

**SISTEMA DE COMUNICACIÓN
EXTERNA DE LOS CANALES
ELECTRÓNICOS AL SERVICIO DEL
CLIENTE DE TERCERA EDAD EN
EL SECTOR BANCARIO
VENEZOLANO**



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL

**SISTEMA DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE LOS CANALES
ELECTRÓNICOS AL SERVICIO DEL CLIENTE DE TERCERA
EDAD EN EL SECTOR BANCARIO VENEZOLANO**

Trabajo de Grado presentado como uno de los requisitos para optar al título de
Magíster en Gerencia de la Comunicación Organizacional

Autor: Ing. Pedro Olivera
Tutora: MSc. Mario Robles

San Diego, Octubre 2017



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL

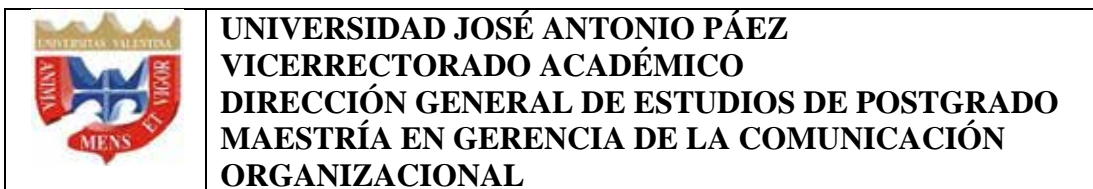
CONSTANCIA DE ACEPTACIÓN DE LA TUTOR

Por medio de la presente hago constar que he leído el Trabajo de Grado, presentado por el ciudadano **Pedro Guillermo Olivera Romero**, portador de la cedula de identidad: 15.066.704 para optar el Título de Magíster en Gerencia de la Comunicación Organizacional, titulado: **SISTEMA DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE LOS CANALES ELECTRÓNICOS AL SERVICIO DEL CLIENTE DE TERCERA EDAD EN EL SECTOR BANCARIO VENEZOLANO**. A través de la presente acepto la tutoría del presente Trabajo de Grado, durante su etapa de desarrollo hasta la elaboración, presentación y evaluación, según las condiciones de la Dirección General de Postgrado de la Universidad José Antonio Páez.

Mario Robles

C.I.: 7.144.089

San Diego, Octubre 2017



CONSTANCIA DE APROBACIÓN DE LA TUTOR

Quien suscribe, hace constar que ha leído el Trabajo de Magister, presentado por el ciudadano **Pedro Guillermo Olivera Romero**, portador de la cedula de identidad: 15.066.704 titulado: **SISTEMA DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE LOS CANALES ELECTRÓNICOS AL SERVICIO DEL CLIENTE DE TERCERA EDAD EN EL SECTOR BANCARIO VENEZOLANO**, presentado como requisito parcial para optar al Grado de Magister en Gerencia de la Comunicación Organizacional, y considera que el mismo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser evaluado por el jurado respectivo; según las condiciones de la Dirección General de Postgrado de la Universidad José Antonio Páez.

Mario Robles

C.I.: 7.144.089

San Diego, Octubre 2017

AUTORIZACIÓN DEL(A) TUTOR(A)

Quien suscribe, **Mario Roble**, titular de la Cédula de Identidad N°**7.144.089**, en mi carácter de tutor(a) del Trabajo Especial de Grado/Trabajo de Grado, titulado **SISTEMA DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE LOS CANALES ELECTRÓNICOS AL SERVICIO DEL CLIENTE DE TERCERA EDAD EN EL SECTOR BANCARIO VENEZOLANO** adscrito a la Línea de Investigación: **Procesos Tecnológicos de Información y Comunicación** presentado por el ciudadano **Pedro Guillermo Olivera Romero.**, titular de la Cédula de Identidad N° **15.066.704**, hago constar que he dirigido el proceso de investigación correspondiente, leído el contenido del informe escrito y considero que el mismo reúne los requisitos exigidos para ser evaluado por el jurado que se designe, por lo cual autorizo la entrega de un (01) ejemplar en físico ante la Coordinación del Programa **Maestría en Gerencia de la Comunicación Organizacional**.

En San Diego, a los..... días del mes de de 20.....

Nombre y Firma del tutor (a)

C.I.:

INFORME FINAL DE TUTORÍAS

DE TRABAJO DE GRADO / TRABAJO ESPECIAL DE GRADO

GRADO ACADÉMICO AL QUE OPTA: ESPECIALISTA EN / MAGISTER EN _Gerencia de la Comunicación Organizacional

NOMBRE Y APELLIDO DEL TUTOR	C.I.	GRADO ACADÉMICO
Mario Robles	7.144.089	Magister
NOMBRE Y APELLIDO DEL PARTICIPANTE	C.I.	LAPSO DE LAS TUTORÍAS
Pedro Guillermo Olivera Romero	15.066.704	Desde 10-2017 hasta 06-2017

TÍTULO DEL TRABAJO: SISTEMA DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE LOS CANALES ELECTRÓNICOS AL SERVICIO DEL CLIENTE DE TERCERA EDAD EN EL SECTOR BANCARIO VENEZOLANO

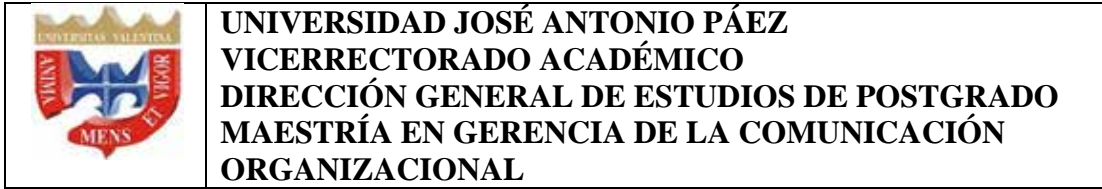
TUTORIA No	FECHA	PUNTOS TRATADOS	FIRMA DEL PARTICIPANTE	FIRMA DEL TUTOR
1	<u>29-10-2016</u>	Creación del plan de trabajo por Capitulo		
2	<u>26-11-2016</u>	Elaboración de Instrumento		
3	<u>07-01-2017</u>	Revisión Capitulo I, II, III		
4	<u>25-02-2017</u>	Presentación de los Resultado de los instrumento		
5	<u>25-03-2017</u>	Revisión Capitulo IV y Conclusión		
6	<u>29-04-2017</u>	<u>Capitulo V La propuesta</u>		
7	<u>27-05-2017</u>	Revisión Anexos, Referencia, Introducción, Índice		
8	<u>30-06-2017</u>	Revisión Por capitulo para presentar el rustico		

JUICIO VALORATIVO DE LA INVESTIGACIÓN: He dirigido el proceso de investigación presente,

Considero que el mismo reúne los requisito mínimos exigidos para ser evaluado, es una investigación

Adaptable a cualquier organización financiera del país, para implantarlo en el plan estratégico para la

Atención al cliente.



VEREDICTO

Nosotros, miembros del Jurado designado para la evaluación del Trabajo de Magister titulado **SISTEMA DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE LOS CANALES ELECTRÓNICOS AL SERVICIO DEL CLIENTE DE TERCERA EDAD EN EL SECTOR BANCARIO VENEZOLANO**, presentado como requisito parcial para optar al Grado de Magister en Gerencia de la Comunicación Organizacional, presentado por el ciudadano Pedro Guillermo Olivera Romero, portador de la cédula de identidad N° 15.066.704; estimamos que el mismo reúne los requisitos académicos para ser considerado como:

En San Diego, a los _____ días del mes de _____ del año dos mil_____.

Prof.
C.I.

Prof.
C.I.

Prof.
C.I.

DEDICATORIA

A mi Dios Todopoderoso, quien me dio la fe, la fortaleza, la salud y la esperanza para emprender este proyecto y culminarlo satisfactoriamente.

A mi madre Evedins y mi papá Pedro, por darme la vida, por todos sus valores, por estar siempre conmigo de alma y corazón, por creer en mí, y por enseñarme desde pequeño a luchar para alcanzar mis sueños.

A mis hijos Gabriel y Miguel nuestros éxitos los alcanzaremos juntos, le camino ve la vida va ser largo, pero es perfecto porque es en familia.

A mis amigos incondicionales Calero, Carol, Lucia, Ronny, Eliza, Stefi, Jesús, Tomas, Irwis, María, Kris, María Beatriz, Rangel R, por su amistad incondicional y verdadera.

A todas las personas que se alegran por mis triunfos, mis sueños y me ayudan alcanzarlos.

Pedro Olivera

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a los profesores que participaron como guías en la elaboración de este trabajo, el Profesor Julio González por su motivación, asesoría y apoyo.

A mi tutor Mario Robles, quien también estuvo presente para guiarme, motivarme y asesorarme en el cumplimiento de esta meta.

A los docentes Beatriz y Pedro del Tecnológico José Antonio de Sucre, Euclides Rodríguez de mi casa Universitaria Alejandro de Humboldt, y a Zulay Chávez de la Universidad de Carabobo, los cuales me ayudaron incondicionalmente sin pedir nada a cambio, demostrándome que existen personas dispuestas ayudar a otro por el simple hecho de querer y amar su profesión.

Finalmente, a toda persona de la tercera edad que se dejó abordar o por lo menos observar a distancia, para poder realizar un esfuerzo de conseguir esta humilde solución.

Pedro Olivera.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	viii
AGRADECIMIENTO.....	ix
ÍNDICE GENERAL	x
INDICE DE ANEXOS.....	xiii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvii
ÍNDICE DE FIGURA.....	xix
RESUMEN	xx
ABSTRACT.....	xxi
INTRODUCCIÓN	xxii

CAPÍTULO I. EL PROBLEMA

Planteamiento del problema	1
Preguntas de investigación	4
Objetivos general y específicos.....	4
Justificación de la investigación.....	4
Relevancia social.....	5
Limitaciones y factibilidades de la investigación.....	6

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la Investigación.....	7
Bases Teóricas	10
Bases legales	19
Definición de Términos.....	22
Operacionalización de las variables.....	23

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

Tipo Investigación.....	26
Diseño de Investigación.....	27
Fases de la investigación,,.....	28
Población y muestra	28
Técnicas e instrumentos de recolección de datos	30
Validez y confiabilidad	30
Técnica de análisis de datos	33

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Presentación de resultados.....	34
---------------------------------	----

CAPÍTULO V. LA PROPUESTA

Introducción de la propuesta.....	54
Justificación de la propuesta.....	54
Misión y visión de la propuesta.....	55
Objetivo General y Específicos de la propuesta.....	55
Factibilidad de la Propuesta.....	55
Factibilidad Operativa.....	56
Factibilidad Técnica.....	56
Factibilidad Económica.....	57
Fundamentación Teórica.....	58
CONCLUSION Y RECOMENDACIONES.....	71
REFERENCIAS CONSULTADAS.....	74

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO S

ANEXO N°1 Prototipo del servicio de canales electrónicos del cajero automático	72
ANEXO N°2 Prototipo del servicio de canales electrónicos del punto de venta	90
ANEXO N°3 Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela 39.520	93
ANEXO N°4 Resolución 641.10 23/12/2010 Superintendencia de Bancos y O	98
ANEXO N°5 Validez de experto del instrumento.....	102
ANEXO N°6 Indicativo de alta confiabilidad.....	105
ANEXO N° 7 Copia del Acta Aprobación de Proyecto y Designación de Tutor	117
Hoja de Vida del Tutor Hoja de Vida del Autor de la Investigación	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Símbolos DFD.....	12
Tabla N° 2 Elementos del Diagramas de flujo.....	13
Tabla N°3 Operacionalización de las Variables.....	24
Tabla N° 4. Clasificación del análisis de los resultados de la Fase I.....	35
Tabla N° 5 Clasificación del análisis de los resultados de la Fase II.....	35
Tabla N° 6 Clasificación del análisis de los resultados de la Fase III.....	36
Tabla N° 7 Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 1	37
Tabla N° 8 Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 2.....	38
Tabla N° 9 Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 3.....	39
Tabla N° 10 Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 4.....	40
Tabla N° 11 Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión, Ítems N° 5.....	41
Tabla N° 12 Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión, Ítems N° 6.....	42
Tabla N° 13 Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión, Ítems N° 7.....	43

Tabla N° 14 Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión, Ítems N° 8.....	44
Tabla N° 15 Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión, Ítems N° 9.....	45
Tabla N° 16 Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 10.....	46
Tabla N° 17 Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión, Ítems N° 11.....	47
Tabla N° 18 Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión, Ítems N° 12.....	48
Tabla N° 19 Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión, Ítems N° 13.....	49
Tabla N° 20 Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión, Ítems N° 14.....	50
Tabla N° 21 Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión, Ítems N° 15.....	51
Tabla N° 22 Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión, Ítems N° 16.....	52
Tabla N° 23 Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 17.....	53
Tabla N° 24 Factibilidad Económica.....	57
Tabla N° 25 Identificación.....	66
Tabla N° 26 Trayectoria Académica.....	67

Tabla N° 27 <i>Idiomas que Maneja aparte del Nativo</i>	67
Tabla N° 28 <i>Trayectoria en la Institución</i>	68
Tabla N° 29 <i>Conocimiento de Si Mismo</i>	69

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1 Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 1.....	37
Gráfico N°2 Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 2.....	38
Gráfico N°3 Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 3.....	39
Gráfico N°4 Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 4.....	40
Gráfico N°5 Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 5.....	41
Gráfico N°6 Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 6.....	42
Gráfico N°7 Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 7.....	43
Gráfico N°8 Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 7.....	44
Gráfico N°9 Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 9.....	45
Gráfico N°10 Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 10.....	46

Gráfico N°11 Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 11.....	47
Gráfico N°12 Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 12.....	48
Gráfico N°13 Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 13.....	49
Gráfico N°14 Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 14.....	50
Gráfico N°15 Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 15.....	51
Gráfico N°16 Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 16.....	52
Gráfico N°17 Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 17.....	53

ÍNDICE DE FIGURA

Figura N° 1 Modelo Básico de Comunicación.....	16
Figura N° 2 Fórmula Aplicada para el Cálculo de la Muestra 29.....	29
Figura N° 3 Coeficiente Alpha de Cronbach.....	31
Figura N° 4 Sustitución de la Formula	32
Figura N° 5 Identificar mediante diagrama de flujo de datos, el funcionamiento del servicio electrónico del cajero automático	61
Figura N° 6 Identificar mediante diagrama de flujo de datos, el funcionamiento del servicio electrónico del punto de venta	62
Figura N° 7 Diseñar mediante diagrama de flujo, el funcionamiento del prototipo del servicio de canales electrónicos del cajero automático.....	63
Figura N° 8 Diseñar mediante diagrama de flujo, el funcionamiento del prototipo del servicio canales electrónicos del punto de venta.....	64



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL

Autor Ing. Pedro G. Olivera R.

Tutor MSc. Mario Robles.

Fecha Octubre 2017

**SISTEMA DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE LOS CANALES
ELECTRÓNICOS AL SERVICIO DEL CLIENTE DE TERCERA EDAD EN
EL SECTOR BANCARIO VENEZOLANO**

RESUMEN

Las instituciones bancarias en los últimos años, por los avances tecnológicos, han estado evolucionado para poder competir con el mercado mundial y seguir ofreciendo la atención al cliente, teniendo un intercambio de información constante. En Venezuela estas organizaciones no escapan de esta realidad, el servicio al cliente bancario, se realiza a través de las agencias físicas, como también utilizando el servicios de los canales electrónicos, por falta de conocimiento a las tecnologías, no a todos los ciudadanos disfrutan de este servicio, se tiene el caso del cliente bancario de la tercera edad, afectando el proceso de ofrecer un adecuada gestion en las instalaciones bancarias, aumentando el tiempo de espera, abarrotamiento de las sucursales, disminuyendo la calidad del servicio de atención al público, ocasionando daños en la salud, ya que por lo general estas personas sufren de diferentes enfermedades y desgastes por su condición de adulto mayor. En esta investigación tiene como objetivo general proponer un sistema de comunicación externa de los canales electrónicos al servicio del cliente de tercera edad, en el sector bancario venezolano, con la finalidad de impartir conocimiento práctico de los canales electrónicos al cliente bancario de la tercera edad. Para el logro de este objetivo se estudiarán las teóricas para el desarrollo de sistema de prototipos de Senn (1997), conformación de vocerías Pizzolante (2002), y metodologías de educación andrológica. El Tipo de investigación no experimental, bajo la modalidad de propuesta, utilizando las técnicas de recolección de datos la entrevista, teniendo como instrumento cuestionario, y corresponde a la línea de investigación: Procesos tecnológicos de información y comunicación. En esta investigación se buscó orientar al cliente de tercera edad para que pueda utilizar los canales electrónicos, y así pueda realizar operaciones bancarias, con el fin de fórmalos, para mejorar la calidad de vida de un este adulto mayor.

Descriptores: Atención al Cliente, Sistema de Comunicación, Tercera Edad.



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL

Authorress: Engineer Pedro G. Olivera R.

Tutor: Master Mario Robles

It date: October 2017

**SYSTEM OF COMMUNICATION OF THE ELECTRONIC CHANNELS TO
THE SERVICE OF THE CLIENT OF THIRD AGE IN THE BANK
VENEZUELAN SECTOR**

ABSTRACT

Banking institutions in recent years, by technological advances, have been evolved to be able to compete with the world market and continue offering customer service, having a constant exchange of information. In Venezuela these organizations do not escape from this reality, the banking customer service, is done through the agencies, as well as using the services of electronic channels, for lack of knowledge to the technologies, not all the citizens they enjoy of these services, there is the case of the banking client of the elderly, and this affects the time to offer an adequate services of the banking facilities increasing the waiting time, crowding of the branches, to the quality of services of attention to the public, causing damages in the health, since in general these people suffer of different diseases by their condition of older adult. In this research, it was proposed as a general objective to propose a system of external communication of the electronic channels to the service of the elderly client, in the Venezuelan banking sector, with the purpose of imparting practical knowledge of the electronic channels to the banking client of the elderly. In order to achieve this objective, we will study the background and theoretical basis for the design of the Senn system (1997), the formation of vocabularies Pizzolante (2002), and methodologies of andrológica education. The type of non-experimental researches, under the modality of proposal, using the techniques of data collection the interview, having as an instrument questionnaire, and corresponds to the line of research: Technological processes of information and communication. This research aimed to orient the elderly client to use the electronic channels, and thus can perform banking operations, in order to formulate, to improve the quality of life of an older adult.

Keywords: Attention to the Client, System of Communication, Third Age.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad los avances tecnológicos que han llegado de la mano de la globalización, los mercados están creciendo de manera gradual. Un ejemplo de ello la democratización del internet ha iniciado nuevos nichos de negocios para que las organizaciones puedan ofrecer servicios, comprar y vender productos, donde los intermediarios entre empresas se ven disminuido, la comunicación se realiza directa y eficiente entre las partes interesadas en realizar intercambios comerciales.

Los bancos por su parte pueden captar recursos a costos menores de los que obtendrían en sus mercados locales y beneficiarse de economías de escala mayor. Es decir, como consecuencia de la incipiente interconexión de los mercados financieros se incrementa la eficiencia de todas las operaciones al reducirse los costos de intermediación y al incrementar las alternativas de protección contra riesgos relacionados con el tipo de cambio o el tipo de interés.

La atención al cliente en las instituciones bancaria no escapa de esta realidad de la globalización de los mercados, es por ello que han surgido nuevas herramientas financieras, para trabajar de manera virtual como también personalizada, permitiendo a los cliente conectarse desde cualquier lugar del mundo hacer sus operaciones financieras, solo teniendo relación con una institución crediticia y la conexión de internet, permitiendo conectar los mercados a través de un sistema avanzados de tecnologías, buscando disminuir la afluencia de usuarios en las sucursales, reduciendo el tiempo de respuesta, tomando en cuenta los principios del compromiso, responsabilidad, respeto, honestidad, credibilidad, y sinceridad en el buen trato al cliente.

Para que las organizaciones bancarias, proveedores y clientes puedan trabajar en la red mundial, teniendo la capacidad de compartir información, realizar consultas, pagos, entre otras transacciones mercantiles, se utilizan sistemas de comunicación donde se

informa a las partes interesadas los pasos a seguir para manejar los canales electrónicos, de esta manera eficiente e interactuar de manera eficiente entre sí.

En el marco de este trabajo de grado, el Sistema de Comunicación de los Canales Electrónicos al Servicio del Cliente de Tercera Edad en el Sector Bancario, a través de la cual las instituciones bancarias puedan informar de manera adecuada y practica acerca de cómo se utilizan los productos que manejan canales electrónicos, abaratando costos operativos, mejorando la atención al cliente, democratizando la información y a los accesos de los servicios financieros. Dicho proyecto contiene la siguiente estructuración:

Capítulo I “Planteamiento del problema” donde se explica la problemática en forma clara, precisa y concisa, preguntas de la investigación, además del establecimiento de los objetivos generales y específicos, como también la justificación del proyecto, la relevancia social, y para finalizar Limitaciones y Factibilidades del Proyecto

Capítulo II “Marco teórico referencial” hace mención a los antecedentes asociados al tema investigado, además de todas aquellas teorías, modelos, bases legales, definición de términos.

Capítulo III “Marco metodológico” se expone el tipo de la investigación, el diseño de la investigación, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez, confiabilidad, procedimiento y técnicas de análisis.

Capítulo IV “Análisis de resultados” se presenta el análisis e interpretación de la información recopilada a través del instrumento utilizado, que en este caso fue a través de la aplicación de un cuestionario de opciones múltiples, y lista de cotejos.

Capítulo V “La Propuesta” se presente el Sistema de Comunicación Externos de los Canales Electrónicos, al servicio del cliente de la tercera edad.

Capítulo VI “Conclusiones y recomendaciones” atiende a todos aquellos aportes y soluciones que se pudieron interpretar a lo largo del estudio.

Finalmente, se presentan las referencias consultadas y anexos que sirvieron como soporte para la elaboración de este proyecto.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

En la actualidad se vive en un mundo que posee un mercado abierto gracias a la globalización por sus avances tecnológicos, al mismo tiempo se han realizado cambios culturales, comerciales en los países, donde se hace necesario estar comunicados de manera individual, rápida, oportuna y segura, para las tomas de decisiones, en las organizaciones financieras también se aprecia la evolución de las telecomunicaciones e informática debido a que se crearon nuevos nichos de negocios a través del internet, con el desarrollo de los canales electrónicos para el acceso a los servicios bancarios, donde el cliente puede elegir en cualquier instante del día realizar sus transacciones, tomando en cuenta esta vía tecnológica de comunicación, sin tener que estar de manera física en una entidad bancaria.

En este sentido Olivero (2015) indica:

En los últimos años el sector financiero ha sufrido grandes cambios para lograr la cantidad del servicio, y es precisamente la Globalización mediante los adelantos en tecnología, nuevas aperturas económicas, mercados más competitivos lo que ha dado origen a que la calidad se convierta en uno de los temas a de intereses nivel mundial. (p.21).

Las entidades bancarias en Venezuela no escapan de esta realidad, en el cual han tenido que integrar en sus sistemas de comunicación a los estándares de la internacionalización de la tecnología, con el fin de poder competir en la calidad de servicios, creando los canales electrónicos para que cada uno de sus clientes de manera individual, rápida, oportuna y segura, puedan realizar transacciones bancarias, como también hacer consultas, solicitar referencias, movimientos contables, entre otras opciones.

Existe un sector de la población de Venezuela que por falta de conocimiento e información, de la aplicabilidad práctica y beneficios de la tecnología de los canales electrónicos, este es el caso muchos clientes de tercera edad del sector bancario, ellos se limitan a realizar sus transacciones bancarias de forma presencial en las sucursales o agencia bancarias. El estado Venezolano por las limitaciones físicas que en lo general presentan los adultos mayor, como desgaste por la edad, y reconocimiento del trabajo prestado para el desarrollo de la nación, promulgo una ley para un mejorar servicio bancario a estas personas de acuerdo a la Superintendencia de las Instituciones del Sector Bancario de Venezuela (SUDEBAN) Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela 39.520 con fecha 29/09/2010 resolución 479.10, donde informa que las personas de tercera edad que solicita el servicio bancario en las instalaciones debe ser atendido en un tiempo no superior a 15 minutos a partir de tener listo el formulario de acuerdo a la transacción a realizar, y según la página web “ adultosmayores.org.ve/ “ informa que existen más de 3.090.281, pensionados para enero del 2011, como también en la página web “ minci.gob.ve ” indican que el número de pensionados superan a los 3.000.000 en el año 2017 a nivel nacional, por lo que trae como consecuencia un aumento significativo de personas mayores de 55 años de edad teniendo cuentas bancarias que tienen movimientos constantes mensuales de abonos y retiros, uniéndolos a los usuarios habituales bancarios adulto mayor sin pensión y clientes sin ninguna condición especial tanto como persona natural y jurídicos, causando congestión de periodos de tiempos extensos, en las sucursales o agencias bancarias, aumentando en el tiempo de espera, pudiendo ocasionar daños en la salud, ya que por lo general las personas de la tercera edad sufren de diferentes enfermedades o el desgaste físicos por su condición.

Es necesario que las instituciones bancarias den a conocer sus herramientas de canales electrónicos a los clientes de la tercera edad, para beneficiar la calidad de vida de este sector de la población, por que tendrá el conocimiento y la habilidad de utilizar los canales electrónicos, lo cual le permitirá realizar transacciones financieras sin necesidad de ir a una agencia o sucursal bancaria, también mejorara los servicios a los clientes habituales, ya que disminuiría significativamente la afluencia de los clientes mayores de 55 años en las agencias, en los días de pagos de pensiones, fechas de pagos de

nomina, democratizando así el servicio de atención al cliente de la tercera edad en cuantos a los canales electrónicos.

En relación de la dinámica del proceso y aprendizaje de las personas de la tercera edad Manya (2015), explica:

El proceso enseñanza aprendizaje es la instrucción que imparte el profesor, capacitador o una persona a cargo del alumnado a quienes se enseñan o capacitan de esta manera llevando a cabo al aprendizaje, en las personas de la tercera edad es un poco más compleja por la cual en este proceso deberían compartirse más sobre una mejor calidad de vida en la etapa final. (p.11).

Es importante instruir de manera didáctica a los clientes y usuarios bancarios de tercera edad de manera adecuada para que ellos logren realizar sus transacciones financieras por los canales electrónicos, para mejorar su calidad de vida, y así no seguir con la dependencia de ir a las instalaciones de las instituciones bancarias.

Adicionalmente Pineda (2005), señala:

Los procesos de acceso al conocimiento soportado en tecnologías de información y comunicación, son innegables, no se pueden desdeñar las tendencias señaladas por los teóricos de las ciencias de la comunicación, que plantean el surgimiento de una sociedad que, en futuro inmediato, se valga de la información-saber disponible en sistemas, bases de datos y en la red, para expandir la inteligencia humana y las oportunidades de intervención ventajosa de los diferentes contextos donde los sujetos se insertan (p. 130).

Es necesario para la sociedad estar preparadas, ya que los sistemas de información, y las instituciones van teniendo cambios tecnológicos constante, las entidades financieras deben colaborar informando de forma adecuada de sus servicios de canales electrónicos a sus clientes, en especial a los clientes de la tercera edad para mejorar sus servicios de atención al cliente.

La problemática de esta investigación se resolverá mediante un Sistema de Comunicación Externa de los Canales Electrónicos al Servicio del Cliente de Tercera Edad, en el Sector Bancario Venezolano, donde se le enseña al cliente bancario adulto mayor, los beneficios, y cómo utilizar los canales electrónicos de manera práctica, desarrollando su desenvolvimiento de manera independiente para el gozó de estas herramientas, democratizando los servicios bancarios a toda la población.

Preguntas de Investigación

Por consiguiente, se consideró necesario para el análisis y desarrollo de la temática a abordada, despejar las siguientes interrogantes:

¿Cómo es el servicio del cliente al usuario bancario de la tercera edad?

¿Cuáles son las características de los productos bancarios utilizados por los clientes de la tercera edad?

¿De qué manera formar en relación de los canales electrónicos al servicio del cliente de tercera edad del sector bancario?

Objetivos Generales y Específicos

Objetivo General

Proponer un Sistema de Comunicación Externa de los Canales Electrónicos al Servicio del Cliente de Tercera Edad, en el Sector Bancario Venezolano.

Objetivo Específicos

Diagnosticar del servicio actual, de la atención al cliente de la tercera edad, del sector bancario.

Identificar las principales herramientas bancarias utilizados por los clientes de la tercera edad.

Elaborar un sistema de comunicación externa de los canales electrónicos para los clientes de la tercera edad.

Justificación de la Investigación

En el mundo global en que vivimos, cada individuo tiene la necesidad de estar actualizado con las nuevas tendencias tecnológicas, las instituciones tanto públicas como privadas del sector bancario, deben ser multiplicadores de sus servicios de canales electrónicos ya que se beneficiarían directamente con el descongestionar sus agencias o sucursales bancarias, pudiendo atender al cliente potencial con mayor eficiencia, cumpliendo con sus metas de captación de activos y pasivos mas efectivamente. Y los

clientes de la tercera edad percibirán como su calidad de vida mejorara, ya que podrá reducir su asistencia a entonos físicos bancarios para realizar sus operaciones financieras, en consecuencia, contarán con el conocimiento para hacerlas a cualquier hora del día mediante el uso de los canales electrónicos.

El análisis presente, contribuirá a democratizar la atención al cliente, por el motivo de que todos tenemos el derecho ser bien atendidos en las instituciones bancarias, pero podemos ayudar a descongestionar las locaciones físicas utilizando con mayor frecuencias los canales electrónicos, pero para estos se dé, se debe enseñar a los sectores más vulnerable como las personas de la tercera edad, a utilizar los canales electrónicos.

Relevancia Social

Importa, y por muchas razones, este trabajo de grado trata a la inclusión de un sector de la población, que nos ha dado mucho a nuestra sociedad, pero también aún tiene mucho que dar, como es sus experiencias, vivencias, conocimientos académicos e empíricos, con las cuales han ayudado a levantar a nuestro país, y es hora que nuestra generación le debe retribuir, ayudándolos a conocer las nuevas tendencias tecnológicas bancarias.

Gutiérrez (2003), afirma “En consecuencia, las actuales demandas de alfabetización digital, que dan por supuesta la alfabetización básica de saber leer y escribir, exigen una “re alfabetización” de los alfabetizados”. (p. 186). Es importante para la salud del cliente de la tercera edad, ser alfabetizados tecnológicamente en los canales electrónicos bancarios, para que puedan realizar sus transacciones financieras sin necesidad a acudir a las agencias bancarias, y así mejorar su calidad de vida.

González y Chacón (2015). “...Es imperativo y necesario que los profesionales de la orientación tomen en cuenta los aspectos relacionados con la justicia social en sus actividades...” (p.246), por esto se llama a las instituciones a crear conciencia de que como les llega la información de los servicios bancarios a las personas de tercera edad, para incluirlos en la dinámica financiera del día a día, de acuerdo a los crecientes cambios globales de las tecnologías.

Limitaciones y Factibilidades de la Investigación

Limitaciones

Desde la perspectiva más general, este trabajo de grado tiene como limitante, los estereotipos culturales que tiene la sociedad con la formación de las personas de la tercera edad, reduciendo la iniciativa y el incentivo personal que debe generar a estos ciudadanos, ya que las instituciones bancarias cuentan con los canales electrónicos, tales como, redes virtuales, cajeros automáticos, tarjetas de débitos, y numerosos comercios poseen puntos de ventas.

Sucede pues que, este trabajo de grado no busca convertir al cliente de la tercera edad en un experto en la tecnología bancaria, pero sí que sea independiente teniendo el conocimiento básico de la utilización de los canales electrónicos para que se pueda desenvolver, teniendo el poder de decidir escogiendo la opción de ir o no a una agencia bancaria, para realizar cualquier transacción cotidiana que genere algún movimiento en su cuenta, como retiros, compras, transferencia entre otros.

Factibilidades de la investigación

La factibilidad del trabajo de grado hace énfasis en los elementos sociales y la atención al cliente bancario, sin duda se cumplen con los parámetros necesarios para el Diseño de un Sistema de Comunicación Externa de los Canales Electrónico al Servicio del Cliente de la Tercera Edad, en el Sector Bancario Venezolano, en efecto se democratiza los sistemas de los canales electrónicos por lo consiguiente la población llamada de tercera edad o adulto mayor, podrá utilizar por sus propios medios sí es su decisión estos servicios tecnológicos, sin necesidad de ir a las instalaciones de las instituciones bancarias.

CAPÍTULO II

MARCO TEÒRICO

Este capítulo representa el soporte teórico del trabajo de grado, es decir el tema debe tener de respaldo autores apunta Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (2010).” Desarrollo de la perspectiva teórica sustenta teóricamente el estudio, una vez que ya se ha planteado el problema de investigación”. (p.50) En relación con lo citado, los fundamentos teóricos, son cimientos relevantes para darle validez a esta investigación.

Antecedentes de la Investigación

Según el Manual para la Elaboración, Inscripción, Presentación y Defensa del Trabajo Especial de Grado, Trabajo de Grado y Tesis Doctoral de la Universidad José Antonio Páez (2014), define a los antecedentes de la investigación:

Son documentos y demás fuentes que fundamenten el trabajo de investigación, bases teóricas, bases legales, definición de términos (cuando sea necesaria) y sistema de variables o categorías del estudio (de acuerdo al tipo o modalidad de la investigación), en caso de estudios correlacionales o de corte explicativo se incluirá el sistema de hipótesis. (p.14).

En este orden de ideas Bustamante (2016), en su tesis titulada, **“La Comunicación Gerencial como Factor de Cambio en la Empresa de Viajes y Turismo Zumaque C.A.”** para Optar al Grado de Magister en Gerencia de la Comunicación Organizacional, presentado en la Universidad José Antonio Páez. Esta parte de la comunicación como eje de acción, donde buscan fortalecer la imagen corporativa de la empresa y aumentar la producibilidad, a su vez la aplicación de la información basada en la cultura, la misma concierne a una investigación de campo, tipo cuantitativa, donde el instrumento utilizado fue un cuestionario dicotómico que facilitó la obtención de la

información, con la finalidad de mejorar el proceso comunicacional en la organización, premisa que se espera incida en el proceso productivo en avances que posibiliten modificaciones propias de una organización vanguardista.

El antecedente mencionado brinda a la experiencia para desarrollar la comunicación como parte central de la atención al cliente de la tercera edad, como también esta investigación es de campo, tipo cuantitativa donde se encuentran aspectos relevantes para abordar las realidades que se pretende trabajar, tomando como guía el procedimiento del marco metodológico para poder cumplir con los objetivos en estudio.

Haciendo un análisis, Martínez (2015), en la investigación que tiene como título, **“Estrategias para el Uso de la Red Social Twitter por los Parlamentarios del Consejo Legislativo Bolivariano del Estado como Herramienta de Educación con la Ciudadanía”**. Para Optar al Grado de Magister en Gerencia de la Comunicación Organizacional, presentado en la Universidad José Antonio Páez. Esta investigación promueve a los ciudadanos de herramientas que facilitan la comunicación en masas, y facilitan la opinión de la población acerca asuntos públicos, mediante el acceso a la comunicación, la cual propone estrategia para el uso de la red social Twitter, Este estudio se fundamentó en las teorías de Usos y Gratificaciones, Redes Sociales e igualmente en Democracia y Gobierno Electrónico. La metodología está enmarcada en un enfoque cuantitativo, bajo la modalidad de Proyecto Factible apoyada en un nivel descriptivo, el diagnóstico de esta investigación permitió realizar un estudio donde se logró demostrar la factibilidad de la propuesta que incluye la presencia virtual del parlamento hacia las comunidades garantizando la participación ciudadana.

Visto de esta forma, este trabajo, funciona de orientación, para buscar que la comunicación llegue a toda la población por igual, ya que esto en el servicio de atención al cliente es vital, como el caso de los clientes de tercera edad del sector bancario, necesita estar informado para poder ser formado continuamente en relación a los servicios de los canales electrónicos. Como también este antecedente su metodología está enmarcada en un enfoque cuantitativo, bajo la modalidad de proyecto factible apoyada en un nivel descriptivo, y el instrumento utilizado para la recolección de los datos fue el cuestionario con interrogantes cerradas, formado parte de una referencia importante para desarrollo el cuestionario del trabajo de grado.

De igual manera Jaspe (2015), en su trabajo que lleva como título, “**Estrategias Basadas en Formas de Comunicación como Elemento de Fortalecimiento a Utilizar por el Personal de mando del Banco de Venezuela Sucursal Valencia Estado Carabobo**”. Para Optar al Grado de Especialista en Gestión y Control de las Finanzas Públicas, presentado en la Universidad José Antonio Páez. El propósito general de la investigación fue proponer estrategias basadas en formas de comunicación como elemento de fortalecimiento a utilizar por el personal de mando del Banco de Venezuela Sucursal Valencia, en la modalidad de Proyecto Factible, con apoyo en una investigación documental y de campo; el nivel fue descriptivo; el diseño no experimental de corte transversal, la técnica de recolección de datos la encuesta y como instrumento se diseñó un cuestionario en una escala de Liker de cuatro alternativas; la validez del instrumento a través de juicio de expertos; para la confiabilidad se utilizó la fórmula estadística de Alfa de Cronbach.

Con respecto a esta investigación, se utilizó como material de informativo para el análisis de las técnicas de recolección de datos, para la creación de las tablas para mostrar los datos recogidos en la aplicación de las técnicas de recolección de datos por dimensión, por otra parte también es una lectura muy importante ya que es una estudio realizada en una institución bancaria para fortalecer la información del personal la cual va ser un reflejo de lo que perciben los clientes a la hora de ser atendido.

Al ubicarse en el trabajo de Olivero (2015), la cual tiene como título, “**Proceso de Negociación para la Optimización de la Calidad de Servicio en las Instituciones Bancarias del Estado Aragua**”. Para optar al Título de Magister en Administración de Empresa, Mención Fianzas, presentado en la Universidad de Carabobo, este trabajo de grado respondió a la necesidad de proporcionar información respecto a los procesos de negociación de los productos y servicios ofrecidos en la instituciones bancarias del Estado Aragua, la cual hace énfasis en la optimización de la calidad del servicio, donde predomina los nuevos canales de comunicación y el dinamismo de los clientes, teniendo como objetivo general, Analizar los procesos de negociación para la optimización de la calidad de servicio en la instituciones bancarias del Estado Aragua. Este estudio se

desarrolló como una investigación de campo, de tipo descriptivo, apoyado en una investigación documental, bajo la modalidad de proyecto factible.

Dentro de este orden de ideas, esta investigación, representara una herramienta importante en el entorno de la calidad de servicio al cliente bancario, donde se busco beneficiar directamente al cliente de la tercera edad que realizar operaciones bancarias en las instalaciones ya que estarán menos congestionadas. Esta investigación fue presentada para optar al título de Magister en Administración de Empresa, Mención Fianza, esto indica que otras especialidades de maestrías están realizando aportes en entorno a la atención al cliente bancarios, realizando investigaciones de campos de tipo descriptivos, apoyado en una investigación documental, bajo la modalidad de proyecto factible, donde parámetros de investigación muy semejantes este antecedente apporto experiencia y documentación en la atención al cliente bancario para el trabajo de grado.

Bases Teóricas

En el plano que aquí se adopta el autor Hernández Sampieri y Otros (2010).” Consiste en detectar, consultar y obtener la bibliografía y otros materiales útiles para el propósito de estudio, de los cuales se extrae y recopila información relevante y necesaria para el problema de investigación”. (p.53). las bases teóricas consisten en la recopilación de información importante para el desarrollo de la investigación, para que sirva como soporte de estudio y guía al investigador.

Para Arias (2006), las bases teóricas están formadas por:

Un conjunto de conceptos y proposiciones que constituyen un punto de vista o enfoque determinado, dirigido a explicar el fenómeno o problema planteado, las bases teóricas son aquellas que permiten desarrollar los aspectos conceptuales del tema objeto de estudio.(p,39).

Es importante para el dicho estudio, la revisión de teorías, y paradigmas, vinculados al tema para posteriormente construir una posición frente a la problemática que se pretende abordar. A continuación se presentan las bases teóricas que sustentan dicha investigación.

El sistema

El sistema es un conjunto ordenado de normas y procedimientos que regulan el funcionamiento de un grupo Chiavenato (2004), lo definirse como “un conjunto de elementos dinámicamente relacionados entre sí, formando una actividad para alcanzar un objetivo, operando sobre entradas (información, energía o material) y proveyendo salidas (información, energía o material) procesadas...” (p, 360).

Para Senn (1997) “Un sistema es un conjunto de componentes que interactúan entre sí para lograr un objetivo común...” (p.19).

También el mismo autor citado con anterioridad define al prototipo que es:

Un sistema que funciona – no solo una idea en el papel-, desarrollado con la finalidad de probar ideas y suposiciones relacionadas con el sistema. Al igual que cualquier sistema basado en computadora, está constituido por software que acepta entrada, realiza cálculos, produce información ya sea impresa o presentada por pantalla...(p.43).



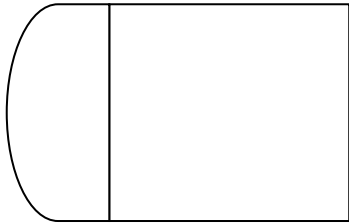

Como indica el autor antes citado que “el desarrollo de prototipos de sistemas es un proceso interactivo. Comienza con unas cuantas funciones y crece al incluir otras que son identificadas a posteridad...” (p.46).

Representación graficas de los procesos

Un diagrama de flujo de datos lógico se enfoca en el negocio y en el funcionamiento de éste. No se ocupa de la manera en que se construirá el sistema. Más bien, describe los eventos que ocurren en el negocio y los datos requeridos y producidos por cada evento. (Ver Tabla N° 1)

Tabla N° 1

Símbolos DFD

Diagrama de Flujo de Datos, símbolos	
Entidad	
Flujo de Datos	
Proceso	
Almacén de Datos	



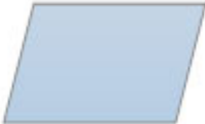


Fuente: Senn (1997).

Diagramas de flujo

Los diagramas de flujo usan formas especiales para representar diferentes tipos de acciones o pasos en un proceso. Las líneas y flechas muestran la secuencia de los pasos y las relaciones entre ellos. Estos son conocidos como símbolos de diagrama de flujo. (Ver Tabla N° 2).

Tabla N° 2

Elementos del Diagramas de flujo

Símbolo	Nombre	Función
	Inicio / Final	Representa el inicio y el final de un proceso
	Línea de Flujo	Indica el orden de la ejecución de las operaciones. La flecha indica la siguiente instrucción.
	Entrada / Salida	Representa la lectura de datos en la entrada y la impresión de datos en la salida
	Proceso	Representa cualquier tipo de operación
	Decisión	Nos permite analizar una situación, con base en los valores verdadero y falso

Fuente: Senn (1997).

La Comunicación

La comunicación es transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor Chiavenato (2004), conceptualiza:

Ocurre cuando una información se transmite a alguien, siendo entonces compartida también por esa persona. Para que exista comunicación, se necesita que el destinatario de la información la reciba y comprenda. La información transmitida, pero no recibida, no fue comunicada. Comunicar significa hacer común a una o más personas una determinada información. (p.365).

De acuerdo a Barato (2015), la tecnología de la comunicación:

Los métodos utilizados para transferir información entre los interesados del proyecto pueden variar considerablemente. Por ejemplo, un equipo de proyecto puede utilizar como métodos de comunicación técnicas que vayan desde conversaciones breves hasta reuniones prolongadas o desde simples documentos escritos hasta materiales extensos (p.ej., cronogramas, bases de datos y sitios web) a los que se pueda acceder en línea. (p.557).

Conforme al Autor citado con anterioridad los factores que pueden influir en la selección de la tecnología de comunicación incluyen, entre otros:

La urgencia de la necesidad de información. Es preciso tener en cuenta la urgencia, la frecuencia y el formato de la información a comunicar, ya que pueden variar de un proyecto a otro y también entre las etapas de un mismo proyecto.

La disponibilidad de la tecnología. Es necesario asegurar que la tecnología requerida para facilitar la comunicación es compatible, está disponible y es accesible para todos los interesados a lo largo de la vida del proyecto.

Facilidad de uso. Es necesario asegurar que la selección de las tecnologías de comunicación es adecuada para los participantes del proyecto y que se planifican los eventos de capacitación adecuados, cuando sea pertinente.

Entorno del proyecto. Es necesario determinar si el equipo se va a reunir y operar cara a cara o en un entorno virtual, si van a estar ubicados en una o varias zonas horarias, si van a utilizar varios idiomas para la comunicación, y finalmente, si existe cualquier otro factor ambiental del proyecto, como la cultura, que pueda afectar a las comunicaciones.

Sensibilidad y confidencialidad de la información. Es preciso determinar si la información a comunicar es sensible o confidencial y si se necesita adoptar medidas adicionales de seguridad También debe tenerse en cuenta la manera más adecuada de comunicar la información.(p.557).

Modelos de Comunicación

Como indica el autor citado con anterioridad:

Los modelos de comunicación utilizados para facilitar las comunicaciones y el intercambio de información pueden variar de un proyecto a otro y también entre las diferentes etapas de un mismo proyecto. (Ver Figura N° 1) muestra un modelo de comunicación básico, el cual consta de dos partes, denominadas emisor y receptor.

El medio se refiere al medio tecnológico e incluye el modo de comunicación, mientras que el ruido incluye cualquier interferencia o barrera que pueda comprometer la entrega del mensaje. La secuencia de pasos de un modelo básico de comunicación es la siguiente:

Codificar. Los pensamientos o ideas se traducen (codifican) en lenguaje por parte del emisor.

Transmitir el Mensaje. Esta información es luego enviada por el emisor a través de un canal de comunicación (medio). La transmisión de este mensaje se puede ver comprometida por diversos factores (p.ej., la distancia, la falta de familiaridad con la tecnología, una infraestructura inadecuada, la diferencia cultural y la falta de información contextual). A estos factores en su conjunto se los denomina “ruido”.

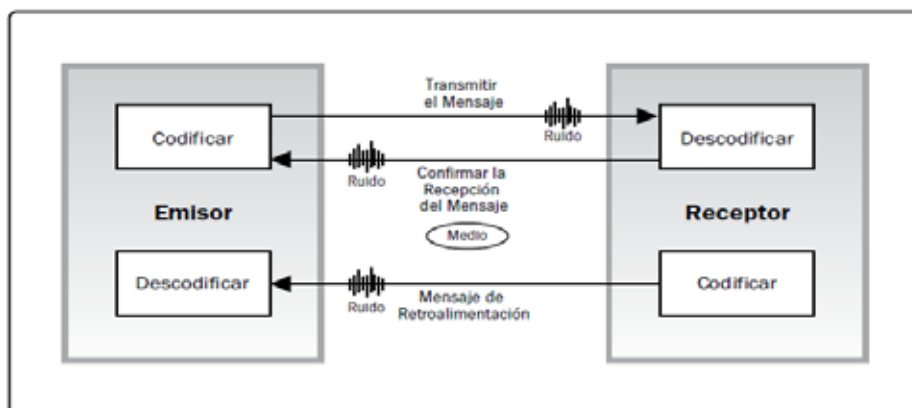
Descodificar. El mensaje es traducido de nuevo por el receptor en pensamientos o ideas con significado.

Confirmar. Una vez recibido un mensaje, el receptor puede indicar (confirmar) la recepción del mismo, lo que no significa necesariamente que esté de acuerdo con él o que lo comprenda.

Retroalimentación/Respuesta. Una vez descodificado y comprendido el mensaje recibido, el receptor codifica pensamientos e ideas en un mensaje y posteriormente lo transmite al emisor original. (p.558).

Figura N° 1

Modelo Básico de Comunicación



Fuente: Barato (2015).

La Comunicación Externa

La comunicación externa en una organización viene establecida por el tipo de público al que se dirigen, en esta investigación va dirigida principalmente a los clientes de la tercera edad de la entidad bancaria, se esta forma, Westphalen y Piñuel (1993) definen la comunicación externa como

El conjunto de operaciones de comunicación destinadas a los públicos externos de una empresa o institución: o sea, tanto al gran público, directamente o a través de periodistas, como a sus proveedores, a sus accionistas, a los poderes públicos y administraciones locales y regionales, a organizaciones internacionales, etc. Se opone a la comunicación interna, destinada al personal de una empresa u organización. (p.161).

Dentro de la comunicación externa se indica Ramírez (1995)

Las relaciones profesionales directas que el gabinete de comunicación mantiene habitualmente con los medios de difusión (relaciones informativas, campañas de publicidad, etc.), como todas aquellas iniciativas tendentes a estrechar los vínculos de la organización con el conjunto de la sociedad. (p.163).

Su objetivo es crear y consolidar una imagen positiva de la organización entre sus distintos públicos.

Sotelo (2001), en cuanto a clientes de la comunicación “Los interlocutores externos actúan, habitualmente, más como consumidores que como productores. Aunque, tienden a formular de modo organizado su demanda...” (p.165).

Los Canales Electrónicos

Son los servicios ofrecidos por: banca por internet, banca móvil, banca por teléfono, terminales de puntos de venta (POS), mensajería instantánea (chat), redes sociales, correo electrónico, firma electrónica, dinero electrónico, redes especializadas, cajeros automáticos, tarjetas de débitos, tarjetas de créditos, entre otros, conforme con Muñoz (2008) enuncia que los canales electrónicos:

Se refiere al tipo de banca que se realiza utilizando medios electrónicos y cita como ejemplos el uso de cajeros electrónicos, el teléfono, los teléfonos móviles y otras redes de comunicación. Por el contrario, la banca por Internet o en línea, consiste en las operaciones que ofrecen las instituciones bancarias empleando computadores y utilizando una conexión a la Internet. Finalmente, distingue la banca virtual como aquella que no requiere la presencia física, es decir, un banco sin oficina que realiza todas las operaciones a través de la web.

Según Chiavenato (2004) acerca los beneficios que llegaron a organizaciones como la banca la llegada de la tecnología de canales electrónicos:

...es una síntesis de ultra mecanizada, superracionalización (mejor combinación de los medios), procesos continuos y control automáticos.... []... integración en cadena continua de de diversas operaciones realizadas por separado, como el proceso de fabricación, la automatización bancaria, la automatización en el comercio. (p.368)...Comprensión del espacio. La era de la información introdujo el concepto de oficina virtual o no territorial.... (p.369)...Comprensión del tiempo. Las comunicaciones de hicieron móviles, flexibles, rápidas, directas y en tiempo real, lo que permite más tiempo de dedicación al cliente... (p.370)...Integrar la salida: la relación con los clientes. La relación con los clientes constituye el foco de las estrategias organizacionales para facilitar el acceso.... (p.372)

El Servicio

Un Servicio son un conjunto de acciones las cuales son realizadas para servir a alguien, algo o alguna causa. Los servicios son funciones ejercidas por las personas hacia otras personas con la finalidad de que estas cumplan con la satisfacción de recibirlos, de

acuerdo con Cowell (1984), “el concepto de servicio es la definición de los beneficios generales que la empresa de servicios otorga, basada en los beneficios recibidos por los clientes” (p.101).

Zemke (1989) Existen algunas características que diferencian a los servicios de los productos:

Los productos son tangibles, se pueden inventariar, se pueden depreciar, la producción y el consumo son por separado y no son perecederos. En cambio los servicios no existen físicamente hasta que lo recibe el cliente, no es un activo que se pueda inventariar, no se puede depreciar, la producción y el consumo son simultáneos y son perecederos. (p.13).

De este modo Tschohl (2008), indica en este orden de idea acerca el servicio al cliente:

El servicio al cliente es realmente una acción de venta. Servicio es vender... []...el servicio es más eficaz que el marketing para incrementar el volumen de negocios, la promoción de ventas o la publicidad... []...el servicio añade más a las utilidades netas finales que las actividades que se desarrollan en las áreas de investigación y desarrollo, innovación de productos, capitalización, ampliación de la cartera financiera, servicios de crédito o cualquier otra estrategia de administración. (p.1).

La Tercera Edad

En cuanto a las personas llamadas, de tercera edad, adulto mayor, baby boomer Orosa (2003):

...la llamada tercera edad, también conocida con los términos de vejez, adultez mayor o tardía, ha sido abordada en la literatura de manera aislada o como fase de involución y no como una auténtica etapa del desarrollo humano. Se ubica alrededor de los 60 años, asociada al evento de la jubilación laboral. Incluso hoy comienza a hablarse de una cuarta edad para referirse a las personas que pasan de los 80 años... [] ... esta misma autora señala que... [] ...hasta hoy en día los autores estudiosos de la edad los incluyen a todos como adultos mayores o ancianos, indistintamente, y comienzan a separarlos más bien en estudios demográficos o por proyectos específicos de trabajo... []...Baby boomer es un término usado para describir a las personas que nacieron durante el baby boom, que sucedió en algunos países anglosajones, en el período momentáneo y posterior a la Segunda Guerra Mundial, entre años 1946 y 1964. Tras la Segunda Guerra Mundial, varios países anglosajones...

En Venezuela se consideran personas de la tercera edad o adulto mayor, a todas las mujeres adultas mayores a partir de cincuenta y cinco (55) años y todos los hombres adultos mayores a partir de sesenta años (60), y se ven identificados por reglamentos de ley, donde se clasifican para brindarles beneficios sociales, pero muchas veces pueden ser discriminados culturalmente.

El Sector Bancario

Es un conjunto de instituciones, bancos universales, entidad de ahorro y préstamos entre otros, que pretenden canalizar el ahorro de los prestamistas y dar seguridad a los movimientos de dinero y a los propios sistemas de pagos, de acuerdo con Dueñas (1991), el sector bancario:

Es el conjunto de instituciones que, previamente autorizadas por el Estado, están encargadas de captar, administrar e invertir el dinero tanto de personas naturales como de personas jurídicas (nacionales o extranjeras). Hacen parte del Sistema Financiero aquellas entidades que se encargan de prestar servicios y facilitar el desarrollo de múltiples operaciones financieras y comerciales. (p.4).

Bases Legales

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999)

Artículo N° 21. Todas las personas son iguales ante la ley, y en consecuencia:

1. No se permitirán discriminaciones fundadas en la raza, el sexo, el credo, la condición social o aquellas que, en general, tengan por objeto o por resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio en condiciones de igualdad, de los derechos y libertades de toda persona.

Artículo N° 39. Los venezolanos y venezolanas que no estén sujetos o sujetas a inhabilitación política ni a interdicción civil, y en las condiciones de edad previstas en esta Constitución, ejercen la ciudadanía y, en consecuencia, son titulares de derechos y deberes políticos de acuerdo con esta Constitución.

Artículo N° 80 El Estado garantizará a los ancianos y ancianas el pleno ejercicio de sus derechos y garantías. El Estado, con la participación solidaria de las familias y la sociedad, está obligado a respetar su dignidad humana, su autonomía y les garantizará atención integral y los beneficios de la seguridad social que eleven y aseguren su calidad de vida. Las pensiones y jubilaciones otorgadas mediante el sistema de seguridad social no podrán ser inferiores al salario mínimo urbano. A los ancianos y

ancianas se les garantizará el derecho a un trabajo acorde con aquellos y aquellas que manifiesten su deseo y estén en capacidad para ello.

Artículo N° 108 “...El Estado garantizará servicios públicos de radio, televisión y redes de bibliotecas y de informática, con el fin de permitir el acceso universal a la información...”

Artículo N° 109 “El Estado reconocerá la autonomía universitaria como principio y jerarquía que permite a los profesores, profesoras, estudiantes, egresados y egresadas de su comunidad dedicarse a la búsqueda del conocimiento a través de la investigación científica, humanística y tecnológica, para beneficio espiritual y material de la Nación...”

Artículo N° 110“...El Estado destinará recursos suficientes y creará el sistema nacional de ciencia y tecnología de acuerdo con la ley. El sector privado deberá aportar recursos para los mismos...”

LEY ORGÁNICA DEL SISTEMA FINANCIERO NACIONAL, sancionada en sesión del día 25 de marzo de 2010 y publicada en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.447 de fecha 16 de junio de 2010

Artículo N° 5 Conformación El Sistema Financiero Nacional está conformado por el conjunto de instituciones financieras públicas, privadas, comunales y cualquier otra forma de organización que operan en el sector bancario, el sector asegurador, el mercado de valores y cualquier otro sector o grupo de instituciones financieras que a juicio del órgano rector deba formar parte de este sistema. También se incluyen las personas naturales y jurídicas usuarias de las instituciones financieras que integran el mismo.

Artículo N° 8 Conformación del sector bancario El sector bancario está constituido por el conjunto de instituciones que realizan intermediación financiera mediante la colocación de los recursos, obtenidos a través de los depósitos del público o de otras fuentes permitidas por la ley, para el financiamiento, en especial, de las actividades productivas de la economía real, de sus servicios asociados y la infraestructura correspondiente.

La Ley de Servicios Sociales publicada en la Gaceta Oficial N° 38.270 del 12 de septiembre de 2005.

Artículo N° 3. El Régimen Prestaciones de Servicios Sociales al Adulto Mayor y Otras Categorías de Personas, exceptuando las asignaciones económicas, las cuales se rigen por lo establecido en la presente Ley, ampara a todos los venezolanos y venezolanas de sesenta o más años de edad y a los extranjeros y extranjeras de igual edad, siempre que residan legalmente en el país. Ampara igualmente a los venezolanos y venezolanas y a

los extranjeros y extranjeras con residencia legal en el país, menores de sesenta años de edad, en estado de necesidad, no amparadas por otras leyes, instituciones y programas, destinados a brindar igual o semejantes prestaciones a las contempladas en la presente Ley.

Los extranjeros y extranjeras de tránsito en el país y que se encuentren en las situaciones antes señaladas, serán atendidos de acuerdo a los tratados, pactos y convenciones suscritos y ratificados por la República Bolivariana de Venezuela.

Ley Gran Misión en Amor Mayor Venezuela ya está en Gaceta Oficial (GO) número 39.819 de fecha martes 13 de diciembre de 2011, que circula este miércoles 14 de diciembre.

En el documento oficial publican el decreto presidencial N° 8.694, en el cual se dicta el decreto con rango, valor y fuerza de Ley Gran Misión en Amor Mayor Venezuela. Según el decreto presidencial N° 8.695, que también circula en la GO, se crea la Comisión Presidencial denominada Órgano Superior de la Gran Misión en Amor Mayor Venezuela que, bajo las orientaciones del Presidente de la República, realizará tareas de diseño, planificación, ejecución, seguimiento y control de las actividades a desarrollar en el marco de la Gran Misión.

Son beneficiarías y beneficiarios de la Gran Misión En Amor Mayor Venezuela, todas las mujeres adultas mayores a partir de cincuenta y cinco (55) años y todos los hombres adultos mayores a partir de sesenta años (60), sean venezolanas, venezolanos o extranjeras y extranjeros, con residencia legal en el país durante los últimos 10 años.

Ley Orgánica de Telecomunicaciones (2000)

Artículo N° 2 Capítulo II, Disposiciones Transitorias Artículo N° 208 Numeral 10

Art N° 2 "...Promover el desarrollo y la utilización de nuevos servicios, redes y tecnologías cuando estén disponibles y el acceso a éstos, en condiciones de igualdad de personas e impulsar la integración del espacio geográfico y la cohesión económica y social..."

Art N° 208 numeral 10 "...Las disposiciones previstas en materia de contenido de transmisiones y comunicaciones cursadas a través de los distintos medios de telecomunicaciones..."

Ley Orgánica de Ciencias, Tecnologías e Innovación (2005) Decreto 1290: Administración y Funcionamiento de la Tecnología

Estipula la organización del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación y la definición de los lineamientos que orientarán las políticas y estrategias para la actividad científica, tecnológica y de innovación.

Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela 39.520 con fecha 29/09/2010, resolución 479.10, dicta las normas a la atención y adecuación de las instalaciones para las personas con discapacidad, de la tercera edad y mujeres embarazadas. (Ver Anexo N° 3).

Resolución 641.10 23/12/2010 Superintendencia de Bancos y Otras Instituciones Financieras. Visto que hace referencia al artículo 117 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela que indica, que toda persona tendrá derecho a disponer de bienes y servicios de calidad, esta resolución Dictamina las Normas que Regulan el Uso de los Servicios de Banca Electrónica, esta investigación ayudara a cumplir resolución ya que permitirá el uso de manera individual de los canales electrónicos y recibir un servicio de calidad. (Ver Anexo N° 4).

Definición de Términos

Andrología es la disciplina que se ocupa de la educación y el aprendizaje del adulto.

Canales Electrónicos como puede ser cajeros electrónicos, teléfono y otras redes de comunicación.

Clientes de Tercera Bancario es todo ciudadano usuario de la institución financiera mayor de 55, que solicita ser atendido y posea cuenta en la institución.

Controles ActiveX códigos de programación utilizados para elaborar macros en las herramientas office.

Botón objetos especiales en las herramientas office para realizar una acción previamente programado.

Feedback realimentación o retroalimentación, de esta manera, es un mecanismo que supone el retorno de una parte de los elementos que salen del sistema.

Macros son pequeños programas de las herramientas office, para ejecutar alguna acción.

Mensaje del Sistema son mensajes informativos que indican los sistemas computarizados para aceptar o no una acción.

Plan de Comunicación es el esqueleto, la base que permite practicar una comunicación institucional profesional.

Servicio del Cliente Bancario es la atención que recibe el usuario bancario por parte de la institución.

Sistema de Comunicación Externo es el resultado del plan de comunicación y la conformación de los voceros, el cual da como resultado la formación de los clientes de tercera edad acerca los canales electrónicos.

Voceros es el multiplicador de la información.

Operacionalización de las Variables

La operacionalización es el proceso de llevar una variable desde un nivel abstracto a un plano más concreto, su función básica es precisar al máximo el significado que se le otorga a una variable en un determinado estudio, de esta manera, Arias (2006), señala que el sistema de variables “Es una serie de características definidas de manera operacional, es decir en función de sus indicadores o unidades de medidas. “

De este modo Tamayo y Tamayo (2004)

En el proceso de operacionalización de unas variables es necesario determinar los parámetros de medición a partir de los cuales se establecerá la relación de variables enunciadas por la hipótesis, para lo cual es necesario tener en cuenta: Definición nominal (Variable a medir), Definición operacional (Dimensiones: Factor a medir; Indicadores: Señala cómo medir cada uno de los factores o rasgos de la variable; Índices: Ponderación porcentual del valor para investigadores y dimensiones)” (p. 169). (Ver Tabla N° 3).

Tabla N°3

Operacionalización de las Variables

Objetivo General: Proponer un Sistema de Comunicación Externa de los Canales Electrónicos al Servicio del Cliente de Tercera Edad, en el Sector Bancario Venezolano.

Objetivos Específicos.	Variables	Definición Nominal	Dimensiones o Dimensión Real	Indicadores Dimensiones Operacional	Ítems	Técnicas e Instrumentos
Diagnosticar del servicio actual, de la atención al cliente de la tercera edad, del sector bancario.	Servicio actual, de la atención al cliente de la tercera edad, del sector Bancario.	El Servicio al cliente de la Tercera edad es la gestión que realiza cada persona que trabaja en una Entidad Bancaria y que tiene la oportunidad de estar en contacto con los clientes de tercera edad y buscar en ellos su total satisfacción.	Servicio Actual.	Sensibilización	1,2	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
			Atención al Cliente de la Tercera Edad.	Capacitación	3	
				Evaluación	4	
			Sector Bancario.	Medios Informativos Externos	5,6	
				Estrategia de Comunicación	7,8	

Continúa

Objetivos Específicos.	Variables	Definición Nominal	Dimensiones o Dimensión Real	Indicadores Dimensiones Operacional	Ítems	Técnicas e Instrumentos
Identificar las principales herramientas bancarias utilizados por los clientes de la tercera edad.	Herramientas bancarias utilizados por los clientes de la tercera edad	Las herramientas bancarias es el elemento con que los clientes bancarios pueden hacer cualquier tipo de transacción de cuentas contables.	Herramientas bancarias.	Canal electrónico-Tarjeta de Debito	9	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
				Canal electrónico-Clave de acceso usuarios web	10	
				Libreta y Chequera	11	
				Independencia en la utilización canales electrónicos	12,13,14	
Elaborar un sistema de comunicación externa de los canales electrónicos para los clientes de la tercera edad del sector bancario.	Sistema de comunicación externa de los canales electrónicos para los clientes de la tercera edad	Es un sistema de comunicación externa de los canales electrónico para los clientes bancarios de la tercera edad, para informar, acerca las herramientas electrónicas para optimizar su uso individual.	Comunicación externa de los canales electrónicos para los clientes de la tercera edad	Información	15	
				Conceptualización	16	
				Adiestramiento.	17	

Fuente: Elaboración Propia.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

A modo de referencia de acuerdo a Tamayo y Tamayo (2003) define al marco metodológico como “Un proceso que, mediante el método científico, procura obtener información relevante para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento”, dicho conocimiento se adquiere para relacionarlo con las hipótesis presentadas ante los problemas planteados. (p.37). El marco metodológico, surge como guía científica para recolectar datos referentes a la investigación para fundamentar el estudio, y así propiciar las respuestas a las preguntas y objetivos.

Tipo Investigación

Dentro de este marco Hernández, y Otros (2010) afirma que es “altamente estructurado, de modo que el investigador especifica las características principales del diseño antes de obtener un solo dato” (p.115). Dentro del análisis existen diferentes tipos de esquemas, el presente estudio se enmarca en la investigación de campo.

Se allí pues que, según el Manual para la Elaboración, Inscripción, Presentación y Defensa del Trabajo Especial de Grado, Trabajo de Grado y Tesis Doctoral de la Universidad José Antonio Páez (2014), en el trabajo de grado se encuentra enmarcado bajo la modalidad de propuesta

Son proyectos para resolver problemas fundamentados en la experiencia del investigador. No requieren un diagnóstico sistemático (puede hacerse si se amerita), ni de la participación de entes involucrados, son producto de expertos y requiere de una planificación. Entre ellas: Planes operativos y/o de Mercadeo, elaboración de manuales de normas y/o de procedimientos, creación de programas, otros. (p.10).

Como también señala (ob.cit)

Se apoyan en informaciones provenientes y/o recabadas en el contexto a investigar, en ellas se analizan de manera sistemática los problemas que surgen de la realidad. Su propósito puede ser: describirlos, interpretarlos, explicar sus causas y efectos, entender su naturaleza, determinar los factores que la constituyen, predecir su ocurrencia, identificar los elementos que constituyen un fenómeno en su ambiente natural. (p. 6).

Esta investigación es de diseño de campo, de tipo exploratorio según O.B.C.A “Su propósito es abordar temas poco conocidos y se utilizan para el estudio de relaciones entre variables, tendencias o para emprender estudios más profundos. En este tipo de estudio no se manipulan variables.”.(p, 7).

Se dilucida este tipo de diseño de campo exploratorio y bajo la modalidad de propuesta delimita el tema en estudio, de manera confiable en cuanto al Sistema de Comunicación Externa de los Canales Electrónico al Servicio del Cliente de la Tercera Edad, en el Sector Bancario Venezolano.

Diseño de Investigación

En esta investigación se trabajo con el diseño de investigación no experimental cuantitativa de Hernández, y Otros (2010), la cual indica que este tipo de estudio: “Se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos.”(p.149). Las influencias sobre las relaciones entre variables se realizan sin intervención o influencia directas y dichas relaciones se observan tal y como se han dado en su contexto natural.

Expandiendo la explicación de el diseño de investigación no experimental, existe una clasificación, y se trabajara con el diseño de investigación transversal la cual denota, Hernández, y Otros (2010), “Recolectan datos en solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (p.149).

Fases de la Investigación

La investigación es mucho más, es un proceso de desarrollo de un conjunto de ideas que va creciendo a medida que avanza y cuyas fases están estrechamente interrelacionadas. Con el propósito de acercar este proceso a los que desean llevar a cabo un estudio de investigación, describiendo todas las actividades que se realizarán en orden cronológico, se desarrolló de una manera lógica y concreta para lograr los objetivos específicos que fueron planteados en la investigación, la misma se divide en Tres Fases:

Fase I: Diagnóstico del servicio actual, de atención al cliente de la tercera edad, del sector bancario.

Para cumplir la Fase I, es necesario tener en cuenta, la población y la muestra, la técnica e instrumento de recolección de datos, la validez y confiabilidad del instrumento. Los cuales se estarán anunciando seguidamente:

Población y Muestra

La población informa Hernández, y Otros (2010), es el “conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones.”(p.174). la información recabada en la página web “ adultosmayores.org.ve/ “ más de 3.090.281, pensionados para enero del 2011 a nivel nacional, y sumado a las personas que son usuarios habituales bancarios mayores de 55 años de acuerdo a la resolución que dicta las normas de atención adecuada ¶(9), se seleccionó una población del país de manera arbitraria, por el amplio volumen de la población y toma de decisión del investigador, se selecciono como población el estado Carabobo específicamente el municipio Montalbán donde se encuentra una población de 55 años y más, es de 3.355 cifras aportadas por el Instituto Nacional de Estadística (2014), donde se refleja los resultados por identidad federal y municipios del estado Carabobo, del XIV del Censo Nacional de Población y Vivienda del año 2011.

La muestra indica Hernández, y Otros (2010), es un “subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y deben ser representativo de esta.”(p.173). Se trabajó con la muestra

características de ser clientes bancarios y ser de la tercera edad. Se seleccionó una muestra de tipo no probabilística o dirigida anuncia Hernández, y Otros (2010),

La elección de los elementos no depende de la probabilidad, si no de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra. Aquí el procedimiento no es mecánico es mecánico ni con base en fórmulas de probabilidad, si no que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador... (p.176).

Se utilizó la fórmula de tamaño muestrales para estimar una proporción de población finita de 3.355 del municipio Montalban, la cual dio el tamaño de la muestra.(Ver Figura N° 2).

Figura N° 2

Fórmula Aplicada para el Cálculo de la Muestra

Fórmula empleada	
$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$	donde: $n_0 = p^*(1-p)^* \left(\frac{z (1 - \frac{\alpha}{2})}{d} \right)^2$

n es el tamaño del Universo 3.355.

p es Probabilidad de Ocurrencia d 0,5.

Z Nivel de confianza 95% de 1,96.

α 0,025.

d error máximo de estimación 8.0%.

Da como muestra 144 en proporción de la población.

Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Menciona Hernández, y Otros (2010), Recolectar datos “Implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico.”.(p.198).

Se utilizó para esta investigación como técnica la entrevista que es definida por Arias F. (1.997), es un “Método o técnica que consiste en obtener información acerca de un grupo de individuos. Puede ser oral (entrevista) o escrita (cuestionario)” (p. 47). Y se aplico como instrumentó el cuestionario con opciones múltiples, para poder medir las variables necesarias de la investigación, los clientes de la tercera edad, se trabajó con este tipo de técnicas e instrumento, para que fuese más fácil para las personas en estudio, las cuales se les realizaron preguntas que no afectaran su seguridad integral, patrimonial y anonimato.

Se le aplico la técnica y el instrumento en la única entidad bancaria del municipio Montalbán, en la actualidad, cuya razón social que no será mencionada en la investigación por normas que implican a la seguridad bancaria.

Validez y Confiabilidad del Instrumento.

Validez

De acuerdo al Manual UPEL (2011), la validez consiste en: “un proceso en el cual el o los instrumentos diseñados por el investigador son sometidos a juicio de expertos, utilizando un formato para la validación y demostrando la importancia del mismo al abarcar realmente todo o gran parte de los contenidos, donde se manifiesta el evento que se pretende medir” (p. 12).

En la presente investigación, la validez, se realizó, la validez de expertos, donde colaboraron exponiendo sus conocimientos y experiencias, para determinar que ítems

miden los objetivos contemplados del objeto en estudio. Validez de experto del instrumento (Ver Anexo N° 5).

Confiabilidad

En conformidad del concepto de confiabilidad de Busot (1998), plantea que “...es la capacidad que tiene el instrumento de registrar los últimos resultados en repetidas ocasiones, con una misma muestra y bajo unas mismas condiciones” (p.108).

Para las Confiabilidad del Instrumento.se utilizó el Coeficiente Alpha de Cronbach, el cual requiere una sola administración del instrumento de medición y produce valores que oscilan entre 0 y 5. Su ventaja reside en que la medición se aplica una vez y se calcula el coeficiente.

De acuerdo al procedimiento para calcular el Coeficiente Alpha de Cronbach se aplicó la siguiente fórmula: (Ver Figura N° 3).

Figura N° 3

Coeficiente Alpha de Cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \quad \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{S^2} \right]$$

Esta fórmula se interpreta de la siguiente manera (Ver Figura N° 4):

Sección 1.

a = Coeficiente de Confiabilidad.

K = Número de ítem.

K - 1= Número de ítem se le resta 1.

Sección 2.

En la segunda fase se continuó trabajando con la técnica entrevista, con su respectivo instrumento, el cuestionario de opciones múltiples. Para poder identificar los principales productos bancarios utilizados por los clientes de la tercera edad, como también si poseen alguna herramienta de los canales electrónicos bancarios, y a ser positiva si posee estas herramientas, es importante saber si las pueden utilizar de manera independiente si ayuda de nadie.

Fase III: Elaboración un sistema de comunicación externa de los canales electrónicos para los clientes de la tercera edad.

En esta fase presenta como objetivo la elaboración de un sistema de comunicación externa de los canales electrónicos para los clientes de la tercera edad, con esta propuesta se busca solucionar las problemáticas encontrada en el diagnostico del servicio actual, de atención al cliente de la tercera edad, del sector bancario, como fue aplicado la técnica entrevista, con su respectivo instrumento, el cuestionario de opciones múltiples, para saber el cliente de la tercera edad ve positivo, para su participación la elaboración del sistema antes mencionado, para poder colaborar con la democratización del sistema bancario nacional, creando una solución colaborativa de ganar-ganar.

Técnicas de Análisis

En esta fase de análisis de los datos e Interpretación de los Resultados, se implanto los criterios que se orientaron en los procesos de codificación y tabulación de los resultados.

En opinión de Balestrini (2006) afirma que:

El análisis e interpretación de los datos, no se constituye en una fase que se improvisa posteriormente a la recolección y al procesamiento de los mismos. Dentro de esta perspectiva, a fin de proceder positivamente en todo lo relativo a esta etapa, es recomendable antes de recolectar los datos, introducir un análisis anticipado, donde se planifique previamente lo que se hará cuando se recolecten éstos, y considerar, a partir de una exhaustiva reflexión, por parte del investigador (p. 170).

Por ello, el análisis se realizará a partir de cuantificar las respuestas una vez aplicada la estadística descriptiva, de las técnicas y instrumentos aplicadas en esta investigación.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Presentación de Resultados

Los datos obtenidos en el instrumento que se utilizó para la recolección de la información, con el fin de proceder a realizar el análisis respectivo para luego recomendar las acciones necesarias en el fortalecimiento del Sistema de Comunicación Externa de los Canales Electrónicos al Servicio del Cliente de la Tercera Edad, en el Sector Bancario Venezolano, vale la pena informar que se aplicó la como técnica entrevista, para facilitar la obtención de datos de los adultos mayores abordados, ya que el instrumento cuestionario con opciones múltiples fue lo más idóneo para leer al sujeto en investigación.

De este sentido, la información obtenida en el cuestionario con opciones múltiples utilizado en la entrevista, aplicado a 144 clientes bancarios con la condición de ser de la tercera edad, y ser cliente bancario, son clasificadas por fases de acuerdo a cada uno de los a sus dimensiones, indicadores dimensiones operacionales y sus ítems. Y luego de estar clasificada cada fase, serán presentados el resultado del instrumento aplicado, siendo analizadas representados en tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y gráfico de tipo histograma, a fin de señalar en forma clara y sencilla los resultados obtenidos.

Las Fases están clasificadas de la siguiente manera:

Fase I: diagnosticar del servicio actual, de la atención al cliente de la tercera edad, del sector bancario

Tabla N° 4

Clasificación del análisis de los resultados de la Fase I

Dimensiones	Indicadores Dimensiones Operacional	Ítems
Servicio Actual.	Sensibilización	1,2
Atención al Cliente de la Tercera Edad.	Capacitación	3
	Evaluación	4
Sector Bancario.	Medios Informativos Externos	5,6
	Estrategia de Comunicación	7,8

Fuente: Elaboración Propia.

Fase II: identificar las principales herramientas bancarias utilizados por los clientes de la tercera edad

Tabla N° 5

Clasificación del análisis de los resultados de la Fase II

Dimensiones	Indicadores Dimensiones Operacional	Ítems
Herramientas bancarias.	Canal electrónico- Tarjeta de Debito	9
	Libreta y Chequera	10
	Canal electrónico- En línea	11
	Independencia en la utilización de los canales electrónicos	12,13,14

Fuente: Elaboración Propia.

Fase III: elaborar un sistema de comunicación externa de los canales electrónicos para los clientes de la tercera edad

Tabla N° 6

Clasificación del análisis de los resultados de la Fase III

Dimensiones	Indicadores Dimensiones Operacional	Ítems
Comunicación externa de los canales electrónicos para los clientes de la tercera edad del sector bancario	Información	15
	Conceptualización	16
	Adiestramiento.	17

Fuente: Elaboración Propia.

Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión:

Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión se presentan la información de la siguiente manera:

- Ítems, en esta columna se encuentra el número de ítems que se tomó para medir las dimensiones en específico.
- f, es el número de veces que las opciones del cuestionario fueron tildadas por el investigador de acuerdo a las respuestas dictadas del cuestionario con opciones múltiples por las personas en estudio.
- %, es el porcentaje de la respuesta tildadas por el investigador de acuerdo a las respuestas dictadas del cuestionario con opciones múltiples por las personas en estudio, tomando en cuenta que la muestra son 144 personas.
- Total, es el número de tilde realizada por el investigador por cada una de las opciones del cuestionario por ítems sea igual que la cantidad de la muestra.

Teniendo en cuenta la explicación previa, se procede a presentar el análisis e interpretación de los resultados.

Fase I: diagnosticar del servicio actual, de la atención al cliente de la tercera edad, del sector bancario

Dimensión Servicio Actual, en cuanto el indicador sensibilización

Ítems N°1: ¿Se considera atendido, con el trato adecuado en cuanto la atención al cliente de la tercera edad, en las instituciones bancarias?

Tabla N° 7

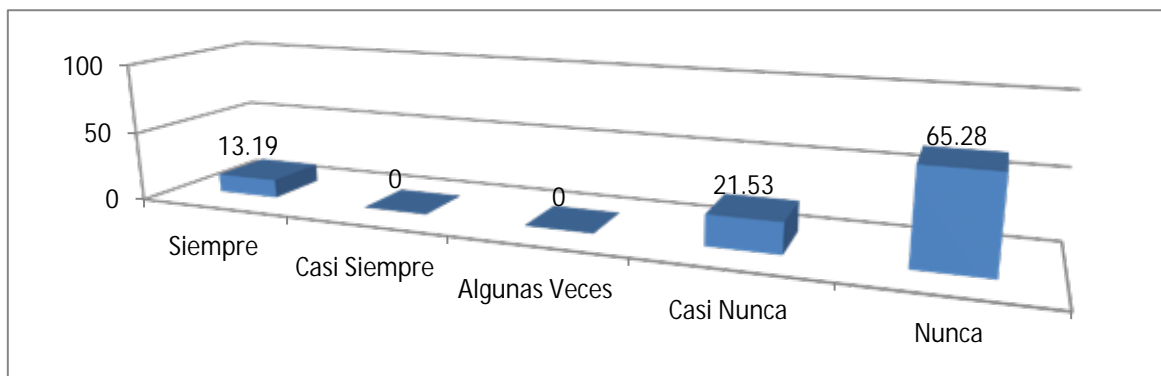
Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 1

Siempre		Casi Siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total
f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
19	13,19	0	0	0	0	31	21,53	94	65,28	144

Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico N°1

Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 1



Fuente: Elaboración Propia.

Análisis: 65.28% indican que nunca se sienten adecuadamente atendido en cuanto la atención al cliente de la tercera edad, por parte de la instituciones bancarias, 21.53% casi nunca, 0.00% algunas veces, 0.00% casi siempre, 13.19% siempre. Esto muestra la insatisfacción en cuanto la atención adecuada, en relación del cliente bancario de la tercera edad del sector bancario, y no esta adecuado en cuanto a la sensibilidad hacia el adulto mayor.

Ítems N°2: ¿En las instituciones bancarias lo atienden, con un tiempo de espera menor de 15 minutos?

Tabla N° 8

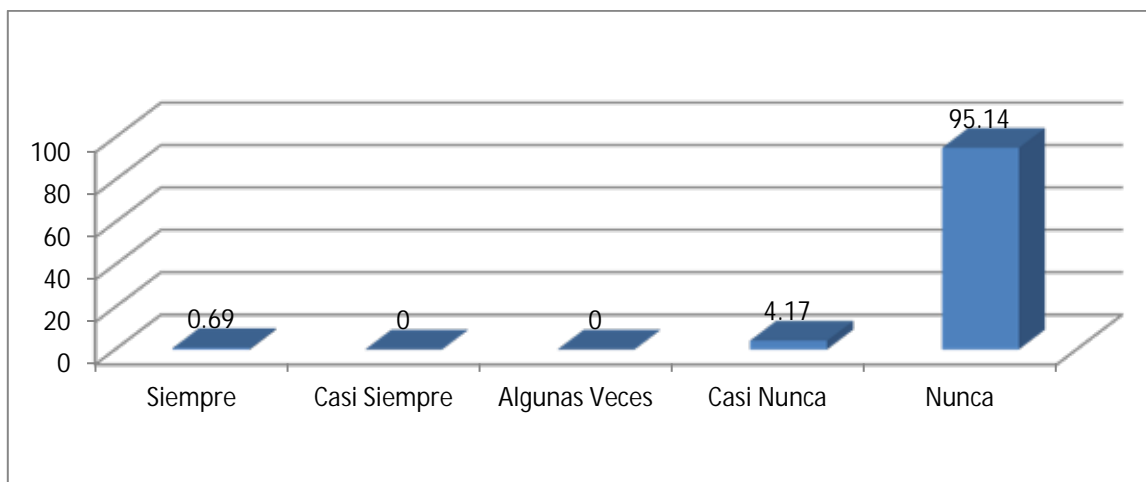
Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 2

Siempre		Casi Siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total
f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
1	0,69	0	0	0	0	6	4,17	137	95,14	144

Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico N°2

Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 2



Fuente: Elaboración Propia.

Análisis: 2, 95.14% informa que nunca en las instituciones bancarias lo atienden, con un tiempo de espera menor de 15 minutos, 4.17% casi nunca, 0.00% algunas veces, 0.00% casi siempre, 0.69 siempre. Este resultado demuestra, que el tiempo de espera para la atención del cliente de la tercera edad, no es adecuado a las expectativas, y esto trae congestionamientos en las entidades bancarias y no esta adecuado en cuanto a la sensibilidad hacia el adulto mayor.

Dimensión atención al cliente de la tercera edad, en cuanto el indicador la capacitación.

Ítems N°3: ¿Se siente satisfecho con la atención al cliente, prestado por el personal de las instituciones bancarias?

Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión, Ítems N° 3

Tabla N° 9

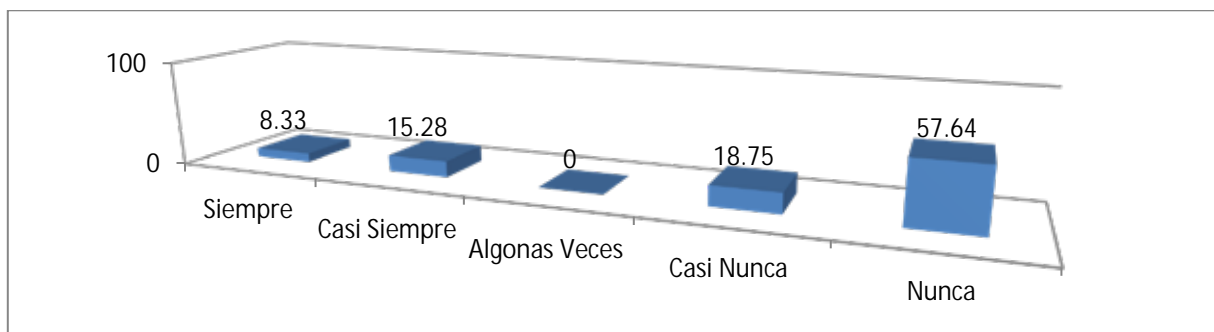
Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 3

Siempre		Casi Siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total
f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
12	8,33	22	15,28	0	0	27	18,75	83	57,64	144

Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico N°3

Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 3



Fuente: Elaboración Propia.

Análisis: 57.64% sostiene que nunca se han sentido satisfecho con la atención al cliente, prestado por el personal de las instituciones bancarias, 18.75% casi nunca, 0.00% algunas veces, 15.28% casi siempre, 8.33% siempre, esto demuestra que los cliente bancario de la tercera edad no siente satisfacción en el servicio bancario, y no los siente capacitados.

Dimensión atención al cliente de la tercera edad, en cuanto el indicador la evaluación.

Ítems N°4: ¿Percibe de manera positiva, el trato recibido por el personal bancario cómo cliente bancario de la tercera edad?

Tabla N° 10

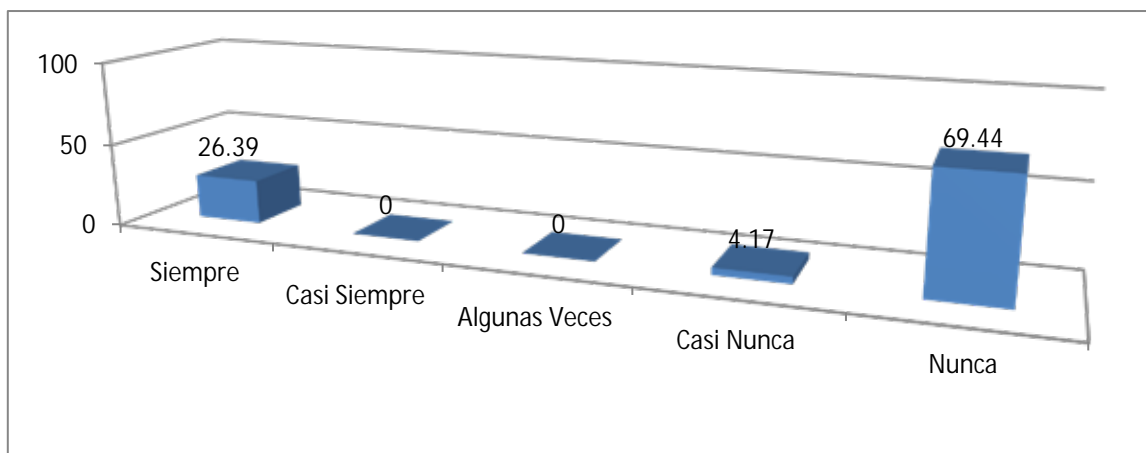
Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 4

Siempre		Casi Siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total
f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
38	26,39	0	0	0	0	6	4,17	100	69,44	144

Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico N°4

Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 4



Fuente: Elaboración Propia.

Análisis: 69.44% asegura que nunca, Percibe de manera positiva, el trato recibido por el personal bancario cómo cliente bancario de la tercera edad, 4.17% casi nunca, 0.00% algunas veces, 0.00% casi siempre, 26.39% siempre. El cliente de la tercera edad del sector bancario no evalúa positivamente, el trato recibido por los empleados bancarios dentro de las instituciones financieras.

Dimensión sector bancario, en relación al indicador de los medios informativos externos.

Ítems N°5: ¿Recibe información, por medios informativos externos acerca la utilización de los canales electrónicos bancarios?

Tabla N° 11

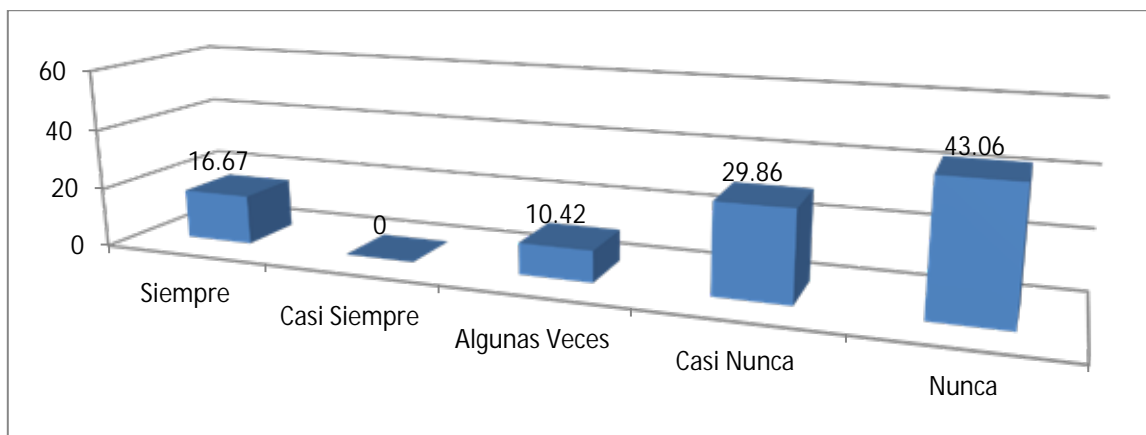
Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión, Ítems N° 5

Siempre		Casi Siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total
f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
24	16,67	0	0	15	10,42	43	29,86	62	43,06	144

Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico N°5

Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 5



Fuente: Elaboración Propia.

Análisis: 43.06% indican que nunca recibe información, por medios informativos externos acerca la utilización de las canales electrónicas bancarias, 29.86% casi nunca, 10.42% algunas veces, 0.00% casi siempre, 16.67% siempre. El cliente de la tercera edad informa que con poca frecuencia recibe información de medios externos que le ayude a utilizar los canales electrónicos.

Ítems N°6: ¿Se siente informado acerca la utilidad de los canales electrónicos?

Tabla N° 12

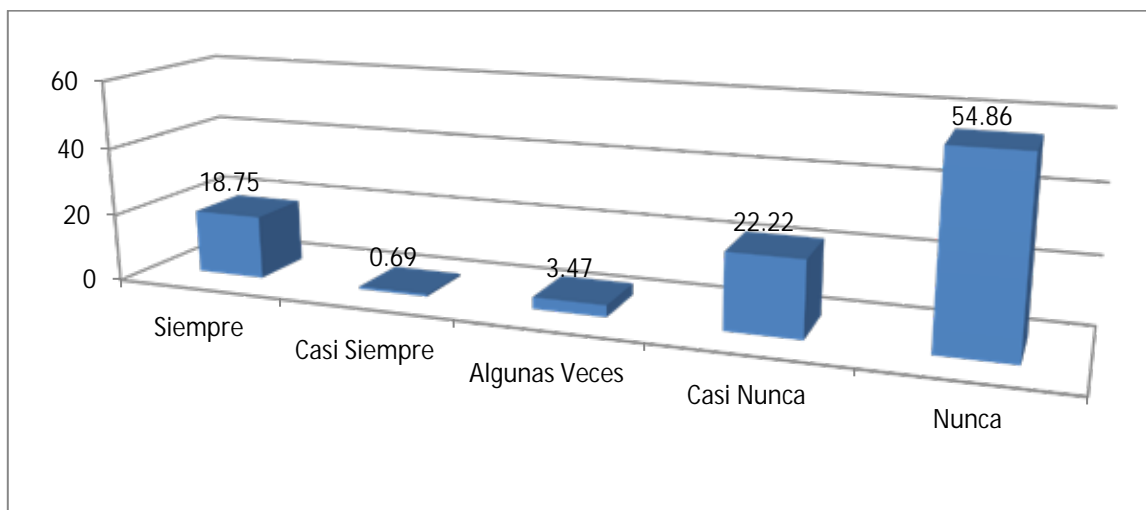
Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión, Ítems N° 6

Siempre		Casi Siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total
f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
27	18,75	1	0,69	5	3,47	32	22,22	79	54,86	144

Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico N°6

Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 6



Fuente: Elaboración Propia.

Análisis: 54.86% informa que nunca se siente informado acerca la utilidad de los canales electrónicos, 22.22% casi nunca, 3.47% algunas veces, 0,69% casi siempre, 18.75% siempre. Los clientes de la tercera edad del sector bancario no se sienten con información acerca la utilización de los canales electrónicos. Los clientes de la tercera edad del sector bancario por lo general no se sienten informados acerca la utilidad de los canales electrónicos.

Dimensión sector bancario, en relación al indicador de la estrategia de comunicación.

Ítems N°7: ¿Va con frecuencia a las instituciones bancarias, para hacer cualquier transacción?

Tabla N° 13

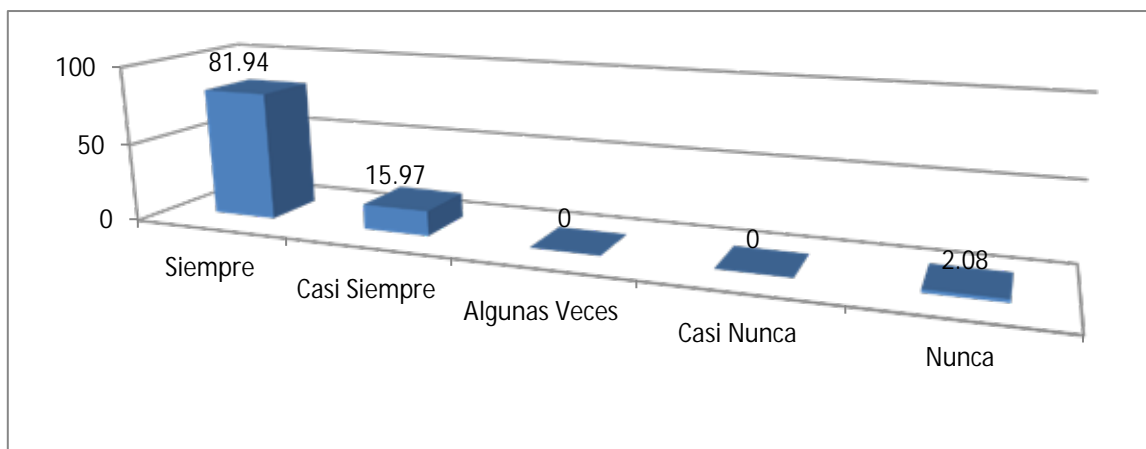
Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión, Ítems N° 7

Siempre		Casi Siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total
f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
118	81,94	23	15,97	0	0	0	0	3	2,08	144

Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico N°7

Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 7



Fuente: Elaboración Propia.

Análisis: 81.94% sostiene que siempre va con frecuencia a las instituciones bancarias, para hacer cualquier transacción, 15.97% casi siempre, 0.00% algunas veces, 0.00% casi nunca, 2.08% nunca. Los clientes de la tercera edad una mayoría muy alta, indican que van con frecuencias a las agencias bancarias hacer transacciones financieras.

Ítems N°8: ¿Cuándo va a la institución bancaria, lo han abordado el personal de atención al cliente, para infórmale acerca los canales electrónicos?

Tabla N° 14

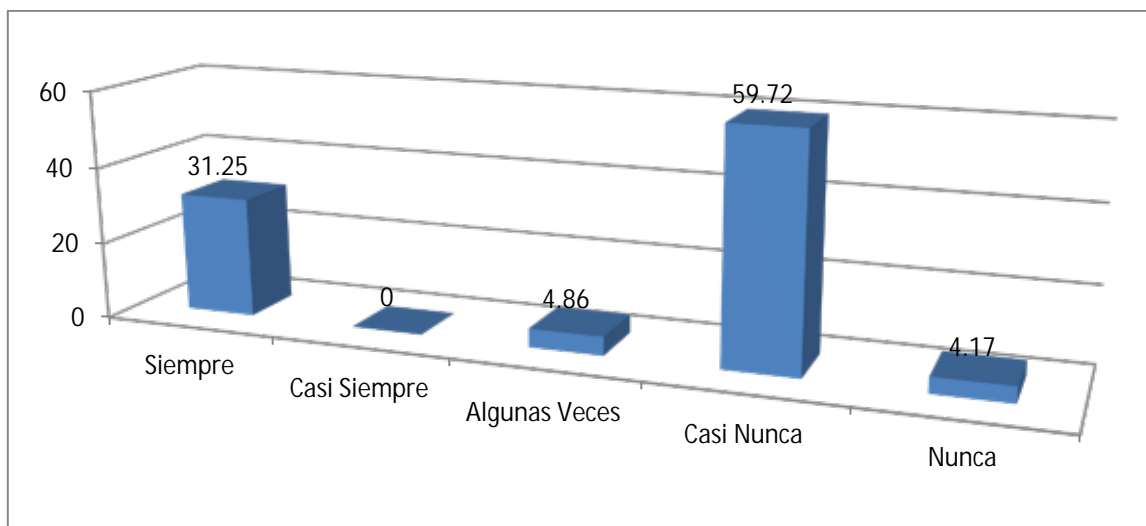
Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión, Ítems N° 8

Siempre		Casi Siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total
f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
45	31,25	0	0	7	4,86	86	59,72	6	4,17	144

Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico N°8

Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 7



Fuente: Elaboración Propia.

Análisis: 4.17% asegura nunca, cuándo va a la institución bancaria, lo han abordado el personal de atención al cliente, para infórmale acerca los canales electrónicos, 59.72% casi nunca, 4.86% algunas veces, 0.00% casi siempre, 31.15% siempre. Los clientes de la tercera edad aseguran que casi nunca son abordados por personas de la institución para informarle acerca los canales electrónicos.

Fase II: identificar las principales herramientas bancarias utilizados por los clientes de la tercera edad.

Dimensión herramientas bancarias, en conformidad al indicador canal electrónico-tarjeta de debito.

Ítems N°9: ¿Posee usted, tarjeta de débito?

Tabla N° 15

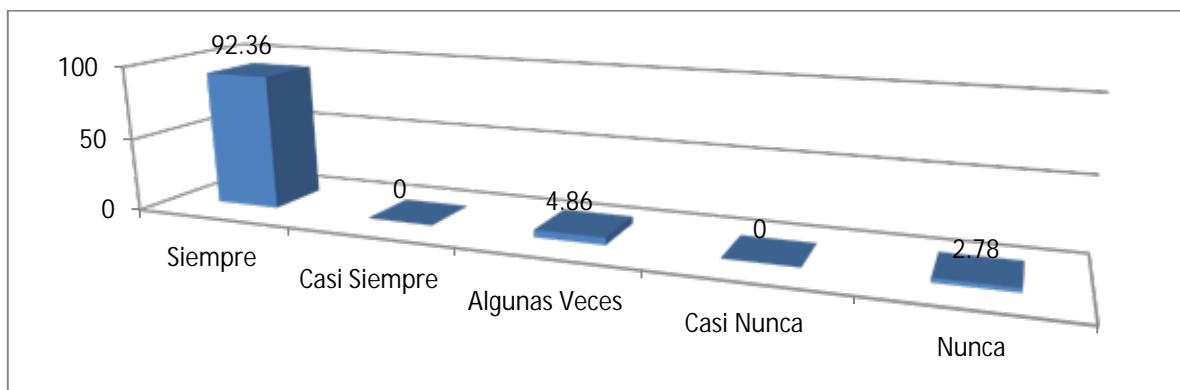
Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión, Ítems N° 9

Siempre		Casi Siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total
f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
133	92,36	0	0	7	4,86	0	0	4	2,78	144

Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico N°9

Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 9



Fuente: Elaboración Propia.

Análisis: 92.36% indica que siempre posee la tarjeta de débito, 0.00% casi siempre, 4.86% algunas veces, 0.00% casi nunca, 2.78% nunca. El cliente de la tercera edad indico que si posee en su poder el canal electrónico de tarjeta de debito, esta es información es importante porque posee una herramienta para hacer transacciones en cajero, puntos de vente y al tener tarjeta de debito las instituciones bancarias pueden crear el usuario y las clases de sistemas en líneas y telefónica.

Dimensión herramientas bancarias, en conformidad al indicador libreta y chequera.

Ítems N°10: ¿Prefiere utilizar la libreta o chequera, más que los canales electrónicos por desconocimiento de su uso?

Tabla N° 16

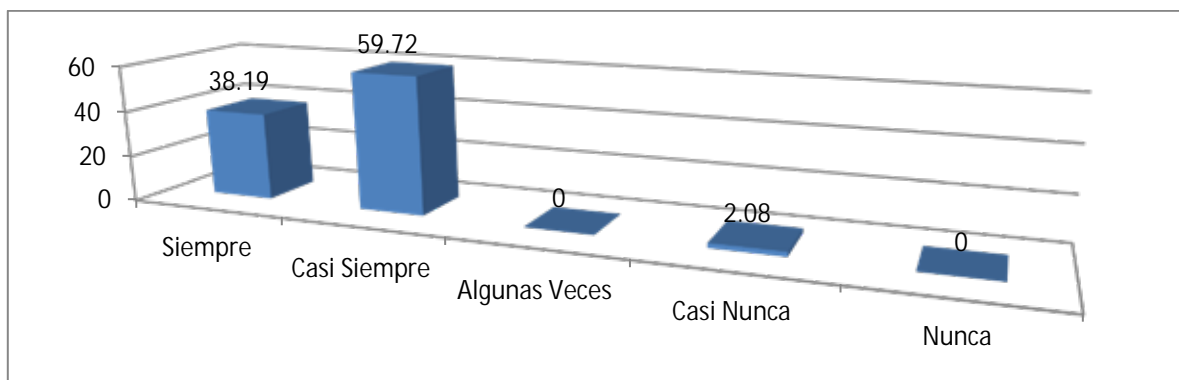
Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 10

Siempre		Casi Siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total
f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
55	38,19	86	59,72	0	0	3	2,08	0	0	144

Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico N°10

Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 10



Fuente: Elaboración Propia.

Análisis: 38.19% indica que siempre prefiere utilizar la libreta o chequera, más que los canales electrónicos por desconocimiento de su uso, 59.72% casi siempre, 0.00% algunas veces, 2.08% casi nunca, 0.00% nunca. El cliente de la tercera edad indica que utiliza más las herramientas de chequeras y libretas, porque la mayoría desconoce cómo usar los canales electrónicos.

Dimensión herramientas bancarias, en conformidad al indicador canal electrónico-en línea.

Ítems N°11: ¿Conoce si su institución bancaria, posee pagina en líneas para realizar consultas, transferencia, pagos de servicios, referencias?

Tabla N° 17

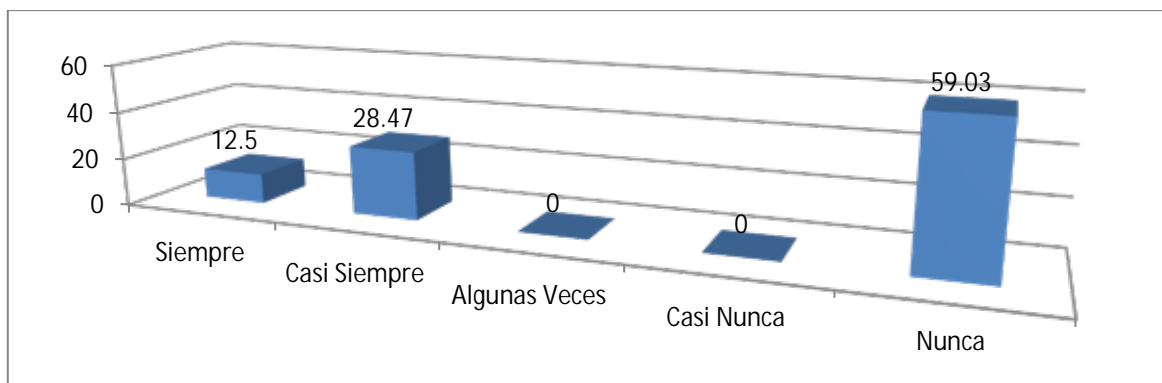
Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión, Ítems N° 11

Siempre		Casi Siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total
f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
18	12,50	41	28,47	0	0	0	0	85	59,03	144

Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico N°11

Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 11



Fuente: Elaboración Propia.

Análisis: 59.03% asegura nunca, conoce si su institución bancaria, posee pagina en líneas para realizar consultas, transferencia, pagos de servicios, referencias, 0.00% casi nunca, 0.00% algunas veces, 28.47% casi siempre, 12.59% siempre. El cliente de la tercera edad, contesto desconoce si su institución donde posee cuenta, posee herramientas en líneas para hacer sus transacciones.

Dimensión herramientas bancarias, en conformidad al indicador Independencia en la utilización de los canales electrónicos.

Ítems N°12: ¿Otras personas como un familiar, amigos son los que utilizan sus canales electrónicos, tarjeta de debito, usuarios de banca en línea?

Tabla N° 18

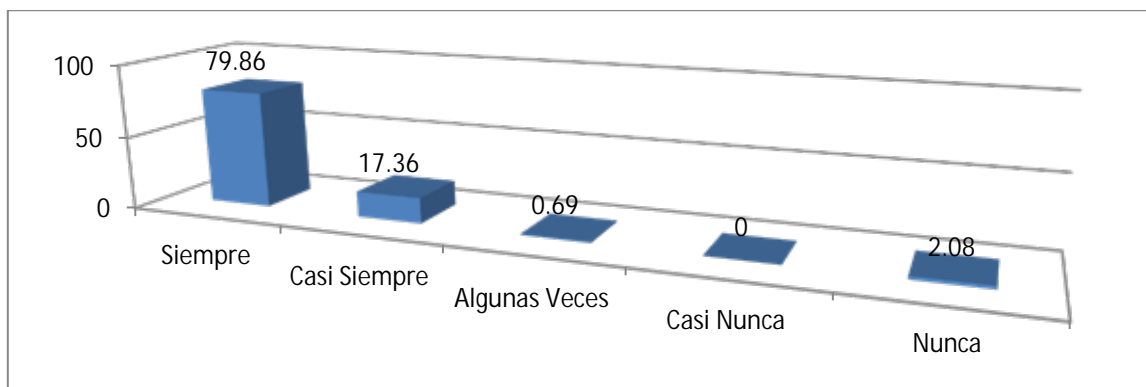
Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión, Ítems N° 12

Siempre		Casi Siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total
f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
115	79,86	25	17,36	1	0,69	0	0	3	2,08	144

Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico N°12

Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 12



Fuente: Elaboración Propia.

Análisis: 79.86% indica que siempre otras personas como un familiar, amigos son los que utilizan sus canales electrónicos, tarjeta de debito, usuarios de banca en línea, 17.36% casi siempre, 0.69% algunas veces, 0.00% casi nunca, 2.08% nunca. Y esto atenta contra la seguridad de las cuentas, ya que las normativas de seguridad bancarias a la hora de operación desconocida exigen que las herramientas financieras sean de uso personal.

Ítems N°13: ¿Hace usted sin ayuda realiza transacciones, con sus de canales electrónicos de cualquier modalidad?

Tabla N° 19

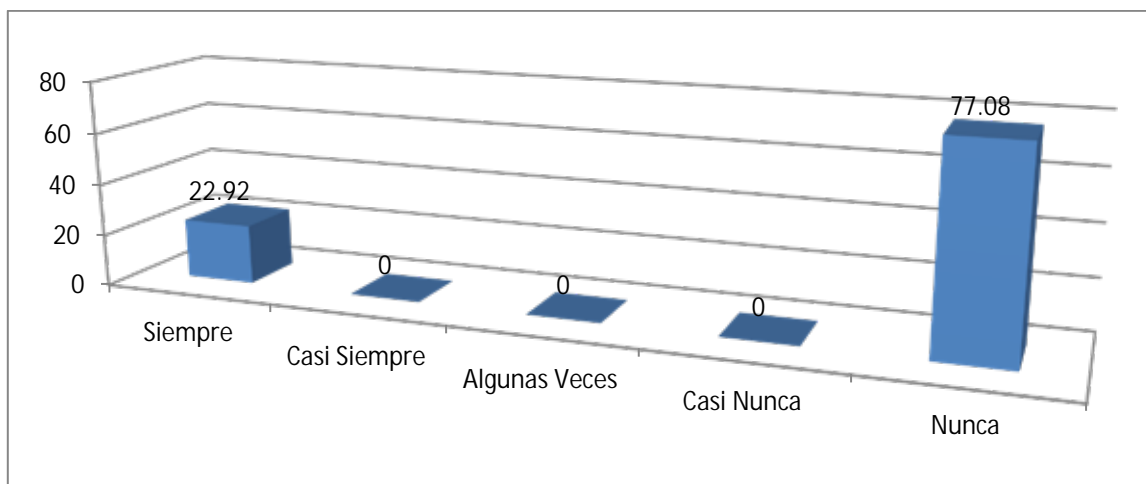
Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión, Ítems N° 13

Siempre		Casi Siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total
f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
33	22,92	0	0	0	0	0	0	111	77,08	144

Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico N°13

Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 13



Fuente: Elaboración Propia.

Análisis: 77.08% asegura nunca, usted sin ayuda realiza transacciones, con sus de canales electrónicos de cualquier modalidad, 0.00% casi nunca, 0.00% algunas veces, 0.00% casi siempre, 22.92% siempre. Los clientes bancarios de la tercera edad, indican en un porcentaje alto de los encostados no utilizan por sus cuenta los canales electrónicos para realizar cualquier transacción bancaria.

Ítems N°14: ¿Quisiera ser más independiente, al momento de utilizar sus canales electrónicos?

Tabla N° 20

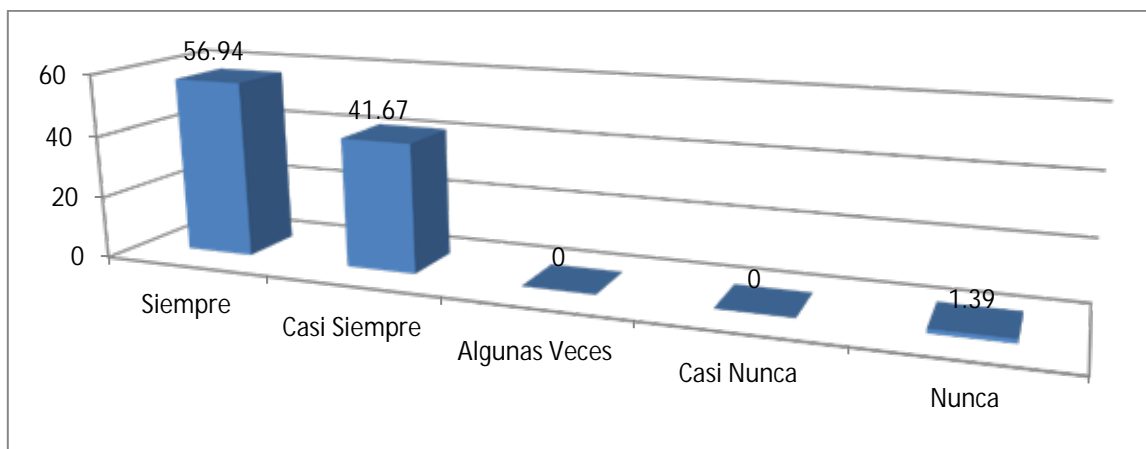
Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión, Ítems N° 14

Siempre		Casi Siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total
f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
82	56,94	60	41,67	0	0	0	0	2	1,39	144

Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico N°14

Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 14



Fuente: Elaboración Propia.

Análisis: 56.46% Quisiera ser más independiente, al momento de utilizar sus canales electrónicos, 24.54% casi siempre, 0.93% algunas veces, 0.35% casi nunca, 23.73% nunca. Un porcentaje muy afirman que quisieran ser más independiente, al utilizar los canales electrónicos que poseen.

Fase III: elaborar un sistema de comunicación externa de los canales electrónicos para los clientes de la tercera edad.

Dimensión comunicación externa de los canales electrónicos para los clientes de la tercera edad del sector bancario, en función al indicador información.

Ítems N°15: ¿Si las instituciones financiera, informara acerca de cómo se utiliza sus productos, adecuados a su necesidad, usted los evaluara positivo?

Tabla N° 21

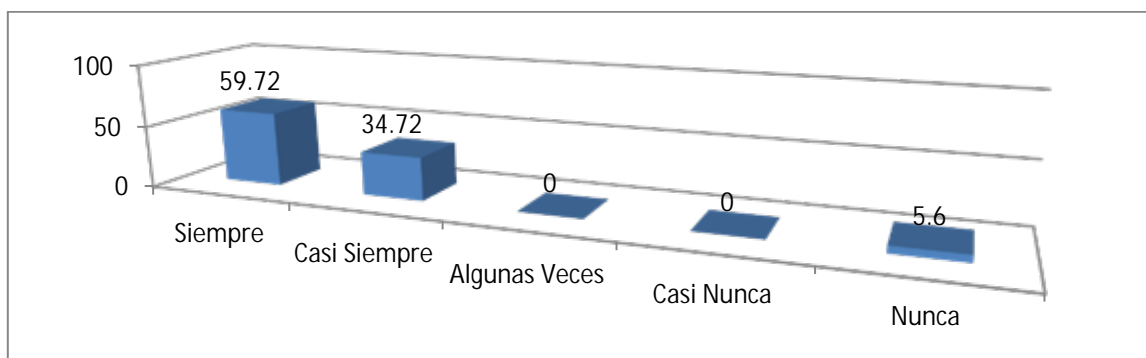
Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión, Ítems N° 15

Siempre		Casi Siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total
f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
86	59,72	50	34,72	0	0	0	0	8	5,56	144

Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico N°15

Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 15



Fuente: Elaboración Propia.

Análisis: 59.72% indica que siempre Si las instituciones financieras, informara acerca de cómo se utiliza sus productos, adecuados a su necesidad, usted los evaluara positivo, 34.72% casi siempre, 0.00% algunas veces, 0.00% casi nunca, 5.56% nunca. Los clientes de la tercera edad verían en una gran mayoría esta acción comunicativa.

Dimensión comunicación externa de los canales electrónicos para los clientes de la tercera edad del sector bancario, en función al indicador conceptualización.

Ítems N°16: ¿Si el personal de atención al cliente bancario, le indicara de manera correcta, paciente, respetuosa, usted atendería eficazmente su información?

Tabla N° 22

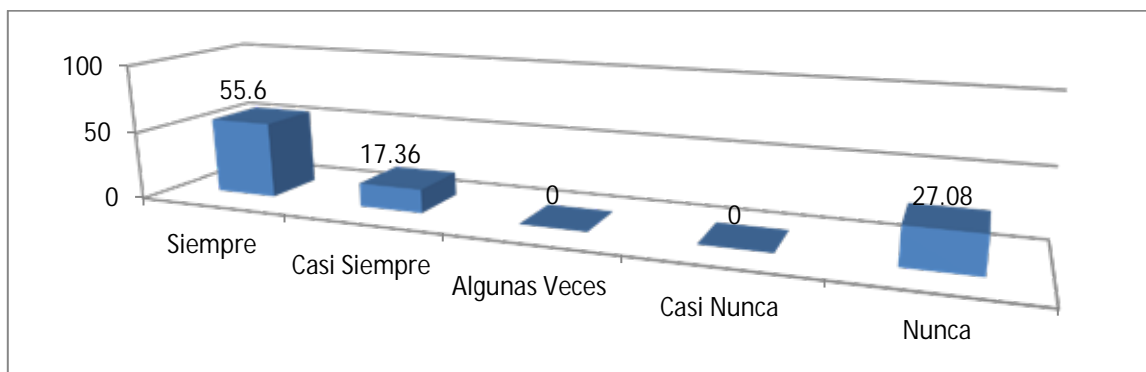
Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión, Ítems N° 16

Siempre		Casi Siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total
f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
80	55,56	25	17,36	0	0	0	0	39	27,08	144

Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico N°16

Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 16



Fuente: Elaboración Propia.

Análisis: 45.83% indica que siempre, si el personal de la atención al cliente bancario, le indicara de manera correcta, paciente, respetuosa, usted atendería eficazmente su información, 31.25% casi siempre, 0.00% algunas veces, 0.00% casi nunca, 24.09% nunca. Los clientes de la tercera edad en su gran mayoría, si informaran acerca los canales electrónicos de manera entendible y correcta a lo que le indiquen en la comunicación.

Dimensión comunicación externa de los canales electrónicos para los clientes de la tercera edad del sector bancario, en función al indicador adiestramiento.

Ítems N°17: ¿Permitiría usted ser abordado, por el personal bancario, para que le informen acerca del cómo utilizar los canales electrónicos?

Tabla N° 23

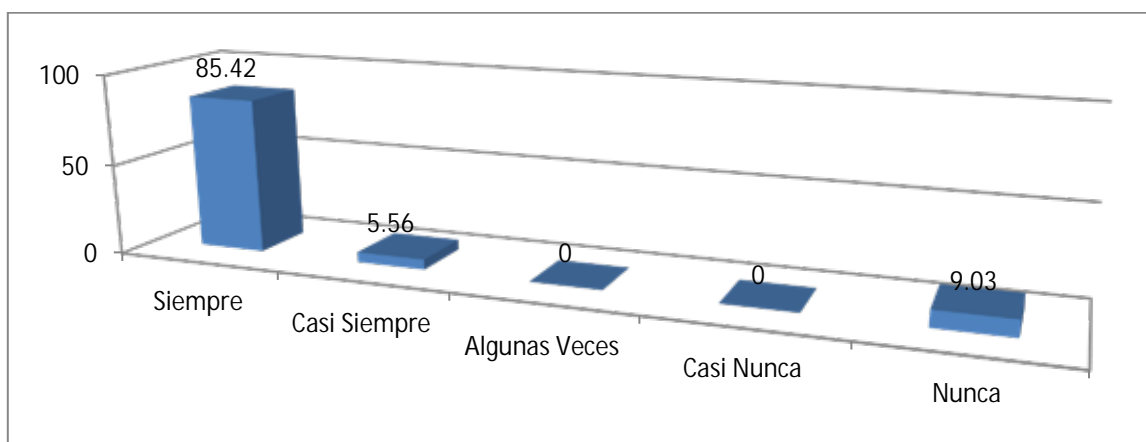
Las tablas de distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 17

Siempre		Casi Siempre		A veces		Casi nunca		Nunca		Total
f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
123	85,42	8	5,56	0	0	0	0	13	13,89	144

Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico N°17

Distribución de las respuestas en frecuencia y porcentaje de la dimensión. Ítems N° 17



Fuente: Elaboración Propia.

Análisis: 85.42% indica que siempre Permitiría ser abordado, por el personal bancario, para que le enseñen acerca del cómo utilizar los canales electrónicos, 5.56% casi siempre, 0.00% algunas veces, 0.00% casi nunca, 9.03% nunca. El cliente de la tercera edad del sector bancario, muestra una gran disposición a ser abordado para que le enseñen acerca del cómo utilizar los canales electrónicos.

CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

SISTEMA DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE LOS CANALES ELECTRÓNICOS AL SERVICIO DEL CLIENTE DE TERCERA EDAD EN EL SECTOR BANCARIO VENEZOLANO

Introducción

En la propuesta se diseñó con la meta de presentar un **“Sistema de Comunicación Externa de los Canales Electrónicos al Servicio del Cliente de la Tercera Edad en el Sector Bancario Venezolano”**, como una herramienta formativa para enseñar al adulto mayor acerca del funcionamiento práctico de los canales electrónicos en especial el uso de la tarjeta de débito por cajero electrónico y punto de venta, por parte del personal bancario encargado de la atención al cliente, pudiendo desarrollar una comunicación efectiva y el mejoramiento de la atención al cliente de la tercera edad del sector bancario.

La propuesta de investigación, es la vía con la que cuenta el investigador para presentar su punto de vista acerca de los problemas planteados, las posibles soluciones que se puedan tomar al respecto y a la vez constituye una herramienta que le brinda a los clientes de la tercera edad del sector bancario.

Justificación

En la sociedad actual, los individuos tienen la necesidad de estar actualizados con las nuevas tendencias tecnológicas, las instituciones del sector bancario ofrecen entre sus servicios la utilización de los servicios de los canales electrónicos para mejorar los servicios bancarios a sus clientes en general, y los clientes de la tercera edad fueron generalizados sin tomar en cuenta su condición o su conocimiento en la tecnología, esta propuesta trata de incluirlos al conocimiento del funcionamiento práctico de los canales electrónicos, para que

puedan utilizarlos al momento que los necesiten específicamente la utilización de la tarjeta de debito en cajeros automáticos y puntos de ventas.

Misión y Visión

Misión

Transformar la comunicación externa de los canales electrónicos al servicio del cliente de tercera edad, en el sector bancario venezolano, con la finalidad de mejorar la calidad de la atención bancaria.

Visión

Incentivar al conocimiento al cliente de la tercera edad del sector bancario, a la utilización independiente de los canales electrónicos.

Objetivos Generales y Específicos

Objetivo General

Formular el Sistema de Comunicación Externa de los Canales Electrónicos al Servicio del Cliente de Tercera Edad, en el Sector Bancario Venezolano.

Objetivos Específicos

Identificar mediante diagrama de flujo de datos, los funcionamientos del servicio de canales electrónicos de punto de venta y cajero automático.

Diseñar mediante diagrama de flujo, el funcionamiento de los prototipos del servicio de canales electrónicos de punto de venta y cajero automático, utilizando.

Desarrollar los prototipos del servicio de canales electrónicos de punto de venta y cajero automático.

Conformar las vocerías en cuanto la sensibilización, la capacitación y la evaluación, como pieza fundamental para consolidar la comunicación de la atención al cliente de la tercera edad.

Delimitar aspectos a considerar de la enseñanza.

Factibilidad de la Propuesta

Cuando se habla de factibilidad, se hace referencia a las posibilidades de llevar a cabo cualquier decisión, por eso es importante un estudio técnico, operativo y económico. De allí, el resultado de la investigación demuestra que se puede aplicar la propuesta de Sistema de Comunicación Externa de los Canales Electrónicos al Servicio del Cliente de Tercera Edad, en el Sector Bancario Venezolano.

Factibilidad Operativa

La propuesta se considera viable puesto que no requiere cambios estructuralmente, como tampoco físicamente en la organización, se ejecutaría sin afectar el funcionamiento normal del personal de atención al cliente, ya que el cliente de la tercera edad sería atendido en su turno correspondiente por su condición de adulto mayor y en ese momento puede ser abordado, en beneficio de esta investigación busca disminuir la cantidad de cliente de la tercera edad a medida que se esté ejecutando el sistema junto a la atención al cliente.

Factibilidad Técnica

En este sentido, las instituciones bancarias cuenta con personal calificado en la atención al cliente, por lo general una sucursal cuenta con un gerente, un sub gerente, un supervisor de caja, de uno a cinco cajero, y de uno a cinco ejecutivo de servicios, y todos tiene la responsabilidad ante la institución bancaria de atender a sus clientes posean condición que este identificadas por normativas del estado o no, y en cuanto activos como los cajeros automáticos por lo general cada sucursal posee de una a cinco dándose el caso que sean más.

Factibilidad Económica

Para lograr implementar la presente Sistema de Comunicación Externa de los Canales Electrónicos al Servicio del Cliente de Tercera Edad, en el Sector Bancario Venezolano. Económicamente la propuesta es realizable; ya que repercutiría en disminución del congestionamientos de las agencias bancarias de público realizando transacciones que cuentan con su canal electrónico que ya con anterioridad se han realizado inversiones. Al tratarse de prototipos hasta donde están actualizado para esta investigación es gratis, puede ser modificado sin generar grandes inversiones para completar las funciones que hacen falta pero por la naturaleza de la aplicación donde fue programado puede tender a corromperse, es recomendable al completar otras funciones comprobar su adecuado funcionamiento y generando la programación del sistema en un manejador de Base de Datos como es Access que está incluida en el paquete de aplicaciones Microsoft Office, ya que programarlo en el mismo lenguaje de programación que utiliza las institución bancaria sería mas costos el gasto económico, por que tendrían que aumentar capacidad de memoria de los equipos para realizar un programa educativo poco pesado.

Tabla N° 24

Factibilidad Económica.

Gasto generado por programación por entidad bancaria			
Concepto	Horas	Unidad	Total Bs.
Realizar modificaciones por prototipo, para anexar mas funciones. Opcional	80	120.0000,00	9.600.000,00
Programar el Sistema en Access	200	120.000,00	24.000.000,00
Total			33.600.000,00
Gasto por entrenamiento por agencia bancaria			
Gasto por seminario para explicar el prototipo o programa, de 1 a 50 participante.	8	120.000,00	960.000,00
Gasto por Transporte del facilitador.	Varía de acuerdo la localidad, Carabobo, Aragua, Cojedes, a otros estados a convenir		200.000,00
Gasto de comida del facilitador.	--	--	120.000,00
Total			1.280.000,00

Fuente: Elaboración Propia

Fundamentación Teórica de la Propuesta

El sistema de prototipos

El basamento teórico se sustentada en el modelo de diseño de sistema de prototipos según Senn (1997) “es un sistema que funciona – no solo una idea en el papel-, desarrollado con la finalidad de probar ideas y suposiciones relacionadas con el sistema...” (p.43). Para forjar las bases sin errores de un sistema con un lenguaje de programación más robusto pero sin desmejorar su funcionalidad, también Senn (1997) indica “El desarrollo de prototipos de sistemas es un proceso interactivo. Comienza con unas cuantas funciones y crece al incluir otras que son identificadas a posteridad...” (p.43).

En general, los pasos a seguir en el proceso de desarrollo de prototipos son los siguientes:

Identificar mediante diagrama de flujo de datos, los funcionamientos del sistema actual.

Diseñar mediante diagrama de flujo, el funcionamiento del prototipo.

Desarrollar el prototipo propuesto.

Conformación de Vocerías

Conforme con Pizzolante (2002), “El vocero tiene la responsabilidad de transmitir mensajes formales o informales de su organización...” (p.11).

Son tres las etapas utilizadas para la conformación de las vocerías: la sensibilización, la capacitación y la evaluación.

La etapa de la sensibilización Pizzolante (2002), “Tiene por objetivo de concientizar a la organización sobre la importancia de la comunicación como una herramienta que facilita procesos armoniza intereses y permite prevenir situaciones adversas. Adicionalmente promueve la importancia de trabajar en equipo y potencia la autoestima...”. (p.12). En esta etapa a trabajar se desarrolla el contenido de la información que se va a trabajo internamente para poder fortalecer el equipo de atención al cliente.

La Etapa de la Capacitación Pizzolante (2002) “Consiste en el desarrollo de habilidades a partir de sus propias características. No se trata de cambios de personalidad, sino más bien de cambios a partir de las debilidades que todos tenemos y del aprendizaje para saber manejarlas...”. (p.13). En la etapa de capacitación, para que vocero pueda atender de manera adecuada a los clientes de la tercera edad.

Etapa de Evaluación Pizzolante (2002) “un buen vocero es crítico consigo mismo, evalúa y corrige, evita la autocomplacencia y va más allá de las opiniones que te facilitan por sus presentaciones...”. (p, 15). En la etapa de evolución trata de desarrollo el sentido de autoevaluación, para seguir mejorando a diario.

Para poder diseñar un Sistema de Comunicación Externas de los Canales Electrónicos al Servicio del Cliente en el Sector Bancarios, es necesario que todo personal de las de las agencias bancarias que atiendan a clientes de tercera edad directa e indirectamente estén preparados para ser voceros del conocimiento acerca estas herramientas a los clientes en estudio.

Teorías de la enseñanza

La Andragogía según Adam (1970) “es una ciencia”, en cuanto Knowles y otros (2001) “una teoría”, ya para UNESR (1999) “un modelo educativo”.

Knowles y otros (2001), “la Andragogía ofrece los principios fundamentales que permiten el diseño y conducción de procesos docentes más eficaces, en el sentido que remite a las características de la situación de aprendizaje, y por lo tanto, es aplicable a diversos contextos de enseñanza de adultos...”

Para Marrero (2004), la Andragogía “es un proceso de desarrollo integral del ser humano para acceder a la autorrealización, a la transformación propia y del contexto en el cual el individuo se desenvuelve” (p.7).

De acuerdo UNESR (1999) el “facilitador del proceso de enseñanza y aprendizaje, mediador en la gestión del conocimiento, orientador planificador de aprendizaje y de evaluaciones...”

En cuanto la estrategias de enseñanza Weinstein y Mayer (1986) “Son pensamientos y conductas que un alumno inicia durante su aprendizaje que tienen una influencia decisiva sobre los procesos cognitivos internos relacionados con la codificación...”

Descripción Conceptual de la Propuesta

Se cubrirán en cinco etapas, en las cuales se dará respuesta a cada uno de los objetivos específicos de la propuesta: Primero, Identificar mediante diagrama de flujo de datos, el funcionamiento de los servicios de canales electrónico de punto de venta y cajero automático. Segundo: Diseñar mediante diagrama de flujo, el funcionamiento de los prototipos del servicio de canales electrónicos de punto de venta y cajero automático. Tercera: Desarrollar los prototipos del servicio de canales electrónicos punto de venta y cajero automático. Cuarto: Conformar las vocerías en cuanto la sensibilización, la capacitación y la evaluación, como pieza fundamental para consolidar la comunicación de la atención al cliente de la tercera edad. Cinco: Delimitar aspectos a considerar de la enseñanza. A continuación se presentan las etapas clasificada con anterioridad ya aplicadas:

Identificar mediante diagrama de flujo de datos, el funcionamiento de los servicios canales electrónico de punto de venta y cajero automático. (Ver Figura N° 5),

(Ver Figura N°6)

Figura N° 5

Identificar mediante diagrama de flujo de datos, el funcionamiento del servicio electrónico del cajero automático

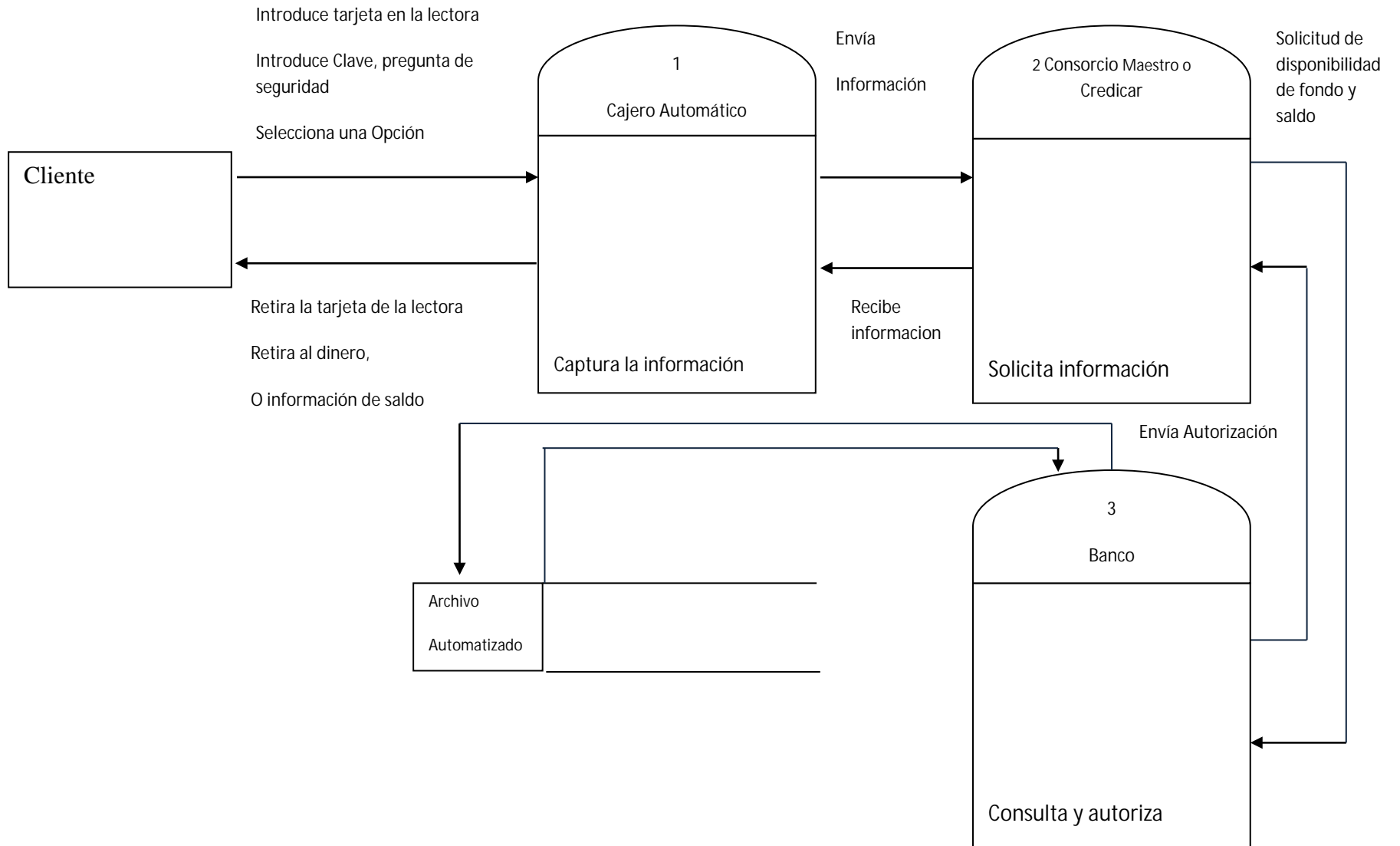
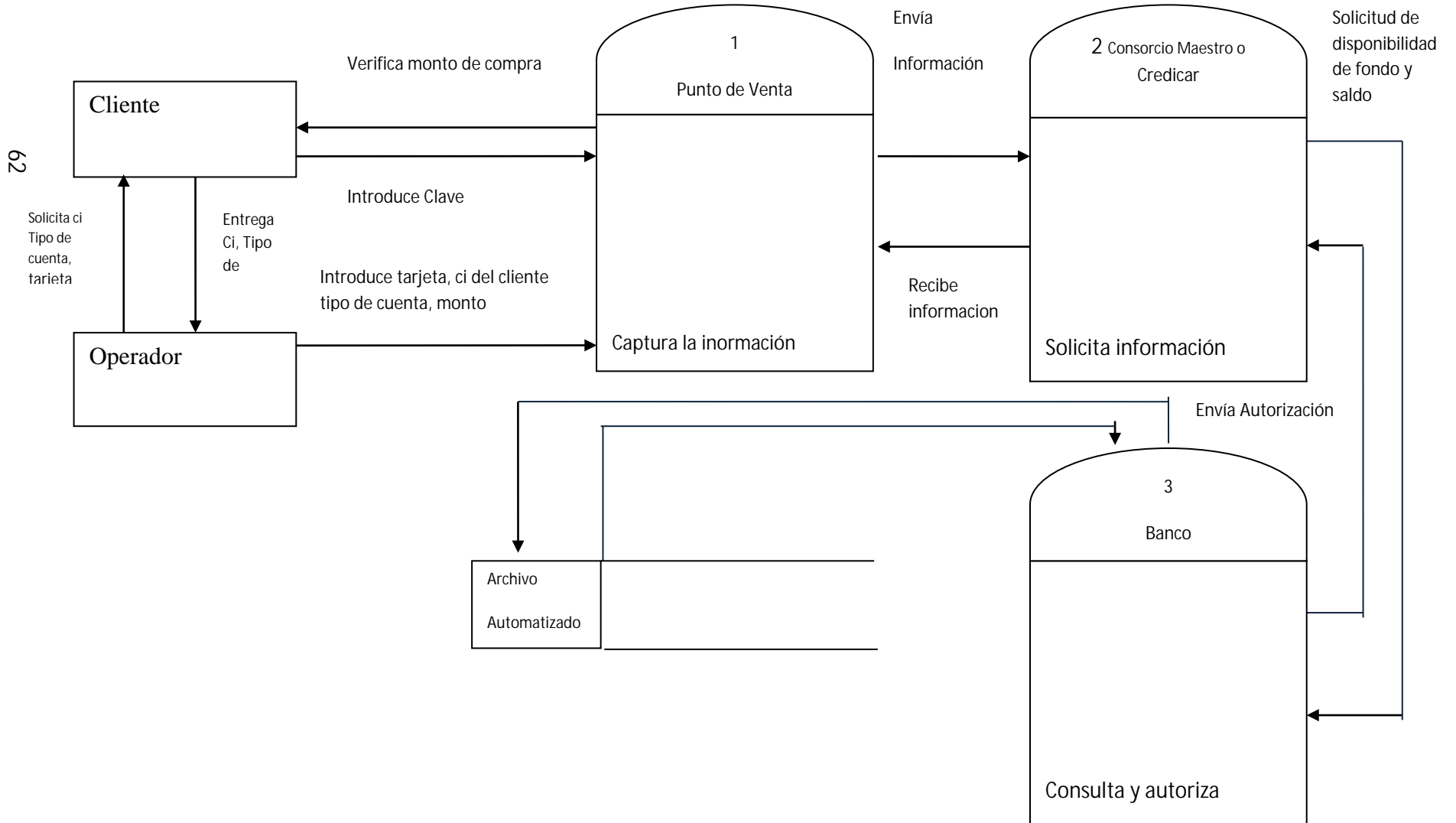


Figura N° 6

Identificar mediante diagrama de flujo de datos, el funcionamiento del servicio electrónico del punto de venta.



Diseñar mediante diagrama de flujo, el funcionamiento de los prototipos del servicio canales electrónicos de punto de venta y cajero automático. (Ver Figura N° 7), y (Ver Figura N° 8).

Figura N° 7

Diseñar mediante diagrama de flujo, el funcionamiento del prototipo del servicio de canales electrónicos del cajero automático

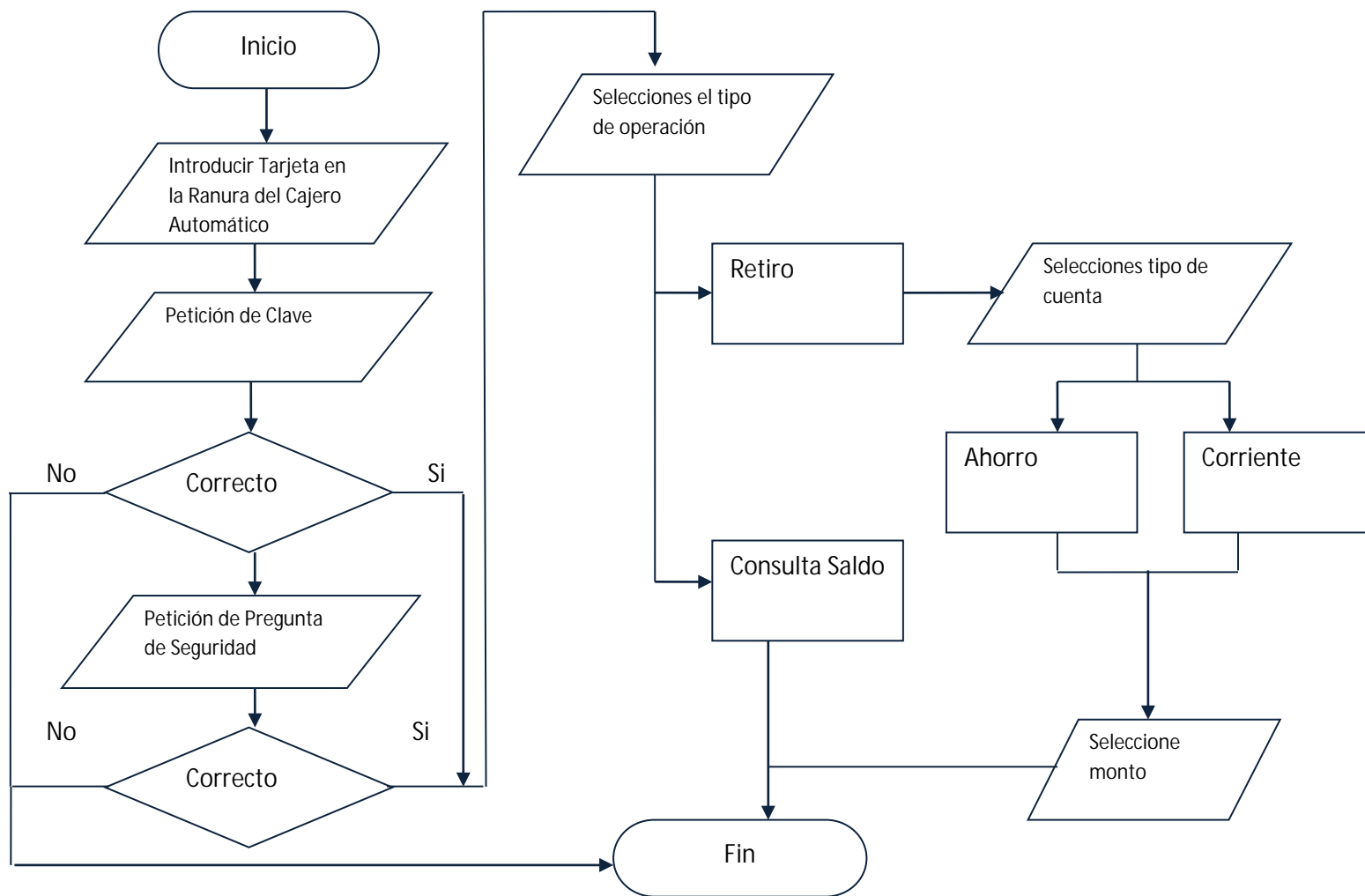
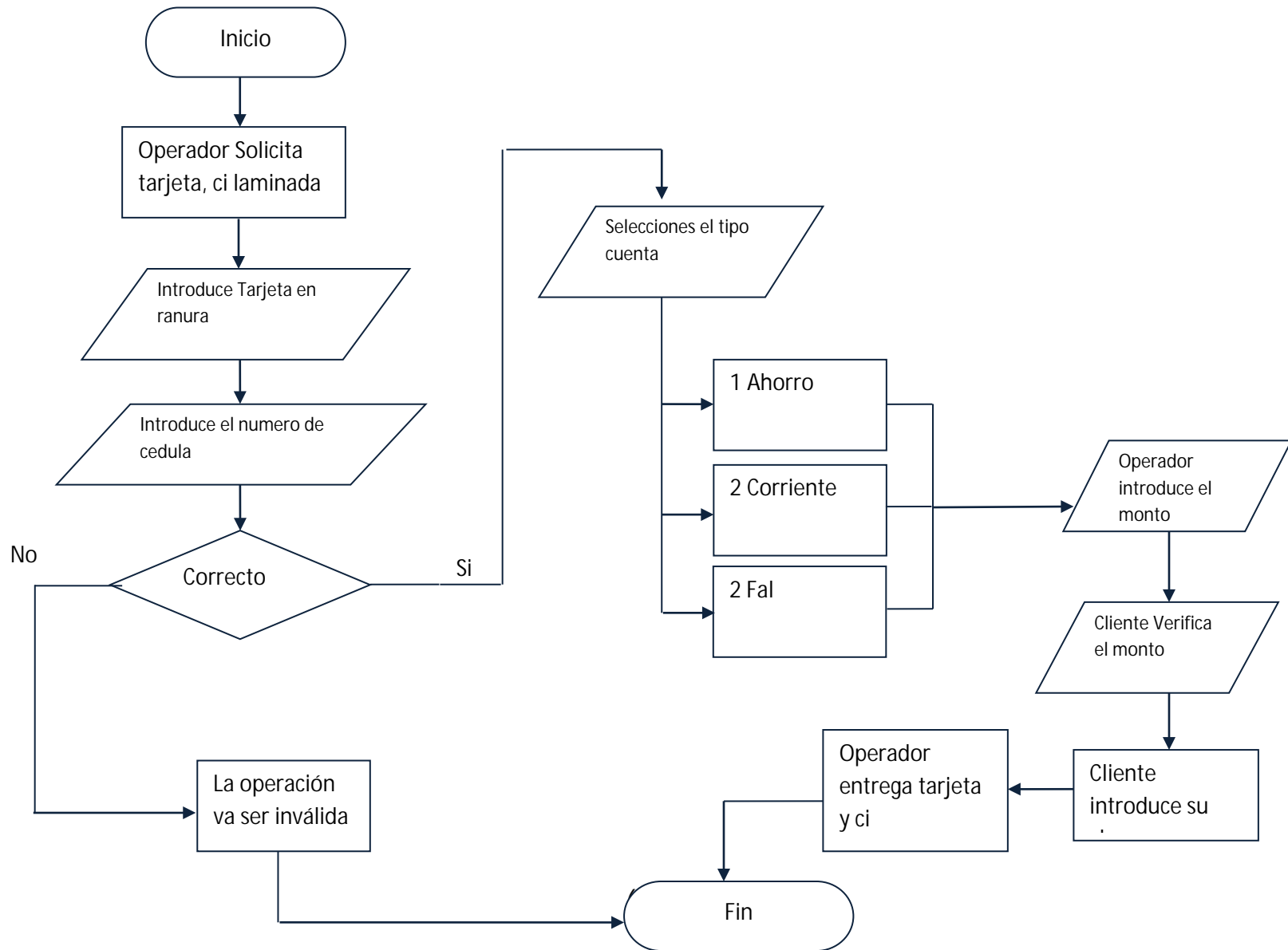


Figura N° 8

Diseñar mediante diagrama de flujo, el funcionamiento del prototipo del servicio canales electrónicos del punto de venta



Desarrollar los prototipos los prototipos del servicio de canales electrónicos de punto de venta y cajero automático

Se elaboro un sistema tipo prototipo, utilizando la herramienta Office de PowerPoint, utilizando los códigos de los Controles ActiveX, los cuales utilizan en lenguaje de programación orientado a objeto semejantes a los utilizados para Access o Visual Basic, ya que una vez cualquier institución bancaria decida implantar Sistema de Comunicación Externas de los Canales Electrónicos al Servicio del Cliente el Sector Bancario y quiera un sistema en un lenguaje programación avanzado, pueda tener los prototipo del servicio de canales electrónicos del cajero automático y del servicio de canales electrónicos del punto de venta, ya que son los canales electrónicos más adecuados para informar de manera práctica los canales electrónicos más accesibles.

Para el prototipo del servicio de canales electrónicos del cajero automático se desarrollo con las funciones más comunes como las de restiro, seleccionar el monto y realizar consulta de saldo de la cuenta, pudiéndose ser en un futuro incluir otras funciones de servicios que distintos bancos ofrecen, como las de recibir depósitos, hacer pagos a teléfonos móviles o fijos, realizar transferencias, como también posee el diseño grafico para simular que se está utilizando el servicio en tiempo real, teniendo pantalla, mensajes de pantalla, teclado numeral, teclado que están ubicado a los laterales del monitor, ranura para ingresar las tarjetas y dispensador de efectivo. (Ver Anexo N° 1).

En cuanto el prototipo del servicio de canales electrónicos del punto de venta, de desarrollo los procesos completos, donde se maneja la información que introduce el operador, como también los pasos de verificar el monto e introducir la clave por parte del cliente, para simular de manera real el proceso para realizar compras en establecimientos que posean punto de venta. (Ver Anexo N° 2).

Conformar las vocerías en cuanto la sensibilización, la capacitación y la evaluación, como pieza fundamental para consolidar la comunicación de la atención al cliente de la tercera edad.

Los voceros son el personal bancario encargado de atender el cliente, estos conforman por los general el gerente, sub gerente, supervisor de caja, cajeros, ejecutivos de cuenta, representante de ventas entre otros cargos, todo personal esta a disponibilidad de atender clientes de la tercera edad, a continuación se presenta los pasos a seguir para organizarlos para desarrollarlos y evaluarlos:

Instrucción de la conformación del expediente de los voceros:

En las siguientes tablas, encontraras la estructura para construir de forma apropiada tu perfil profesional.

La información que se suministres es fundamental para el proceso de conformación de vocerías, por tanto, se le invita a presentarla completa, con claridad y que hable con certeza de ti, tanto en la trayectoria profesional, como en rasgos personales significativos.

Se agradece tu confianza al suministrar esta información y ten la seguridad que será tratada confidencialmente, sólo para ser compartida profesionalmente para la conformación de las vocerías para la atención del cliente de la tercera edad en cuanto los canales electrónicos.

La Identificación (Ver Tabla N° 25), ayudara a crear un expediente de los voceros de manera individual, para conocer el perfil del personal, he ir midiendo su desempeño dentro de la propuesta del plan de comunicación externo de la investigación en estudio, el cual puede ser anexado en el historial del trabajador, para posibles ascensos o toma de decisiones de la gerencia de las instituciones.

Tabla N° 25

Identificación

Nombres y Apellidos:		
Edad:	C.I.:	Nacionalidad(es):
Dirección de Habitación:		
Teléf. Hab.:		Telf. Cel.:
e-mail contacto:		Otro Telf.:

Información Estrictamente Confidencial

Fuente: Elaboración Propia

La Trayectoria Académica (Ver Tabla 26), dará a conocer el perfil académico del vocero, por lo general en las instituciones existe variedad de profesión entre los empleados, el cual el conocer el área académica en que se desarrolló o que estudia en la actualidad ayudara a la creación de lluvias de ideas de diferentes puntos de vista, para enriquecer el servicio al cliente de la tercera del sector bancario.

Tabla N° 26

Trayectoria Académica

Pregrado	Universidad:		
	Profesión:	Año:	
	Universidad:		
	Profesión:	Año:	
Postgrado	Universidad:		
	Especialidad:	Año:	
	Universidad:		
	Especialidad:	Año:	

Información Estrictamente Confidencial

Fuente: Elaboración Propia.

Los Idiomas que maneja aparte del nativo (Ver Tabla N° 27), es importante ya que si se tiene vocero en la institución que maneje otros idiomas aparte del nativo, puede manejar situaciones en que la limitante sea del idioma para explicar los canales electrónicos a los clientes de la tercera edad.

Tabla N° 27

Idiomas que Maneja aparte del Nativo

Idioma(s)	Inglés:	Básico:	Medio:	Avanzado:
	Otro:	Básico:	Medio:	Avanzado:

Información Estrictamente Confidencial

Fuente: Elaboración Propia.

La trayectoria en la institución (Ver Tabla N° 28), es importante saberla para el servicio al cliente de la tercera del sector bancario, ya que estos datos indican la experiencia para aportar para explicar al sujeto en estudio los canales electrónicos.

Tabla N° 28

Trayectoria en la Institución

Cargo:		Desde:	Hasta:
Organización:			
Productos y Servicios:			
Reporte Directo - N° Persona(s):		Cargo(s):	
Supervisados - N° Persona(s):		Cargo(s):	
¿Si ha sido Promovido de cargo con anterioridad?	Si	No	Comentarios:
Responsabilidades formales del cargo:			
Logros – Éxitos obtenidos:			

Información Estrictamente Confidencial

Fuente: Elaboración Propia.

El Conocimiento de Si Mismo (Ver Tabla N° 29), para conocer más a profundo al vocero, donde le plasmara sus cualidades, fortalezas, oportunidades, liderazgo y habilidades negociadoras, en relación a la atención del cliente de los canales electrónicos a servicio del cliente de la tercera edad.

Tabla N° 29

Conocimiento de Si Mismo

<p>Cualidades: describa los atributos que le caracterizan como profesional, en cuanto la atención del cliente de los canales electrónicos a servicio del cliente de la tercera edad. Dé ejemplos.</p>	
<p>Fortalezas: considere al menos tres competencias que por su alto nivel de desarrollo y expresión frecuente Usted posee, en cuanto la atención del cliente de los canales electrónicos a servicio del cliente de la tercera edad Expliqué por qué.</p>	
<p>Oportunidades: considere al menos tres competencias que Usted debería reforzar, en cuanto la atención del cliente de los canales electrónicos a servicio del cliente de la tercera edad Expliqué por qué.</p>	
<p>Liderazgo: describa que tipo de acciones toma y que habilidades tiene para lograr que su equipo logre buenos resultados, en cuanto la atención del cliente de los canales electrónicos a servicio del cliente de la tercera edad</p>	
<p>Habilidades Negociadoras: describa como logra Usted influenciar para lograr acuerdos satisfactorios, en cuanto la atención del cliente de los canales electrónicos a servicio del cliente de la tercera edad.</p>	

Información Estrictamente Confidencial

Fuente: Elaboración Propia.

Es importante mantener actualizado esta información, para realizar futuros planes estratégicos de comunicación, pero también para saber si te cuenta con el personal de la atención al cliente preparados para cumplir su función, y también para que aporte ideas para mejoras del sistema de comunicación de canales electrónicos al servicio al cliente de la tercera edad del sector bancario venezolano.

Delimitar aspectos a considerar de la enseñanza.

Aspectos a considerar para saber qué tipo de estrategia es la indicada para ser utilizada en ciertos momentos de la enseñanza:

Características generales de los clientes bancarios de la tercera edad (nivel de desarrollo cognitivo, conocimientos previos, factores motivacionales, entre otros).

Tipo de conocimiento (general, contenido curricular particular).

Intencionalidad o meta que se desea lograr y las actividades cognitivas afectivas y pedagógicas que debe realizar el cliente bancario de la tercera edad para conseguirla.

Verificación y retroalimentación constante del proceso de enseñanza (de las estrategias de enseñanza empleadas previamente, si es el caso), así como del progreso y aprendizaje del cliente bancario de la tercera edad.

Tiempo apropiado para la enseñanza y adquisición de aprendizajes.

Contar con un diseño de cómo utilizar la estrategia de enseñanza.

Poseer una amplia gama de estrategias, conociendo qué funciones tienen y cómo puede utilizarse o desarrollarse apropiadamente.

Se debe diseñar un plan de comunicación por diferentes medios de comunicación masiva, para informar a los clientes bancarios de la tercera edad del sector bancario, que existe un Sistema de Comunicación Externa de los Canales Electrónicos al Servicio del Cliente de Tercera Edad, en el Sector Bancario Venezolano, para que se dirija a cualquier personal bancario, y le solicite información.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

En el desempeño para realizar la investigación del sistema de comunicación de canales electrónicos al servicio al cliente de la tercera edad del sector bancario venezolano al realizar el estudio que se halló de acuerdo los objetivos específicos se pudo concluir que:

Al diagnosticar el servicio actual, de la atención al cliente de la tercera edad, del sector bancario, se evidenció debilidad en el proceso de la comunicación externa del servicio actual de atención al cliente de la tercera edad, del sector bancario, en cuanto el trato de la atención al cliente de la tercera edad, en las instituciones bancarias, ya que por el congestionamiento de las agencias por la cantidad de clientes, usuarios ordinarios y cliente de la tercera edad, esto desmejora la atención adecuada para los clientes mayores de 55 años ya que se hace imposible atenderlos en 15 minutos contando desde el momento que tiene la planilla de su transacción la tiene en su poder respetando la normativa legal, generando fatiga, preocupación, molestia, malestar, el estrés se generaliza creando un clima de inconformidad con la institución bancaria, porque no les satisfacen sus necesidades, el cual es ser atendido de acuerdo sus características en relación a la atención al cliente de la tercera edad.

Como también sostiene que no se han sentido satisfecho con la atención al cliente, prestado por el personal de las instituciones bancarias, estos clientes con estas características no aprueban satisfactoriamente la gestión de la atención al cliente bancario de la tercera edad, ya que no se siente bien atendido.

De igual manera, no existe total claridad en los mensajes transmitidos de las vocerías que maneja la atención al cliente de la tercera edad del sector bancario de Venezuela se pudo observar, que el plan de comunicación bancario en la atención al cliente está basado en ventas de productos financiero para la captación de activos y pasivos, sin tomar en cuenta que si utiliza un plan de comunicación adecuado donde convine venta y atención al cliente, podrá cumplir con las metas de la institución y podrá disminuir la gran cantidad de los

clientes de la tercera edad que visita las sucursales de la entidades bancarias, informado adecuadamente los beneficios y como se utiliza los canales electrónicos, para en sí fomentar el universalidad de la banca, donde podrá ofrecer todos sus servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes y su características especiales.

Al identificar los principales productos bancarios utilizados por los clientes de la tercera edad, se evidencia que las herramienta de la comunicación es importante, pero también va de la mano la parte tecnológica en la investigación en estudio, ya que si no se cuenta en un momento determinado de la proveeduría física de las tarjetas de débito también puede afectar el proceso de atención al cliente, sin embargo las evidencias indica que los clientes bancarios de la tercera edad posee la tarjeta de débito, pero que prefiere utilizar la libreta o chequera, más que los canales electrónicos por desconocimiento de su uso, y aseguran que no puede usar sin ayuda de otras personas los cajeros automáticos para hacer operaciones de retiro y consulta, situación a la cual lleva a que siempre otra persona es la que utilice su tarjeta para realizar sus operaciones financiera, esto puede ocasionar que la utilización de los canales electrónicos a ser inseguros por qué no son utilizados por el propio titular de la cuenta, esto conlleva a que se puede estar siendo afectado el servicio de canales electrónicos afectando el patrimonio de los clientes de la tercera edad.

Por último, en el objetivo de elaborar un sistema de comunicación externa de los canales electrónicos para los clientes de la tercera edad., se pudo determinar, se investigo acerca los componentes, información, conceptualización y adiestramiento, indica que las personas estudiadas en esta investigación muestran que ven positivamente si le brindan información de manera respetuosa, tomando en cuenta sus limitantes por su condición de ser de la tercera edad, y aceptarían ser formados para poder utilizar por sus propios medios los canales electrónicos y así aumentar su satisfacción con la institución bancaria, como también sus habilidades como cliente bancario, para ir disminuyendo sus visitas a las instalaciones bancarias fomentando de manera práctica, segura y personalizada la utilización de los canales electrónicos, a su vez estos podrán ofrecer una adecuada y personalizada atención al cliente satisfactoria tomando en cuenta a los clientes actuales de la tercera edad.

Recomendaciones.

1. Fomentar a la mejora de la atención al cliente de la tercera edad del sector bancario, enseñándole la utilización de los canales electrónicos.
2. Realizar jornadas grupales de clientes de la tercera edad, para multiplicar la información de los canales electrónicos en masa.
3. Ir actualizando las funciones de los prototipos, para informar las nuevas operaciones que se puedan realizar.
4. Desarrollar el prototipo, en un lenguaje de programación robusto para evitar que el prototipo se corrompa al sumar muchas funciones.
5. Diseñar un prototipo para enseñar el canal electrónico del sistema en línea.
6. Mantener folletos informativo, para informar funcionalidad de los canales electrónicos.
7. Se debe generar información por distintos canales de comunicación masiva, para informar al cliente de la tercera edad o adulto mayor que existe un Sistema de Comunicación Externa de los Canales Electrónicos al Servicio del Cliente de Tercera Edad, en el Sector Bancario Venezolano, para aprender acerca los canales electrónicos.

REFERENCIAS CONSULTADAS

- Adam, F. (1970). *Andragogía: ciencia de la educación de adultos*. Caracas: Federación Interamericana de Educación de Adulto.
- Adulto Mayor (2016). [Página Web]. Recuperado el 21 de Marzo del 2017
www.adultosmayores.org.ve
- Arias, F. (2006): **El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica**. Editorial: Espíteme. Quinta Edición. Venezuela.
- Arias, F. (1997). *El Proyecto de Investigación*. Caracas, Venezuela: Editorial Espíteme.
- Balestrini, M (2006). *Como se elabora el Proyecto de Investigación*. BL Consultores Asociados, Servicio Editorial.
- Barato, José (2015). *Guía de estudio en español para la capacitación del Director de Proyectos*. Guía PMBOK, Edición 5.
- Bustamante, K. (2016). *La Comunicación Gerencial como Factor de Cambio en la Empresa de Viajes y Turismo Zumaque C.A.* [Trabajo de Investigación para optar al Grado de Magister en Gerencia de la Comunicación Organizacional]. Dirección General de Estudios de Posgrado, Universidad José Antonio Páez, San Diego.
- Busot, A. (1998). *Investigación Educativa*. Ediciones LUZ. Maracaibo.
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (2009). *Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela* Nro. 5.908 (Extraordinaria), 19-02-2009.
- Chiavenato, Idalberto. *Introducción a la Teoría General de la Administración*. 7ra. Edición. Edit. McGraw-Hill. 2004.
- D. Cowell. *The marketing of services*. – London. Ed. Heinemann. 1984.
- Dueñas, Ricardo (1991). *Introducción al Sistema Financiero y Bancario*. Politécnico Gran colombiano, Institución Universitaria Member of Whitney, Bogotá, Colombia.
- González J, y Chacón, O. (2015). *International Journal for Education and Vocational Guidance*. (Volumen 15), Autor.

- Gutiérrez Martín, A. (2003). *Alfabetización digital: algo más que ratones y teclas*. Gedisa. Barcelona. España.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. (5ª ed.). México: McGraw Hill.
- Instituto Nacional de Estadística. (2014). *XIV Censo Nacional de Población y Vivienda* (2011), Resultado por Entidad y Municipio del Estado Carabobo. República Bolivariana de Venezuela.
- Jaspe, M. (2015). *Estrategia Basadas en Formas de Comunicación como Elemento de Fortalecimiento a Utilizar por el Personal de Mando del Banco de Venezuela Sucursal Valencia*. [Trabajo de Grado para optar el título de Especialista en Gestión y Control de las Finanzas Públicas]. Dirección General de Estudios de Posgrados, Especialización en Gestión y Control de las Finanzas Públicas, Universidad José Antonio Páez, San Diego.
- Knowles, M., Holton, F y Swanson, R (2001). *Andragogía: el aprendizaje de los adultos*. México.
- Ley Gran Misión en Amor Mayor Venezuela ya está en Gaceta Oficial (GO) número 39.819 de fecha martes 13 de diciembre de 2011, que circula este miércoles 14 de diciembre
- Ley Orgánica de Ciencias, Tecnologías e Innovación (2005) *Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela* (Decreto 1290).
- Ley Orgánica de Telecomunicaciones. (2000). *Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela* (Nro. 39.920), 28-03-2000.
- Ley Orgánica del Sistema Financiero Nacional, sancionada en sesión del día 25 de marzo de 2010 y publicada en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.447 de fecha 16 de junio de 2010.
- .Ley de Servicios Sociales publicada en la Gaceta Oficial N° 38.270 del 12 de septiembre de 2005.
- Universidad José Antonio Páez (2014). *Manual para la Elaboración y Presentación de Trabajo de Grado de Especialización Técnica, Especialización, Maestría y de la Tesis Doctoral*. Valencia, Venezuela: Dirección General de Estudios de Postgrado.
- Manya, J. (2015). *Material Didáctico Especializado para Personas de la Tercera Edad en el Desarrollo de Psicomotricidad en la Asociación Nuestra Señora de la*

Elevación. [Proyecto de Investigación para optar por el título de Ingeniero]. Facultad de Diseño, Arquitectura y Artes, Universidad Técnica de Ambato-Ecuador, Ambato.

- Marrero, T (2004). *Hacia una educación para la emancipación*. Núcleo Abierto UNESR.
- Martínez, J. (2015). *Estrategia para el Uso de la Red Social Twitter por los Parlamentarios del Consejo Legislativo Bolivariano del Estado Carabobo como Herramienta de Comunicación con la Ciudadanía*. [Trabajo de Investigación para optar al Grado de Magister en Gerencia de la Comunicación Organizacional]. Dirección General de Estudios de Posgrado, Universidad José Antonio Páez, San Diego.
- Martínez, R. (2013). *Control de Gestión a través del Cuadro de Mando Integral para Empresas de Administradoras de Centro Comerciales*. [Trabajo de Investigación para optar al Grado de Magister Scientiarium en Gerencia de Empresas. Mención Gerencia Financiera]. División de Estudios Para Graduados Programas de Gerencia de Empresa, Nivel Maestría, Universidad del Zulia, Maracaibo.
- Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información, página web minci.gob.ve. 1/10/2017.
- Ministerios del Poder Popular de Planificación y Finanzas (2010). *Gaceta Oficial de La República Bolivariana de Venezuela*. (Nº de decreto 39.520). Septiembre 29, 2010.
- Muñoz, F. (2008). La adopción de una innovación basada en la Web. Análisis y modernización de los mecanismos generadores de confianza. Documento en línea. Disponible en: <http://hera.ugr.es/tesisugr/17346770.pdf>. Consulta: 1/10/2017.
- Olivero, F. (2015). *Proceso de Negociación para la Optimización de la Calidad de Servicio en las Instituciones Bancarias del Estado Aragua*. [Trabajo de Grado para optar al título de Magister en Administración de Empresas, Mención Finanzas]. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales Dirección de Estudios de Posgrado de la Universidad de Carabobo, La Morita.
- Orosa Fraiz, Teresa (2003). *La tercera edad y la familia. Una mirada desde el adulto mayor*. La Habana. Ed. Félix Varela.
- Pineda, M. (2005). *Hacia una teoría integrada de la comunicación-mediación en organizaciones de conocimiento de la cibersociedad, Comunicación y Sociedad*, Universidad del Zulia.
- Pizzolante, I. (2006). *El Poder de la Comunicación Estratégica*. (5ta). Caracas, Venezuela: El Nacional.

- Pizzolante, I. (2002). *Portavocia y Comunicación Corporativa*, Capítulo del Libro Gestión de la Comunicación. Recuperado de www.pizzolante.com/castellano/docs/VOCERIA.pdf
- Pizzolante, I. (1993) *Reingeniería del Pensamiento*. Editorial Panapo 4ta Edición.
- RAMIREZ, T. Gabinetes de comunicación. Funciones, disfunciones e incidencias. Barcelona: Bosch, 1995.
- Sotelo Enríquez, C. Introducción a la comunicación institucional. Barcelona: Ariel, 2001.
- Tamayo y Tamayo, M. (2004). El Proceso de la Investigación Científica. Editorial: Limusa, S.A. Cuarta Edición. México.
- Tschohl John (2008). *Achieving Excellence Through Customer Service*. Quinta Edición. Minneapolis, Minnesota, USA.
- Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez (1999), Reforma CCXXVIII Aniversario Natalicio de Don Simón Rodríguez.
- Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2011). Manual de Trabajo de Grado, Maestría y Tesis Doctorales. Vice – Rectorado de Investigación y Post grado. Caracas: UPEL.
- Weinstein, C. E. y Mayer, R. E. (1985). The teaching of learning strategies. En M. C. WITTRICK (Ed.). *Handbook of research on teaching*, 3ª ed. Nueva York: MacMillan Publishing Company.
- Westphalen, M.H y Piñuel, La dirección de comunicación. Madrid: Del Prado, 1993.
- Zemke, R. *The Service Edge*. – U.S.A. Ed. Plume. 1989)

ANEXOS

ANEXO N° 1 Manuela del Prototipo: Sistema para Comunicar como se Utiliza Algunas Funciones del Cajero Automático



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL

**Sistema de Comunicación Externa de los
de los canales electrónicos a Servicio del Cliente de la Tercera Edad del
Sector Bancario Venezolano**

**Manuela del Prototipo: Sistema para Comunicar como se Utiliza Algunas Funciones
Del Cajero Automático**

Autor: Ing. Pedro Olivera

ESTRUCTURA DEL MANUAL

El Manual

Introducción.....	3
Presentación Inicial.....	4
Habilitar Macros.....	5
Paso 1.....	7
Paso 3.....	8
Paso 4.....	9
Paso 5.....	9
Paso 5 Retiro Ahorro Corriente.....	10
Paso 7 Efectivo Rápido.....	10
Finalizar Operación.....	11
Paso 5 Consulta de Saldo.....	11
Paso 7 Colocar el monto manual.....	12

Manual del Prototipo: Sistema para Comunicar como se Utiliza Algunas Funciones del Cajero Automático.	Pagina	3/12
Introducción		
Maestría en Gerencia de la Comunicación Organizacional		

Este manual fue elaborado por el autor de esta investigación, para que funcione de guía de cómo utilizar un Prototipo o Demo realizado en presentación de PowerPoint elaborada con macros, para poder instruir a los clientes de la tercera edad de las instituciones bancarias simulando un escenario real, para el uso de las tarjetas de débitos en los cajeros automático.

La presentación en el PowerPoint se explican varias opciones, como retiros de cuentas ahorros o corrientes, con opciones de montos y otros montos, consulta de saldo, en donde en presente manual, explica cada una de las pantallas, para que el personal bancario encargado de dar la instrucción pueda utilizar esta herramienta pudiendo explicar de manera rápida y practica a los cliente de la tercera edad esta opción que es uso de la tarjeta de debito en cajeros automáticos.

Presentación Inicial del Demo para la utilización del Cajero Automático.

Elementos que componen el cajero automático, miradas al público.

Teclado de Números

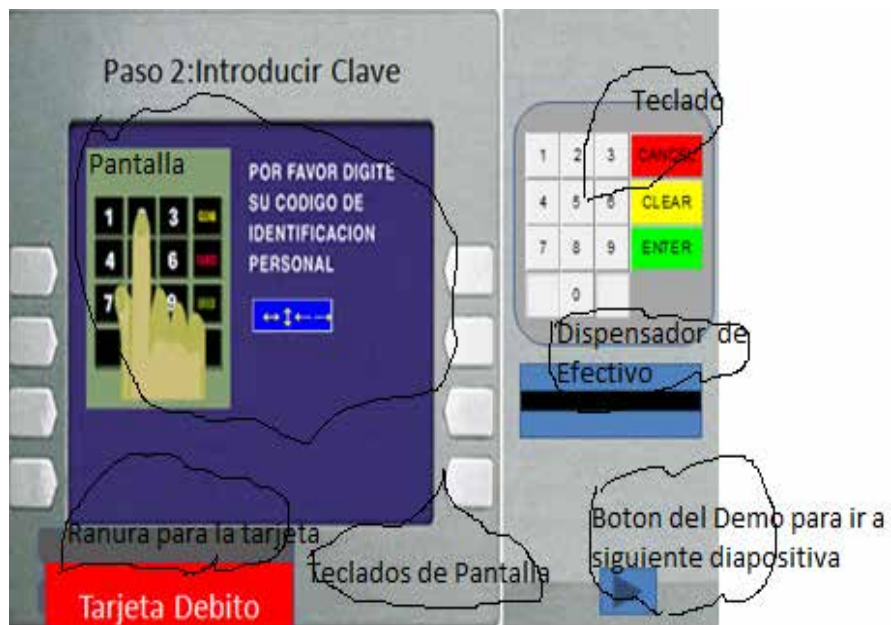
Pantalla.

Teclado de la Pantalla.

Dispensador para el Efectivo.

Ranura para colocar la tarjeta.

Botón del Prototipo o Demo para avanzar la presentación.



ANEXO N° 2. Manual del Demo Interactivo introducción para el uso de la tarjeta de debito por Punto de Ventas



**UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL**

**Sistema de Comunicación Externo de Canales Electrónicos
Al Servicio del Cliente de la Tercera Edad
En el Sector Bancario Venezolano
Manual del Prototipo Interactivo
Introducción para el uso de la tarjeta de Débito por Punto de
Ventas**

Autor: Pedro Olivera

ESTRUCTURA DEL MANUAL

El Manual

Introducción.....	3
Habilitar los Macros.....	4
Presentación con Diapositiva.....	5
Transición de Presentación con Diapositiva.....	5
El Punto de Venta.....	6
Paso 1.....	7
Paso 2.....	8
Paso 3.....	9
Paso 4.....	10
Paso 5.....	11
Paso 6.....	12
Paso 7.....	13

Introducción

Este manual fue elaborado por el autor de esta investigación, para que funcione de guía para informar cómo utilizar una presentación de PowerPoint elaborada con macros, para poder instruir a los clientes de la tercera edad de las instituciones bancarias simulando un escenario real, para el uso de las tarjetas de débitos en los puntos de ventas los cuales se encuentran en los comercios afiliados para este servicio.

La presentación en el PowerPoint se explican siete pasos, en donde en presente manual, explica cada una de las pantallas, mensajes del sistema para que el personal bancario encargado de dar la instrucción pueda utilizar esta herramienta y pueda explicar de manera rápida y practica a los cliente de la tercera edad esta opción que es uso de la tarjeta de debito en un punto de venta en los comercios.

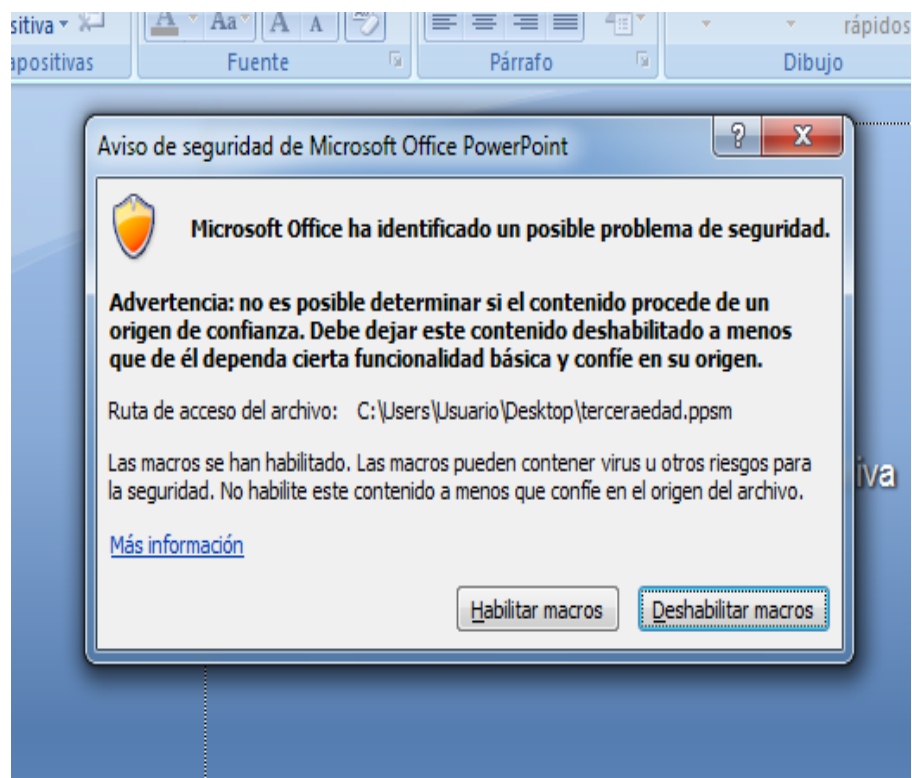
Manual del Prototipo Interactivo Introducción para el uso de la tarjeta de Débito por Punto de Ventas

Uso de la tarjeta de Debito por Punto de Ventas.

Habilitar los Macros.

Este manual fue elaborado, mediante una presentación de Microsoft PowerPoint, utilizando los Controles ActiveX, por lo cual al abrir la presentación, el sistema desplegara un mensaje el cual indica que debe habilitar los macros, para que pueda ser funcional este instructivo.(Ver Figura A).

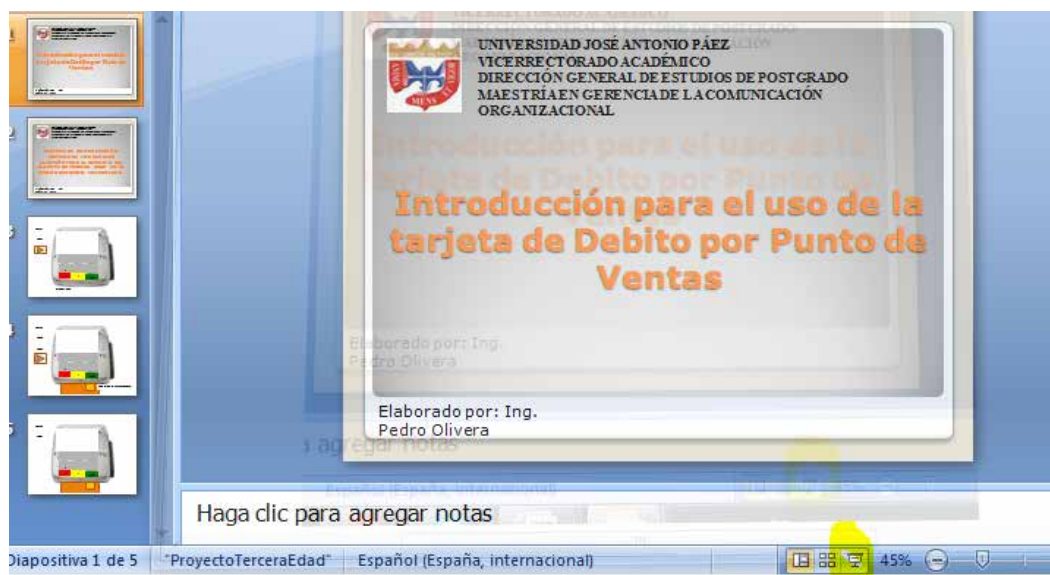
Figura A. Mensaje para habilitar los macros.



Presentación con Diapositiva

Al habilitar los macros entraría a la pantalla donde muestra el contenido de esta, para activar para que sea mostrado su funcionamiento, debe pulsar la tecla f5 o darle clic al botón de la parte inferior derecha Presentación con Diapositiva, marcado en amarillo (Ver Figura B)

Figura B. Presentación con Diapositiva.



Transición de Presentación con Diapositiva.

Siempre que esté el botón de acción hacia delante, cuando sea pulsado es para avanzar a la siguiente lámina de la presentación. (Ver Figura C).

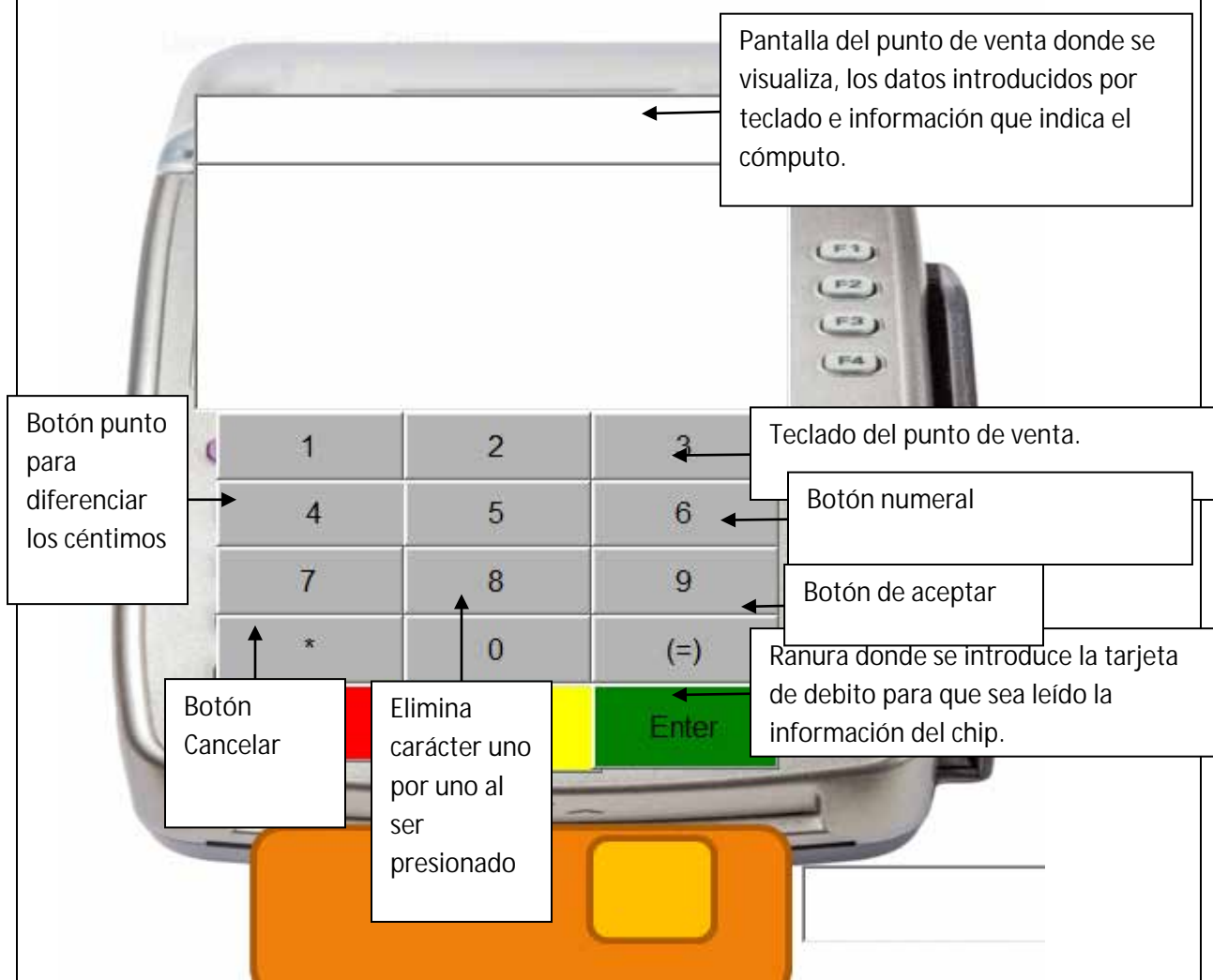
Figura C. Transición de Presentación con Diapositiva.



El Punto de Venta.

A continuación, se muestra los pasos sugerido, para explicar a los clientes de la tercera edad el uso del punto de venta, los cuales se encuentra en los establecimientos comerciales afiliado a dicho servicio, los cuales son operados por personas autorizadas de dichos establecimientos, pero los compradores deben estar conforme con dicha operación visualizando el monto de la compra y colocando la clave, en la (Ver Figura D) muéstralos nombres de los elementos más resaltantes del punto de venta, el modelo y color de estos cómputos pueden variar de acuerdo al fabricante, como también los mensajes arrojados por pantalla, pero las posiciones de los botones son estándar de estos equipos.

Figura D. El Punto de Venta.



ANEXO N° 5. INSTRUMENTO APLICADO PARA LA INVESTIGACION.



**UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN GERENCIA DE LA
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

Estimado señor (a):

La presente entrevista tiene como objetivo general: Diseñar un Sistema de Comunicación Externa de los Canales Electrónicos al Servicio del Cliente de la Tercera Edad, en el Sector Bancario Venezolano.

Su información será confidencial, se agradece contestar las preguntas en la forma verbal de manera más objetiva posible; ya que la misma servirá de base para el desarrollo del estudio, que lleva por nombre: **SISTEMA DE COMUNICACIÓN DE LOS CANALES ELECTRÓNICOS AL SERVICIO DEL CLIENTE DE LA TERCERA EDAD EN EL SECTOR BANCARIO VENEZOLANO.**

Instrucciones:

- Se le leerá cuidadosamente cada una de las preguntas.
- El entrevistador, marcará con una X la opción respetando su respuesta.

Agradeciendo su Colaboración

Ing. Pedro Olivera



**UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ DIRECCIÓN GENERAL DE
POSTGRADOMAESTRÍA EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL**

Ítems	Cuestionario de Opciones Múltiples	Alternativas				
		Siempre	Casi Siempre	Algunas veces	Casi Nunca	Nunca
1	¿Se considera atendido, con el trato adecuado en cuanto la atención al cliente de la tercera edad, en las instituciones bancarias?					
2	¿En las instituciones bancarias lo atienden, con un tiempo de espera menor de 15 minutos?					
3	¿Se siente satisfecho con la atención al cliente, prestado por el personal de las instituciones bancarias?					
4	¿Percibe de manera positiva, el trato recibido por el personal bancario cómo cliente bancario de la tercera edad?					
5	¿Recibe información, por medios informativos externos acerca la utilización de las canales electrónicos bancarias?					
6	¿Se siente informado acerca la utilidad de los canales electrónicos?					
7	¿Va con frecuencia a las instituciones bancarias, para hacer cualquier transacción?					
8	¿Cuándo va a la institución bancaria, lo han abordado el personal de atención al cliente, para infórmale acerca los canales electrónicos?					
9	¿Posee usted, tarjeta de débito?					
10	¿Prefiere utilizar la libreta o chequera, más que los canales electrónicos por desconocimiento de su uso?					
11	¿Conoce si su institución bancaria, posee pagina en líneas para realizar consultas, transferencia, pagos de servicios, referencias?					
12	¿Otras personas como un familiar, amigos son los que utilizan sus canales electrónicos, tarjeta de debito, usuarios de banca en línea?					
13	¿Hace usted realiza sin ayuda transacciones, con sus de canales electrónicos de cualquier modalidad?					
14	¿Quisiera ser más independiente, al momento de utilizar sus canales electrónicos?					
15	¿Si las instituciones financiera, informara acerca de cómo se utiliza sus productos, adecuados a su necesidad, usted los evaluara positivo?					
16	¿Si personal del atención al cliente bancario, le indicara de manera correcta, paciente, respetuosa, usted atendería eficazmente su información?					

17	¿Permitiría usted ser abordado, por el personal bancario, para que le informen acerca del cómo utilizar los canales electrónicos?					
----	---	--	--	--	--	--