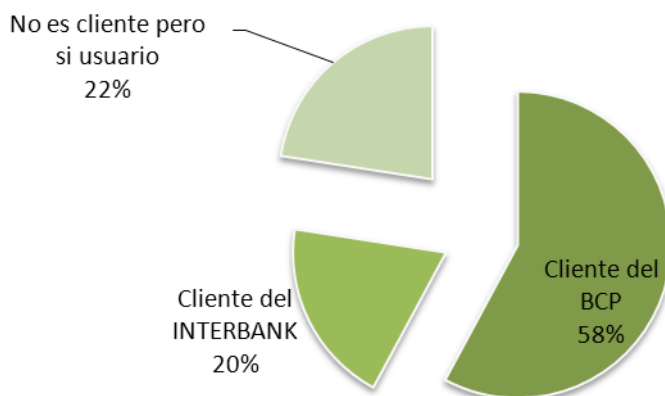


Gráfico N° 1. Cliente de agente bancario según el banco

De las personas encuestadas que utilizan agentes bancarios, un 58% son clientes del Banco de Crédito, un 20% son clientes de Banco Interbank. Asimismo, podemos resaltar que un 22% de encuestados son usuarios, es decir, personas que sólo acuden a los entes bancarios para hacer el pago de algún servicio específico como luz, agua, universidad, Unique, Esika, Avon, Movistar, entre otros.

Este indicador nos muestra que un agente bancario representa un medio de interacción entre un banco y el público en general, sin discrepar que éste sea cliente del banco. Lo cual nos lleva a deducir que un banco cuenta con los agentes bancarios como parte de estrategia de expansión, permitiendo inducir de cierto modo a personas que nos son clientes a que lo sean. Pero es importante resaltar la diferencia entre el cliente y el usuario. Es así que Elías (2000), afirma que un cliente satisface en intensidad sus necesidades si cuenta con los bienes apropiados para ello. Y un usuario es aquel que no puede transformar sus bienes ni su gestión ni mejorarlos ni adaptarlos a sus deseos, simplemente los usan. Lo cual se aplica en los usuarios de agente bancario porque solo el cliente cuenta con una tarjeta de crédito, ya sea BCP e Interbank, que le permite realizar operaciones como retiro, transferencias, depósitos y consultas de saldo sobre su dinero. En cambio el usuario solo puede utilizar un agente bancario para realizar pagos de servicios tales como pago de agua, luz, telefonía entre otros.

Hay que resaltar que los clientes propiamente dichos, son aquellos que poseen una cuenta en el agente específico donde realizan la transacción.

4.1.2. Atención al cliente

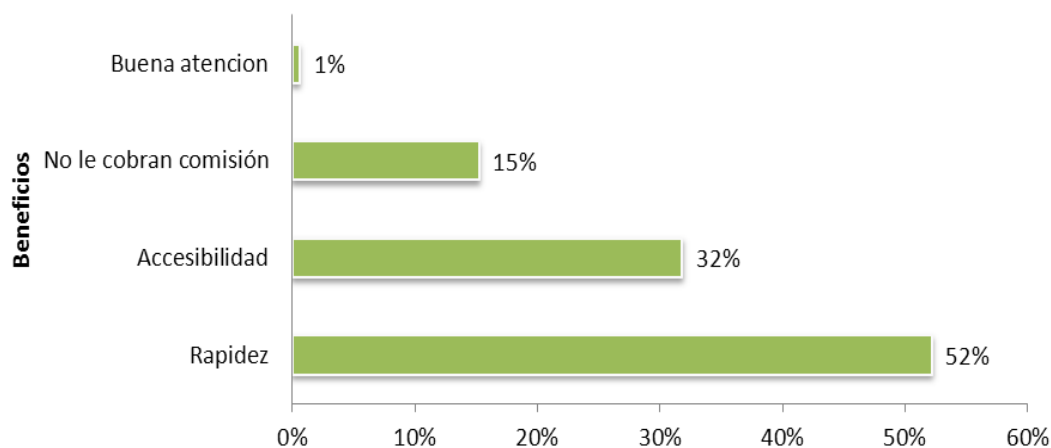


Gráfico N° 2. Beneficios que brindan los agentes bancarios a los usuarios.

La mayoría (52%) de los usuarios consideran que el principal beneficio que brinda un agente bancario es la rapidez, ya que no tienen que hacer extensas colas. Mientras que un 32% considera que el principal beneficio es la accesibilidad del agente bancario.

Según Beverly (2002) los beneficios son las ventajas que el cliente obtiene al utilizar un producto o servicio. Es así que a nivel exploratorio, los usuarios de agentes nos dieron a conocer que el tiempo de espera en un agente bancario para ser atendido era menor al que se suele esperar en una oficina del banco. Esto no quiere decir que las oficinas de los bancos se demoren mucho en realizar una operación sino que existen horarios de atención en donde hay demasiadas personas haciendo cola para ser atendidas, lo cual causa una mayor espera. Este beneficio guarda relación directa con la gráfica 4.5, en donde podemos apreciar que la mayoría (75%) de los usuarios de agentes BCP e INTERBANK esperan para ser atendidos entre 5 a 10 min. Este indicador puede ser tomado como un estándar de atención, lo cual dará a conocer con mayor precisión la percepción y satisfacción de los usuarios de agente bancario.

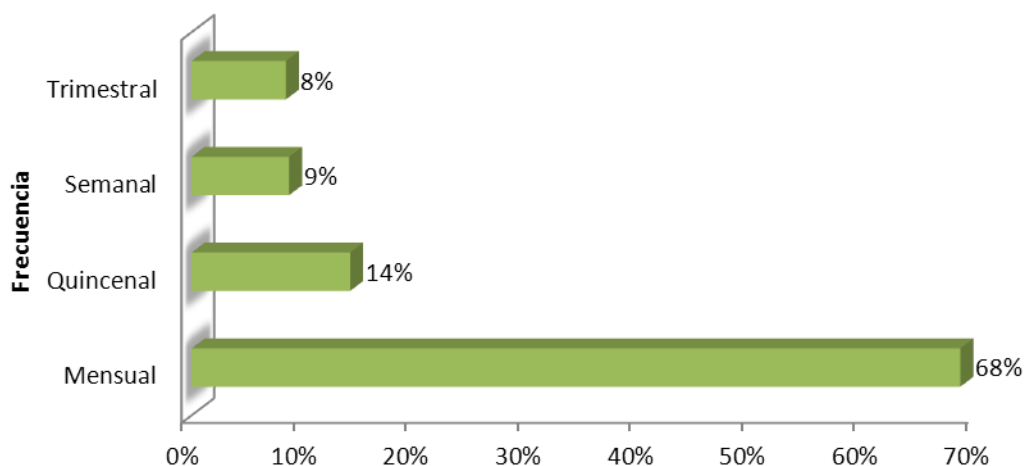


Gráfico N° 3. Frecuencia con la que acuden los usuarios a los agentes bancarios

El 68% de encuestados acuden mensualmente a un agente bancario BCP e INTERBANK, además podemos apreciar en la gráfica que existe un 9% de encuestados que acude a un agente bancario en forma semanal. Lo cual representa que estos canales de distribución son muy utilizados y de mayor preferencia por los usuarios.

Al respecto podemos deducir que la frecuencia con que acuden los usuarios a los agentes bancarios BCP e INTERBANK es preferentemente de forma mensual. Esto debe estar relacionado probablemente a que la mayoría de la población recibe su pago mensual, lo cual les permite realizar sus operaciones con esta frecuencia.

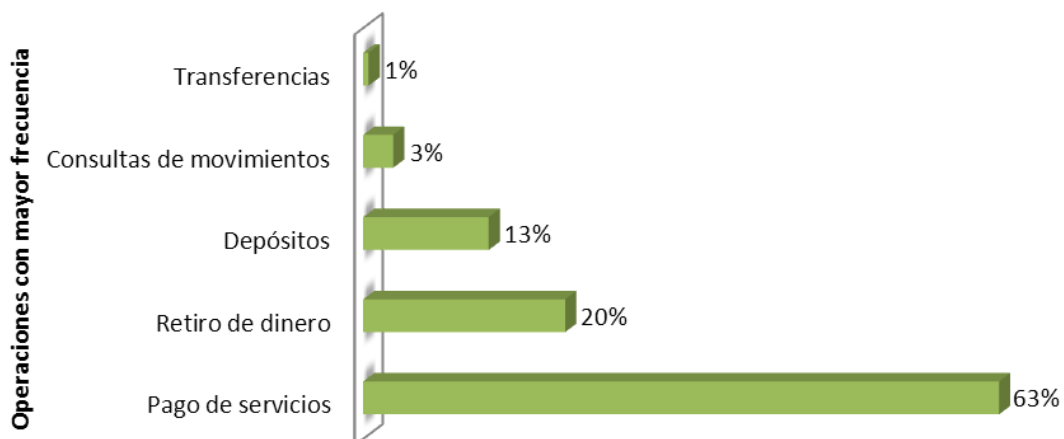


Gráfico N° 4. Operaciones que realizan los usuarios de agentes bancarios con mayor frecuencia

El 63% de los usuarios de agentes bancarios realizan con mayor frecuencia pagos de servicios tales como: luz, agua, universidad, Unique, Esika, Avon, Movistar, entre otros. Seguido de un 20% que realiza retiros de dinero. Por otra parte, las operaciones menos ejecutadas son: transferencias y consulta de movimientos representando el 1% y 3% respectivamente.

A nivel exploratorio, pudimos apreciar que la principal razón por la cual esta operación es la que mayormente se realiza en los agentes bancarios se da en relación al acceso, es decir la cercanía de los agentes al usuario, lo cual permite contactar a las empresas para realizar pago de deudas pendientes sin necesidad de acercarse a sus establecimientos. Esto se justifica con lo afirmado por Heizer y Render (2004) donde se resalta la suma importancia para las empresas de estar cerca a sus clientes, principalmente para las organizaciones de servicios, ya que esto permite al cliente tener mayor comunicación con la empresa.

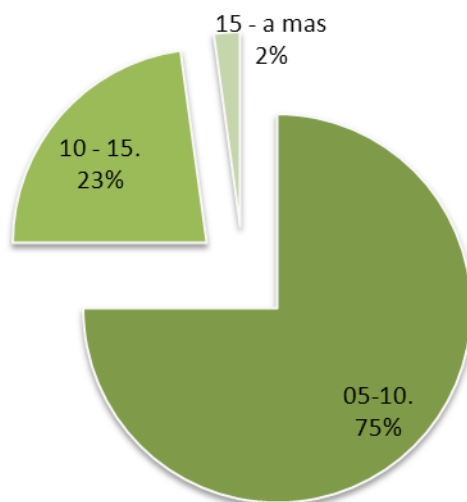


Gráfico N° 5. Tiempo de espera de los usuarios de agentes bancarios para ser atendidos

La mayoría (75%) de los usuarios de agentes BCP e INTERBANK son atendidos entre 5 a 10 min. Del mismo modo existe un 23% de usuarios de agentes bancarios que son atendidos en un lapso de tiempo de 10 -15min. Es decir, que los agentes bancarios son eficientes en cuanto al tiempo empleado para atender al público.

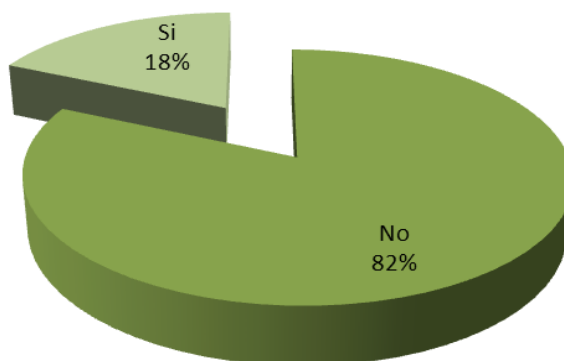


Gráfico N° 7. Se le presentó algún problema al usuario de agentes bancarios

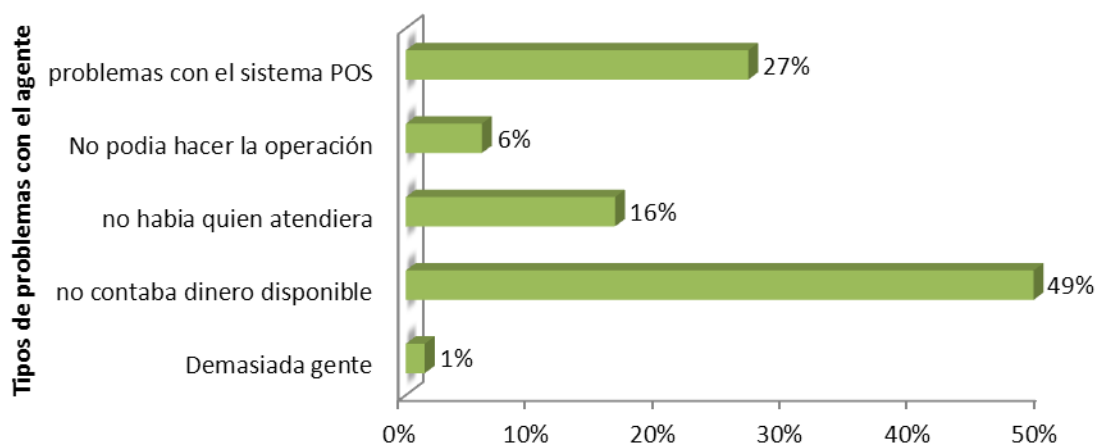


Gráfico N° 6. Usuarios de agentes bancarios según el tipo de problema

Ante esto, podemos afirmar que ante un menor tiempo de espera aumenta la percepción de satisfacción por parte de los usuarios de los agentes BCP e Interbank. Por el contrario un excesivo tiempo de espera disminuyen esta percepción y en muchas ocasiones ellos prefieren acudir a otros establecimientos. En el gráfico 4.6, se puede apreciar que el 18% de usuarios afirman que se presentaron problemas con un agente bancario. Estos problemas del servicio al usuario se pueden observar en el gráfico 4.7.

De todas las personas (368 encuestas) solo un 27% han presentado algún problema, es decir, que el 27% representa el 100% para la elaboración del gráfico. Es así que el 49% de problemas se dieron por que el agente no

contaba con dinero disponible para realizar un retiro de dinero. De lo cual se puede afirmar que para este tipo de operaciones un agente bancario da dinero a los usuarios de las ventas que genera su negocio, y luego el banco automáticamente deposita a la cuenta del dueño del negocio la cantidad retirada. Este proceso implica que el agente bancario como empresa haya realizado ventas o tenga ingresos de acuerdo a las cantidades solicitadas por los clientes. El problema se genera cuando esto no ocurre, por eso cuando el cliente se acerca a retirar dinero el agente no puede proceder con la operación. También se puede afirmar que este tipo de problemas solo se presentan a clientes de los bancos, ya que es una operación que solo ellos pueden realizar por contar con tarjeta de crédito BCP o Interbank y tener dinero en sus respectivas cuentas. Todo este fallo genera insatisfacción, y según Andrés (s. f) estos fallos provocan en los usuarios sentimiento negativos, y cuando se producen el usuario espera una respuesta rápida y eficaz y la más pronta reposición del servicio.

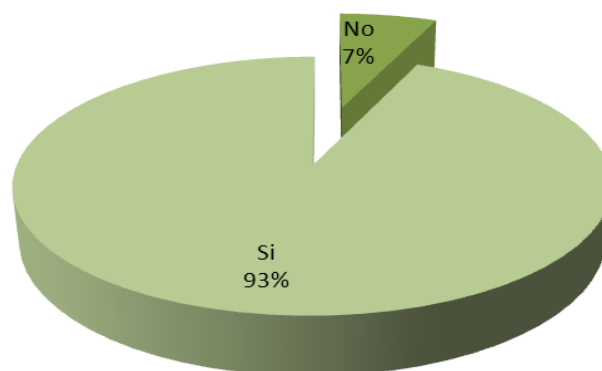


Gráfico N° 8. A los usuarios de los agentes les gustaría la atención los días domingos

A la mayoría de los usuarios de agentes bancarios sí les gustaría que atendieran los domingos, debido que es más factible poder encontrar agentes en cualquier momento sin importar el día. Un 7% respondieron que no les gustaría. Al respecto, hoy en día es importante diferenciarse de la competencia y dar los mejores servicios y facilidades en la atención al

usuario, y una de las maneras de lograrlo es invertir en una buena atención. Ampliar la atención que se ofrece los domingos, es un reto importante, ya que cubriría una necesidad de los usuarios que acuden día a día a los agentes Bancarios.

4.1.3. Motivación

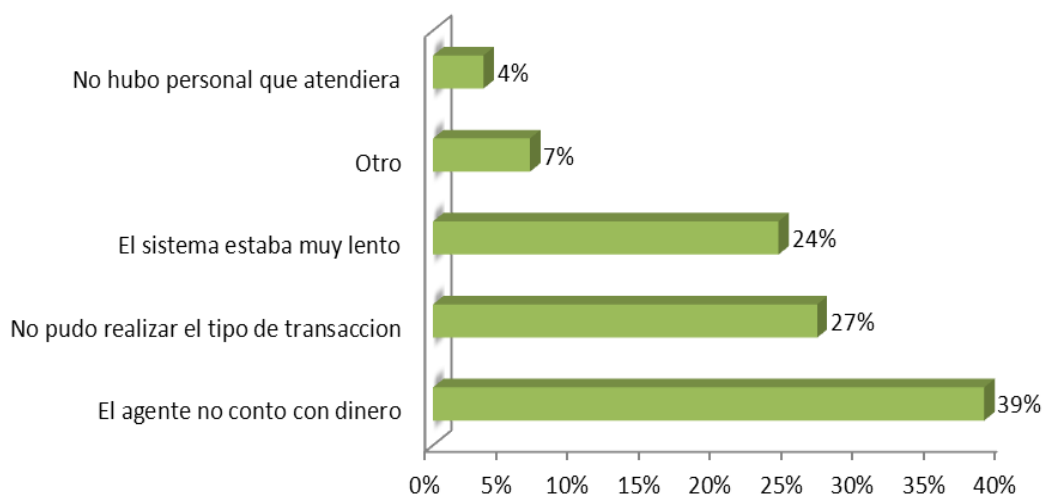


Gráfico N° 9. Usuarios de los agentes según el motivo por el cual dejo de realizar alguna operación

El 39% de encuestados dejaron de realizar operaciones porque el agente bancario no contaba con dinero. Esto se debe a la falta de liquidez para responder a las operaciones en el resto del día; seguido de un 27% de encuestados que dejaron de realizar transacciones de dinero.

A través de los agente bancario los clientes pueden llevar a cabo multitud de operaciones. Sin embargo, en ocasione, pese a que la operación se haya realizado de forma satisfactoria, puede que el agente no tenga liquidez. Por lo tanto, la falta de descarga de los agente bancario genera malestar y descontento en los usuarios, los cuales confiados de poder retirar dinero, se dan con la sorpresa de que muchas veces no hay liquidez.

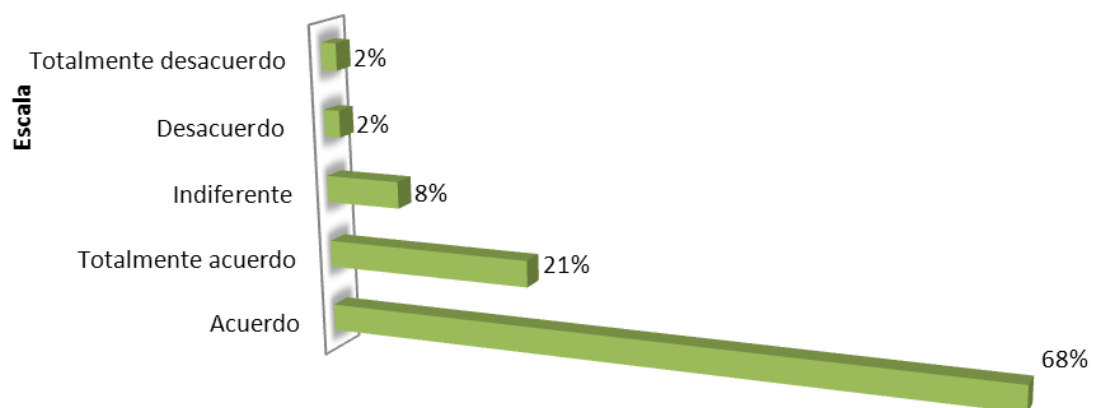


Gráfico N° 10. Escala de motivación de los usuarios de agentes bancarios según el ahorro de tiempo

El 89% de usuarios está “totalmente de acuerdo” y “de acuerdo”, que el motivo por el cual acuden a un agente bancario es por ahorrar tiempo. Este ahorro de tiempo se da porque no existen largas colas para ser atendidos y el tiempo de espera es menor.

En referencia a este indicador y analizado por medio de encuestas a los usuarios de este servicio, podemos decir que a la mayoría de los usuarios les motiva acudir a realizar sus operaciones en agentes bancarios es que ya no hacen largas colas y pueden realizar varias operaciones como pagar sus servicios de agua, luz teléfono, universidad, colegios, centros de belleza, etc. y se animan a realizar diversas compras. Consideramos que es importante que los usuarios de agentes bancarios sientan un alto nivel de motivación al acudir a éstos. Esto se argumenta con lo afirmado por Chiavenato (2006), donde la motivación es uno de los factores internos que requiere una mayor atención. Motivo es aquello que impulsa a una persona a actuar de determinada manera. Ese impulso a actuar puede ser provocado por un estímulo externo o puede ser generado internamente en los procesos mentales del individuo. En lo que atañe a la motivación, es obvio pensar que las personas son diferentes, a pesar que los patrones de comportamiento varían, el proceso que los origina es básicamente el mismo para todas las personas. En ese sentido, existen tres premisas que hacen dinámico el comportamiento humano. El comportamiento es causado: existe una

causalidad del comportamiento, el comportamiento es motivado: en todo comportamiento; existe una finalidad; y el comportamiento está orientado hacia objetivos: en todo comportamiento existe un impulso, un deseo, una necesidad, una tendencia.

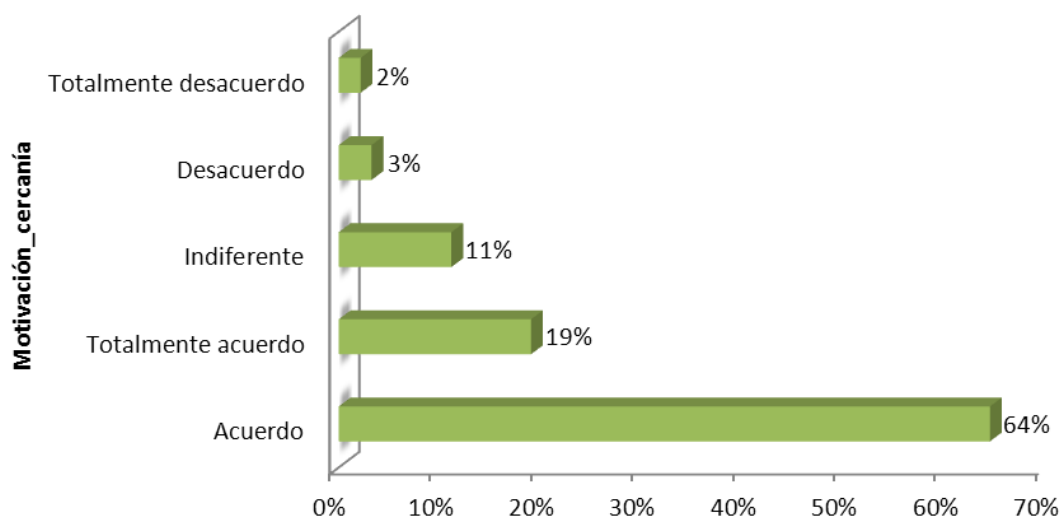


Gráfico N° 11. Escala de motivación de los usuarios de agentes bancarios según la cercanía

El 83% de usuarios está “totalmente de acuerdo” y “acuerdo” que el motivo por el cual acuden a un agente bancario es la cercanía, es decir que el usuario encuentra un agente BCP e INTERBANK con mayor accesibilidad; seguido de un 11% de usuarios que muestran indiferencia ante esta motivación. Encontrar un agente bancario en su localidad o muy cerca de ella genera ventajas a los usuarios. Dentro de ellas, la más importante es el ahorro de tiempo. Es por eso, que en la actualidad ambos agentes bancarios BCP e Interbank, se han preocupado por aumentar el número de agentes bancarios, brindándoles más facilidades a los usuarios. De esta manera, esto constituye una motivación más para poder seguir siendo usuario de los agentes bancarios.

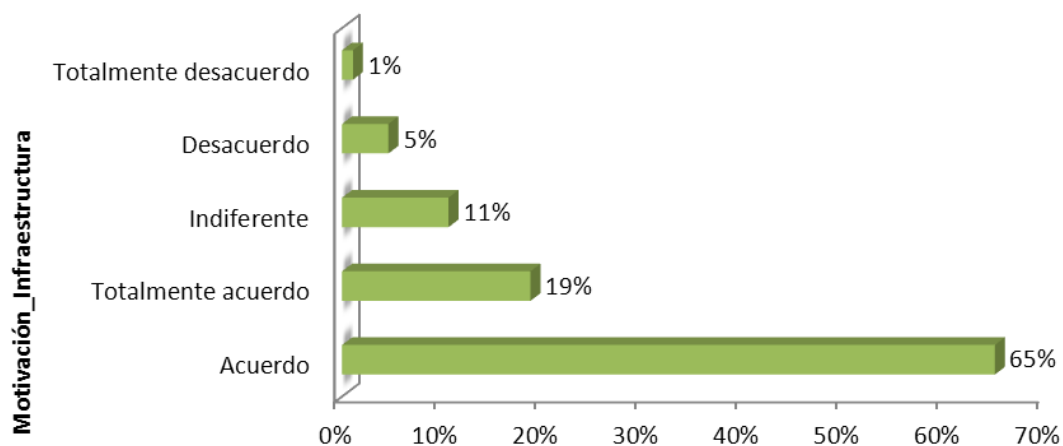


Gráfico N° 12. Escala de motivación de los usuarios de agentes bancarios según la infraestructura

El 84% de usuarios está “totalmente de acuerdo” y “acuerdo” que el motivo por el cual acuden a un agente bancario es por la infraestructura que poseen, debido a que presentan los medios necesarios para poder atender a los usuarios con normalidad, sin tener en cuenta el espacio con el cual cuentan.

Una infraestructura amplia y eficiente es fundamental para garantizar el funcionamiento eficaz de los agentes bancarios. Asimismo, la existencia de una infraestructura adecuada, moderna y de calidad, muestra la fortaleza de cualquier empresa o entidad; en este caso de los agentes bancarios BCP e Interbank, los cuales deben propiciar que la infraestructura sea una motivación para los usuarios.

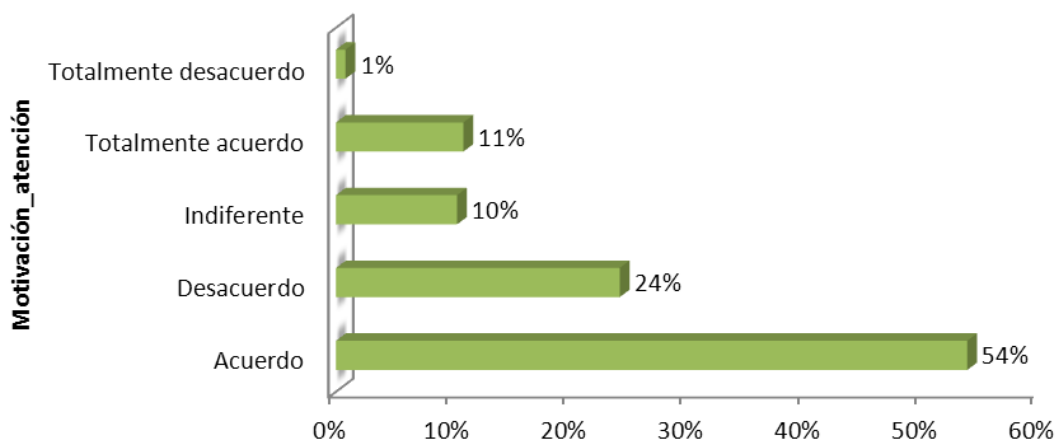


Gráfico N° 13. Escala de motivación de los usuarios de agentes bancarios según la atención

La mayor parte (54%) de los usuarios de los agentes bancarios están de acuerdo que el motivo por el cual acuden es la atención brindada, esto indica que son atendidos con amabilidad. Sin embargo existe un 24% de usuarios que se encuentran en desacuerdo, lo cual indica que han sido mal atendidos.

Al respecto, se sabe que el mayor porcentaje de pérdida de clientes en las empresas es por haber recibido una mala atención o por indiferencia. Solo es necesario causar una vez esta sensación en el cliente para que se aleje para siempre. Un cliente perdonará un error si se le atiende correctamente y se soluciona de forma eficaz pero es muy difícil que olvide una atención poco profesional y mucho menos, si se siente que se le ha tratado mal.

Es muy importante, por tanto, disponer de personal adecuado para atender a sus clientes que acuden a diario a los agentes bancarios BCP e Interbank, ya que esto garantizará su satisfacción y aumentará su confianza en la empresa.

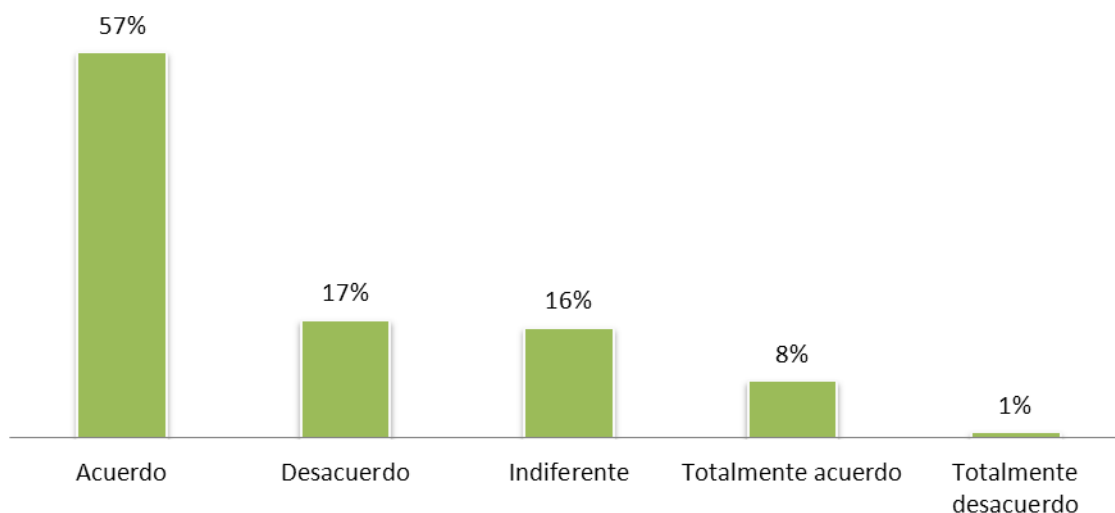


Gráfico N° 14. Escala de motivación de los usuarios de agentes bancarios según la seguridad

La seguridad para un usuario de agente es un factor que influye en acudir a este o no. El 57% de los usuarios están de acuerdo con la seguridad bancaria, es decir, para los usuarios es factible y seguro de realizar operaciones sin fraudes pero también existe un 17% de usuarios que se encuentra en desacuerdo con esta motivación.

Al respecto, podemos decir que la seguridad que brindan los agentes bancarios es un factor muy importante para poder conseguir que los clientes continúen haciendo sus operaciones, sin tener que peligrar su dinero. Sabido es que en estos tiempos muchos peligros de fraude se producen y es necesario tomar las precauciones del caso, antes de elegir donde depositar el dinero.

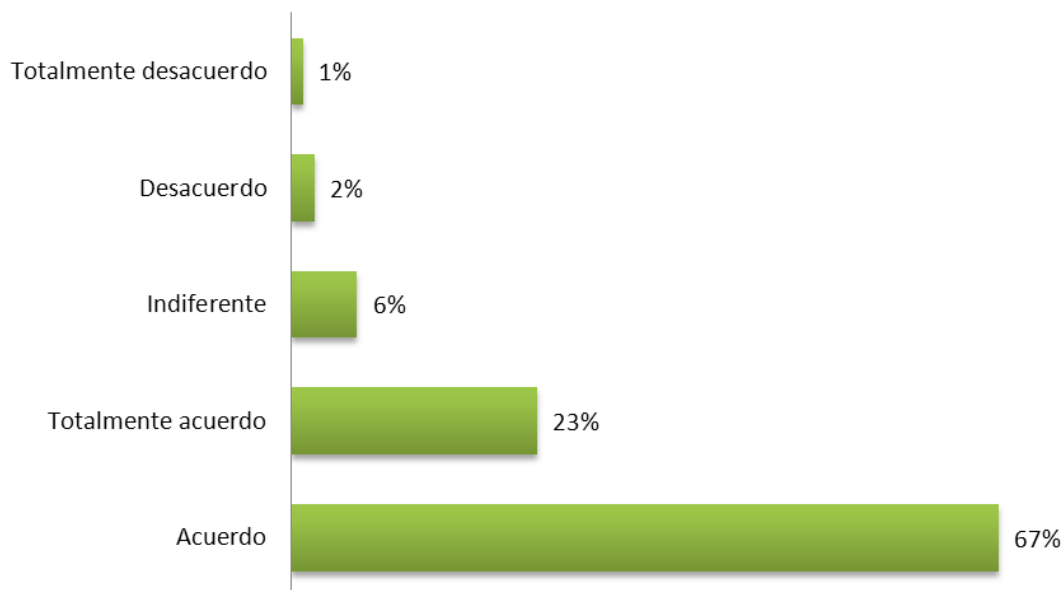


Gráfico N° 15. Escala de motivación de los usuarios de agentes bancarios según operaciones en un mismo lugar

El 90% de los usuarios está totalmente de acuerdo y acuerdo que el motivo por el cual acuden a un agente bancario es poder realizar varias operaciones en el mismo lugar. Por lo consiguiente, el usuario cuando acude a un agente retira dinero, paga servicios, consulta su saldo, entre otras operaciones.

Podemos concluir que el “nivel de motivo de los usuarios por el cual acuden a un agente bancario” se encuentra en un nivel alto.

4.1.4. Percepción

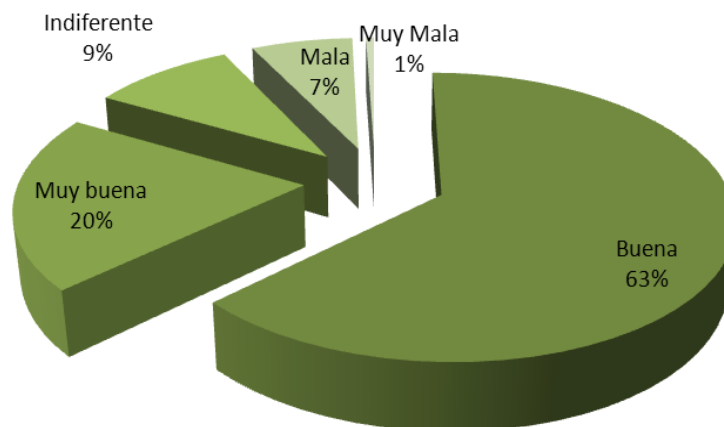


Gráfico N° 16. Percepción de los usuarios de agentes bancarios según el ahorro de tiempo

El 83% de usuarios de agentes BCP e INTERBANK perciben como bueno y muy bueno el ahorro de tiempo al utilizar un agente bancario lo cual le permite hacer operaciones de diferentes empresas evitando estar trasladándose de un lugar a otro.

Es cierto que cuando hablamos de ahorrar tiempo nos referimos a que tardamos menos tiempo en realizar una actividad y ahora tenemos una cantidad de tiempo que no disponíamos antes para realizar otra. Es por eso que los usuarios perciben que el ahorro de tiempo utilizado en un agente bancario es importante, debido a que les permitiría realizar otro tipo de actividades dentro o fuera del agente bancario.

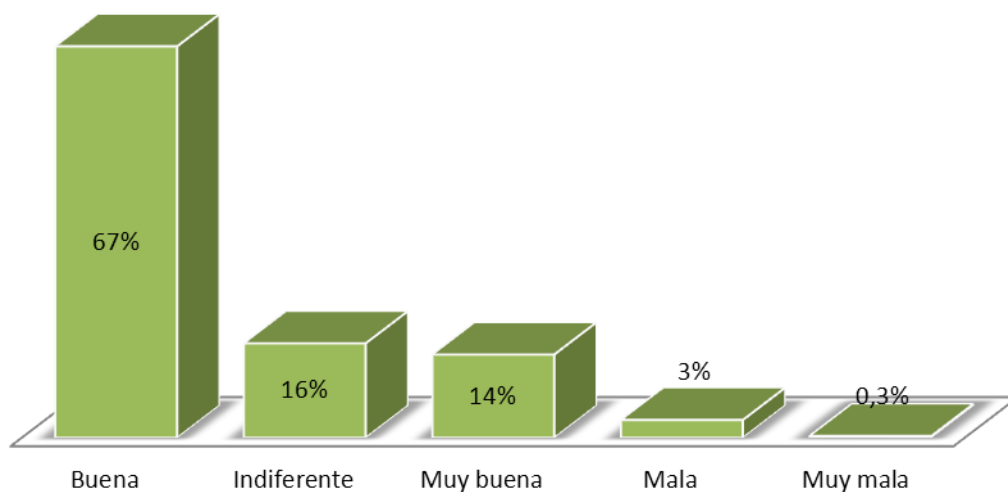


Gráfico N° 17. Percepción de los usuarios de agentes bancarios según su cercanía

El 67% de los usuarios de agente bancarios perciben que es buena una cercanía y pueden acudir a ellos de manera rápida, pero existe un 16% de usuarios encuestados que se muestran indiferentes, lo que implica que le es irrelevante la ubicación de los agentes.

La percepción que tienen los usuarios de agentes bancarios según la cercanía, es importante, ya que les permitirán realizar sus operaciones con mayor prontitud y seguridad. Esto conlleva a que los usuarios utilicen los agentes bancarios con más frecuencia, por el hecho de encontrarse cerca a su domicilio.

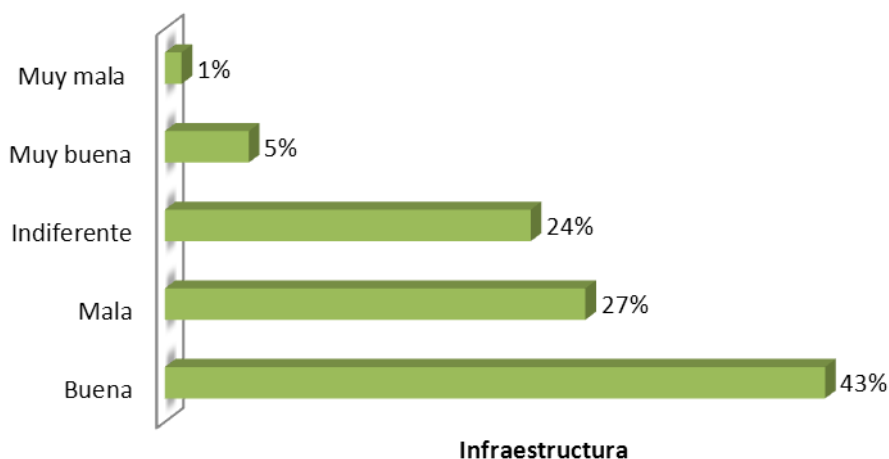


Gráfico N° 18. Percepción de los usuarios de agentes bancarios según la infraestructura

La infraestructura de un agente implica todo lo necesario para el funcionamiento del mismo, es así que un 43% de usuarios considera que los agentes cuentan con una buena infraestructura, asimismo podemos apreciar que el 27% piensa que los agentes bancarios cuentan con una mala infraestructura para su funcionamiento.

Si bien en general se percibe que existe una buena infraestructura en los agentes bancarios. Sin embargo, existe un porcentaje que está descontento con la infraestructura. Creemos, que esto debe tomarse en cuenta como un factor negativo para poder atraer a los clientes y tomar las medidas correctivas a fin de mejorar la percepción de los usuarios.

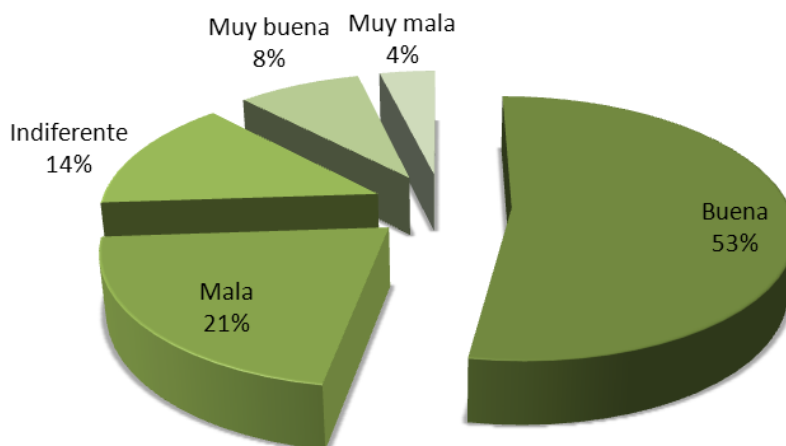


Gráfico N° 19. Percepción de los usuarios de agentes bancarios según la adecuada atención

El 53% de usuarios de agentes BCP e Interbank percibe una buena atención, lo que implica un trato adecuado del encargado del agente hacia el cliente, pero existe un 21% de usuario que califica esta atención como mala por ser inadecuada. Este indicador nos muestra y analizado por medio de encuesta a los usuarios, implica que el encargado del agente hacia el cliente se expresan con un trato adecuado, un saludo y despido a la vez, demostrando al atender a la mayoría de usuarios un agrado en la atención en sus operaciones. Consideramos que la percepción que tienen los usuarios es de real importancia porque son ellos quienes recomendarían al volver utilizar sus servicios, si estos agentes bancarios atienden de forma incorrecta pues ya no regresarían. Esto se sustenta, pues según Verderber y Verderber (2009), nos dice que “la percepción es el proceso de atender selectivamente la información y asignarle significado. En otras ocasiones, nuestras percepciones son muy distintas a la de los demás. Lo que una persona ve, escucha e interpreta es real y se considera verdadero para ella. Otra persona que puede ver, escuchar o interpretar algo completamente diferente a partir de la misma situación considerará que esta percepción distinta también es real y verdadera”. Por otro lado existe un 21% de usuario que califica esta atención como mala por ser inadecuada, podría ser que sus operaciones son

realmente fuertes y no son posibles de realizar causando un descontento en éstos usuarios.

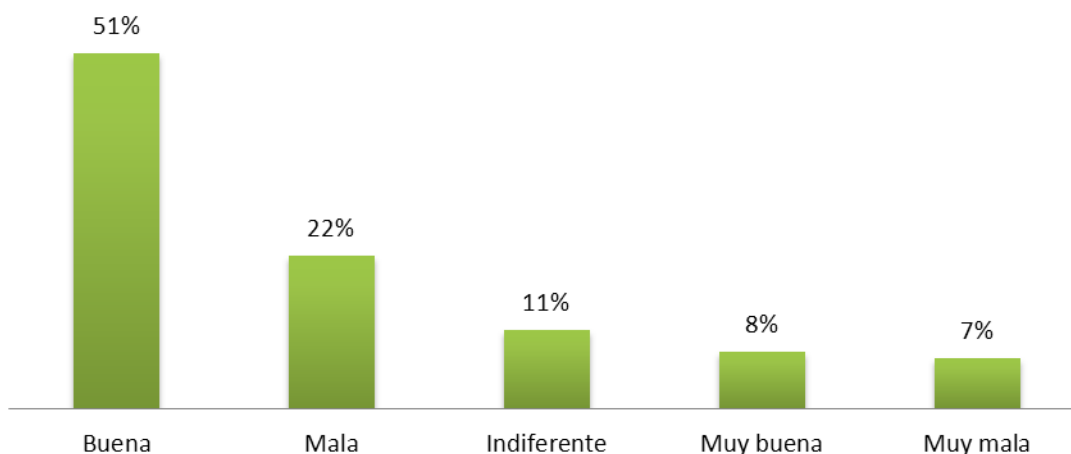


Gráfico Nº 20. Percepción de los usuarios de agentes bancarios según el servicio

El servicio que ofrece un agente bancario es el poder de realizar las operaciones que el usuario necesite en el momento adecuado, es así que la mayor parte de usuarios (59%) percibe a este servicio como muy bueno y bueno, sin embargo existe un 22% de usuarios que califica este servicio como malo por los diversos problemas que le han presentado.

Podemos concluir que el “nivel que perciben los usuarios de los agentes bancarios” se encuentra en un nivel medio alto. Sin embargo, no podemos dejar de considerar a los que consideran malo el servicio brindado. Al respecto, creemos que se debería de hacer un diagnóstico más profundo, con la finalidad de poder averiguar qué factores están conllevando a pensar de esta manera a los usuarios y poder realizar los correctivos necesarios.

4.1.5. Expectativas.

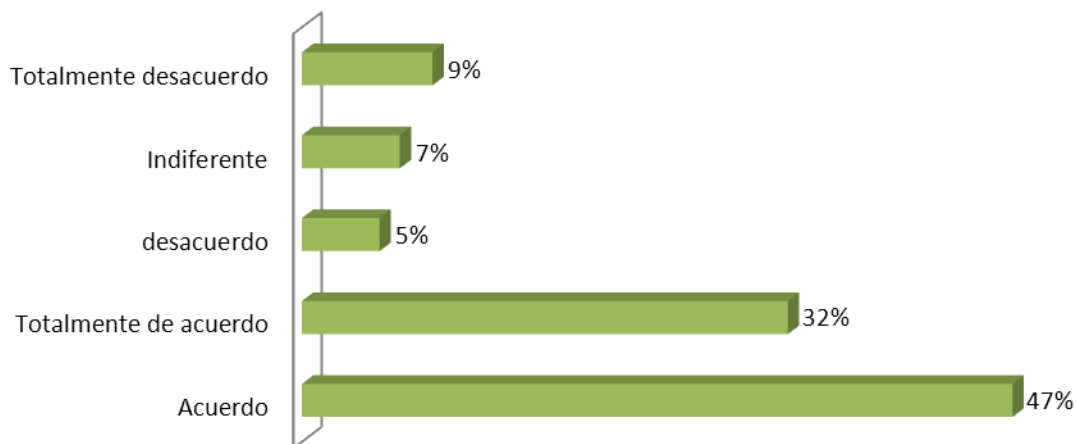


Gráfico N° 21. Escala de expectativas de los usuarios de agentes bancarios según el ahorro de tiempo

El mayor porcentaje de usuarios encuestado (79%) están totalmente de acuerdo y acuerdo esperando ahorrar tiempo al utilizar un agente BCP e Interbank. Esto implica que los usuarios se dirigen a un agente corresponsal con el fin de demorarse menos que en la oficina del banco.

Sin duda el ahorro del tiempo significa mucho para los clientes que acuden a los agentes bancarios BCP e Interbank. Por lo tanto, la alternativa que brindan estos tipos de agentes bancarios es considerada por los encuestados como favorable, por su rapidez en la atención; pues en el mundo en que nos desarrollamos el factor tiempo es muy importante en el quehacer diario de la gente.

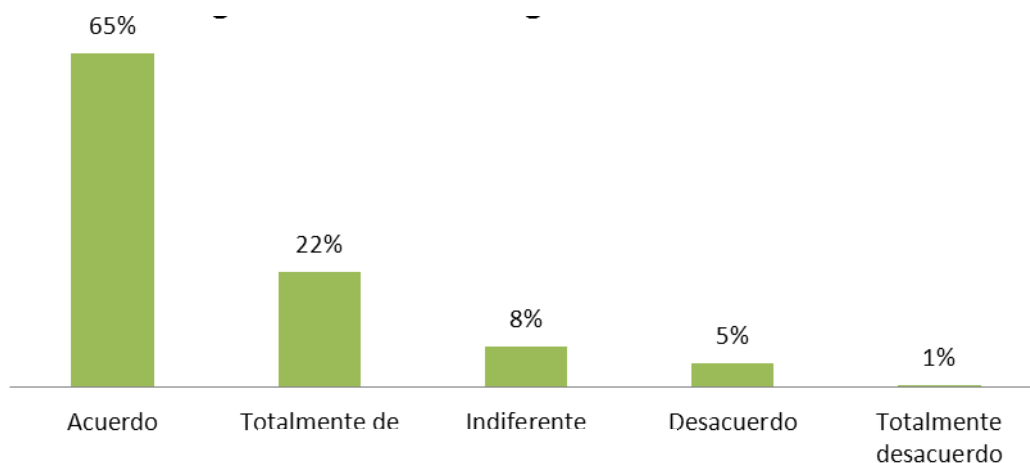


Gráfico N° 22. Escala de expectativas de los usuarios de agentes bancarios según el servicio

El 87% de usuarios de agentes bancarios esperan encontrar un servicio de calidad, lo que demuestra que este canal de distribución debe tener a cargo personas que muestren buen trato, amabilidad, disponibilidad para solucionar cualquier tipo de problemas, apto para el servicio y comprometidas a servir al usuario.

Consideramos relevante, pues según Pérez (s. f), a esta dimensión se le puede considerar como amplia gama de hechos que contribuyen a conformar las expectativas que un cliente tiene cuando solicita un servicio. Entre ellos se encuentran los siguientes: Expectativas previas con el consumidor, referencias de terceros, imagen y reputación, contactos previos, avances tecnológicos. También: Aspectos relacionados con el desempeño del personal como es la facilidad de trato, amabilidad, saber escuchar al cliente, confiabilidad, capacidad de empatía para sintonizar con las expectativas del cliente, capacidad para adaptar el lenguaje en las comunicaciones con el cliente, disponibilidad personal frente al servicio, entre otras.

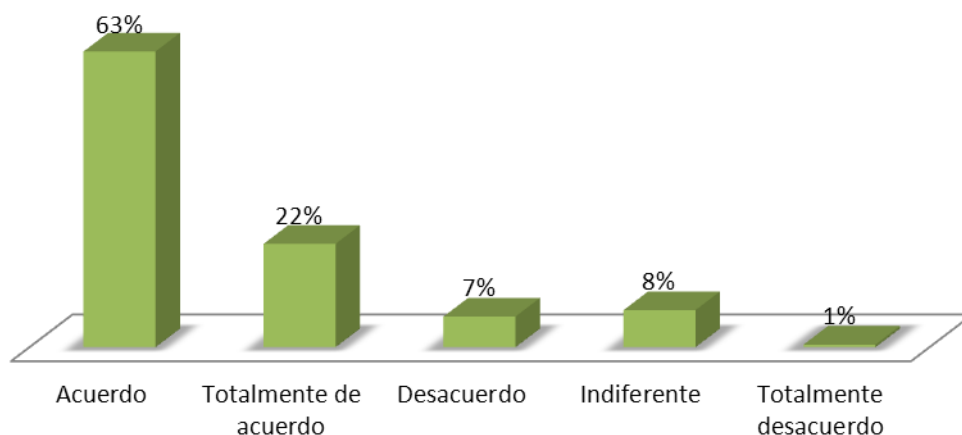


Gráfico N° 23. Escala de expectativas de los usuarios de agentes bancarios según el establecimiento amplio

El 85% de usuarios de agentes BCP e Interbank están “totalmente de acuerdo” y “de acuerdo” y se encuentran esperando ser atendidos en establecimientos amplios y cómodos, donde ellos tengan una zona de espera para ser atendidos, y adicionalmente puedan ver o leer boletines e informarse más sobre el servicio brindado.

Podemos decir que la mayoría desean tener una zona de espera para ser atendidos, y adicionalmente puedan ver o leer boletines e informarse más sobre el servicio brindado.

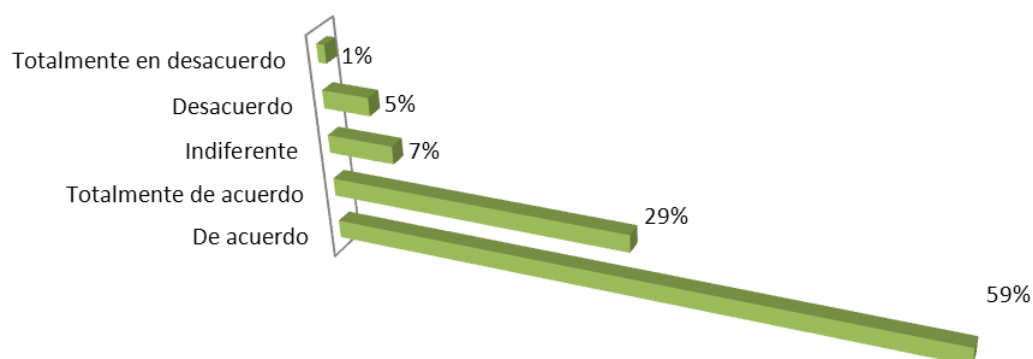


Gráfico N° 24. Escala de expectativas de los usuarios de agentes bancarios según los diversos horarios

El 88% de usuarios de agentes bancarios están “totalmente de acuerdo” y “de acuerdo” en encontrar agentes con variedad y disponibilidad de horarios, lo cual implica que el usuario quiere contar con el agente en cualquier hora y día. Siendo la diversidad de horarios una posible solución al no encontrar una oficina de banco abierta.

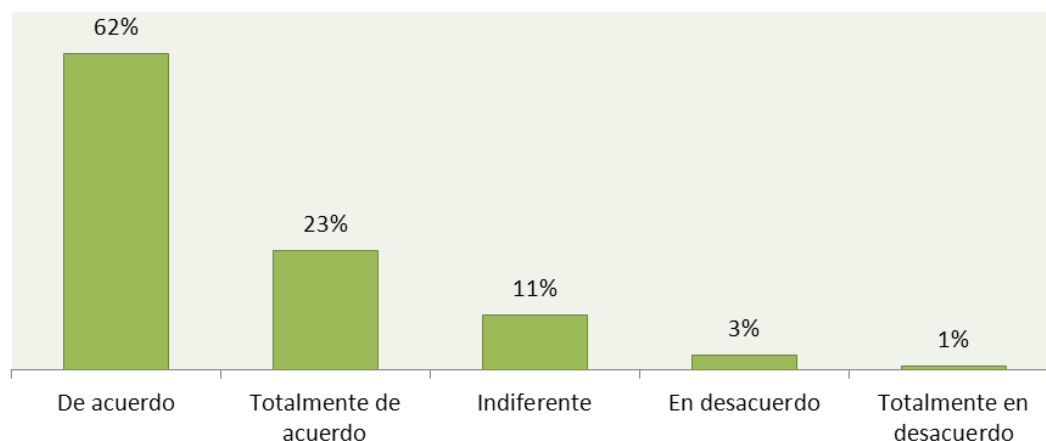


Gráfico N° 25. Escala de expectativa de los usuarios de agentes bancarios al realizar más operaciones en el mismo agente

El 85% de usuarios de agentes bancarios está “totalmente de acuerdo” y “de acuerdo” y está dispuesto a realizar cada vez más operaciones en un establecimiento, para así poder obtener más beneficios tales como, por ejemplo, poder afiliarse al banco mediante una tarjeta.

Según Pérez (s. f) el hecho de que los usuarios sientan un alto nivel de expectativas es un punto importantísimo y necesario incorporar aún más en el servicio de éstos agentes bancarios. Es por ello que para “mejorar la calidad de servicio habrá que ajustar las expectativas que el cliente tiene gestionándolas adecuadamente, aumentándolas o disminuyéndolas, o mejorar su percepción de la realidad. Un servicio será catalogado de excelente cuando sobrepasa las expectativas que el cliente necesitaba satisfacer.

Podemos concluir que el “nivel de expectativas de los usuarios de agentes bancarios que esperan encontrar un servicio de calidad” se encuentra en un nivel alto.

4.1.6. Satisfacción

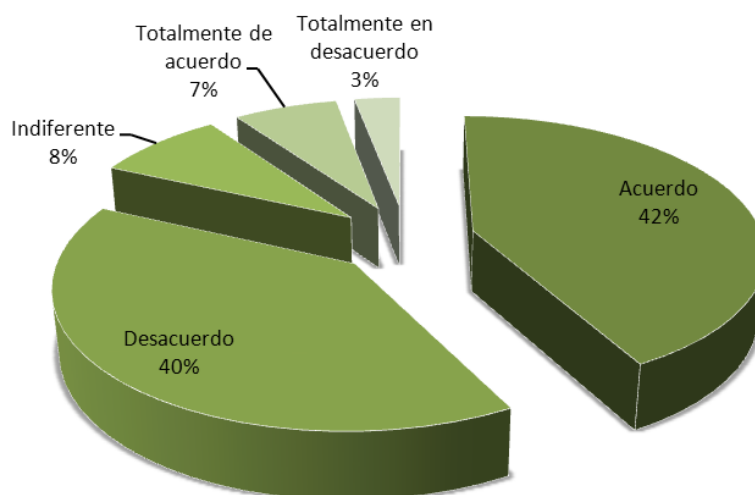


Gráfico N° 26. Escala de satisfacción de los usuarios de agentes bancarios según el servicio

El nivel de satisfacción de los usuarios de agentes bancarios con relación al servicio brindado se muestra en contraposición, debido a que un porcentaje de usuarios representado por el 42% se encuentra satisfecho. Al mismo tiempo existe un 40% que expresa estar insatisfecho. Esta contraposición se debe porque existen usuarios que tuvieron problemas y no se los han resuelto en su debido momento.

Según Vavra (2000), define la satisfacción como el proceso que experimenta el cliente por el cual percibe y evalúa una supuesta experiencia. Del mismo modo Grosso (2004), nos dice que prestar un servicio sobresaliente para hiper satisfacer a los clientes es una tarea difícil puesto que para brindar un servicio integral al cliente, se tiene que tomar en cuenta factores, como la disponibilidad al cliente cuando lo desee. Otro factor clave es la calidad durante la vida del bien o servicio que debe presentarse cero defectos. También es la imagen que cumpla con las aspiraciones de los clientes

objetivos, y que supere las expectativas de éstos. Y por último, el valor por el dinero que genere un valor para el cliente y que esté dispuesto a pagar por él.

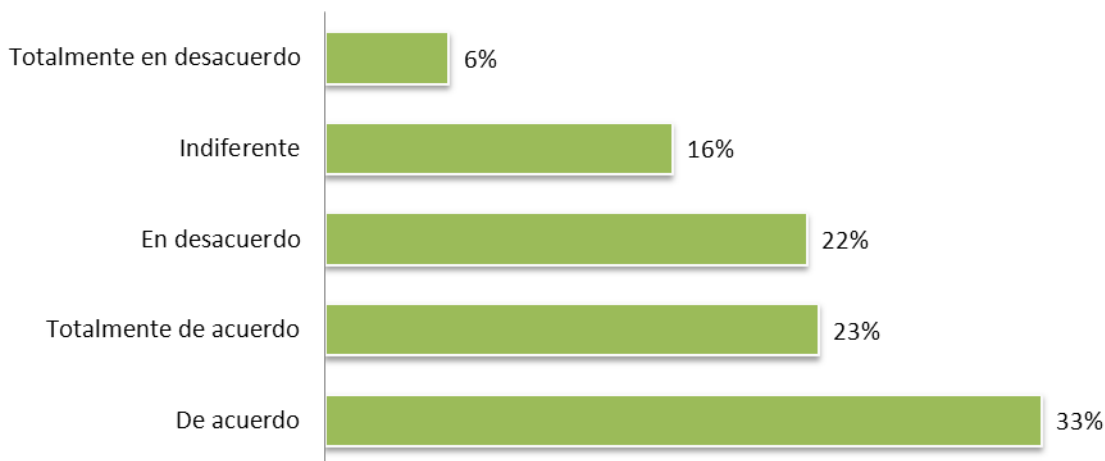


Gráfico N° 27. Escala de satisfacción de los usuarios de agentes bancarios según la buena atención

El 56% de usuarios de los agentes BCP e Interbank están satisfechos con la atención que brinda un agente bancario encontrándose “totalmente de acuerdo” y “de acuerdo”. Sin embargo, existe un 28% de usuarios que están insatisfechos manifestando estar “totalmente en y “en desacuerdo.

Al respecto, podemos decir que el grado de satisfacción de los usuarios de los agentes bancarios según la buena atención es un factor preponderante para los usuarios, puesto que de ello depende (muchas veces) que los clientes regresen a ser usuarios del servicio. Una mala atención genera incertidumbre y la posibilidad de que el cliente se aleje o ya no vuelva más a usar el servicio.

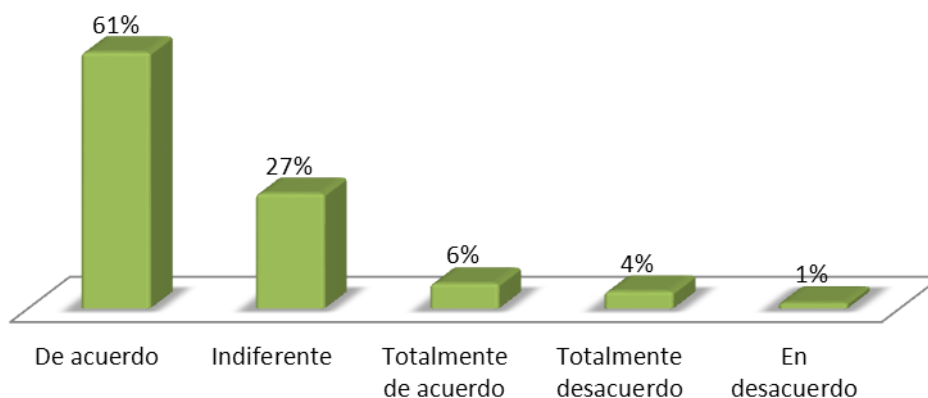


Gráfico N° 28. Escala de satisfacción de los usuarios de agentes bancarios según la comodidad del lugar

Podemos apreciar que un 61% de usuarios de agentes bancarios están de acuerdo con la comodidad del lugar en el cual realizan sus diversas operaciones. Sin embargo existe un 27% de usuarios donde la comodidad es un factor irrelevante.

Efectivamente la comodidad que puede brindar un agente bancario es muy importante, ya que los clientes lo toman en cuenta para futuras visitas a los agentes bancarios. Contrariamente, a los clientes que están de acuerdo con que los agentes bancarios brindan comodidad, no debemos dejar pasar por alto a los que han manifestado su disconformidad, ya que si se brinda un servicio con falta de comodidad, entonces los clientes tarde o temprano buscarán otras alternativas que les brinden mejores condiciones de comodidad.

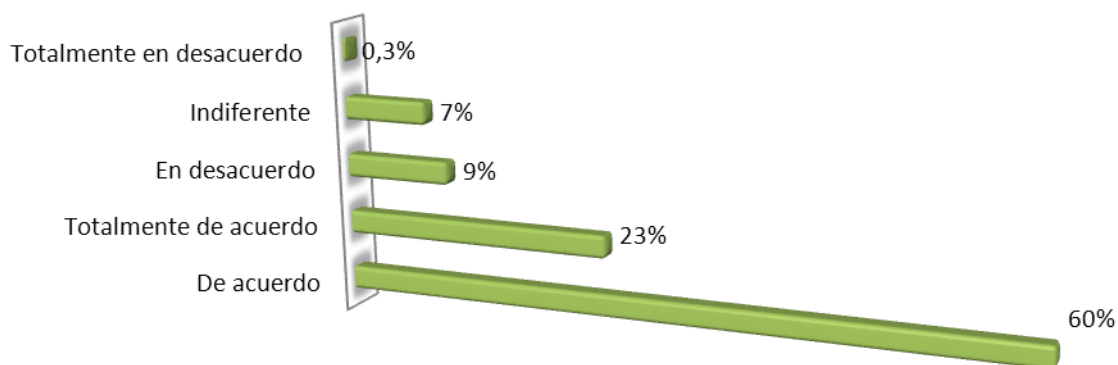


Gráfico N° 29. Escala de satisfacción de usuarios de agentes bancarios según el tiempo de ser atendidos

El 83% de encuestados están totalmente de acuerdo con la rapidez con que son atendidos. Esto nos indica que los agentes bancarios son eficientes con respecto al tiempo, lo cual conlleva a un beneficio y que se sientan satisfechos. Al respecto es importante destacar que si los agentes bancarios permiten realizar transacciones y trámites de forma rápida y segura, entonces la satisfacción de los usuarios crecerá y por ende seguirán confiando en el agente bancario que le brinda el servicio.

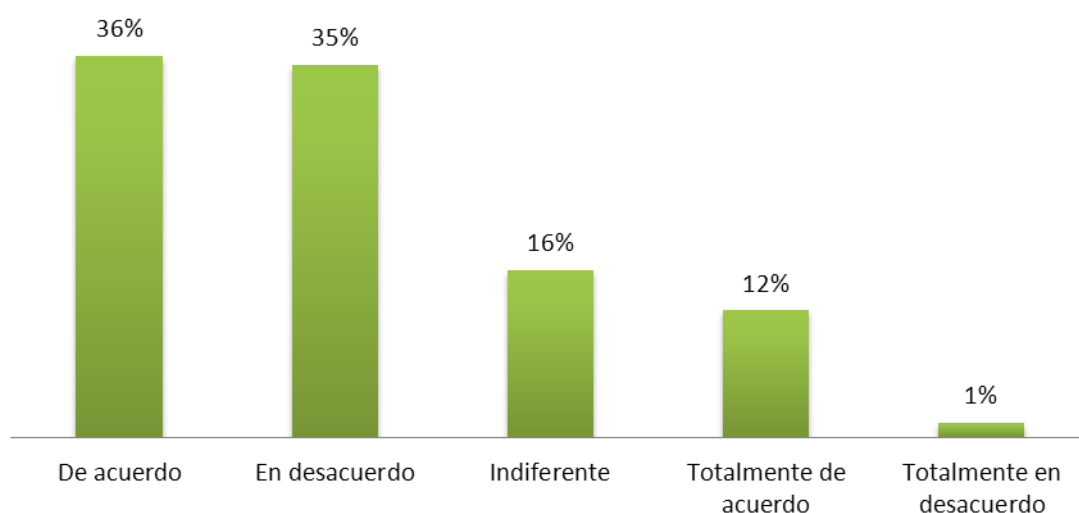


Gráfico N° 30. Escala de satisfacción de los usuarios de agentes bancarios según la seguridad del servicio

En esta gráfica podemos encontrar dos realidades distintas. Por una parte existen usuarios de agentes bancarios que se encuentran satisfechos (36%)

con la seguridad que implica la utilización de dicho canal de distribución siendo para ellos confiable. Pero también existe un 35% de usuarios que se encuentran insatisfechos con la seguridad. Esta contraposición está en relación con el rango de edad de los usuarios que acuden a este medio.

Podemos concluir que el “nivel de satisfacción de los usuarios de agentes bancarios con relación al servicio brindado”, se encuentra en un nivel de contrariedad.

4.1.7. Tablas y gráficas bidimensionales

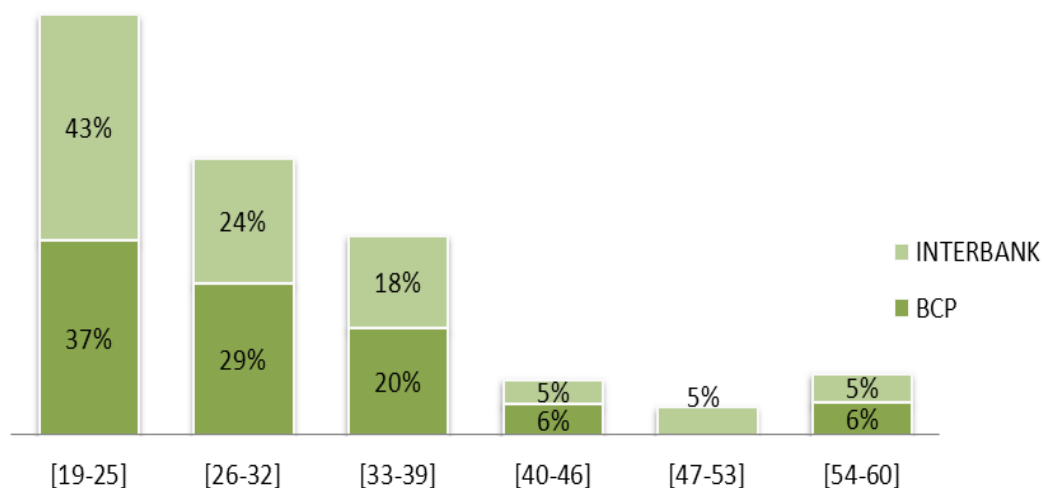


Gráfico N° 31. Rango de edades de los usuarios según los agentes bancarios

Podemos apreciar que las personas que utilizan los agentes bancarios tanto BCP e Interbank tienen entre 19 a 25 años de edad con un 37% y 43% respectivamente. Esto demuestra que las personas que utilizan estos canales de distribución bancarios son jóvenes. Pero también podemos observar en la gráfica que existe un público adulto que presentan edades desde los 33 hasta 46 años representado por el 26% y 23% para agente BCP e Interbank respectivamente.

Sin duda alguna, que la población más joven es la actualmente usa más los agentes bancarios. Esto se debe probablemente a que este grupo confía más en los servicios de los agentes bancarios a diferencia de la población con más edad. Como se puede observar, la tendencia en la preferencia va haciéndose cada vez menor en la medida en que la edad va aumentando.

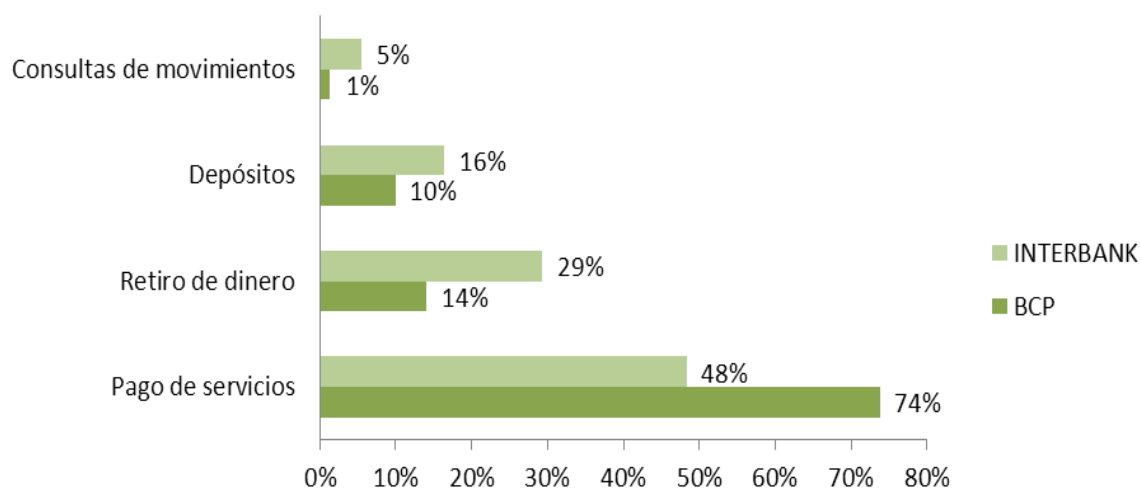


Gráfico N° 32. Operaciones que realiza con mayor frecuencia el usuario según los agentes bancarios

En el gráfico se puede apreciar que los usuarios realizan con mayor frecuencia el pago de servicios con un 74% para el BCP y un 48% para el INTERBANK. El pago de servicios implica cancelar todas aquellas facturas por consumo de servicios como teléfono, agua, luz, etc.; y la segunda operación realizada con mayor frecuencia es la de retiro de dinero con un mayor porcentaje para el INTERBANK (29%) en comparación al BCP (14%).

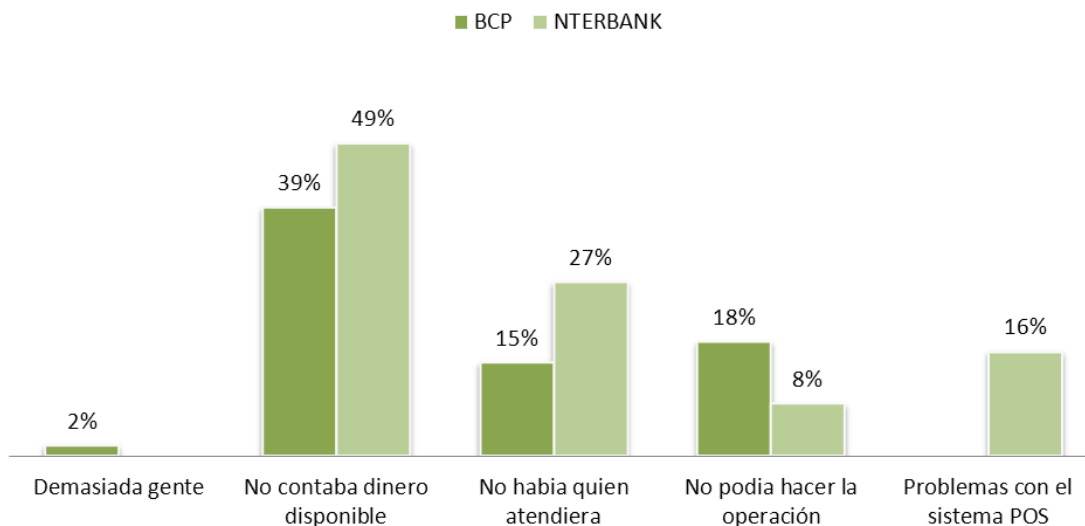


Gráfico N° 33. Tipo de problema que se presentó a los usuarios según los agentes bancarios

Para los usuarios el principal problema que se les ha presentado al acudir a ambos agentes bancarios consistía en que el agente, no contaba con dinero disponible para cubrir las operaciones, siendo un 39 % y un 49% para agente BCP y agente Interbank respectivamente. Pero un 27% de los usuarios de agente Interbank manifiestan que al acudir a realizar sus operaciones no había quien los atendiera, mientras un 18% de usuarios de agentes BCP indicó que no podían realizar la operación necesaria.

Dentro de los problemas presentados la falta de liquidez es la que con mayor frecuencia se presentó, sin embargo, también es necesario mencionar que un porcentaje, aunque no mayoritario, manifestó que en algún momento no encontraron quien los atiende. Esto llama la atención, pues la atención inmediata y eficiente es un factor fundamental que deben reflejar los agentes bancarios con la finalidad de retener o ganar más clientes.

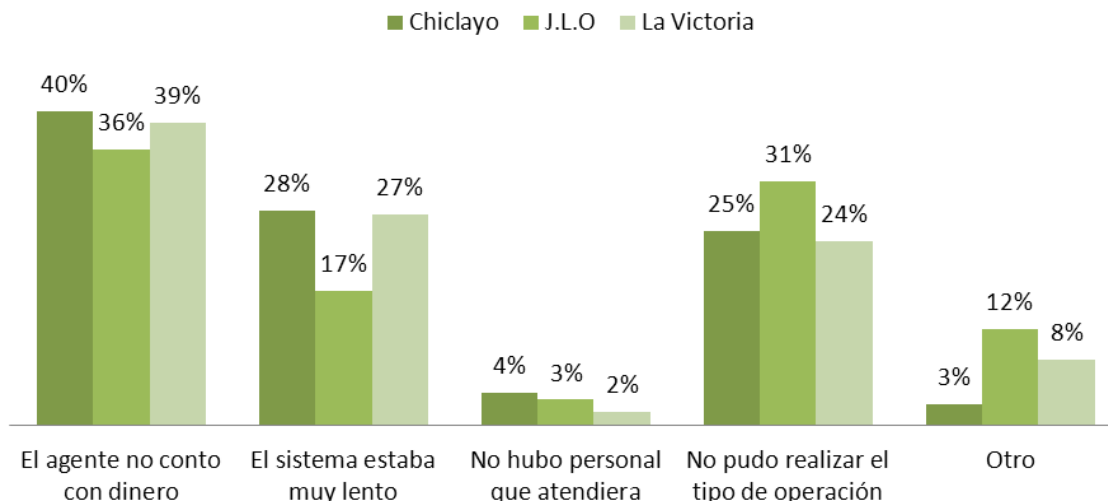


Gráfico N° 34. Motivo por el cual el usuario no realiza una operación según la zona de residencia del usuario

Siendo el mayor porcentaje con un 40%, 36%, 39% de los usuarios en los distritos de Chiclayo, José Leonardo Ortiz y La Victoria no pudieron realizar sus operaciones debido a que el agente corresponsal no contaba con dinero disponible. Esto se debe a que el agente no tiene suficiente liquidez para solventar las demás operaciones en el resto del día.

Sin embargo, en menor proporción, representando un 3% y 2% de los usuarios de los distritos de José Leonardo Ortiz y La Victoria no pudieron realizar sus operaciones debido a que no hubo el personal para que lo atendiera al realizar su pago. Esto se debe a la irresponsabilidad de la persona encargada del agente que muchas veces lo dejaba descuidado.

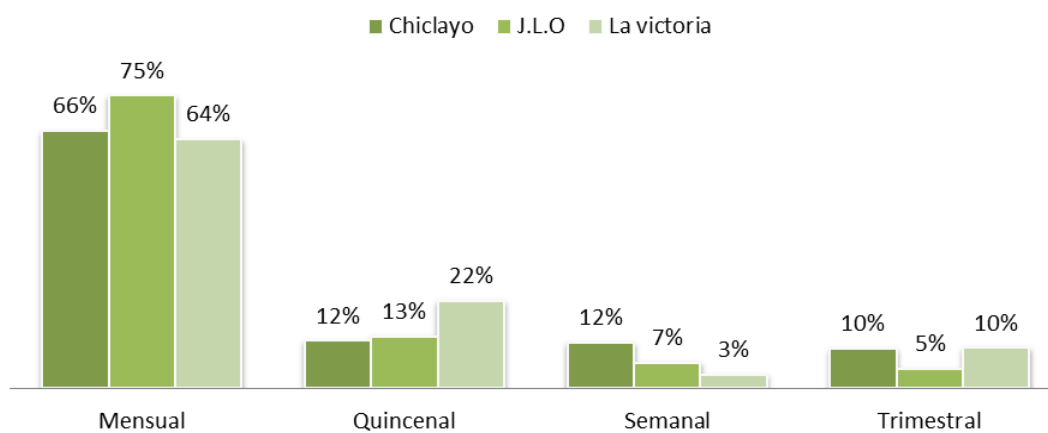


Gráfico N° 35. Frecuencia del usuario al acudir a un agente bancario según la zona de residencia

La frecuencia con la que un usuario acude a un agente bancario es mensual, tanto para las personas que residen en los distritos de Chiclayo, José Leonardo Ortiz. y La victoria, representando un 66%, 75% y 64% respectivamente. Esto nos indica que el servicio que brinda un agente bancario permite a los usuarios realizar sus diversas operaciones en cada oportunidad necesaria.

Escala de motivación de los usuarios respecto a la atención según los agentes bancarios

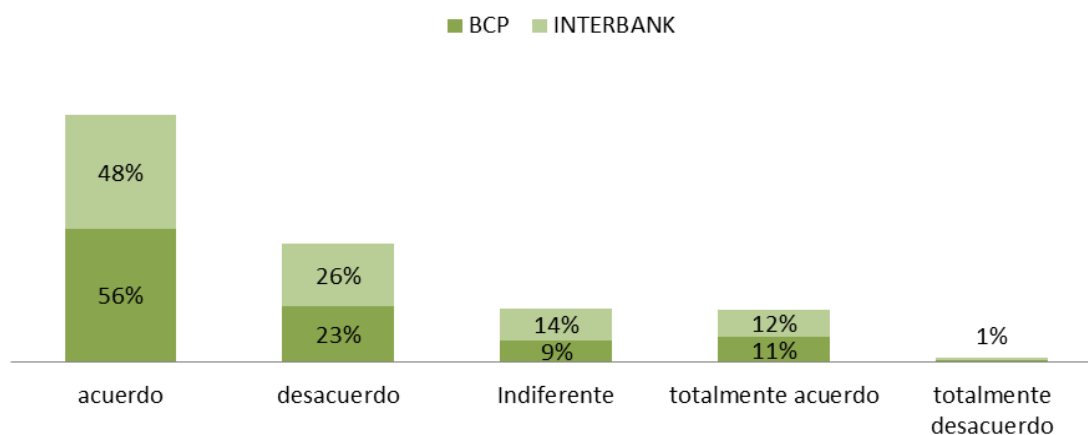


Gráfico N° 36. Escala de motivación de los usuarios respecto a la atención según los agentes bancarios

El 56% de usuarios de agentes BCP y el 48% de usuarios de agentes Interbank están de acuerdo que el motivo por el cual acuden, es la atención brindada. Sin duda les dan buen trato, además de un saludo cordial, resolviéndoles sus dudas e inconvenientes.

Así como también, en menor proporción de usuarios tanto agentes BCP como agentes Interbank, representado el 26% y 23%, indican que están en desacuerdo. Sobre estos resultados hay que tomar en cuenta los usuarios que manifestaron no estar de acuerdo con respecto a la atención recibida. Esto puede generar que en algún momento el usuario deje de ir al agente bancario por encontrarse descontento y consecuentemente convertirse en un mal precedente para otros usuarios.

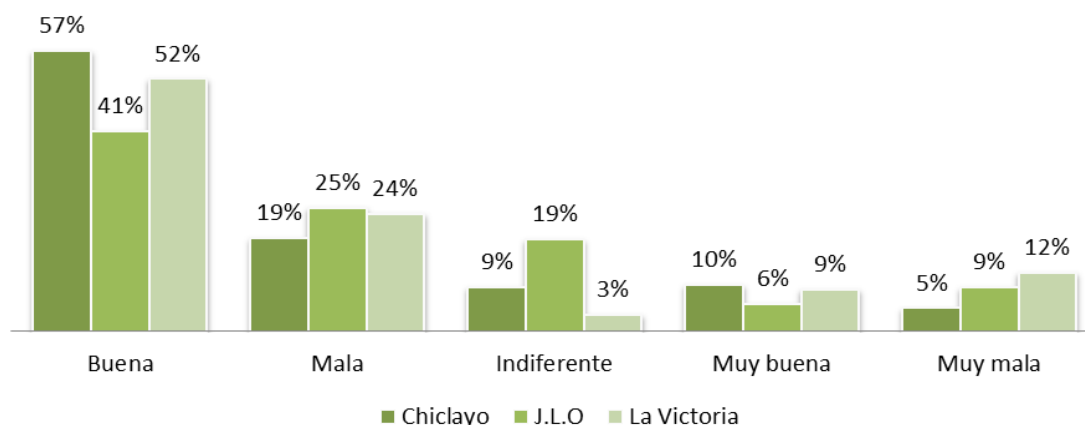


Gráfico N° 37. Percepciones del usuario en el servicio según en las zonas de residencia

De toda la proporción de usuarios de agentes bancarios el mayor porcentaje (el 57%, 41% y 52%), se encuentran ubicados en los distritos de Chiclayo, José Leonardo Ortiz y La Victoria, los que respectivamente perciben este servicio como “bueno”, existiendo un contacto de cara a cara, donde sus consulta y los reclamos son solucionados.

El hecho que el mayor porcentaje de usuarios de agentes bancarios se encuentren ubicados en el distrito de Chiclayo, es debido a que la población es más grande con respecto a los demás distritos. Según el INEI la población estimada al 30 de junio del 2014 de la ciudad de Chiclayo es de 289,956, José Leonardo Ortiz 190,388 y La Victoria 89499 habitantes. Consecuentemente al existir mayor porcentaje de población, los requerimientos de los agentes bancarios son mayores.

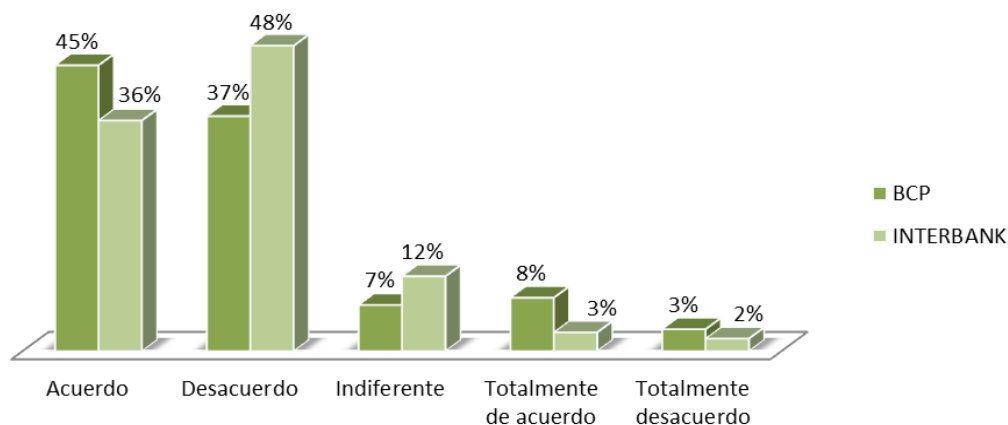


Gráfico N° 38. Escala de satisfacción de los usuarios con respecto al servicio según los agentes bancarios

La mayor proporción de usuarios de agentes BCP representada por un 45%, manifestaron que están de acuerdo con satisfacción, respecto al servicio. Por otra parte, en el gráfico podemos apreciar que un 48% que también corresponde al BCP manifiestan estar de manera insatisfecha.

Llama la atención que existe un porcentaje relativamente significativo que ha expresado estar en desacuerdo con respecto al servicio que ofrece específicamente el BCP, esto debido a que posiblemente no se les brindó la atención debida a sus requerimientos o porque existen algunos factores aún no determinados que pudieran estar afectando el grado de satisfacción de los usuarios.

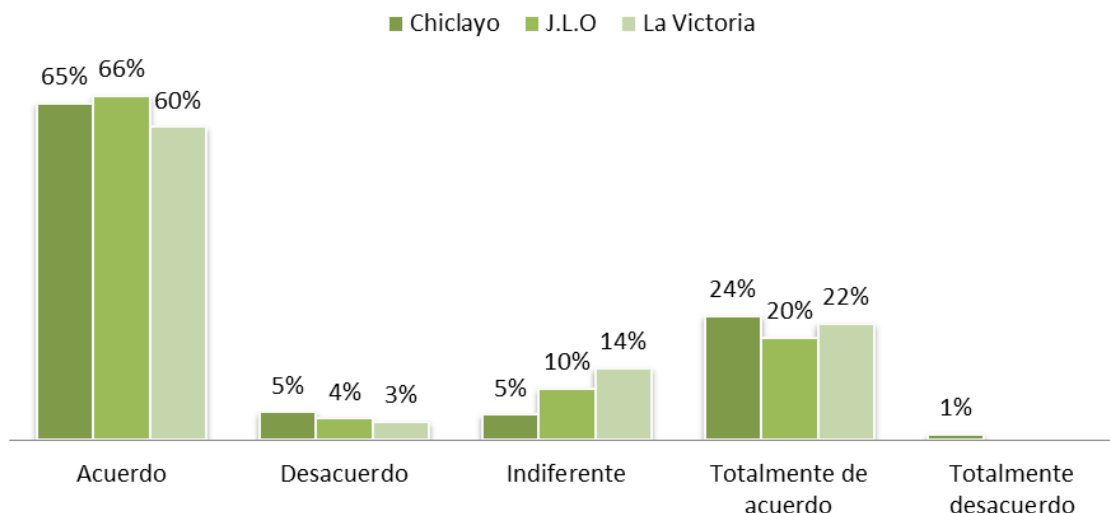


Gráfico N° 39. Escala de expectativas en el servicio de calidad de los usuarios según en las zonas de residencia

De toda la proporción de usuarios de agentes bancarios, la mayoría, siendo el 65%,66% y 60% ubicados en los distritos de Chiclayo, José Leonardo Ortiz y La Victoria, respectivamente, esperan encontrar un servicio de calidad estando “de acuerdo”.

Sin duda que los clientes son cada vez más exigentes, ya que constantemente buscan de una atención de calidad, que se refleja en una buena atención, un ambiente agradable, una rápida y eficiente atención, un trato personalizado, etc. Todo esto se tiene que ver reflejado en los agentes bancarios para una mejor aceptación de los usuarios.

4.2. Agentes BCP e Interbank

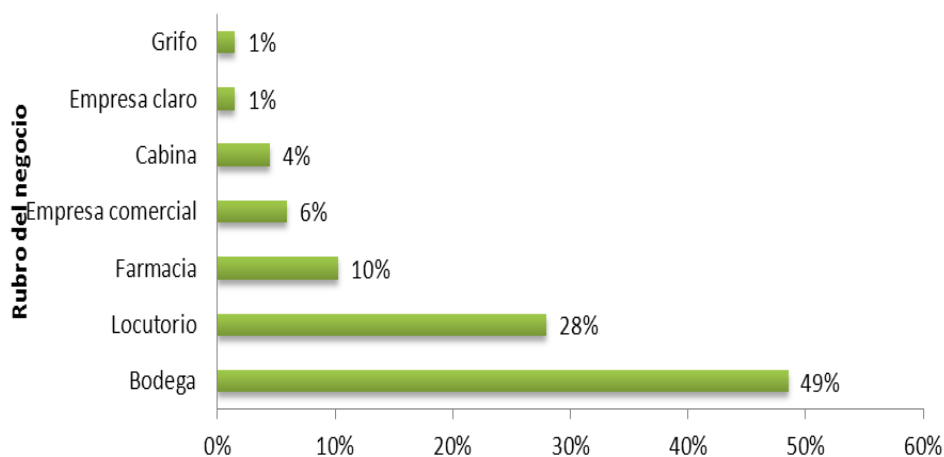


Gráfico N° 40. Rubro de negocio de los agentes BCP

El 49% de agentes BCP tienen como rubro de negocio bodegas. Así mismo, un 28% en locutorios, seguido de un 1% en grifos y del mismo modo en empresas Claro.

La preferencia acerca del rubro del negocio de los agentes BCP por las bodegas, creemos que se debe a que son las de más fácil acceso y son las que más abundan en una localidad.

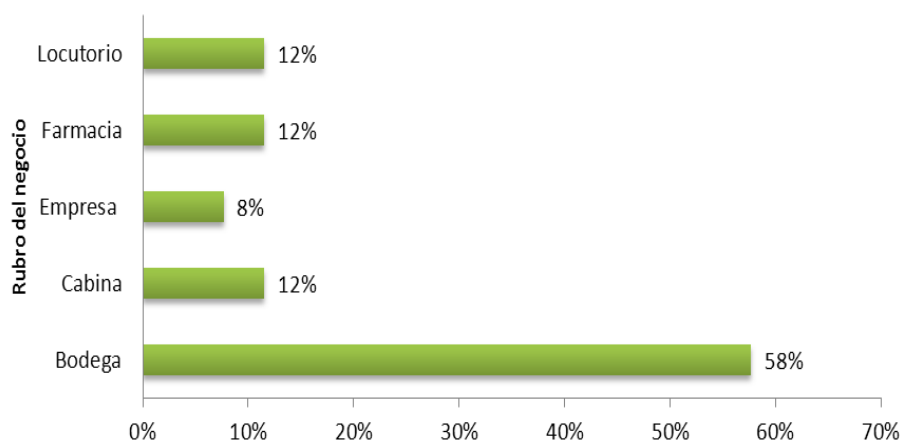


Gráfico N° 41. Rubro del negocio de los agentes Interbank

Podemos apreciar en la gráfica que el rubro de negocio donde más podemos encontrar Agentes Interbank son las Bodegas con un 58% seguido del locutorio representado por un 12%. Esto nos quiere decir que las bodegas son un punto de ubicación estratégico que se encuentra más cerca al usuario.

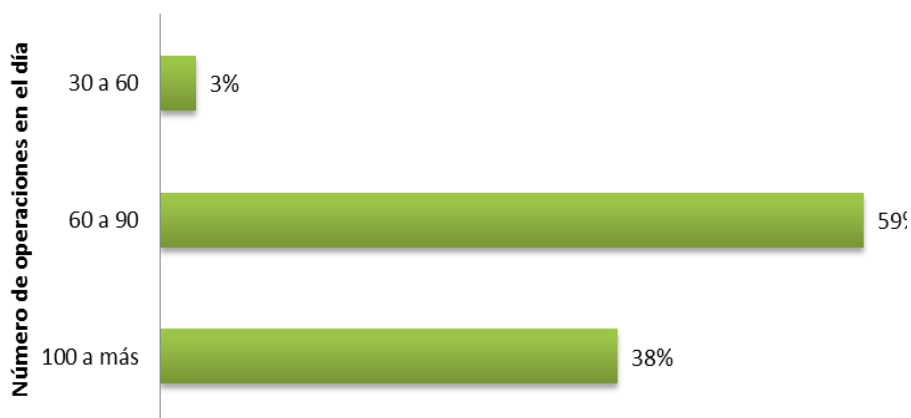


Gráfico N° 42. Número de operaciones que aproximadamente realiza al mes un agente BCP

El número de operaciones que realiza un agente BCP representa el monto que van a ganar. Es decir, que reciben un porcentaje por operación realizada. Como es lógico, a más operaciones más ganancias. Es así que el 59% de agentes BCP realizan entre 60 a 90 operaciones diarias, seguido de un 38% de agentes BCP que realizan de 100 a más operaciones diarias.

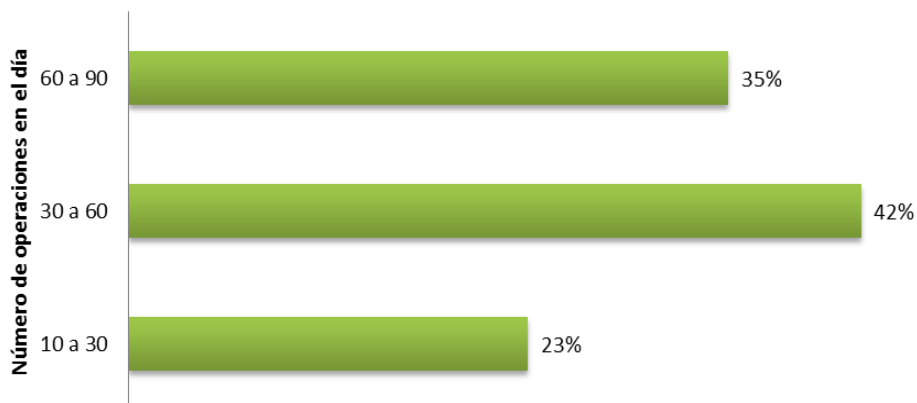


Gráfico N° 43. Número de operaciones que aproximadamente realiza al mes una agente Interbank

El 42% de agentes bancarios realizan entre 30 a 60 operaciones diarias; mientras un 35% realiza de 60 a 90 operaciones diarias. Esto nos indica, que un agente Interbank es un canal de distribución que es utilizada con frecuencia.

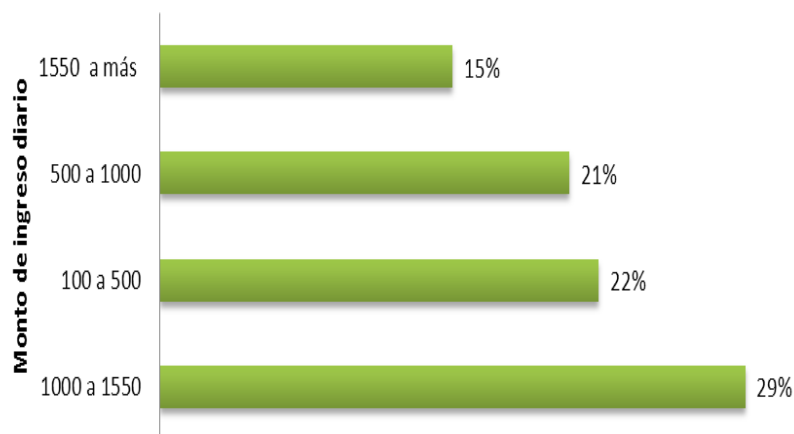


Gráfico N° 44. Monto de ingreso mensual que tiene un agente BCP

El 29% de agentes BCP tienen como monto de ingresos mensuales entre 1000 a 1550 soles a más; seguido de un 22% y 21% presenta ingresos desde 100 a 1000 soles. Por lo tanto, esto nos indica que los agentes BCP tienen gran solvencia.

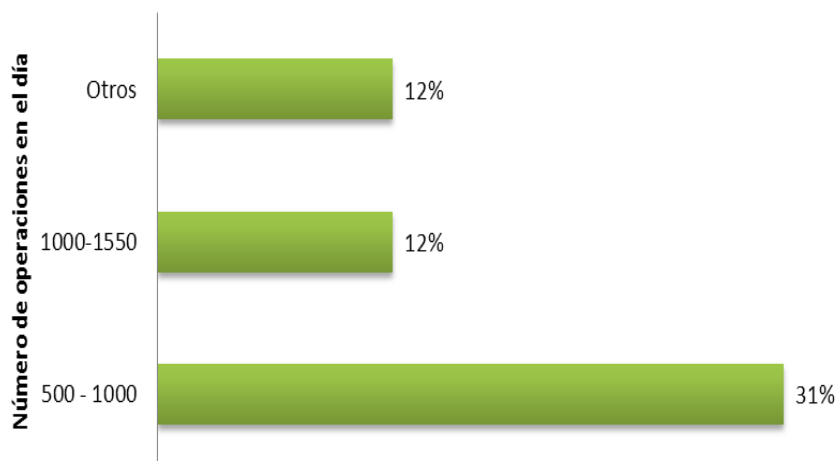


Gráfico N° 4. 45. Monto de ingreso mensual que tiene un agente Interbank

El 12% de agentes Interbank tiene como monto de ingreso mensualmente desde 1000 soles hasta 1550 soles y un 31% presenta ingresos desde 500 soles hasta 1000 soles. El monto de ingreso de una empresa que es agente Interbank es de suma importancia porque es con ese ingreso monetario con el que va a contar para realizar las operaciones de Agente.

En referencia a estos indicadores esto se confirma por los jefes de agentes BCP e INTERBANK en entrevista exploratorias. Agentes bancarios BCP, no les dan línea de crédito. Cada persona es responsable de su agente bancario, que debe de contar con un mínimo de capital para que realice sus operaciones. Sin embargo el monto es dependiendo de la persona cuanto de disponibilidad pueda tener. Así mismo, el rango de operación máximo es de 1, 240 operaciones y como mínimo de 465 operaciones con lo que debe de realizar un agente bancario BCP, puesto que el objetivo del agente BCP es que conforme vayan pasando los meses, debe ir creciendo en sus operaciones. No obstante, en comparación con los agente BCP, vemos que la mayoría de agentes bancarios INTERBANK cuenta con una línea de crédito. Además, para que ellos puedan acceder a esta línea han tenido que presentar una evaluación crediticia. Sin embargo, los agentes bancarios INTERBANK que no pasen esta evaluación crediticia trabajan con su propio dinero (1,000 soles), pero igual se les apertura una línea para que puedan realizar sus

transacciones. Por consiguiente el rango de operación máximo con el que cuenta un agente INTERBANK es de 700 soles y su operación mínimas es de 10 soles. Así mismo, agentes INTERBANK reciben porcentaje de ganancias de 0.30 céntimos por operación, sin importar el número de operaciones que puede realizar. Ésta última diferencia la consideramos relevante para nuestra propuesta de modelo de agentes bancarios.

A todo esto, decimos que es un porcentaje bajo de operaciones que realizan los agentes BCP e INTERBANK encontrándose en un rango mínimo de operaciones que realizan. No obstante ambos agentes bancarios pueden dar todo de sí mismos para ejecutar mucho más transacciones. Es así que según la CNBV (2010), afirma que convertir su comercio en un agente bancario tiene diversas ventajas, lo cual contribuye a que la población tenga acceso a servicios financieros con la misma confianza con la que compra productos o servicios en su negocio. En cierto modo las operaciones bancarias que se pueden realizar a través de los agentes bancarios no son: Retiros de efectivo, pago de cheques, depósitos en efectivo, pago de servicios, entre otras.

Por consiguiente, las reglas de operaciones de agentes bancarios son las de realizar operaciones bancarias a nombre del banco de que se trate. También se debe ofrecer la ejecución de operaciones bancarias a los clientes con independencia de que adquieran o consuman un bien, producto o servicio. Además tienen que entregar la papelería y comprobantes de las operaciones bancarias a los clientes en nombre del banco, sin promocionarse en ellos. Incluso tienen que llevar a cabo las operaciones bancarias en términos de lo establecido en el contrato de comisión mercantil, y por último, realizar directamente las operaciones bancarias de los clientes, sin delegar estas actividades a un tercero.

Al mismo tiempo esto se argumenta con lo afirmado por la CNBV (2010), quien supervisa que existan controles para que las operaciones que se realicen en los agentes bancarios cuenten con elementos que proporcionen seguridad a los clientes o usuarios de los servicios bancarios. Es por ello, que

las operaciones deben realizarse en línea y en tiempo real. Es de importancia la seguridad en la información del cliente, donde el agente bancario no tiene permitido almacenar información sensible del cliente en los medios electrónicos y deberá contar con requerimientos tecnológicos para su envío de forma segura. Es más, para realizar retiros y consultas de saldo, los clientes deberán comprobar su identidad mediante tarjetas bancarias con mecanismos de seguridad, números de Identificación Personal (NIP) y Teléfono celular, el cual deberá contar con elementos que impidan su duplicación. Así mismo los sistemas informáticos del agente bancario deberán emitir, una vez realizada la operación, un comprobante que incluya cuando menos: información parcial del número de cuenta, identificación del banco y del agente, e información del personal que realizó la operación, entre otros. Por último, los sistemas informáticos que se utilicen para las operaciones realizadas a través de agentes bancarios deberán controlar los límites diarios de depósitos y retiros, en línea y tiempo real.

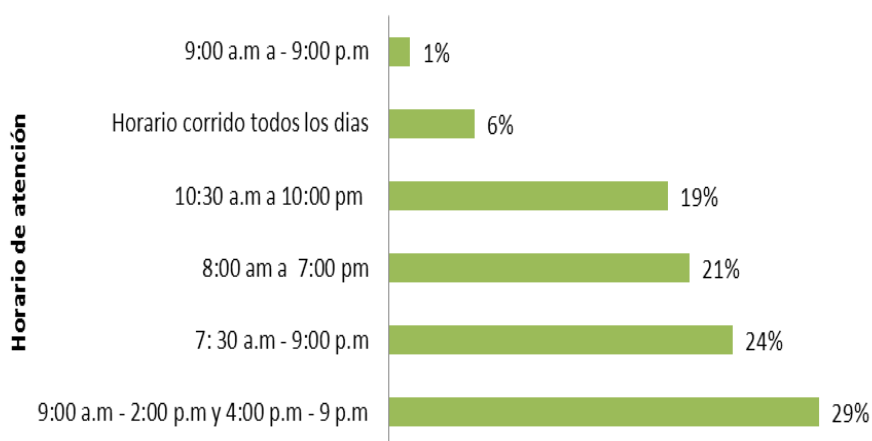


Gráfico N° 46. Horario de atención de un agente BCP

El 29% de agentes BCP tienen un horario de atención entre las 9:00 am. a 2:00 pm y 4:00p a 9:00pm, seguido de un 24% de agentes BCP que atienden a partir de las 7.30 a 9:00 pm. Dicho de otro modo, estos agentes BCP tienen disponibilidad inmediata.

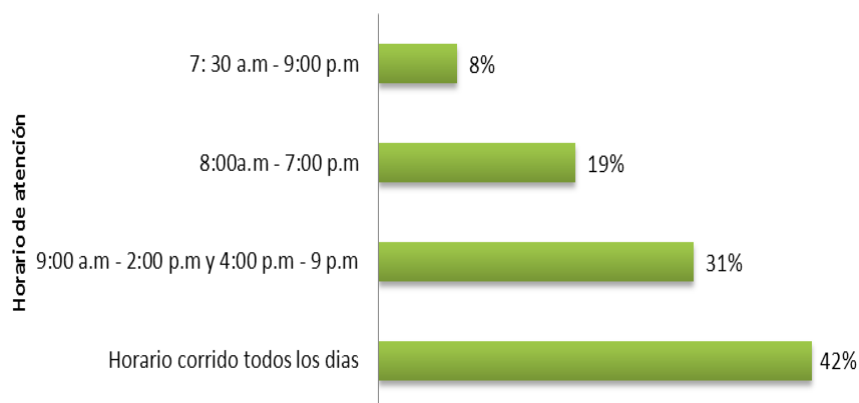


Gráfico N° 47. Horario de atención de un agente Interbank

El horario de atención de un agente Interbank es para que los usuarios puedan contar con un canal de atención en cualquier momento del día. Por eso encontramos que el 42% de agentes Interbank trabajan horario corrido, todo los días, para estar siempre dispuestos a atender al público.

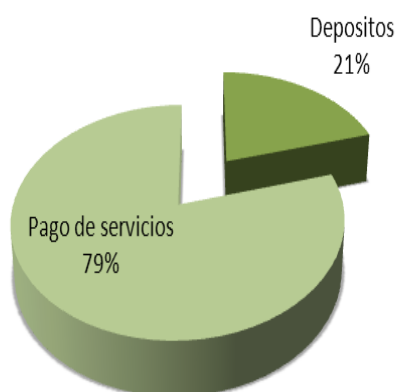


Gráfico N° 48. Operación que realiza con mayor frecuencia un agente BCP

El Agente puede realizar las operaciones que el cliente desee. De los encuestados de agentes BCP el 79% realiza pago de servicios como son: De agua, luz teléfono, universidad, colegios, centros de belleza, etc., seguido de un 21% que realiza depósitos.

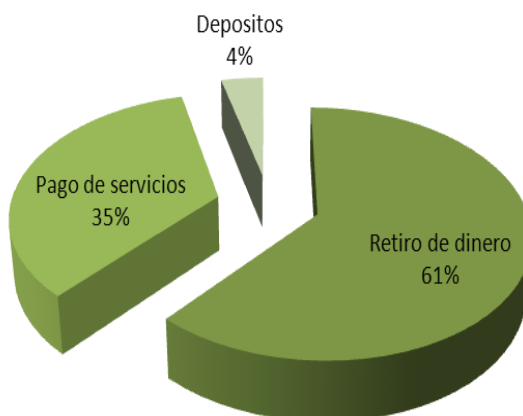


Gráfico N° 49. Operaciones que realiza con mayor frecuencia un agente Interbank

Los agentes Interbank pueden realizar varias operaciones pero la operación realizada, a pedido de los usuarios, con mayor frecuencia es el retiro de dinero (61%) seguido del pago de servicios (35%). Es decir que el usuario de un agente Interbank cuenta con él para disponer de efectivo.

Un agente bancario puede realizar las operaciones que el cliente desee, esto se sustenta según Mas y Siedek (2008), nos dice que el agente ofrece un servicio directo al cliente (incluido el espacio físico y el manejo del dispositivo de POS); actuando como intermediario en las transacciones bancarias a través de su propio balance, transformando el efectivo de la caja registradora en dinero en el banco y viceversa. Este debe concurrir al banco periódicamente para volver a equilibrar el monto del efectivo que guarda en su caja registradora con el dinero de su cuenta bancaria. El agente, o bien absorbe el exceso de liquidez de la comunidad de clientes del banco y lo deposita en el banco en su nombre, o brinda liquidez a los clientes retirando los fondos del banco en su lugar. La función primordial del agente es reunir en una sola suma las necesidades de efectivo de la comunidad. El agente, es de hecho una tienda de almacenamiento y transporte de efectivo; absorbe el riesgo crucial que conlleva el manejo de efectivo.

Los Agentes bancarios, tanto clientes como no clientes pueden: pagar sus servicios: de Teléfono fijo, público, popular, celular; (Telefónica, Claro,

Nextel), cable, agua (SEDAPAL), Empresas de belleza (Ebel, Avon, Unique, DYCLASS, Natura); Instituciones (ICPNA, Es Salud, El Comercio, Leo Andes S.A, etc.), Universidades. Pagar y retirar efectivo de Tarjetas de Crédito BCP e Interbank, hacer retiros y depósitos, cobrar remesas del exterior y giros nacionales, transferir dinero entre cuentas propias y de terceros, consulta de Saldos y Movimientos. El monto máximo por operación es de S/. 500 (Para Remesas S/. 800). Las operaciones están sujetas a la disponibilidad de caja de cada local, el horario de atención depende del establecimiento, sólo se reciben y entregan soles. No se cobran comisiones por el pago de servicios, en el caso del BCP.

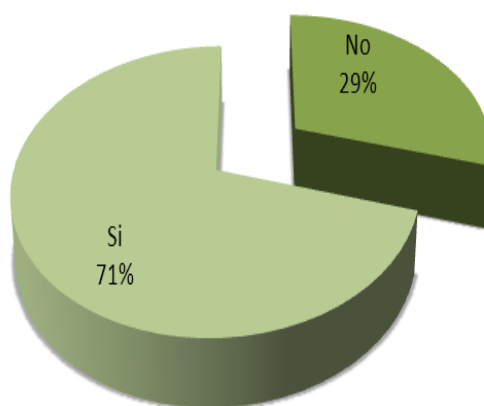


Gráfico N° 50. Agente BCP recibe capacitación

La mayor parte de agentes BCP reciben capacitaciones en un 71%. Un 29% de agentes BCP no reciben capacitación desde el día de su instalación, olvidándose de ellos.

Es decir, que agentes BCP son capacitados desde su instalación en su mismo negocio para que vean el funcionamiento. Además emplean folletos, manuales de instrucciones, diapositivas para el manejo de sus operaciones.

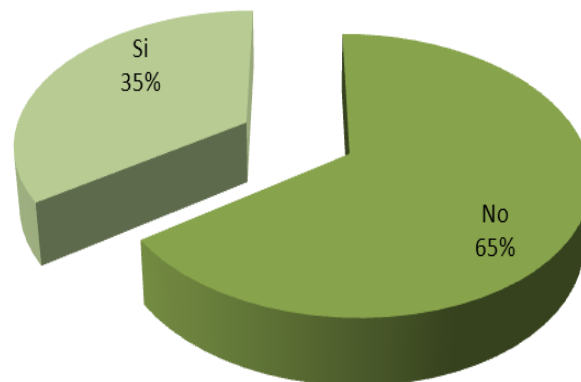


Gráfico N° 51. Agente Interbank recibe capacitación

La capacitación al empresario encargado de un Agente Interbank permite la buena utilización del servicio. Pero podemos apreciar en la gráfica que un 65% de Agente Interbank no recibe capacitación y solo un 35% de agente bancario sí reciben capacitación. Esto indica que posteriormente pueden presentarse posibles problemas.

En otras palabras, esto confirma que la mayoría de agentes BCP reciben capacitaciones en cada rubro de negocio, empleando folletos, manuales de instrucciones, diapositivas para el manejo de sus operaciones, resolviendo cualquier duda e inquietud que se les puede presentar en el momento. Caso contrario sucede en los agentes INTERBANK donde el representante nos decía que cumplían con capacitar a las personas que se van a encargar de un agente bancario INTERBANK, en el principio, cuando recién van a iniciar sus actividades. La duración que empleaba el representante en estas capacitaciones depende del entendimiento del personal, luego ya no volvían. Es considerado como relevante este indicador porque nos muestra que es un porcentaje alto y en base a los comentarios de los agentes bancarios INTERBANK a nivel exploratorio, pudimos apreciar que no reciben capacitaciones. Sin duda la capacitación en ambos agentes bancarios permite la buena utilización del servicio.

Esto se justifica según la CNBV (2010), donde destaca que el agente bancario debe contar con personal capacitado para operar el equipo de cómputo y

telecomunicaciones necesario para llevar a cabo los procesos de identificación, envío y recepción de información para ofrecer los servicios bancarios que se tengan autorizados. Dicho equipo puede ser instalado por el banco en el comercio o bien, el comercio puede utilizar sus equipos para ofrecer los servicios, siempre y cuando así lo convenga con el banco y cumpla con la normatividad correspondiente.

Esto se argumenta con lo afirmado por la CNBV (2009), quien nos dice las posibles funciones que un agente bancario debe de contar y son: Identificar y seleccionar agentes apropiados, tener Recursos Humanos con capacitación y esquemas de incentivos. Luego presentar un soporte técnico y atención a emergencias, contar con asesoría en mercadotecnia, presentar un control de riesgos y aseguramiento de la rentabilidad, también equilibrar las necesidades líquidas de su red y por último hacer un seguimiento y resolución de disputas legales.

Así mismo, según el Grupo Stakeholders (2013), Interbank Agente inició su programa de capacitación, "*Tiempo para crecer*". Es necesario tener en cuenta que ya se está ejecutando el programa de capacitación en Lima y Arequipa y se debería tomar medidas por el representante de Agente Interbank para que se esté ejecutando en provincias con prontitud. El objetivo de dicho programa es capacitar a sus agentes Interbank con el fin de asesorarlos y contribuir con la mejora de sus negocios. Este esfuerzo se suma a las acciones de Interbank por descentralizar sus servicios financieros con innovación, modernidad y agilidad, acompañando el importante crecimiento económico y comercial que se viene registrando en las principales regiones. Se busca dar oportunidad a los dueños de bodegas, farmacias, markets, entre otros comercios, donde el canal tiene presencia, para capacitarlos con el fin de darle un valor agregado a su servicio. Motivar a que los Agente Interbank impulsen su crecimiento personal como de empresarios emprendedores, reforzando siempre su compromiso con la ciudad. Está demostrado que estas acciones tienen un gran efecto motivador y generador de cambio en los

participantes. La comunicación genera un efecto del “yo también puedo crecer” en otros agentes.

Dicho programa ha sido diseñado en conjunto con la Universidad Corporativa del Grupo Interbank - UCIK. El taller aborda temas de marketing, ventas, atención al cliente y aspectos contables y financieros. Tiene como finalidad la integración de los agentes con Interbank mediante charlas informativas y motivacionales, rueda de preguntas y actividades de entretenimiento. Es interesante resaltar los temas que emplean en dicho programa de capacitación en Agente Interbank y nos servirá de ayuda en nuestra propuesta para estructurar el modelo de agentes bancarios de tal manera que se pueda realizar pruebas de funcionamiento tecnológico y

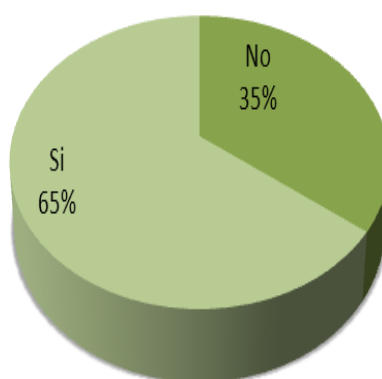


Gráfico N° 52. Agentes BCP que se sienten motivados a realizar mas operaciones

operativo para los agentes bancarios.

El 65% de agentes BCP se sienten motivados al realizar más operaciones porque los mueven más por el propio negocio que poseen, y por ende para que siga creciendo en su rubro. Sin embargo un 35% de agentes BCP no son motivados para más operaciones debido que no observan ningún incentivo por parte del encargado del Banco para ejercer su labor diaria y éstos solo ejecutan su labor por obligación.

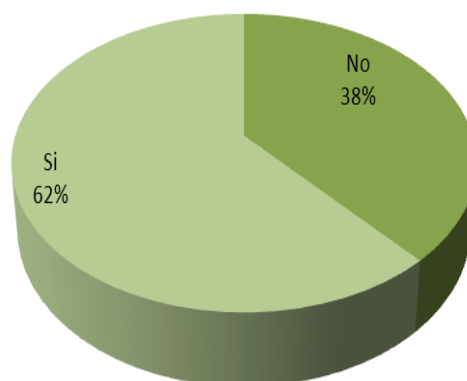


Gráfico N° 53. Agentes Interbank que se sienten motivados a realizar más operaciones

Si la persona que atiende en un agente se siente motivado a realizar más operaciones, dará un buen trato y un buen servicio lo que conlleva a que más personas utilicen los agentes. Es así que un 62% de agentes Interbank se sienten motivados a realizar más operaciones, es decir, procuren dar un buen trato y servicio para que los usuarios regresen.

En base a ellos, se confirma a modo de testimonios de personas que cuentan con agentes bancarios BCP e INTERBANK. En base a las entrevistas exploratorias a los representantes de estos agentes bancarios, podemos decir que cuando no llegan a su meta, se les hace seguimiento continuo a estas personas encargadas del funcionamiento del agente BCP. Siempre tratan de tener una relación de confianza, y de esa manera saber que pasó en el momento de sus operaciones, porqué, o cual fue la causa de que no pudieron llegar a su meta pactada, haciéndolos que se sienta comprometido e involucrados. De igual manera, para los personas encargadas del funcionamiento del agente INTERBANK los estamos llamando, para saber si hacen más operaciones o preguntando si se presentan problemas y poder solucionarlo y ver la manera de cómo sus operaciones vayan aumentando.

Es así que Chiavenato (2006), afirma que un motivo es aquello que impulsa a una persona a actuar de determinada manera. Ese impulso a actuar puede ser provocado por un estímulo externo o puede ser generado internamente en los procesos mentales del individuo. En lo que atañe a la motivación, es obvio pensar que las personas son diferentes, a pesar que los patrones de comportamiento varían, el proceso que los origina es básicamente el mismo para todas las personas. En ese sentido, existen tres premisas que hacen dinámico el comportamiento humano. El comportamiento es causado: existe una causalidad del comportamiento, el comportamiento es motivado: en todo comportamiento existe una finalidad. El comportamiento está orientado hacia objetivos: en todo comportamiento existe un impulso, un deseo, una necesidad, una tendencia.

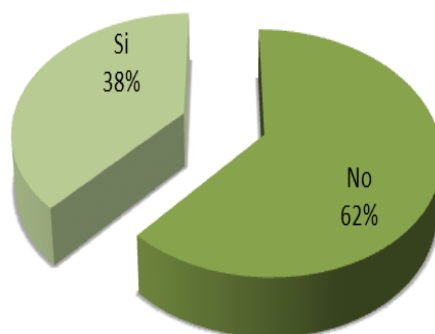


Gráfico N° 54. Agentes BCP según el seguimiento que le realiza el encargado

La mayor parte de agentes BCP, el 62%, no son monitoreados de manera permanente por parte del encargado del Banco de Crédito. A la vez, existe un 38% de agentes bancarios que perciben un seguimiento por parte de la entidad financiera.

Esto nos indica que el seguimiento que hace el jefe del Banco de Crédito no es veraz, puesto que cuando se realizó la entrevista al jefe de agentes BCP indicó que se realizaba de manera mensual, o quincenal.

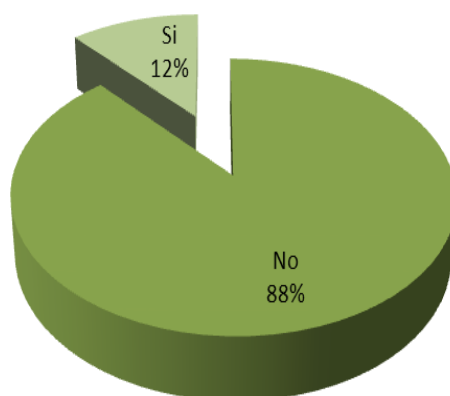


Gráfico N° 55. Agentes Interbank según el seguimiento que le realiza el encargado

El seguimiento por parte de la señorita responsable de todos los Agentes Interbank de los distritos de Chiclayo, La Victoria y José Leonardo Ortiz es mínimo, ya que un 88% confirma que no realizan seguimiento ni de las operaciones y de ningún aspecto.

El seguimiento que se debe realizar a los agentes bancarios es fundamental, debido a que con ello se puede constatar la problemática existente y con ello

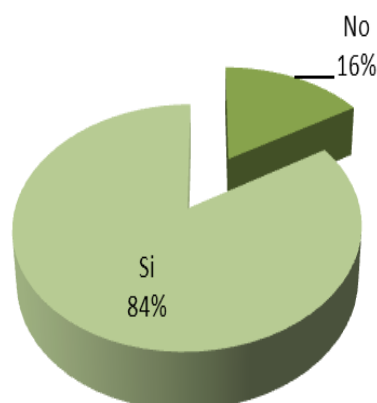
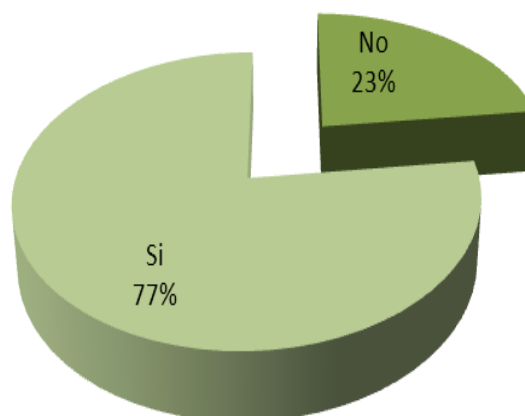


Gráfico N° 56. Se le presentó algún problema en el agente BCP a la hora de haber realizado las operaciones

buscar los mecanismos de solución.

La mayoría (84%) de agentes BCP presentaron problemas en el momento que el cliente o usuario requería una operación, y tan solo el 16% de Agentes BCP manifestaron no tener ninguna dificultad. Los problemas que se presentaron en el agente BCP a la hora de realizar sus operaciones en su mayoría fueron al momento de requerir una operación. Esto significa que pueden existir fallas en el control de las operaciones por parte de los



responsables de brindar estos servicios.

El 77% de agentes Interbank afirman que en algún momento se les ha presentado algún problema, ya sea con el funcionamiento del sistema POS, con la disponibilidad de dinero, o por otro motivo. Y un 23% de Agentes Interbank encuestados dijo no haber tenido ninguna dificultad.

Con respecto a las fallas de funcionamiento del sistema POS, podemos decir que todos los sistemas en algún momento están sujetos de tener problemas. Sin embargo, cuando se vuelven frecuentes ocasionan descontento y malestar en los usuarios, los cuales no pueden ser atendidos en forma oportuna.

Gráfico N° 57. Se le presentó algún problema como agente Interbank a la hora de haber realizado las operaciones

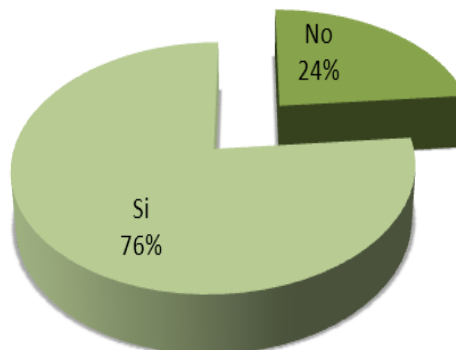


Gráfico N° 58. Se llegó a solucionar el problema como agente BCP

La mayoría (76%) de agentes BCP llegó a solucionar el problema que presentaban buscando salidas rápidas para que los clientes o usuarios no quedaran insatisfechos. Sin embargo, un 24% no llegaron a resolver el problema, porque cada vez que se comunicaban con su jefe máximo no les respondían al número de consultas.

De los Agentes Interbank que presentaron algún problema o dificultad en el momento de atender a los usuarios, el 65% logró solucionar las dificultades y un 35% no. Es decir, que un 35% de agente Interbank no llegaron a realizar las operaciones requeridas por los usuarios, lo cual perjudica tanto al usuario

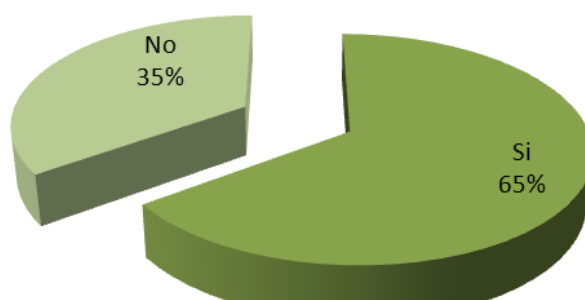


Gráfico N° 59. Se llegó a solucionar el problema como agente Interbank

como al Agente.

Es aquí en donde pudimos apreciar, a nivel exploratorio las diferentes opiniones de los encargados o responsables de un agente bancario BCP o Interbank, en relación al trato que reciben cuando buscan una solución adecuada a los problemas. Los empresarios que cuentan con un agente BCP manifestaron tener una adecuada atención por parte del su supervisor a nivel departamental. Pero los empresarios con agente Interbank dieron a conocer su incomodidad porque su supervisora no les prestaba la adecuada atención y no les brindada ayuda para solucionar los problema e incluso contaban con una línea telefónica de consulta en mal funcionamiento. En el caso de los agente Interbank todo este problema genera que exista insatisfacción en los personas encargadas del agente lo cual al mismo tiempo puede provocar una mala atención a los usuarios. Pues Wylie (2000) manifiesta que escuchar a los trabajadores es una forma para lograr que ellos se comprometan y sigan comprometidos. Si esto no se da los empleados perderán su motivación porque creerán que no les interesa. Pero si los escucha activamente se lograr que se transformen en participantes activos de un proceso de búsqueda

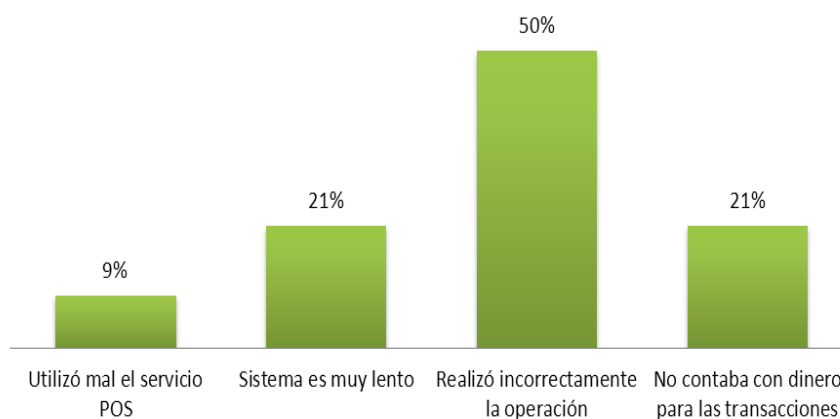


Gráfico N° 60. Qué problema se le presentó como agente BCP

conjunta de soluciones de problemas.

El mayor (50%) problema que se le ha presentado a los agentes BCP es la realización incorrecta de la operación lo cual era de molestia para el agente BCP y el cliente. Seguido de un 21% de agentes BCP que no contaban con dinero para realizar más operaciones ya que los montos de dinero que requerían los clientes eran cantidades que un agente BCP no disponía, y no se llegaba a efectuar la operación requerida.

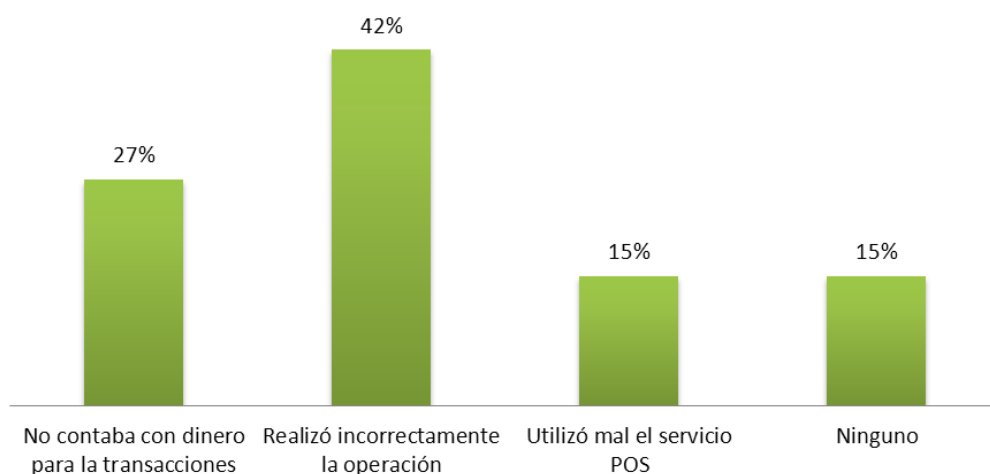


Gráfico N° 61. Qué problema se le presentó como agente Interbank

El 42% de agentes Interbank realizó incorrectamente la operación, y un 22% agentes Interbank admitió que no contaba con dinero cuando el usuario quería retirar dinero de su cuenta.

Es decir, que los problemas que usualmente se le presenta a un Agente Interbank se deben al mal uso del servicio y a la falta de efectivo en las empresas que son agentes.

El principal problema en ambos agentes bancarios radica en que la persona encargada de agente realizó incorrectamente la operación, pues. A nivel exploratorio pudimos apreciar que este problema implica en muchas ocasiones, responsabilidad tanto de los usuarios como del encargado del agente bancario. Algunos usuarios daban información de manera incorrecta o el encargado del agente bancario se equivocaba con algún dato.

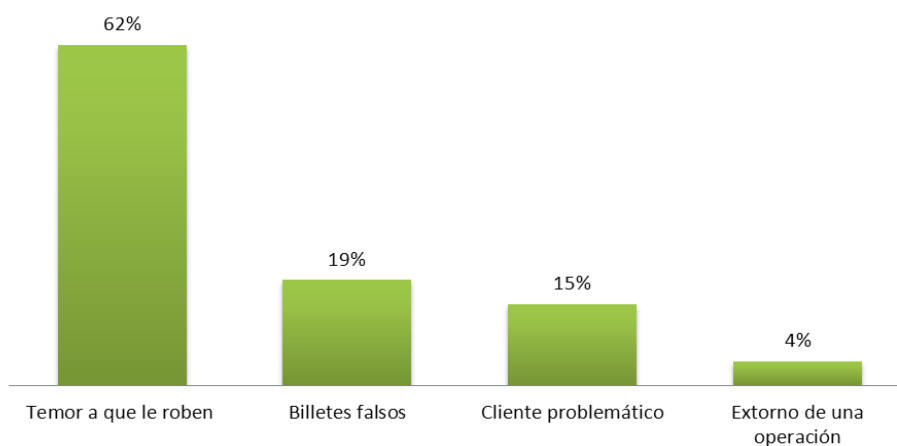


Gráfico N° 62. Tipo de riesgo que cree tener como agente BCP

El 62% de agentes BCP cree que el mayor riesgo que puede enfrentar es el robo de sus propiedades o efectivo. Esto se debe a que están expuestos a asaltos, debido a no contar con protección permanente, lo cual se puede solucionar brindando un sistema de seguridad. No obstante, un 19% manifestaron que también era un riesgo la posibilidad de poder recibir billetes falsos.

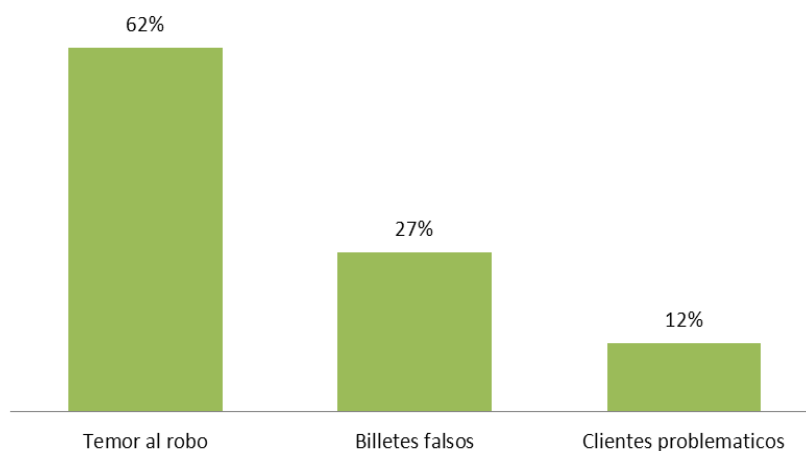


Gráfico N° 63. Tipo de riesgo que cree tener como agente Interbank

El empresario al ser agente bancario asume algunos riesgos. Es así que el 62% teme que le roben, un 27% teme que le den billetes falsos y un 12% afirma que pueden existir clientes problemáticos. Esto nos indica que la seguridad con la que cuenta el agente Interbank es mínima por ser en la gran mayoría pequeñas empresas.

Se puede apreciar que el principal tipo de riesgo para el dueño de la empresa que cuenta con un agente bancario, tanto para BCP e Interbank, el temor al robo. Este riesgo que asume la empresa se da por la acumulación de efectivo en la caja registradora. Se debe tener en cuenta que el encargado del agente tiene que ir periódicamente a depositar el dinero al banco. El banco debe de establecer preferencia y facilidades a los encargados de agentes bancarios para que puedan depositar el dinero en una sucursal sin ninguna demora ni dificultad. La CGAP (2008) resalta como principal decisión comercial que debe tomar el agente es con cuánta frecuencia habrá de concurrir al banco. Esto supone una solución de compromiso entre el costo del capital de trabajo y la seguridad física del dinero guardado en la tienda, por un lado, y el costo de ir al banco con mayor frecuencia, por el otro.

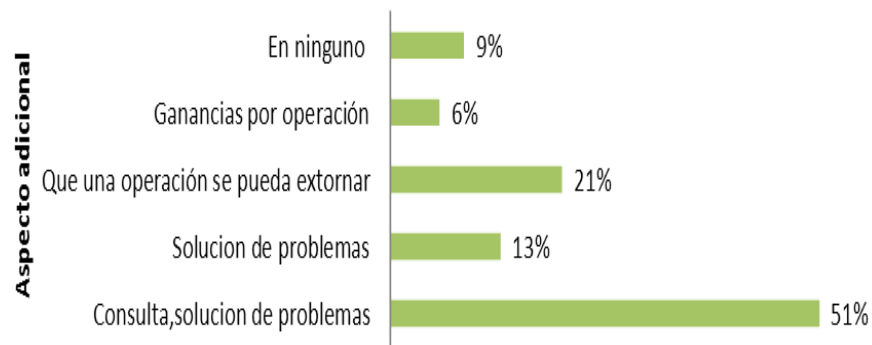


Gráfico N° 64. Aspecto adicional que mejoraría el banco con el agente BCP

A la mayoría (51%) de agentes BCP les gustaría tener como aspecto adicional, la mejora por parte del Banco de Crédito al sistema de consultas y que sea de manera inmediata. Además, a un 21% encuestado de agentes BCP les gustaría que pudieran extornar sus operaciones, es decir, poder eliminar la operación mal efectuada.

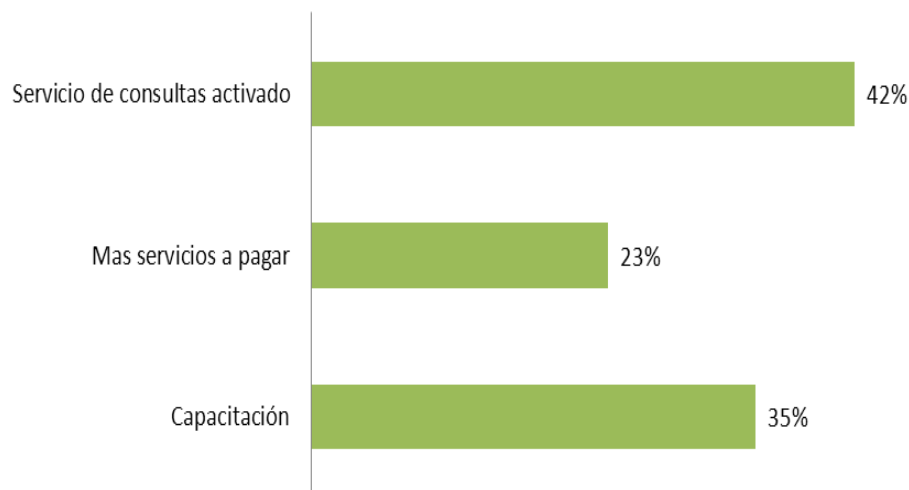


Gráfico N° 65. Aspecto adicional que mejoraría el banco con el agente Interbank

El 42% de agentes Interbank nos manifestaron que les gustaría la implementación de un servicio de consultas para poder solucionar algún problema con mayor efectividad. El 23% afirmó que una mejora podría consistir en contar con el pago a más servicios, para así atraer a más público y realizar más operaciones.

A nivel exploratorio este beneficio radica en que los empresarios o encargados de los agentes bancarios quieren contar con un servicio de consultas activo el cual pueda resolver problemas, preguntas o dificultades sobre las transacciones. Mediante este servicio de consultas no tendrían que ir personalmente hasta el banco o simplemente no tendrían que esperar a que el supervisor se acerque a la empresa. Los encargados de agentes Interbank nos manifestaron que ellos cuentan con una línea telefónica para cualquier consulta pero que en muchas ocasiones este servicio los dejaba en espera, y no recibían ninguna atención. Según la CGAP (2008) manifiesta que para que una estrategia de expansión bancaria sin sucursales resulte exitosa, debe recrear todas estas funciones de un modo eficaz y a la vez económicamente



Gráfico N° 66 . Aspecto adicional que le gustaría tener como agente BCP

accesible.

El 60% de agentes BCP manifestaron que un aspecto adicional que les gustaría tener es un incentivo adicional por realizar más operaciones siendo así un factor de motivación para realizar aún con más ganas sus operaciones. Sin embargo, un 40% de agentes BCP desearían que se pudiera extornar las operaciones, ya que ellos no pueden hacerlo directamente sin previa autorización del supervisor.



Gráfico N° 67. Aspecto adicional que le gustaría tener como agente Interbank

Entre los aspectos adicionales que un agente Interbank le gustaría recibir es el obtener más incentivos por realizar más operaciones (77%) debido a que ganan solo un porcentaje por operación. Y más publicidad en el sitio, es también otro adicional con el cual les gustaría contar.

Se puede observar que ambos agentes bancarios consideran necesario un incentivo por realizar más operaciones. Manifiestan que les gustaría que aparte de la comisión que ganan por realizar operaciones, podrían recibir algo adicional por superar o lograr más operaciones cada mes. Según Bohlander y Snell (2007) cuando los incentivos se vinculen con los resultados, los trabajadores aplicarán cada vez más sus habilidades y conocimientos en sus puestos y se sentirán motivados a trabajar, por consiguiente aumentará la productividad.

También podemos apreciar en la gráfica que el segundo aspecto con el cual les gustaría contar a los encargados de los agentes BCP es poder extornar una operación. Esto consiste en poder anular una operación mal realizada. Es decir, si se diera el caso que un usuario o el encargado del agente se equivocara al realizar una operación, ya no sería necesario acudir al supervisor o al banco sino el encargado pudiera solucionarla. En el caso de los agentes Interbank, les gustaría tener más publicidad en su establecimiento, ya que consideran que sus carteles de Agentes Interbank no son muy vistosos o llamativos.

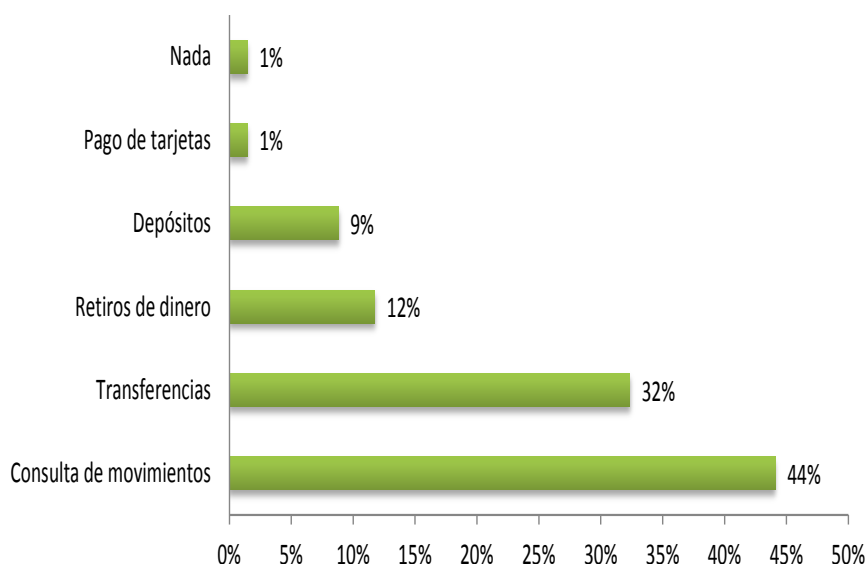


Gráfico N° 68. Operación que realiza con menor frecuencia el agente BCP

Un 44% de agentes BCP dio a conocer que la operación que realizan con menor frecuencia es la consulta de movimientos. Un 32% de agentes bancarios BCP manifestó realizar pocas transferencias de dinero.

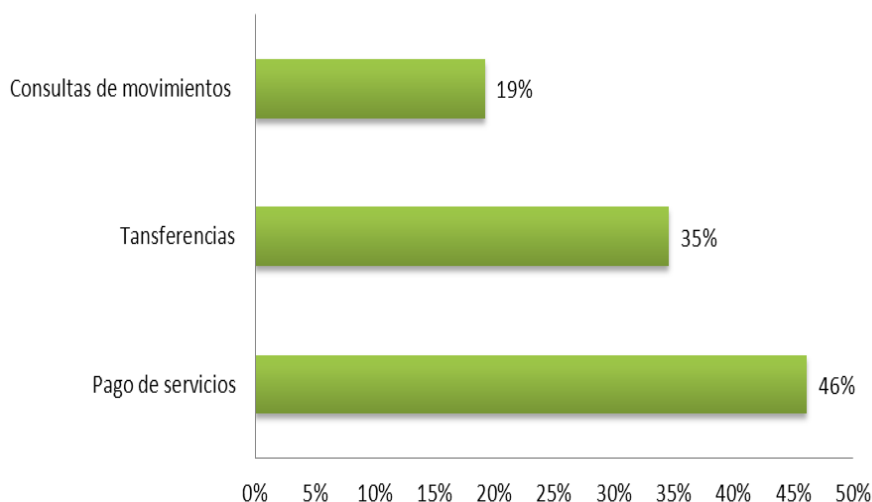
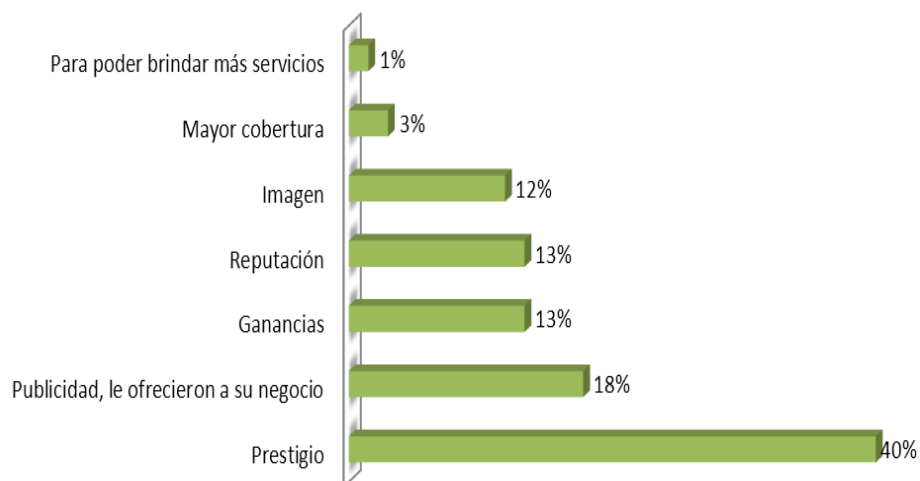


Gráfico N° 69. Operación que realiza con menor frecuencia el agente Interbank

La operación que un agente Interbank realiza con menor frecuencia es el pago de servicios (46%), seguido de las transferencias de dinero, (35%) y por último las consultas de movimientos.

Esto se confirma por testimonios de personas que cuentan con agentes bancarios BCP e INTERBANK, y en base a las entrevistas exploratorias. Es relevante recalcar que cada vez que sobrepasan su meta por el número operaciones realizan campañas donde hacen “ligas”. Esto funciona de la siguiente manera: el agente BCP de Chiclayo se une con un agente BCP de la zona de Trujillo, estos se juntan para poder realizar 100 secuencias diarias. Cuando llegan a cumplir su meta los premiaban con viajes, obsequios de artefactos, bonos, etc. De esa manera fomentaban un ambiente sano de competir y compartiendo momentos de compromiso con sus agentes bancarios BCP. Del mismo, modo los agentes bancarios INTERBANK siempre ganan por comisión; y es por esto que a ellos les conviene realizar más operaciones, porque a más operaciones mayores ganancias.



El motivo por el cual las empresas eligieron ser Agentes BCP., representando un 40%, es el prestigio con el cual cuenta el Banco de Crédito, el cual tiene

Gráfico N° 70 . Motivo por el cual eligió tener un agente BCP

una buena cobertura, mayor distribución, más clientes, entre otras. Sin embargo, un 18% de los encuestados agentes optaron tener agente BCP, porque llegaron a su propio negocio a proporcionarles más publicidad.

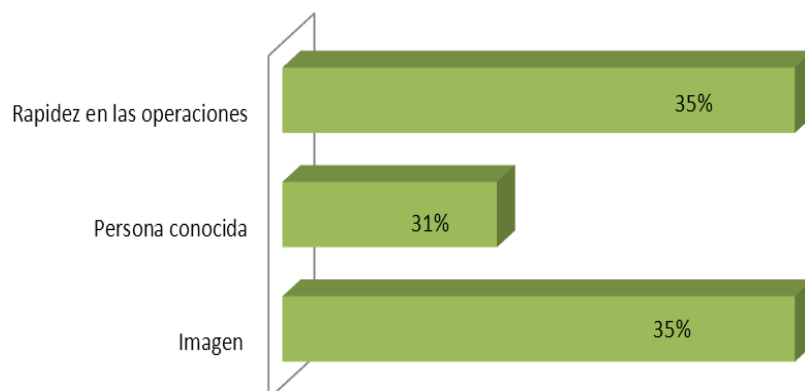


Gráfico N° 71. Motivo por el cual eligió tener un agente Interbank

Los motivos por los cuales las empresas eligieron tener un Agente Interbank, son la rapidez con la cual se pueden realizar las operaciones y la imagen que el banco proyecta hacia el público, ambos con un 35%. Es decir, que un 70% de encuestados buscaron ser agentes por el servicio que se puede brindar mediante la imagen del Banco Interbank.

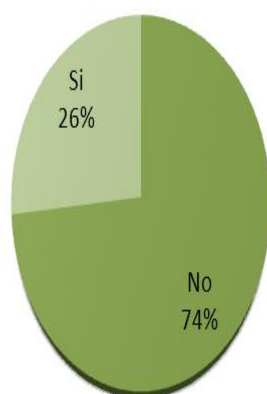


Gráfico N° 4. 72. ¿Está de acuerdo con el rango de ganancias como agente BCP?

La mayoría (74%) de los encuestados agentes BCP no está de acuerdo con el porcentaje que recibe por cada operación porque tienen que cumplir con un

rango de operación para recibir un monto de dinero. El Agente BCP tiene que llegar a un número de operaciones meta.

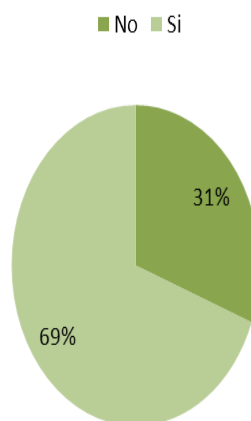


Gráfico N° 73 ¿Está de acuerdo con el porcentaje de ganancias que recibe por operación como Agente BCP?

a mayoría (69%) de los encuestados agentes Interbank sí está de acuerdo con el porcentaje que percibe, por que ganan por operación realizada. Es decir, ellos realizan la operación y automáticamente ya están ganando 0.30 centavos, sin tener que llegar a un número de operaciones metas

Esta diferencia entre ambos bancos se basa en que el tipo de remuneración para cada agente de los dos diferentes bancos es distinto. Los agentes BCP tienen que cumplir con un mínimo y máximo de operaciones para poder recibir una remuneración. Es así que entre más realicen operaciones más es el monto recibido. Mientras que los agentes Interbank ganan 0.30 por cada operación sin importar cuantas operaciones se realicen; no se establece un objetivo.

Ahora, el tipo de remuneración en los agentes bancarios es por incentivos, afirmado por Bohlander y Snell (2007). Los incentivos concentran los esfuerzos de los empleados en objetivos específicos de desempeño. La compensación por incentivos se vincula directamente con el desempeño de la operación. Si se cumple los objetivos de desempeño se pagan los incentivos y si se no se logran los objetivos se retiran los incentivos. En nuestra opinión, los encargados de los agentes bancarios dieron a conocer que no están de acuerdo porque muchas veces no cumplen con el objetivo o el monto ganado no es el esperado.

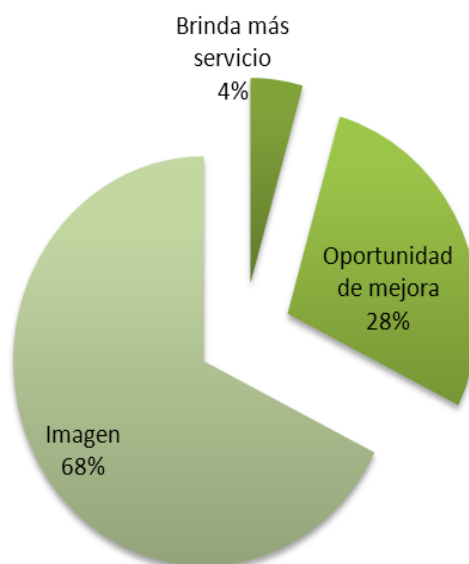


Gráfico N° 74. Qué le permite tener un agente BCP

Siendo la mayor parte de los encuestados (68%) agentes BCP, les ha permitido tener imagen en cada rubro de negocio y para que los conozcan aún más. Va seguido de un 28% de oportunidad de mejora. Al respecto podemos manifestar que una empresa no solo es lo que vende o lo que ofrece; también y en gran medida es lo que de ella se percibe. Una imagen sólida y representativa de su trabajo, constituye un valor fundamental frente a su competencia.

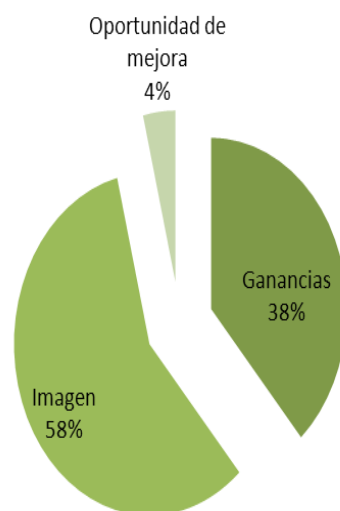


Gráfico N° 76. Qué le permite tener un agente Interbank

El 58% de Agentes encuestados demostró que ser agente Interbank le permite tener una buena imagen ante los clientes y usuarios. Seguido del 38% de empresas encuestas que manifestaron ser agentes les ha permitido tener mejores ganancias. De igual manera en el agente Interbank creen que es por la imagen lo que le permite tener un agente Interbank. Sin embargo no podemos dejar de mencionar que también les ha permitido tener mejores ganancias, ya que los movimientos económicos efectuados por los clientes tienden a dejarles muchas utilidades.

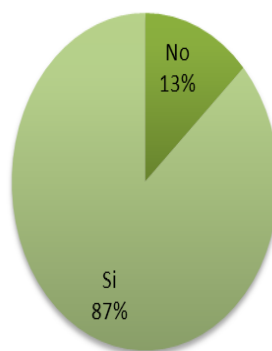


Gráfico N° 77. ¿La infraestructura con la que cuenta como agente BCP es la adecuada?

El 87% de agentes BCP están de acuerdo que la infraestructura con la que cuentan es la adecuada para atender a los usuarios y no debería ser reestructurada. Sin embargo, y en menor proporción, un 13% manifestó que la infraestructura no es la adecuada por lo que prefieren espacios un poco amplios.

El 85% de agentes bancarios Interbank está conforme con la infraestructura que cuenta para atender a los usuarios. Esto nos indica que los mecanismos con los cuales cuenta un agente Interbank, les permite realizar todas las operaciones y que no existe una necesidad de modificarla.

Al respecto, no debemos de dejar de considerar el porcentaje de la población que considera que la infraestructura no es la adecuada y de esta manera tratar de explorar los motivos por los cuales la consideran de esta manera y así tratar de solucionar este aspecto.

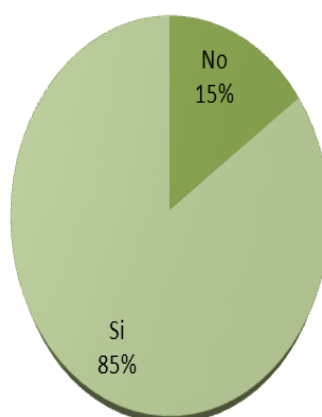


Gráfico N° 78. ¿La infraestructura con la que cuenta como agente Interbank es la adecuada?

La población que opinó que la infraestructura del agente bancario Interbank es adecuada es debida probablemente a que encuentra en ella lo que necesitan, es decir el espacio y la comodidad requerida para ser atendido de manera adecuada. Además, una buena infraestructura garantiza la seguridad de los clientes.

Tabla N° 8. Le gustaría que el banco este en permanente contacto con su Agente BCP

Si	68	100%
Total general	68	100%

Fuente : Encuestas

A la mayoría de agentes BCP, les gustaría que estén en contacto directo y en permanencia para atender cualquier problema que se les presente, y poder así solucionarlo en el debido momento.

Tabla N° 9. Le gustaría que el banco este en permanente contacto con su Agente Interbank

Si	26	100%
Total general	26	100%

Fuente : Encuestas

De la muestra obtenida, se demuestra que a todos los Agente Interbank le gustaría que siempre estuvieran en contacto con ellos para así poder solucionar cualquier dificultad que se le pueda presentar o cualquier consulta que quisieran realizar.

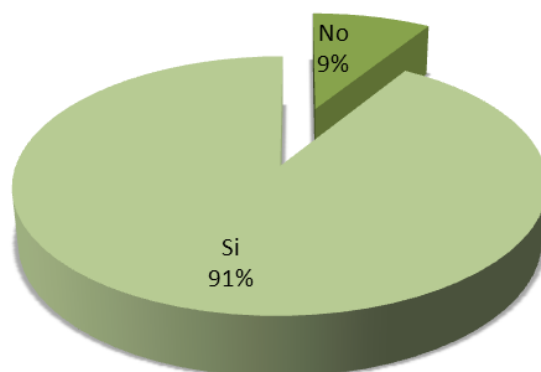
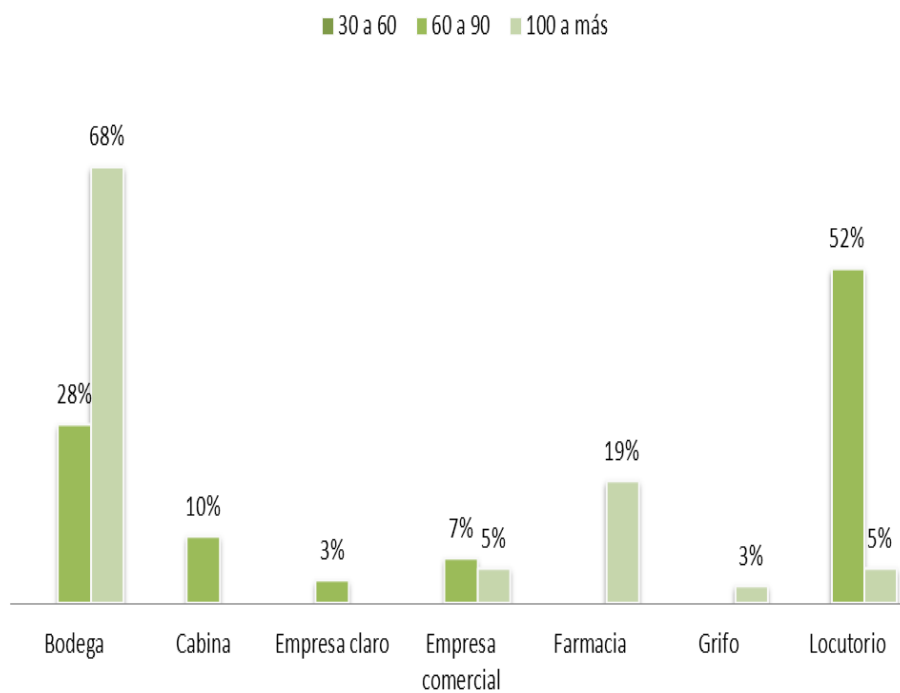


Gráfico N° 79. ¿Le gustaría que el banco BCP, le diera una línea de crédito?

A la mayor parte (91%) de agentes BCP. les parece buena idea tener una línea de crédito, debido a que cada agente debe contar con un mínimo de capital, para que realice sus operaciones y poder realizar aún más transacciones. Sin embargo, un 9% respondieron que no les gustaría, manifestando que el capital con el que cuentan era suficiente para ejecutar o cubrir todas las operaciones del agente.

Gráfico N° 80. Rubro de los negocios según el número de operaciones que aproximadamente realiza el agente BCP



Los locutorios que cuentan con un agente BCP y entre 30 a 60 operaciones, representan un 52%, seguido de los agentes BCP que realizan entre 60 a 90 operaciones representando un 68%, además farmacias agente BCP realizan 100 a más operaciones.

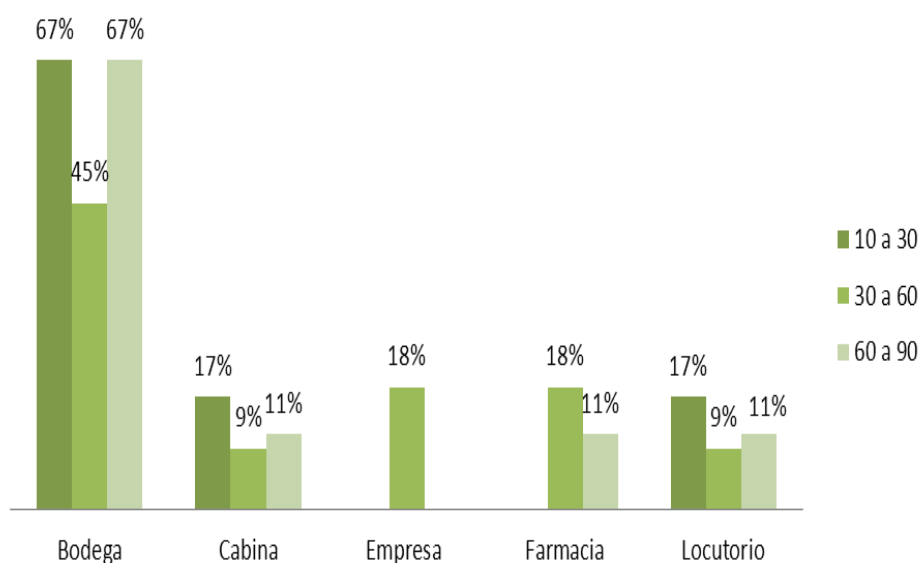


Gráfico N° 81. Rubro del negocio según el número de operaciones que aproximadamente realiza el agente Interbank

Podemos apreciar que el rubro con mayor penetración para un agente Interbank son las bodegas de las cuales un 67% realizan de 10 a 30 operaciones diarias. Un 45% realizan de 30 a 60 operaciones y un 67% realiza de 60 a 90 operaciones.

A nivel exploratorio, ha ido evolucionando la participación de las bodegas en los agentes. Es muy importante resaltar el papel que cumplen las bodegas para los bancos, ya que permite atender a sus clientes de una manera amable y personalizada. Estudios de mercado confirman que los clientes aprecian mucho la buena atención que brindan las bodegas de confianza.

Considero que un Agente BCP contribuye a mejorar las ventas de las bodegas. Personas que realizan operaciones en Agentes BCP termina comprando uno o más productos en las bodegas, generando así una opción interesante para incrementar sus ventas. Asimismo, es una ventaja competitiva que ofrecen los Agentes INTERBANK al unirse con bodegas, donde el principal beneficio para el comercio es el crecimiento de sus ventas, gracias al tráfico de clientes que se genera. El bodeguero da una oferta de valor agregado y modernidad a su negocio. Las personas que van a realizar alguna transacción también son

consumidores y se produce el cruce de productos, incluso la bodega que es Agente de Interbank “gana lo que genera”. Es decir, no tiene un límite sobre sus comisiones, y a más transacciones, más ingresos generan al negocio. Esto se justifica con lo afirmado por CGAP (2008) quien destaca la confianza que los clientes y el banco (y, por extensión, el supervisor del banco) depositan en un agente. Se basa fundamentalmente en la confiabilidad de la plataforma tecnológica provista por el banco. Y, en medida mucho menor, en la persona que maneja la terminal de POS en el establecimiento minorista. Incluso la tecnología puede permitir a los bancos y sus clientes interactuar a la distancia de modo seguro a través de establecimientos minoristas locales ya existentes. Los bancos pueden emitir tarjetas para sus clientes con mecanismos de seguridad basados en un número de identificación personal (PIN). Así mismo equipar el agente bancario con un dispositivo de punto de venta (POS) controlado por el banco y conectado a éste a través de una línea telefónica o de tecnología inalámbrica o satelital.

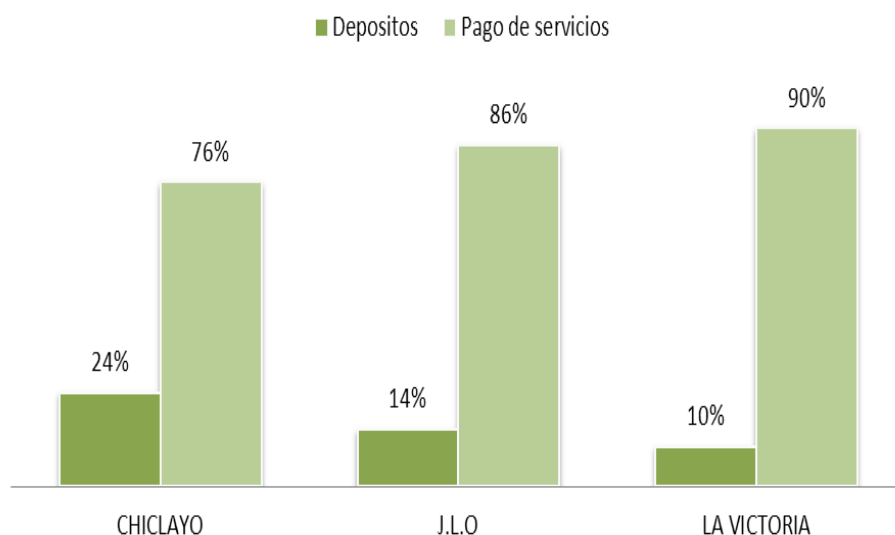


Gráfico N° 82. Zona de residencia según las operaciones que se realiza con mayor frecuencia en un agente BCP

El 76%, 86% y 90% de Agentes BCP en los distritos de Chiclayo, Jose Leonardo Ortiz y La Victoria respectivamente, realizan con mayor frecuencia la operación de pago de servicios, tales como los de agua, luz, telefonía, universidad, colegios, centros de belleza, etc.

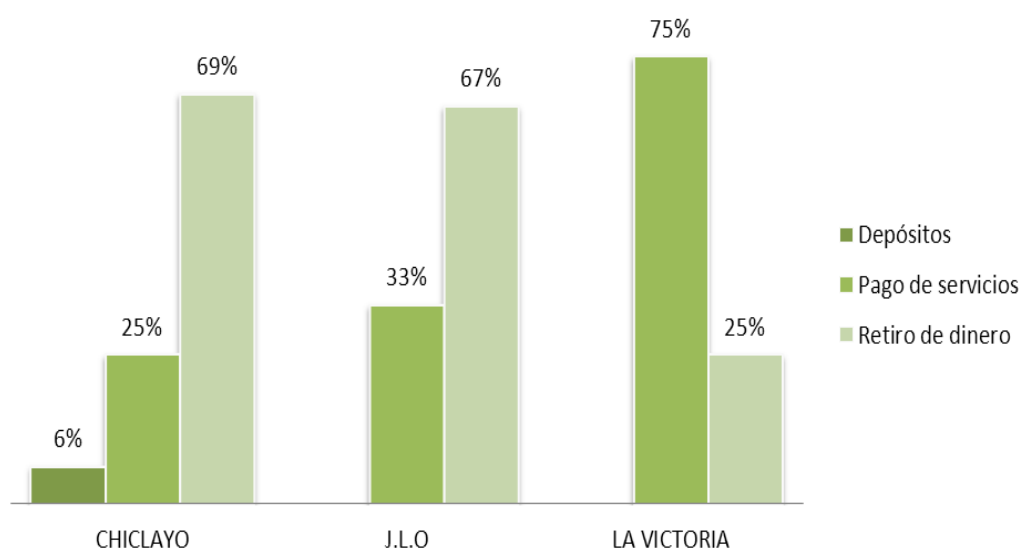


Gráfico N° 83. Zona de residencia según las operaciones que realiza con mayor frecuencia en agente Interbank

Podemos apreciar que en el distrito de Chiclayo y José Leonardo Ortiz las operaciones que más se realizan mediante un agente Interbank son las de retiro de dinero, con un 69% y 67% respectivamente. Mientras que en el distrito de La Victoria la operación más realizada es el pago de servicios (75%).

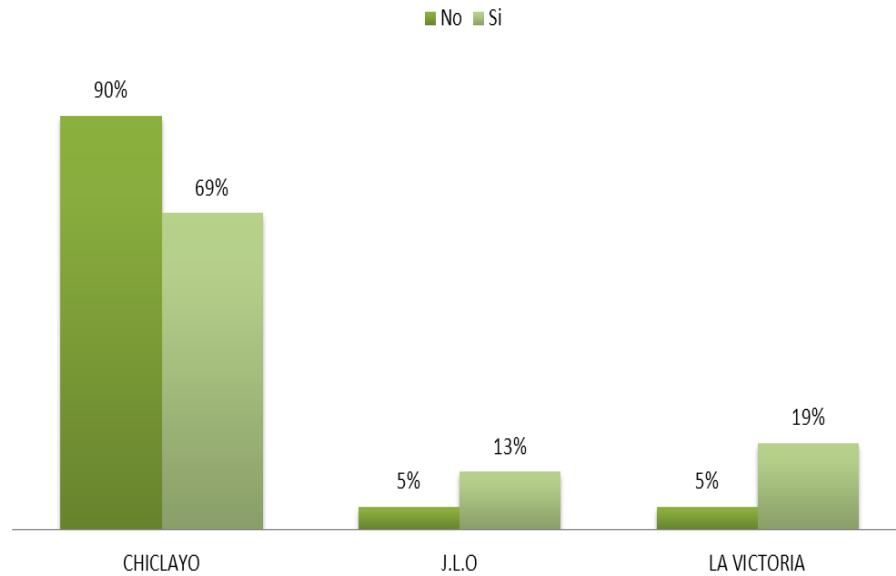


Gráfico N° 84. Agentes BCP reciben capacitación según la zona de residencia

Los Agentes BCP en el distrito de Chiclayo (90%), siendo la mayoría, no reciben capacitación, lo cual indica que reciben capacitación solo en la etapa de captación y posteriormente ya no regresan a instruirlos. Este es el motivo para que se les presenten algunas dificultades que no son solucionadas adecuadamente. Asimismo, en José Leonardo Ortiz (13%) y en el distrito de La Victoria (19%) sí reciben capacitación.

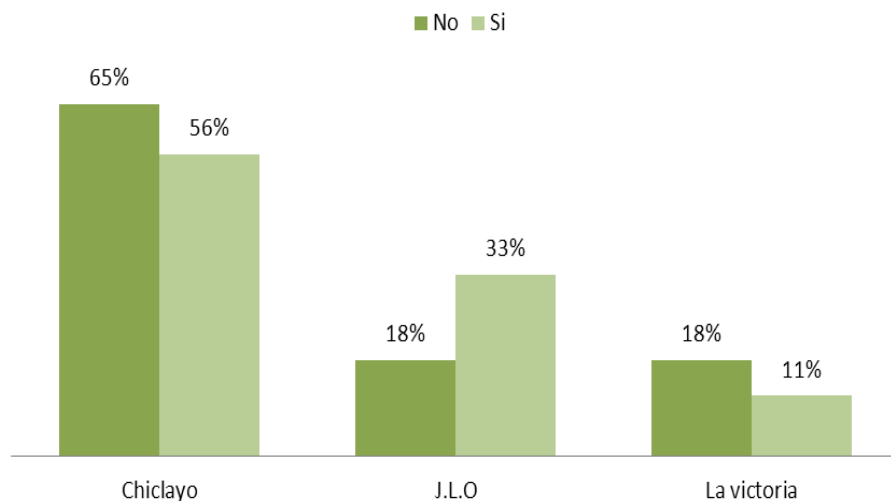


Gráfico N° 85. Agentes Interbank reciben capacitaciones según la zona de residencia

Podemos apreciar que un 65% de agentes bancarios ubicados en el distrito de Chiclayo no recibieron capacitación cuando comenzaron a ser agentes Interbank. Lo que es un índice de la falta de preparación para brindar la mejor atención a los usuarios y agentes bancarios. Asimismo podemos apreciar que el mayor distrito que ha recibido capacitación ha sido el de José Leonardo Ortiz con un 33% de agentes Interbank.

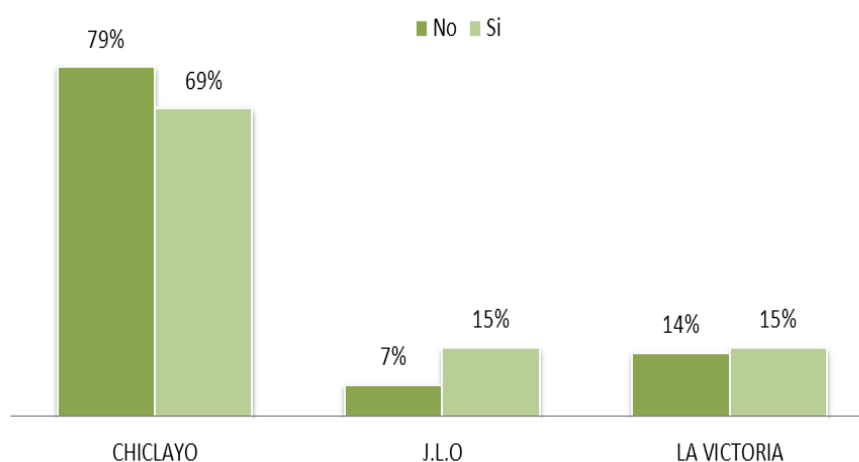


Gráfico N° 86. Agentes BCP le realizan seguimiento según la zona de residencia

Al 79% de agentes BCP ubicados en el distrito de Chiclayo no le realizan seguimiento ni mayor control por parte de su jefe puesto que no llegan nunca ni les toman atención a sus quejas y cualquier duda que se presenta. Sin embargo, un 15% en los distritos de José Leonardo Ortiz y en el distrito de La Victoria sí recibieron seguimiento con mayor control en sus operaciones.

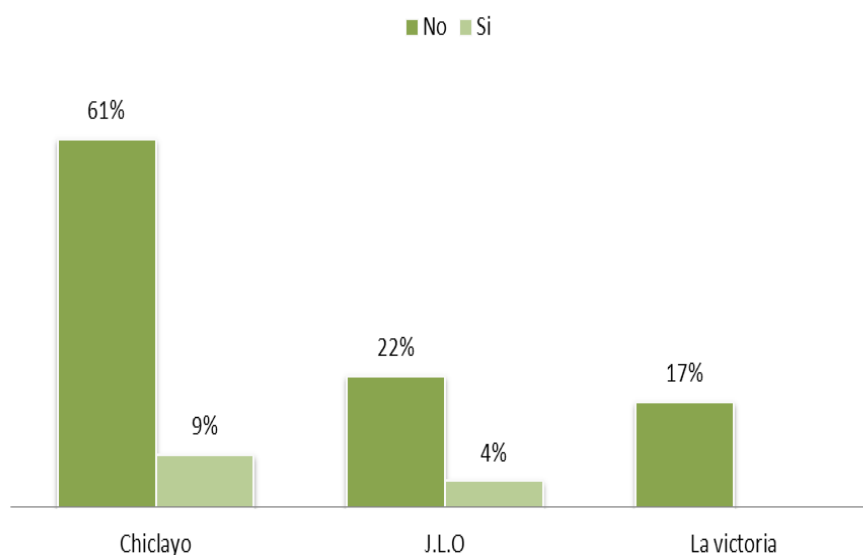


Gráfico N° 87. Agentes Interbank le realizan seguimiento según la zona de residencia

Podemos apreciar que en todos los distritos donde se ha aplicado la encuesta, a los agentes bancarios Interbank han manifestado que no les realizan seguimiento. En Chiclayo un 61%, en José Leonardo O. un 22% y en La Victoria un 17%.

Agentes BCP e Interbank respectivamente, manifestaron que no les realizan seguimiento, lo cual se contradice directamente con lo comentado en cada una de las entrevistas a los supervisores. Ellos nos manifestaron que realizan seguimiento a los agentes bancarios de manera mensual, quincenal e incluso semanal si fuera necesario. A nivel exploratorio esta contradicción se puede dar por dos razones, el agente no sabe que está siendo supervisado o el supervisor no se preocupa personalmente de supervisar a todos los agentes sino se fija en algunos agentes por periodos, El aspecto del seguimiento debe abarcar un control periódico para poder lograr una evaluación y retroalimentación. Bohlander y Snell (2007) nos manifiestan que la evaluación proporciona la retroalimentación primordial para analizar las fortalezas y debilidades, así como para mejorar el desempeño, proporcionando una oportunidad para eliminar problemas potenciales y establecer nuevas metas para lograr un alto desempeño.

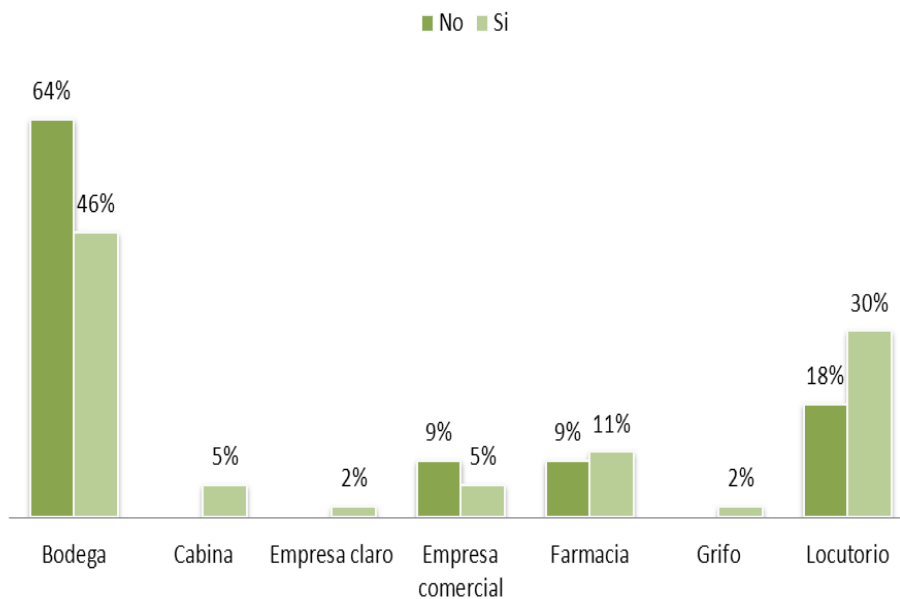


Gráfico N° 88. Agentes BCP llegó a presentarles algún problema según el rubro de negocio

El 64% de los Agentes BCP no ha presentado problemas y es el rubro de bodegas y en menor porcentaje el 9% en empresas comerciales y farmacias. Además Agentes BCP que SI se les ha presentado problemas siendo un 46% en el rubro de bodegas y un 2% empresas de Claro y grifos.

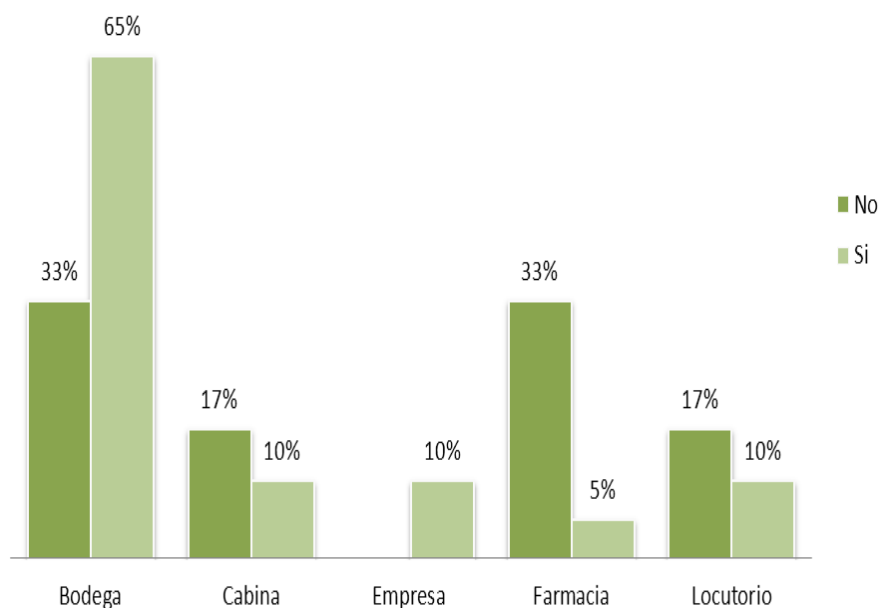
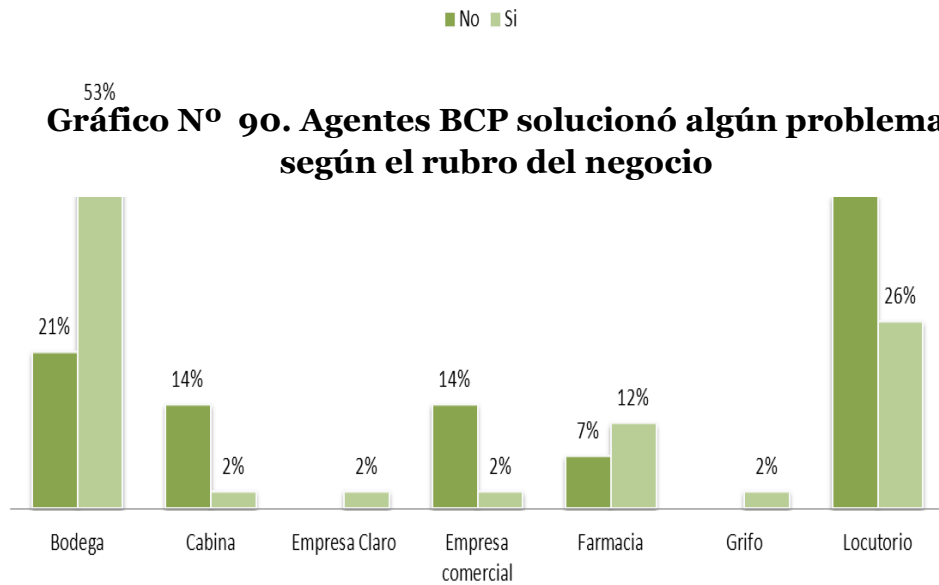


Gráfico N° 89. Agentes Interbank llego a presentarles algún problema según el rubro del negocio

Podemos apreciar que el 65% de agentes que presentaron problemas son del rubro de las bodegas. Un 33% de agentes que no presentaron problemas se encuentran en las farmacias.

Los agentes bancarios BCP tienen un porcentaje relativamente alto de población que no ha presentado problemas, significa que los agentes bancarios según el rubro del negocio (bodega, cabina, farmacia, etc.) están trabajando acorde con las exigencias de la empresa.

Mientras en que en los agente Interbank se puede deducir que las bodegas son las más propensas a tener problemas. Por lo tanto, es importante tener en cuenta que es necesario tener que ofrecer un mejor servicio que garantice el pleno desarrollo de la las operaciones que los usuarios realizan.



El 43% de agentes BCP **no** llegaron a **solucionar** el problema en el rubro de locutorios, debido a que no les contestan muchas veces las consultas para cualquier inconveniente. Muchas veces suele contestarles una operadora en modo grabado y se hace tedioso resolver dificultades en el momento. Sin embargo, Agentes BCP que **SI** llegaron a **solucionar** el problema son en bodegas con un 56%.

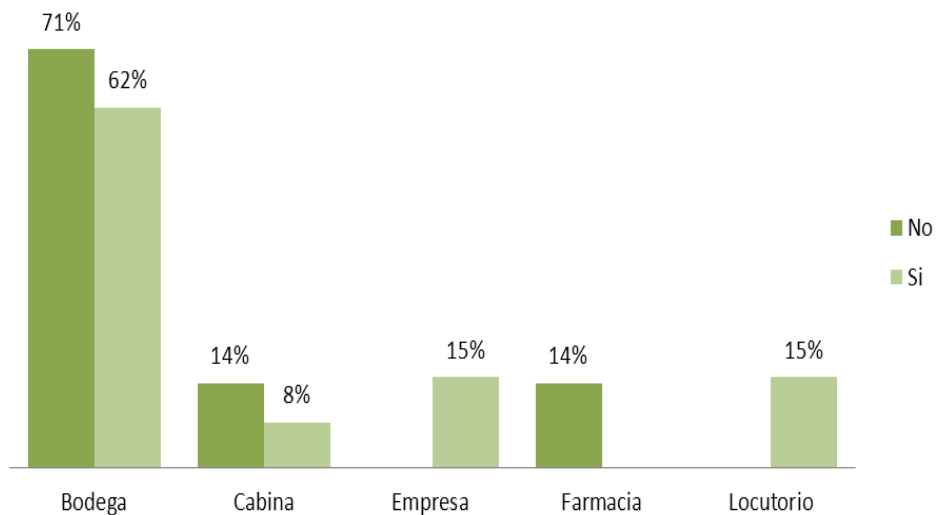


Gráfico N° 91. Agentes Interbank solucionó algún problema según el rubro del negocio

De los agentes Interbank que han presentado algún problema, en las bodegas el 62% llegó a solucionar el problema. Pero un 71% no ha llegado a solucionar el problema. Podemos apreciar una contradicción debido a que en muchas ocasiones el problema a solucionar no implicaba mucha dificultad y en otras circunstancias era más tedioso.

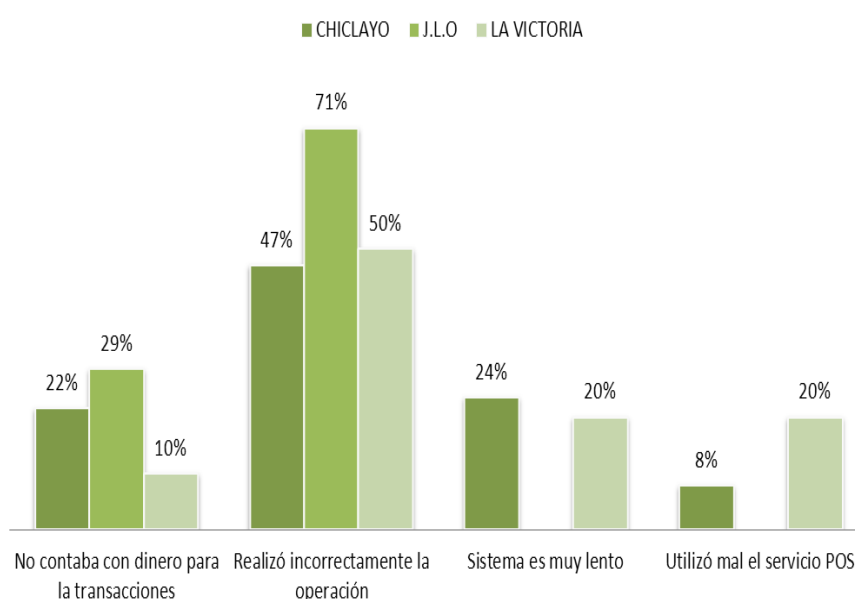


Gráfico N° 92. Tipo de problemas que se les presentaron a agentes BCP según zona de residencia

Podemos observar que un 47% de los agentes BCP en el distrito de Chiclayo, seguido de un 71% de agentes BCP en el distrito de José Leonardo Ortiz y un 50% en el distrito de La Victoria el tipo de problema que se les ha presentado es el de realizar incorrectamente las operaciones. Esto se debe a que tienen problemas al ingresar incorrectamente los montos donde les puede faltar algún dato de los usuarios.

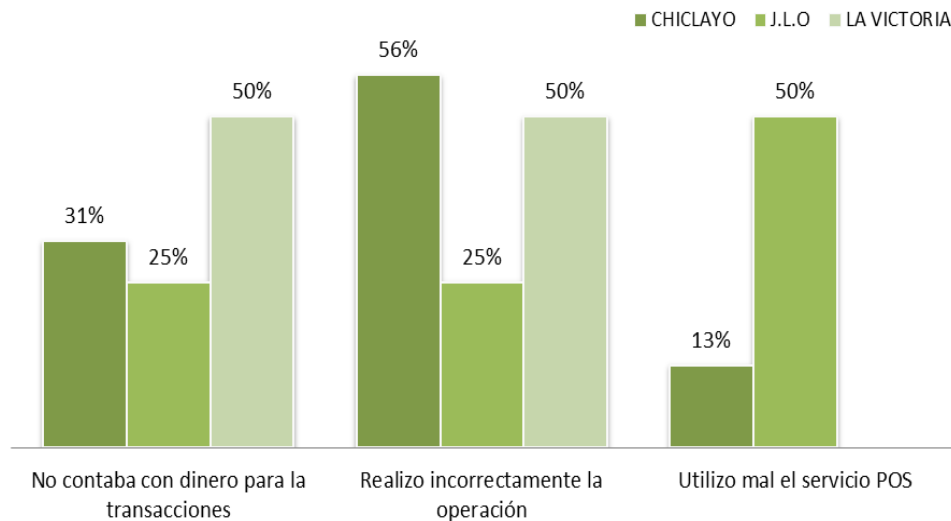


Gráfico N° 93. Tipos de problemas que se les presentan en agente Interbank según ubicados de los agentes.

Podemos apreciar que un 31% de agentes ubicados en el distrito de Chiclayo no contaba con dinero para realizar una operación. Lo mismo pasó en los distritos de José Leonardo Ortiz y en la victoria (25% y 50% respectivamente). Al respecto, creemos que debido a la mayor cantidad de usuarios en Chiclayo, esto puede originar un mayor uso de los agentes, lo cual aumenta la posibilidad de la falta de liquidez. Sin embargo, se deben tomar las medidas de previsión del caso.

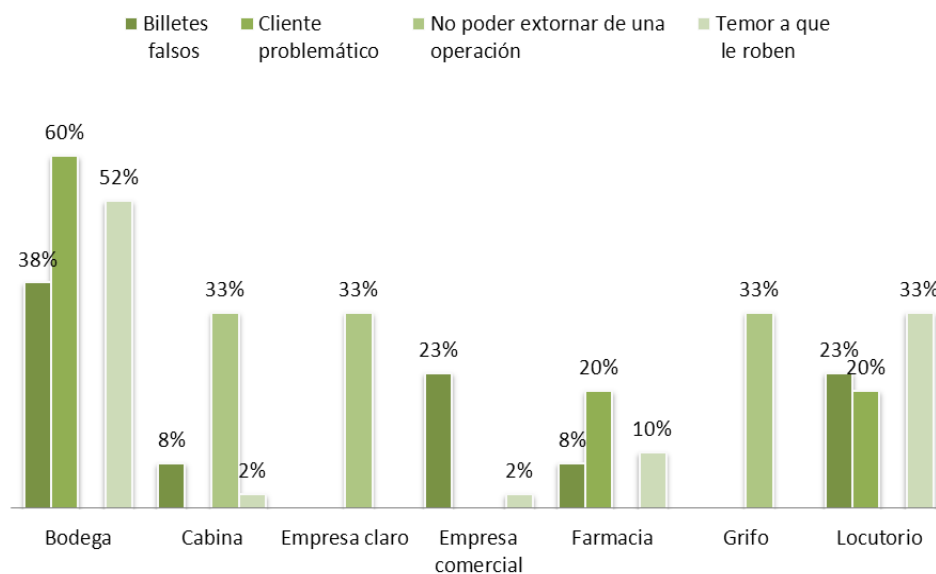


Gráfico N° 94. Rubro del negocio según el tipo de riesgo al contar con un agente BCP

De los agentes BCP en el rubro de bodegas: un 38% manifestaron como riesgo el recibir billetes falsos. También un 60% temen a los clientes problemáticos y por último un 52% se preocupa que les roben. Con el mismo porcentaje de un 33% para los negocios de cabinas, grifos y locutorios con agentes BCP, se puede apreciar el mismo tipo de riesgo el no poder extornar una operación.

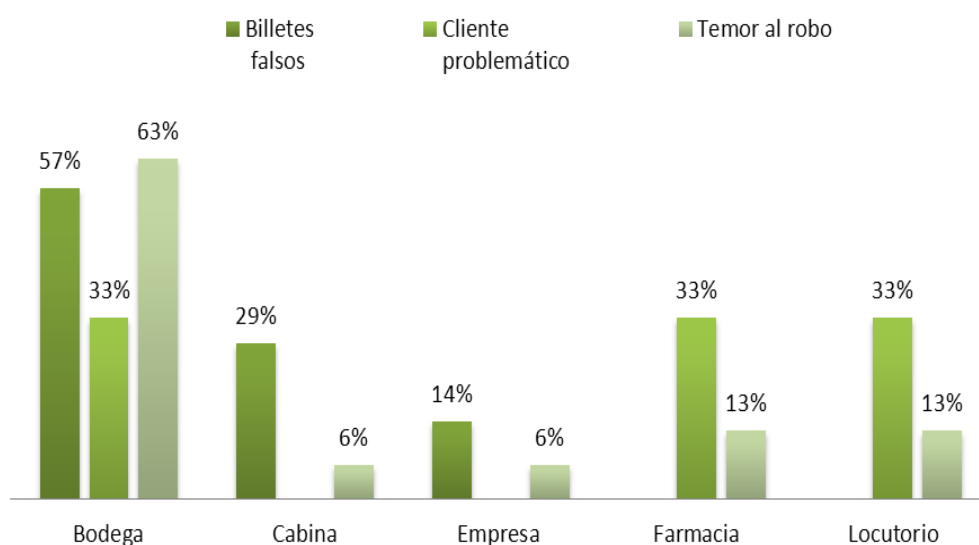


Gráfico N° 95. Rubro del negocio según el tipo de riesgo al contar con un agente Interbank

Un agente Interbank es un establecimiento que puede presentar riesgo como en todo negocio. Es así que las bodegas consideran que el riesgo mayor es el robo que pueden sufrir (63%), mientras que en las farmacias y los locutorios consideran que el mayor riesgo para ellos son los clientes problemáticos con un 33% para ambos.

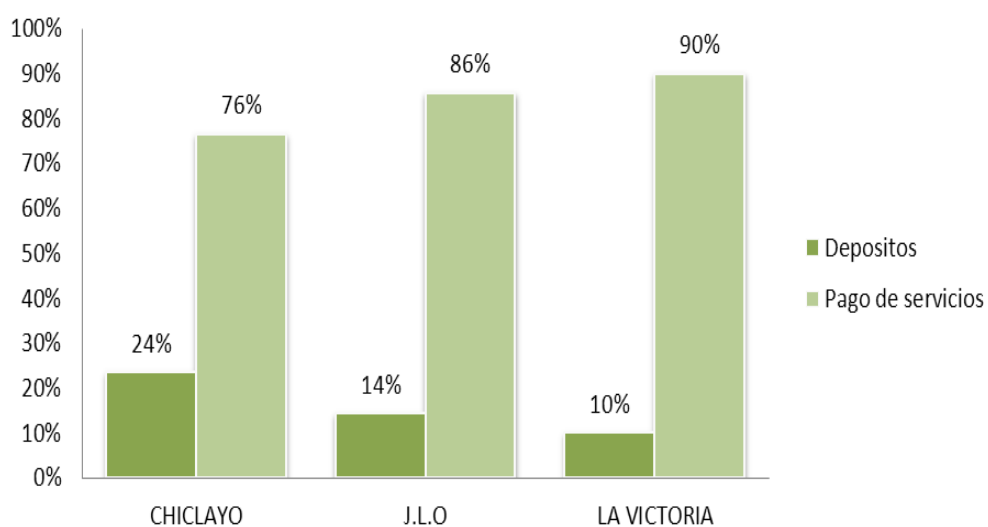


Gráfico N° 96. Operación más frecuente que dejó de realizar un agente BCP según ubicación del agente

El 76%, 86% y 90% de los Agentes BCP en los distrito de Chiclayo, José Leonardo Ortiz y La Victoria respectivamente dejaron de realizar con mayor frecuencia las operaciones por pagos de servicios, debido a los diferentes problemas que se les han presentado.

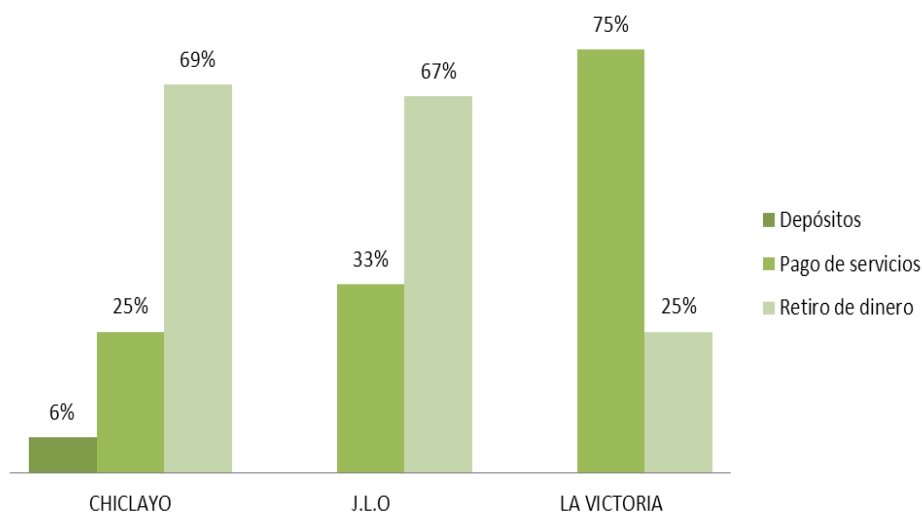


Gráfico N° 97. Operación que dejó de realizar con mayor frecuencia un agente Interbank según la zona de residencia

Podemos apreciar que en los distritos de Chiclayo con un 69% y en el distrito de José Leonardo Ortiz con un 67% de agentes dejaron de realizar retiros de dinero. Mientras que un 75% de agentes ubicados en La Victoria no realizaron pago de servicios por problemas presentados, según el gráfico 4.98.

El riesgo mayor que se percibe los agentes bancarios es el robo. Al respecto, podemos decir que en la actualidad todo negocio corre riesgo de ser asaltada. El nivel de seguridad dependerá de las eficiencias de estas medidas así como también de algunos factores externos o internos condicionales e influyentes de la zona donde las personas realizan sus actividades.

Difícilmente las agencias bancarias y los usuarios podrán sentir cierto grado de tranquilidad y confianza, alejados del temor y del peligro sino se cuenta con alguna medida de protección.

Los diferentes problemas generados en el interior de los agentes bancarios, han ocasionado que se deje de realizar las operaciones por el pago de los

servicios. Esto, desde luego, genera descontento e incomodidad entre los usuarios, ya que se tienen que trasladar a otras sedes, demandándoles más tiempo del que usualmente utilizaban.

V. DISCUSIÓN.

El objetivo del presente capítulo es realizar una evaluación comparativa entre los agentes bancarios BCP e Interbank, respecto a las similitudes y diferencias que estas presentan.

5.1 Clientes y usuarios de los agentes bancarios BCP e Interbank

Los agentes BCP y agentes Interbank, son utilizado por el *público en general*, es decir sin distinción de ocupaciones y para todos los segmentos del mercado. Los usuarios en su mayoría, son las *damas*, porque son ellas las que realizan más operaciones y coinciden en preferir a estos agentes bancarios BCP e Interbank. Además podemos decir que, a nivel exploratorio, se demuestra que las personas que utilizan estos canales de distribución bancarios y de mayor concurrencia son *jóvenes* 19 a 25 años, ya sea por la mayor cercanía y accesibilidad. En menor proporción está el público adulto que presenta edades de 33 hasta 46 años. Son ellos las que acuden por el menor costo de comisiones.

Por otro lado, de las personas encuestadas que utilizan agentes bancarios, a nivel exploratorio, existe un mayor porcentaje de clientes que son del Banco de Crédito (58%), y, en menor proporción son clientes del Banco Interbank (20%). Se concluye que a pesar de la mayor competencia que existe entre los agentes bancarios, se deduce que mayor fidelización tiene el Banco de Crédito. Es el banco líder en el sistema bancario peruano. Siempre cuenta con una adecuada cartera, que le permite tener más solidez. Abarca una red amplia de agentes BCP a nivel del mercado y mayor distribución de agentes bancarios, para lograr mayor cobertura, en sitios donde nunca ha existido este servicio.

En relación a la atención del usuario, ambos agentes bancarios BCP e Interbank, son buenos canales de atención para todo tipo de usuarios.

Así mismo, cuando los usuarios acuden a los agentes bancarios lo hacen de forma mensual. Luego son atendidos entre *5 a 10 min.* Es decir, que los agentes bancarios BCP e Interbank son eficientes en cuanto al tiempo

empleado para atender a su público. Al mismo tiempo los usuarios de ambos agentes bancarios, coinciden en que *no presentaron ningún inconveniente*. Por otro lado, a nivel exploratorio, podemos decir, que el encargado del agente resuelve de la mejor manera cualquier tipo de situación. Pero existe parte de los encuestados que dejaron de realizar operaciones porque el agente bancario (BCP e Interbank) *no contaba con dinero*. Esto se debe a la falta de liquidez para responder a las operaciones en el resto del día.

Cabe agregar, que a la mayoría de usuarios de los agentes bancarios BCP e Interbank, si les gustaría que los atendieran los días *domingo, porque* les es más factible poder encontrar agentes en cualquier momento sin importarles el día.

El agente bancario puede realizar las operaciones establecidas que el cliente desee. Para un agente BCP la operación usada con mayor frecuencia es el pago de servicios. Esto implica la cancelación de facturas por consumo de servicios como teléfono, agua, luz, etc. Por otro lado, de modo contradictorio, vemos que para un agente Interbank, la operación con mayor frecuencia es de retiro de dinero.

En resumen, podemos decir, que la ventaja para el usuario de tener un agente BCP e Interbank, es evitar el desplazamiento hacia el banco. Así evita hacer colas y disminuye tiempos de espera, además de la comodidad que ofrece realizar compras mientras hace sus transacciones financieras. Por último, existe la no cobranza de comisiones en la mayoría de servicios.

Motivación del usuario: Los usuarios de ambos agentes BCP e Interbank, están de acuerdo que el motivo por el cual acuden es por *ahorrar tiempo*, porque evitan hacer largas colas para ser atendidos. Luego la *cercanía* con la que se encuentra estos agentes BCP e Interbank le permitan mayor accesibilidad. También es por la *infraestructura* que presentan por los medios necesarios para poder atender a los usuarios con normalidad. Así mismo, por la *atención brindada*, esto indica que son atendidos con amabilidad. Por otra parte la seguridad bancaria, pues para los usuarios es

factible y seguro realizar operaciones sin fraudes. Por último, puede realizar *varias operaciones* (pago de servicios, retiro de dinero, colocar sus depósitos, consultar su saldo, etc.) en el mismo lugar.

Podemos concluir que el “nivel de motivo de los usuarios por el cual acuden a éstos agentes bancarios BCP e Interbank” se encuentra en un nivel óptimo.

En la percepción de este usuario, lo que una persona ve, escucha e interpreta es real y considera verdadero para ella. Pero sin duda para otra persona lo que ve, puede ser de una manera diferente. Esto debido a que somos personas diferentes y complejas.

Entonces las similitudes de ambos agentes bancarios (BCP e Interbank), que se encuentran ubicados en los distritos de Chiclayo, José Leonardo Ortiz y La Victoria, para los usuarios este *servicio* es percibido como bueno. Existe un contacto de cara a cara, sus consultas y reclamos son solucionados; y al mismo tiempo, los usuarios, perciben en ambos agentes bancarios como muy bueno *el ahorro de tiempo*. Esto le permite hacer operaciones diferentes evitando trasladarse de un lugar a otro.

Podemos concluir que el “nivel que perciben los usuarios de los agentes bancarios BCP e Interbank” se encuentra en un nivel óptimo.

En la satisfacción del usuario, podemos encontrar a nivel comparativo que ambas entidades bancarias presentan un nivel de satisfacción medio, porque de acuerdo a nuestra investigación, existen clientes y usuarios que están satisfechas con el servicio brindado por un agente, pero también hay un grupo de usuarios y clientes que están insatisfechos. La similitud en que en ambos bancos se encuentran satisfechos e insatisfechos puede ser señal que un factor, dentro de toda, esta red de agentes, está fallando y está perjudicando a las partes involucradas.

Referente a las expectativas del usuario deducimos que, para ambas entidades, los usuarios y clientes de agentes bancarios tanto del Banco de Crédito como del Interbank, presentan expectativas altas en cuanto a

encontrar en un agente bancario un servicio completo. Es decir, un servicio que abarque rapidez para así ahorrar tiempo, un servicio de calidad siendo atendido con amabilidad, poder realizar varias operaciones en un mismo agente bancario, contar con el agente en diversos horarios y que el lugar de atención sea amplio para sentirse más cómodo. Como se puede apreciar estas características describen un servicio completo que el banco siempre tiene que tener en cuenta para así poder superar las expectativas de los clientes y usuarios en cualquier agente bancario.

Sobre los beneficios adicionales del usuario, deducimos que para ambos usuarios o clientes, el principal beneficio que se puede lograr utilizando un agente BCP e Interbank es la rapidez. Esto está relacionado directamente con el tiempo de espera para ser atendido y el tiempo que se demora un cliente en realizar la operación. Este lapso mucho lo compara con el largo tiempo que se emplea en ir a una sucursal del banco, pues el agente es más rápido y accesible ya que como existe una red ya establecida se puede dar cuenta de la mayor facilidad.

5.2 Agentes bancarios BCP e Interbank

En el rubro del negocio, las bodegas son las pequeñas empresas que se encuentra más cerca de los usuarios y clientes, y a la vez es el rubro con el cual se ha podido tener más Agentes BCP e Interbank. Ambas entidades bancarias han tomado como punto estratégico las bodegas por ser centro de concurrencia diaria.

Como segundo rubro de penetración en el mercado para un agente bancario podemos encontrar diferencias ya que en los agentes bancarios BCP los locutorios son puntos estratégicos para poder llegar a los clientes. En cambio, para los agentes bancarios Interbank las cabinas de internet suelen ser lo más accesible para el cliente. Ambas entidades presentan diferentes rubros teniendo en cuenta la ubicación, la función y objetivo que cumple los agentes bancarios.

En relación a la zona de ubicación de los agentes, la mayoría de agentes BCP e Interbank tienen como zona de residencia en Chiclayo (75% y 62% respectivamente).

La diferencia radica en que después de Chiclayo, el BCP tiene más agentes bancarios en el distrito de La Victoria (15%) a diferencia del Interbank que es en el distrito de José Leonardo Ortiz (23%). Contrariamente el BCP tiene menor cantidad de agentes bancarios en el distrito de José Leonardo Ortiz (10%).

Con respecto al número de operaciones que aproximadamente realiza en el día los agentes bancarios BCP e Interbank, tenemos que ambos buscan obtener el mayor número de operaciones, para obtener más ganancias.

Respecto a la diferencia entre ambos agentes bancarios, encontramos que mientras que en los agentes BCP el mayor porcentaje de operaciones fluctúan entre 100 a más operaciones diarias; en los agentes Interbank el mayor porcentaje fluctúa entre 30 a 60 operaciones diarias. Lo que significa que en los agentes BCP se realizan más operaciones diarias.

En ambos agentes bancarios, el monto de ingresos es de suma importancia porque es con ese ingreso monetario con el que va a contar para realizar las operaciones de Agente. Por otro lado, mientras en los agentes BCP el monto de ingresos mensual de 1000 a 1550 representa el 44%, en los agentes Interbank representan el 52%. Lo que significa que en el BCP el ingreso mensual es menos con relación al Interbank.

Sobre el horario de atención de los agentes bancarios BCP e Interbank la coincidencia de ambos agentes bancarios (BCP e Interbank), es la de presentar un horario de atención propicio y adecuado para atender a su público ya sea cliente o usuario. Entonces decimos que la flexibilidad del horario de atención, va a depender del rubro de negocio que presenten.

Para agentes BCP pueden tener un horario de atención según al rubro del negocio en el que se encuentren. Puede ser horario partido como entre las 9:00 am. a 2:00 pm y 4:00 pm a 9:00 pm. y asimismo, atender a partir de las 7.30 a 9:00 pm. Por el contrario, para un agente Interbank, el horario de atención para los usuarios es en cualquier momento del día, siempre dispuestos a atender al público.

Acerca de la operación que realizan con mayor frecuencia los agentes bancarios BCP e Interbank, en ambos agentes bancarios, los usuarios pueden realizar las operaciones que deseen o necesiten.

En el agente bancario BCP las operaciones que se realizan con mayor frecuencia son los pagos de servicio, mientras que en el Interbank predomina más el retiro de dinero.

Respecto a la capacitación recibida por parte de la encargada del agente BCP e Interbank, la capacitación está presente en ambos agentes bancarios, lo cual les permite una mejor utilización del servicio.

Si bien es cierto que existe capacitación en ambos agentes bancarios; en el BCP se manifiesta con mayor frecuencia, a diferencia de los agentes bancarios de Interbank.

Según se ha visto con relación a la motivación para realizar más operaciones, en ambos agentes, BCP e Interbank, se sienten motivados al realizar más operaciones. Sin embargo, existe una ligera diferencia entre el BCP y el Interbank. Es decir, en el primero se nota un porcentaje mayor que aunque no es muy marcado, es significativo, con respecto al segundo.

Sobre los Factores Motivacionales:

a) F. intrínseco

Los factores intrínsecos, están relacionados con la satisfacción en el cargo y con la naturaleza de las tareas que el individuo ejecuta. Por esta razón, los

factores motivacionales están bajo el control del individuo, pues se relacionan con aquello que él hace y desempeña.

Con ello decimos que las semejanzas que presentan los agentes BCP y a la vez agentes Interbank, es que les *gustaría que estén en contacto directo* y en permanencia por parte de su jefe para atender cualquier inconveniente que se les presente y poder así solucionar el problema en el debido momento. También, es de resaltar que se *sienten motivados al realizar más operaciones*, puesto que, los mueven más por el propio negocio que poseen, y por ende para que siga prosperando en su rubro.

Es indispensable tomar en cuenta aquellos factores intrínsecos que puede presentar un agente bancario. Porque ellos, de una u otra parte, son los que van incrementar el número de clientes que ingresan a su rubro de negocio. Ser escuchados y que les tomen en cuenta es necesario para que puedan mejorar cada día.

El motivo por el cual las empresas eligieron ser Agente BCP, es el *prestigio* con el que cuenta el Banco de Crédito, el cual tiene una cobertura amplia, mayor distribución, más clientes. Además pueden contar con una *línea de crédito*, debido a que cada agente debe de presentar una cuenta con un mínimo de capital para que efectúe sus operaciones y poder realizar aún más transacciones.

De forma contradictoria, encontramos, que el motivo por el cual las empresas eligieron tener un Agente Interbank es la *rapidez* con la cual se pueden realizar las *operaciones*, *y la imagen* que el banco proyecta hacia el público.

b) F. Extrínseco

Sin duda el factor extrínseco, es necesario, ya que muchas veces no están muy contentos éstos agentes bancarios y siempre es bueno ser escuchadas esas molestias que les aquejan para que puedan seguir resurgiendo de manera efectiva y ser sostenible en el tiempo. Es por ello que la coincidencia del

agente BCP y agentes Interbank, en ambos agentes bancarios, les gustaría tener como *aspecto adicional la mejora por parte del Banco del sistema de consultas*, y que sea de manera inmediata. Además, tener un *incentivo adicional por realizar más operaciones* siendo así un factor de motivación para realizar aún con más entusiasmo sus operaciones.

Los agentes BCP no están de acuerdo con el porcentaje que reciben por cada operación, porque tienen que cumplir con un rango de operación para recibir un monto de dinero. Sin embargo, por otro lado, vemos que los *agentes Interbank sí están de acuerdo* con el porcentaje que perciben. A nivel exploratorio, agentes Interbank, ganan por operación realizada, es decir, realizan la operación y automáticamente ya están ganando 0.30 centavos.

Podemos decir, que siempre es bueno recompensarles con un porcentaje por cada operación que realicen, para que así de esa manera se esmeren por llegar más a su meta trazada.

En torno al seguimiento que realiza el encargado a los agentes bancarios BCP e Interbank, se observa que en ambos casos el seguimiento o monitoreo no es muy frecuente. En este mismo sentido existe una diferencia significativa entre uno y otro agente bancario. Es decir, mientras que en el BCP el 38% son monitoreados, en el Interbank es menor, solo el 12% son monitoreados.

Es evidente entonces, que los problemas que se presentan a la hora de realizar las operaciones en los agentes BCP e Interbank, los dos agentes, presentan problemas, sobre todo en el momento en que el usuario requiere una operación. Sin embargo, se observa, que el BCP es el que mayor porcentaje de problemas presenta (84%) a diferencia del Interbank, donde también son evidentes los problemas pero en menor porcentaje (77%).

En la solución de problemas que se presentaron en los agentes BCP e Interbank, el mayor porcentaje de problemas que se presentaron en ambos agentes bancarios, se llegaron a solucionar. Sin embargo, el BCP solucionó el

mayor porcentaje de problemas (76%); a diferencia del Interbank que solucionó los problemas; pero en menor porcentaje (65%).

Se observa claramente que con relación a los problemas presentados como agente, ambos agentes bancarios BCP e Interbank coinciden en que el problema que se les presentó generalmente fue la realización incorrecta de la operación.

La diferencia entre uno y otro radica en que mientras en el BCP existe menor porcentaje de problemas por falta de dinero para la transacción (21%), en el Interbank son más frecuentes los casos (27%) por falta de dinero.

Sobre los tipos de riesgo, el principal temor es que los asalten. Esto está relacionado más con un tema de ciudadanía, ya que hoy en día el nivel de seguridad no es muy alto y existen diversas formas que un agente pueda perder su dinero, ya que los billetes falsos que puede recibir un agente bancario es una pérdida. Por otro lado, mientras que en el BCP el porcentaje de riesgo es mayor con respecto a los billetes falsos, en el Interbank el riesgo es menor. Así mismo, el porcentaje de clientes con problemas es menor en el Interbank que en el BCP.

Sobre el aspecto adicional que mejoraría el banco con el agente BCP e Interbank, a ambos agentes bancarios les gustaría tener como aspecto adicional la mejora del sistema de consultas por parte del banco. Así mismo, mientras que en el Interbank consideran como aspecto adicional a la capacitación; en el BCP no la consideran.

En lo que respecta al aspecto adicional que le gustaría tener como agente BCP e Interbank, el incentivo adicional está presente en ambos agentes bancarios. Sin embargo, mientras que en el BCP consideran como segunda alternativa adicional extornar la operación; en el Interbank consideran una mayor publicidad.

En relación a la operación que realizan con menor frecuencia los agentes BCP e Interbank, las transferencias y la consulta de movimiento son operaciones que se realizan con menor frecuencia en ambos agentes bancarios. Mientras que en el BCP la operación que realiza con menor frecuencia es la consulta de movimientos; en el Interbank es el pago de servicios.

Acerca del motivo por el cual eligieron tener un agente BCP o Interbank, predominó la imagen en ambos agentes bancarios. Así mismo, mientras que en el Interbank un porcentaje considera un motivo la rapidez de las operaciones; en el BCP no lo consideran.

Sobre el porcentaje de ganancias que recibe por operación como agente BCP e Interbank, ambos agentes perciben un porcentaje de ganancia. La diferencia entre ambos bancos se basa en que el tipo de remuneración para cada agente es distinto, pues los agentes BCP tienen que cumplir con un mínimo y máximo de operaciones para poder recibir una remuneración. Es así que entre más realicen operaciones más es el monto recibido; mientras que los agentes Interbank ganan 0.30 por cada operación sin importar cuantas operaciones se realizan, no se establece un objetivo.

Referente a qué le permite tener un agente BCP e Interbank, ambos agentes les permiten tener una buena imagen ante los clientes y usuarios. Así mismo, encontramos que la oportunidad de mejora es mucho más marcada en el BCP que en el Interbank.

Por otro lado, sobre la infraestructura con que cuentan los agentes BCP e Interbank, en ambos agentes están de acuerdo con la infraestructura que tienen. Sin embargo, existe un porcentaje menor en el BCP que no considera que la infraestructura sea adecuada, a diferencia del Interbank.

El rubro del negocio según el número de operaciones que aproximadamente realizan en el día los agentes BCP e Interbank, en ambos agentes el rubro de las bodegas representa un porcentaje importante.

Con respecto a la zona de residencia según las operaciones que realiza con mayor frecuencia en los agentes BCP e Interbank, ambos agentes bancarios centran sus operaciones en Chiclayo, José Leonardo Ortiz y La Victoria. Sin embargo, en el BCP el menor porcentaje de depósitos se ubica en La Victoria, a diferencia del Interbank donde el menor porcentaje se ubica en Chiclayo.

En lo que respecta a la capacitación que reciben los agentes BCP e Interbank según la zona de residencia, los porcentajes mayores se ubican en Chiclayo. La diferencia radica en que en el BCP la falta de capacitación es menor que en el Interbank.

Sobre si los agentes BCP e Interbank realizan seguimiento según la zona de residencia, el mayor porcentaje coincide en que generalmente no se hace seguimiento ni control por parte de los jefes.

El tipo de problema que se les presenta a ambos agentes BCP e Interbank es el de realizar *incorrectamente la operación*, lo cual es de molestia para el agente y el cliente, ya sea por la irresponsabilidad tanto de los usuarios como del encargado del agente bancario. Suele pasar que dan información de manera incorrecta, es por ello que cada agente bancario debe estar siempre alerta para cualquier incongruencia, para que se ejecute la operación dada y no haya ningún problema.

Muchas veces el tipo de problema está relacionado con las circunstancias que se presenten a estos agentes bancarios y la manera cómo pueden afrontarlo. Las distinciones que encontramos en ambos agentes bancarios BCP e Interbank, es que el sistema que presentan es muy lento y no cuentan con dinero en su caja cuando el usuario quiere retirar efectivo de su cuenta respectivamente. Deben tomar en cuenta el banco de cada agente bancario para que no pueda ocasionarle contratiempos.

Sobre la Frecuencia de operaciones, la equivalencia que existe en los agentes BCP y agentes Interbank, es la de realizar cualquier tipo de *operación* como los es el pago de servicios libres de comisión como son de: agua, luz, telefonía, universidad, colegios, centros de belleza, etc. Además de realizar

retiros de dinero, depósitos, consulta de saldo y movimientos, transferencias entre cuentas interbancarias, recargas de celulares, cobros de giros nacionales y del exterior, pago de cuotas.

Un agente BCP puede realizar las operaciones que el cliente desee como son el pago de servicio de agua, luz teléfono, universidad, colegios, centros de belleza, etc., y colocación de depósitos. Por otro lado y de forma contraria, los agentes Interbank pueden realizar varias operaciones pero la operación realizada con mayor repetición es, de retirar de dinero, donde, no se necesita ser cliente de la entidad financiera asociada al agente bancario Interbank, sino que cualquiera usuario accede a él.

Por último, a nivel exploratorio, en su mayoría los usuarios tiene un primer acercamiento para realizar transacciones de pagos de servicio por las deudas que presentan por la gran facilidad de acceso, mayor cobertura y publicidad que tienen, donde optan por acudir a los agentes BCP.

VI. CONCLUSIONES

La gestión de los agentes bancarios BCP en relación con la oferta y demanda es eficiente; teniendo en cuenta que los usuarios tienen un nivel de satisfacción óptimo y que cada uno de los agentes bancarios cumple con su objetivo de llevar el sistema financiero a cada uno de los clientes y/o usuarios.

En el distrito de Chiclayo podemos apreciar que hay mayor afluencia de agentes bancarios BCP, cumpliendo con la función de descongelación de oficinas, es así que un agente de BCP, presenta mayor número de operaciones siendo así la operación que más realiza el pago de servicios.

Entre los problemas más presentados en un agente BCP, es la realización incorrecta de efectuar la operación, pero a pesar de la deficiencia que le puede haber sucedido; éstos agentes BCP, solucionaron de manera oportuna y en el momento indicado, es así que un establecimiento minorista que cuenta con un agente BCP, permite tener mayor oportunidad negocio; oportunidad de mejora; mayor rentabilidad, obteniendo más clientes y brindando más servicios a cada usuario.

La gestión de los agentes bancarios Interbank en relación con la oferta y demanda está en un nivel óptimo; donde los usuarios de los agentes bancarios, resaltan como principales beneficio la rapidez con la cual son atendidos, lo accesible que es encontrar un agente bancario Interbank.

El agente Interbank tiene como objetivo llevar el sistema bancario a nuevos sectores, permitiendo la expansión del banco a posibles nuevos clientes; la operación que más realiza un Interbank agente es el retiro de dinero, esto implica que su principal público objetivo son los clientes del banco mismo lo cual conlleva que el servicio brindado tiene que cumplir las expectativas de los clientes y superarlas.

El porcentaje de ganancias obtenido por un agente Interbank cumple con las expectativas de los establecimientos minoristas, siendo una relación directa con la motivación a realizar más operaciones. Así mismo el agente Interbank prefieren mayor publicidad en sus establecimientos para ser mayor reconocidos en el mercado.

Un agente Interbank puede contar con una línea de crédito, teniendo en cuenta que tienen que pasar por una evolución crediticia calificando su perfil.

VII. RECOMENDACIONES

Convertirse en un canal de captación de clientes, el 22% de personas que acuden a un agente bancario BCP e Interbank no son cliente de ninguna de las dos entidad bancarias. Esta cantidad de usuarios podría convertirse en clientes a través de un agente bancario, mediante una buena comunicación entre agente – banco, ya que el agente bancario tendría que tomar datos principales del usuario interesado en adquirir un producto y a la vez filtrar la data en el sistema bancario para verificar si el usuarios puede adquirir un servicio.

Proporcionar a cada agente bancario una línea de crédito para que puedan solventarse sus operaciones en el transcurso del día, esto implica una disponibilidad de efectivo para el agente bancario, ya que uno de los principales problemas que estos enfrentan es la falta de liquidez para poder realizar operaciones de salida de dinero. Esta alternativa tiene que ser evaluada por la entidad bancaria y puede ser brindada mediante una tarjeta de crédito.

Contar con número de consultas activo, un número telefónico en el cual los agentes bancarios puedan consultar sus problemas e inquietudes para que así ellos puedan brindar un mejor servicio al usuario. En los agentes bancarios en estudio si existe este enlace de comunicación agente – banco, pero es ineficiente debido a que los agentes bancarios nos comunicaron su malestar por el desinterés.

Incrementar su bono por cada rango de transacción establecida y de esa manera se sientan más orgullosos de trabajar, este incremento de ganancias para cada agente bancario implica establecer un rango de número de operaciones e ir aumentando el incentivo monetario, con esto se busca que el encargado de agente bancario ponga más esmero y atención en el servicio a

los usuarios por que un usuario y/o cliente satisfecho retorna al uso consecutivamente.

Contar con una póliza de seguro para el operario del agente bancario, esta póliza de seguro estaría dada por la entidad bancaria y cubriría el primera instancia el riesgo de robó asalto.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Asociación de Bancos del Perú. (2013). *Cajeros corresponsales se consolidan como canal alternativo de atención bancaria*. Recuperado a partir de http://www.felaban.com/archivos_noticias/novedad.pdf.

Banco de Crédito BCP. (2012). *Memoria BCP 2012 - Banco de Crédito del Perú*. Recuperado a partir de <https://ww3.viabcp.com/connect/nuestrobanco/pdf2006/memoria/memoria2012.pdf>.

Bauer. (2012). *Cajeros automáticos impulso a la inclusión financiera y a la eficiencia operativa del sector*. (5ta Ed.). México: Mc. Graw-Hill/ Interamericana Editores S.A. de C.V

Bohlander. G y Snell. S. (2007). *Administración de recursos humanos*. 14a. ed. Cengage Learning: México. D.F.

Beverly (2002). *Servicio al cliente*. México. D. F. Fundación Bill & Melinda Gates.

Comisión Nacional Bancaria y de Valores (1997). *Modelos de negocios para la inclusión financiera*. 1era ed. México, D.F. 01020.

Comisión Nacional Bancaria y de Valores –CNBV. (2009). *Modelo de negocio para la inclusión financiera*. México: Fundación Bill & Melinda Gates.

Comisión Nacional Bancaria y de Valores –CNBV. (2010) .*Corresponsales Bancarios*. México: Fundación Bill & Melinda Gates.

Comisión Nacional Bancaria y de Valores. (2009). *Modelo de negocio para la inclusión financiera*. México: Fundación Bill & Melinda Gates. Obtenido el 3 de mayo del 2013. Recuperado a partir de <http://www.cnbv.gob.mx/Inclusi%C3%B3n/Documents/Modelos%2ode%20Negocio%20para%20la%20IF/1%20Corresponsales%20Bancarios.pdf>.

Contreras. (2012). *Mejora del proceso de comisiones de agentes bancarios en el área de canales alternativos del BCP*. 1º Edición. Universidad del Pacífico: Biblioteca universitaria. Lima.

- Cueto, A. (2010). *Tudinero. El agente corresponsal es la alternativa de hacer cola en el banco*. Recuperado a partir de <http://www.tudinero@comercio.com.pe>
- Chiavenato I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. 7ma. ed. México: McGraw-Hill.:
- Grupo Stakeholders (2013). *Interbank Agente capacita a sus socios corresponsales* en todo el Perú. Recuperado a partir de: http://www.stakeholders.com.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=5532:-interbank-agente-capacita-a-sus-socios-corresponsales-en-todo-el-peru&catid=39:banca-afp-y-seguros&Itemid=123.
- Elías (2000). *Prácticas de organización y administración de empresa*. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Grosso .2004. *Propuesta de un modelo integral de competitividad económica para los corresponsales bancarios*. México. Editorial Dykinson, S.L.,
- Hezer y Render. H. (2004). *Métodos cuantitativos para los de negocios*. México: Prentice hall.
- Insight, (2010). *Acelerando la Inclusión Financiera a través de Canales Innovadores*. Recuperado a partir de <http://centerforfinancialinclusionblog.files.wordpress.com/2011/09/accelerating-financial-inclusion-through-innovative-channels-spanish.pdf>
- Mas, I.; Siedek, H. (2008). *Servicios bancarios a través de redes de establecimientos minoristas*. CGA, N° 47, 1-31.
- Mas, I. & Hannah S. (2008). *Servicios bancarios a través de redes de establecimientos minoristas*. Focus Note 47. Washington, D.C.: CGAP.
- Niño, J. (2012). *Los canales de distribución bancarios constituyen una estrategia integral de marketing*. Recuperado a partir de

<http://mkbancario.blogspot.com/2012/07/nuevos-canales-de-distribucion.html>

Orozco (2008). *Canales alternativos de acceso a servicios financieros en Brasil*. Recuperado a partir de <http://www.banxico.org.mx/publicaciones-y-discursos/publicaciones/seminarios/modernizacion-e-inclusion-financiera-en-america-la/%7B9EA6A714-9D3F-227B-CF8C-C4FA5E0968E5%7D.pdf>.

Prialé, G. (2010). *La inclusión financiera y la protección del consumidor en el Perú - la actividad de la banca sin sucursales*. Recuperado a partir de http://www.sbs.gob.pe/repositorioaps/o/o/jer/ddt_ano2010/SBS-DT-002_2010.pdf

Pérez, D. (2007). *Agentes móviles y sus principales características*. Recuperado a partir de <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/agentes-moviles-y-sus-principales-caracteristicas/>.

Pérez, J. (s. f). *Gestión de la calidad empresarial*. Madrid: Esic editorial.

López, J.; Condori, P. (2009). *Conformación de alianzas estratégicas bancos – empresa y su impacto para un sistema financiero inclusivo*. Lima: Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM.

Lovis, W.; Adel, I. y Cruz, R. (1999). *Canales de comercialización*. 5ta Edic. Madrid: Prentice Hall Iberia S.R.L.

Vavra, T. (2000). *Cómo medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001:2000*. 2da. ed.: Fc Editorial.

Verderber, R &. Verderber, K. (2009), *iComunícate!* 12ma. ed. México: Cengage Learnig. Wylie. P. (2000). *Como dirigir empleados con problemas*. Graniva: España.

IX. ANEXO

ANEXO 1

ENCUESTA ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL USUARIOS AGENTES BANCO DE CRÉDITO E INTERBANK

Instrucciones: A continuación se le presentarán una serie de enunciados relacionados con el servicio que se le brinda en un agente bancario. Marque con veracidad.

Utiliza: Agente BCP () Agente Interbank ()

1. Sexo: Masculino.....a Femeninob

2. Edad: _____

3. Ocupación: _____

4. Usted ¿Es cliente del Banco de Crédito o del Banco Interbank?

a) Si () b) No () De cual: _____

5. Zona de Residencia:

a) Chiclayo () b) José Leonardo O. ()

c) La Victoria ()

6. Nivel de ingresos mensuales:

a) S/300 - S/550 () b) S/550 – S/800 ()

c) S/ 800 – S/1 050() d) S/1050 – S/1 500 ()

e) S/1500 – S/2 000() f) Otros _____

7. Que beneficios para usted le da el agente:

a) Rapidez () b) Accesibilidad ()

c) Economía () d) Buena atención ()

e) No le cobran comisiones ()

f) Otros _____

8. ¿Con que frecuencia acude a un agente bancario?

a) A Diario () b) Semanal () c) Quincenal ()

d) Mensual () e) Otros _____

9. ¿Cuáles son las operaciones que realiza con mayor frecuencia?

- a) Pago de servicios (agua, luz, telefonía) ()
 b) Retiros de dinero () c) Depósitos ()
 d) Consulta de movimientos () e) Transferencias ()
 f) Otros _____

10. ¿Cuánto tiempo espera para ser atendido?

- a) 5 min a 10 min () b) 10 min a 15 min ()
 c) 15 min a más () d) Otros _____

11. ¿Se le ha presentado algún problema con un agente bancario?

- a) Si () Pase a preg. 12 b) No ()

12. ¿Cuál fue el problema?

13. ¿Le gustaría que la atención se diera también los domingos?

- a) Si () b) No ()

14. Ha dejado de realizar la transacción por los siguientes motivos:

- a) El agente no contó con dinero ()
 b) El sistema POS estuvo lento ()
 c) No hubo personal para que la atendiera ()
 d) No pudo realizar un tipo de operación ()
 e) Otro _____

(Marque dentro del recuadro según su apreciación.)

1. Totalmente en desacuerdo 2. Desacuerdo
 3. Indiferente 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo

15. Qué lo motiva a ir a un agente bancario:

	1	2	3	4	5
--	----------	----------	----------	----------	----------

Ahorro de tiempo					
Cercanía					
Infraestructura					
Adecuada atención					
Seguridad					
Realizar varias operaciones					

(Marque dentro del recuadro según su apreciación.)

1. Muy mala 2. Mala 3. Indiferente
4. Buena 5. Muy buena.

16. ¿Cómo percibes el servicio brindado en los siguientes aspectos?

	1	2	3	4	5
Ahorro de tiempo					
Cercanía					
Lugar					
Adecuada atención					
Servicio					

(Marque dentro del recuadro según su apreciación.)

1. Totalmente en desacuerdo 2. Desacuerdo 3. Indiferente
4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo

17. Satisfacción con el servicio. En los siguiente rubros

	1	2	3	4	5
Estoy satisfecho con el servicio					

Existe buena atención					
Me siento cómodo en el lugar donde realizo las operaciones					
Rapidez en el tiempo de ser atendido					
Estoy satisfecho con la seguridad del servicio					

18. ¿Qué esperas tú antes de recibir el servicio?

	1	2	3	4	5
Ahorro de tiempo					
Servicio de calidad					
Establecimientos amplios					
Disponibilidad de diversos horarios					
Realizar más operaciones en el mismo lugar					

8. ¿Ha recibido capacitación por parte de la encargada del Agente?

a) Si () b) No ()

9. Usted. ¿Se siente motivado a realizar más operaciones?

a) Si () b) No ()

10. ¿Le realizan seguimiento de las operaciones realizadas como agente?

a) Si () Preg. 11 b) No () Preg. 10

11. ¿Le gustaría que estén en permanente

Contacto con Usted?

a) Si () b) No ()

¿Por qué? _____

12. Le gustaría que el banco le dé una línea de crédito

a) Si () b) No ()

13. ¿Alguna vez ha presentado algún problema con las operaciones realizadas?

a) Si () Preg. 12 b) No ()

14. ¿Llegó a solucionar el problema que presento?

a) Sí b) No ()

15. ¿Qué tipo de problema fue el que se le presento?

a) No contaba con dinero para las transacciones ()

b) Utilizó mal el servicio POS ()

c) Realizó incorrectamente la operación ()

e) El sistema es muy lento y dejó de atender a los usuarios ()

f) Otros _____

16. ¿Qué tipo de riesgo cree que corre usted por contar con un agente bancario?

- a) Temor a que le roben ()
- b) Cliente problemático ()
- c) Billetes falsos ()
- d) El extorno de una operación ()

17. ¿En qué aspecto le gustaría que mejorare la el banco con usted?

18. De los siguientes aspectos ¿cuál le gustaría tener adicional :

- a) Incentivo por realizar más operaciones ()
 - b) Publicidad en el sitio ()
 - c) Extornar la operación ()
 - d) Capacitaciones frecuentes ()
 - e) Otro
-

19. ¿Cuáles son los tipos de operación que ha dejado de realizar con mayor frecuencia?

- a) Pago de servicios (agua, luz, telefonía) ()
- b) Retiros de dinero ()
- c) Depósitos ()
- d) Consulta de movimientos ()
- e) Transferencias ()
- f) Otros _____

20. ¿Por qué eligió tener agente BCP en su establecimiento?

21. Está de acuerdo con el porcentaje de ganancias que recibe por operación

- a) Sí () b) No ()

22. El agente bancario le ha permitido a usted tener:

- a) Imagen ()
- b) Ganancias () c)
- Oportunidad de mejora ()
- d) Otros _____

23. Cuenta con una infraestructura adecuada para la atención del cliente

- a) Si () b) No ()

ANEXO 3: ENCUESTA: ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL (AGENTE INTERBANK)

1. Rubro del negocio:

- a) Farmacia () b) Bodega ()
 c) Grifos () c) Supermercados ()
 e) Cabina () e) Locutorio ()
 f) Otros _____

2. Zona de Residencia:

- a) Chiclayo () b) José Leonardo Ortiz () c) La Victoria ()

3. Aproximadamente ¿cuántas operaciones realiza en el día?

- a) 10 a 30 () b) 30 a 60 () c) 60 a 90 () d) 100 a más ()
 e) Otro _____

4. Aproximadamente ¿cuánto es el monto de ingreso diario?

- a) S./100 – S. /500 () b) S. /500 – 1000 ()
 c) S. /1000 – S. /1550 () d) S. /1550 – más ()
 e) Otros _____

5. ¿Cuál es el horario de atención que se da con frecuencia en su agente?

- a) 7.30am - 9pm () b) 8 a. m- 7 p.m. ()
 c) 8.30a.m - 10 p.m. () d) 10.30am – 11pm ()
 e) 9am-2pm – 4 pm-9 p. m ()
 f) Otros _____

7. ¿Cuáles son las operaciones que realiza con mayor frecuencia?

- a) Pago de servicios (agua, luz, telefonía) ()
 b) Retiros de dinero ()
 c) Depósitos ()
 d) Consulta de movimientos ()
 e) Transferencias ()
 f) Otros _____

8. ¿Ha recibido capacitación por parte de la encargada del Agente?

- a) Sí () b) No ()

9. ¿Usted se siente motivado a realizar más operaciones?

- a) Sí () b) No ()

10. ¿Le realizan seguimiento de las operaciones realizadas como agente?

- a) Sí () Preg. 11 b) No () Preg. 10

11. ¿Le gustaría que estén en permanente contacto con Usted?

- a) Sí () b) No ()

¿Por qué? _____

12. Le gustaría que el banco le dé una línea de crédito

- a) Sí () b) No ()

13. ¿Alguna vez ha presentado algún problema con las operaciones realizadas?

- a) Sí () Preg. 12 b) No ()

14. ¿Llegó a solucionar el problema que presentó?

- a) Sí () b) No ()

15. ¿Qué tipo de problema fue el que se le presentó?

- a) No contaba con dinero para las transacciones ()
b) Utilizó mal el servicio POS ()
c) Realizó incorrectamente la operación ()
e) El sistema es muy lento y dejó de atender a los usuarios ()

16. ¿Qué tipo de riesgo cree que corre usted por contar con un agente bancario?

- a) Temor a que le roben ()
- b) Cliente problemático ()
- c) Billetes falsos ()
- d) El extorno de una operación ()

17. ¿En qué aspecto le gustaría que mejore el banco con usted?

18. De los siguientes aspectos cuál le gustaría tener adicional

- a) Incentivo por realizar más operaciones ()
 - b) Publicidad en el sitio ()
 - c) Extornar la operación ()
 - d) Capacitaciones frecuentes ()
 - e) Otros
-

19. ¿Cuáles son los tipos de operación que ha dejado de realizar con mayor frecuencia?

- a) Pago de servicios (agua, luz, telefonía) ()
- b) Retiros de dinero ()
- c) Depósitos ()
- d) Consulta de movimientos ()
- e) Transferencias ()
- f) Otros _____

20. ¿Por qué eligió tener agente BCP en su establecimiento, y por qué no otro?

ANEXO 4

Guía1: Entrevista al representante del Agente Bancario Banco de Crédito.

Se plantearon las siguientes preguntas al representante del Agente Bancario: Walter Hernández

1. ¿Las empresas solicitan ser agentes bancarios?

Es dependiendo del cliente, donde éste tiene que cumplir con el perfil indicado que están buscando para de esa manera poner un agente bancario BCP.

Los requisitos que debe tener presente para que pueda ser un agente bancario son: tener su licencia de funcionamiento, copia de: ficha ruc, DNI, autovalúo (si es local propio; recibo de luz). Si es alquilado el local: Su contrato de alquiler, que este limpio en Infocorp y por último contar con un mínimo de capital que le permite realizar sus operaciones.

2. ¿Busca lugares estratégicos para poner un agente bancario?

El corresponsal del agente bancario busca lugares estratégicos e indispensablemente se evalúa si el señor cuenta con el perfil. Pero lo que se busca es poner en una zona varios agentes para que puedan acudir los usuarios en un solo punto, de manera rápida y de fácil accesibilidad en cualquier rubro de negocios. De esa manera poder captar y fidelizar a sus clientes.

3. ¿Realiza capacitación a los agentes? ¿En qué momento?

El corresponsal del agente bancario capacita a las personas adecuadas cuando ya está instalado en el mismo negocio, para que vea como es el funcionamiento. De esa manera emplea folletos, manuales de instrucciones, diapositivas para el manejo de sus operaciones, resolviendo cualquier duda e inquietud que se les puede presentar.

4. ¿Hace seguimiento a los Agentes bancarios? ¿Cada cuánto tiempo?

El seguimiento que le hace el corresponsal a los agentes bancarios BCP es por medio de visitas a sus agentes bancarios. Lo hace semanal, quincenal y mensual, según como va su funcionamiento, y siempre verificando el número de transacciones, calidad de atención, número de operaciones, etc.

5. ¿Qué requisitos debe tener un canal de distribución para que sea agente bancario?

Los requisitos que tiene que presentar para que sea un agente bancario Banco de Crédito son los siguientes:

- *Licencia de funcionamiento.*
- *Copia de ficha ruc.*
- *Copia de DNI.*
- *Copia autovalúo (si es local propio; recibo de luz).*
- *Contrato de alquiler (si es alquilado el local).*
- *Limpio en Infocorp.*
- *Contar con un mínimo de capital.*

6. ¿Le dan línea de crédito?, ¿De cuánto es el monto?

No les dan línea de crédito, cada persona es responsable de su Agente Bancario, donde debe contar con un mínimo de capital para que realice sus operaciones. El monto es dependiendo de la persona cuanto de disponibilidad pueda tener.

7. ¿Cuál es el rango de operación máximo y mínimo que debe realizar el agente bancario? ¿Por qué? ¿Y cuánto reciben por comisión?

El rango de operación máximo es de 1 240 y como mínimo de 465 operaciones que debe realizar un agente bancario. Pero en su máxima operación el objetivo del agente BCP es que conforme vayan pasando los

meses, debe ir creciendo en sus operaciones de transacciones, no obstante ellos No reciben comisiones.

8. Cuándo llegan a su meta por el número de operaciones ¿Los premian?

Cada vez que sobrepasan su meta por el número operaciones, el Sr W. Hernández (el corresponsal de los Agentes Bancarios) nos comentaba que hay campañas donde hacen “ligas”. Esto funciona de la siguiente manera: el agente BCP de Chiclayo se une con un agente BCP de la zona de Trujillo, estos se juntan para poder realizar 100 secuencias diarias. Cuando llegan a cumplir su meta los premiaban con viajes, obsequios de artefactos, bonos, etc., De esa manera fomentaba un ambiente sano de competir y compartiendo momentos de compromiso con sus agentes bancarios BCP.

9. ¿Cómo los motiva cuando no llegan a su meta? ¿De qué manera lo hace?

Cuando no llegan a su meta, se les hace seguimiento continuo. Siempre tratan de tener una relación de confianza, y de esa manera saber que paso en el momento de sus operaciones, porqué, o cuál fue la causa de que no pudieron llegar a su meta pactada; haciéndolos que se sientan comprometidos e involucrados.

10. ¿Un agente bancario tiene autorización para que pueda extornar las operaciones cuando se le presenta un inconveniente? ¿Por qué?

La única autorización que tienen las personas que utilizan los agentes bancarios BCP, para poder extornar sus operaciones son: el **pago de servicios** de agua, luz, teléfono, etc. En ningún otro tipo de operación puede extornar de manera propia.; esto para un mayor control.

11. ¿Cómo es el proceso de abono a cuenta del agente al banco?

El proceso de abono a cuenta del agente BCP al banco es de manera simple; porque cuando ve que en su caja chica ya tienen un dinero disponible de sus operaciones por depósitos, retiros, etc., la persona autorizada acude al banco para que no se sature su caja chica y también lo es por mayor seguridad. De esa manera podrá realizar más operaciones en lo que quede del día.

12. ¿Existe un proyecto de mejora para los agentes bancarios?

Se tiene en mente pero no existe un proyecto de mejora establecido. Lo que se busca siempre es crecer, en más puntos estratégicos de cada zona y ver en qué punto débil está fallando para convertirlo en oportunidad.

13. ¿Cuál es el riesgo principal que puede generar un agente al banco?

El riesgo principal que puede generar un agente bancario BCP al banco es cuando acude la persona encargada del agente BCP y le puedan robar el dinero en ese transcurso y no saber prever en el momento indicado con mayor seguridad.

14. ¿Cuál es el tipo de operaciones que puede realizar un agente bancario?

Las operaciones que puede realizar un agente bancario BCP son el pago de servicios libres de comisión como: Agua, luz, telefonía, universidad, colegios, centros de belleza, etc. Además, puede realizar retiros de dinero, depósitos, consulta de saldo y movimientos, transferencias entre cuentas BCP, recargas de celulares, cobros de giros nacionales y del exterior y pago de cuotas y disposiciones de tarjetas de crédito BCP (Visa y Amex).

ANEXO 5

Guía2: Entrevista al representante del Agente Bancario de Interbank:

Se plantearon las siguientes preguntas al representante del agente bancario: Lorena Yarrow Zoecer

1. ¿Las empresas solicitan ser agentes bancarios?

Si, una empresa que solicite ser agente bancario INTERBANK podría acercarse a nuestras oficinas, solicitando para que después pase por requerimientos.

2. ¿Busca lugares estratégicos para poner un agente bancario?

Si, ofrecemos a diversas empresas ser agentes bancarios INTERBANK. Nuestra estrategia consiste en poner agentes bancarios en lugares distanciados, para llegar a más lugares y los usuarios puedan encontrar un agente bancarios cerca.

3. ¿Realiza capacitación a los agentes? ¿En qué momento?

Si realizamos capacitación a las personas que se van a encargar de un agente bancario INTERBANK. La capacitación es al principio, es decir, cuando recién va a iniciar sus actividades y la duración de estas capacitaciones depende del entendimiento de las personas.

4. ¿Hace seguimiento a los Agentes Bancarios? ¿Cada cuánto tiempo?

Si usualmente los estamos llamando una vez a la semana en caso de que sus operaciones disminuyan, como para motivarlos a efectuar más operaciones, o en caso se demoren en depositarnos a la cuenta. El tiempo depende de las diversas circunstancias que puede presentar el agente corresponsal.

5. ¿Qué requisitos debe tener un canal de distribución para que sea agente bancario?

Para ser un agente se necesita:

- ✓ La copia de DNI.
- ✓ El recibo de RUC.
- ✓ El último pago a la SUNAT.
- ✓ Si el local es propio copia de la escritura y si es alquilado, contrato de alquiler.
- ✓ No presente deudas en INDECOPI.

6. ¿Le dan línea de crédito?, ¿De cuánto es el monto?

Si, la mayoría de agentes bancarios INTERBANK cuenta con una línea de crédito. Para que ellos puedan acceder a esta línea han tenido que presentar una evaluación crediticia. Los agentes bancarios que no pasen esta evaluación crediticia trabajan con su propio dinero (1000 soles), pero igual se les apertura una línea para que puedan realizar sus transacciones.

El monto de esta línea que se les da a los agentes bancarios para que puedan realizar sus operaciones es de 1000 soles, con los cuales pueden trabajar y reponerlos en cuanto realice las operaciones.

7. ¿Cuál es el rango de operación máximo y mínimo que debe realizar el agente bancario? ¿Por qué? ¿Y cuánto reciben por comisión?

El rango de su operación máximo es de 700 soles y su operación mínimas es de 10 soles que puede realizar un agente bancario. El porcentaje de ganancias que reciben es de 0.30 céntimos por operación sin importar el número de operaciones que puede realizar.

8. Cuándo llegan a su meta por el número de operaciones ¿Los premian?

El agente bancario INTERBANK siempre gana por comisión. A ellos les conviene realizar más operaciones por que a más operaciones, mayores ganancias.

9. ¿Cómo los motiva cuando no llegan a su meta? ¿De qué manera lo hace?

Prácticamente los estamos llamando diciendo que se preocupen por hacer más operaciones o preguntando si se han presentado problemas para así poder solucionarlos y ver la manera cómo sus operaciones vayan aumentando.

10. ¿Cómo es el proceso de abono en cuenta de un agente bancario?

El agente bancario INTERBANK apertura una cuenta donde él va a abonar 1000 soles y con ese monto trabaja. En todo caso hay agentes que abonan sus 1000 soles y hay otros a los cuales nosotros (BANCO INTERBANK) les damos la línea de crédito. Prácticamente el agente corresponsal realiza la operación y posteriormente acude al banco a regularizar su monto de dinero.

11. ¿Existe un proyecto de mejora para los agentes bancarios?

Como canal de distribución siempre existen propuestas de mejora que implicar realizar más operaciones. En otros aspectos, posteriormente, esas propuestas se pueden implementar más adelante. Pero en el presenta año no se va a aplicar ninguna propuesta de mejora.

12. ¿Cuál es el riesgo principal que puede generar un agente al banco?

Una persona que acude a un agente bancario INERTBANK corre el riesgo de que le roben a la hora de salir de un establecimiento. Por eso el usuario de un agente bancario debe ser precavido.

13. ¿Cuál es el tipo de operaciones que puede realizar un agente bancario?

Las operaciones que puede realizar un agente bancario INTERBANK son: pago de servicios libres de comisión como los de: luz, telefonía, universidad, colegios, centros de belleza, etc. Además puede realizar retiros de dinero, depósitos, consulta de saldo y movimientos, transferencias entre cuentas INTERBANK, recargas de celulares, cobros de giros nacionales y del exterior, pago de cuotas y disposiciones de tarjetas de crédito BCP.