



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**"LA OPTIMIZACIÓN DEL TIEMPO Y LA CALIDAD DE
ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL ÁREA DE OPERACIONES
DE LA ENTIDAD FINANCIERA CAJA AREQUIPA - AGENCIA,
PARCONA, ICA, 2018"**

PRESENTADO POR:

FLORES GONZALES, YVONNE PATRICIA DEL ROSARIO

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

ASESORA:

DRA. CARMEN NAVARRO DE BERNAOLA

ICA – PERÚ

2021

DEDICATORIA

A todos mis seres queridos, a mis padres, a mis hermanos, por que son mi inspiración para obtener mis metas.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Alas Peruanas, por ser la institución que me brindó la oportunidad para lograr mi formación académica, de principios y valores impartidos por ellos.

A mis distinguidos docentes por su dedicación, sus conocimientos invaluables, que marcaron mi desarrollo profesional.

RESUMEN

El presente estudio desarrollado que titula: "La optimización del tiempo y la calidad de atención al cliente en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa – Agencia, Parcona, Ica, 2018". Se empleó la investigación aplicada, porque es usado para dar respuestas a una serie de aspectos específicos y con ello poder generar conocimientos inéditos. El nivel de estudio fue el Descriptivo-Correlacional, debido a que es una herramienta usada por la ciencia para lograr describir los atributos de un sujeto o población. La población estuvo compuesta por 18 empleados, de la Entidad Financiera Caja Arequipa – Agencia, Parcona, Ica; se usó la técnica por conveniencia, por el tamaño pequeño de la población.

Se concluye que existe incidencia significativa entre la optimización del tiempo y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018. Se establece que un 70.0% indica que la optimización del tiempo incide en la calidad de atención al cliente, y un 30.0% manifiesta que la optimización del tiempo no incide en la calidad de atención al cliente. Se pudo apreciar que, al aplicar la técnica del CHI cuadrado, teniendo en consideración grado de libertad de 1 y un valor límite de 3.841, se halló un valor de 9.164, lo que nos expresa que existe una relación positiva, además, que el valor $p=0.05$, por ser menor a 0.002, en consecuencia, se logra probar la hipótesis planteada.

Palabras claves: La optimización del tiempo, Calidad de atención al cliente, Satisfacción del cliente.

ABSTRACT

The present study developed entitled: "The optimization of time and quality of care in the area of operations of the financial institution Caja Arequipa - Agency, Parcona, Ica, 2018". Applied research was used, because it is used to give answers to a number of specific aspects and thus generate unpublished knowledge. The level of study was the Descriptive-Correlational, because it is a tool used by science to describe the attributes of a subject or population. The population was composed of 18 employees, from the Caja Arequipa Financial Institution - Agency, Parcona, Ica; The technique was also used for convenience, due to the small population size.

It is concluded that there is a significant impact between the optimization of time and the quality of customer service, in the area of operations of the financial institution Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018. It is established that 70.0% say that the optimization of time affects the quality of customer service, and 30.0% say that the optimization of time does not affect the quality of customer service. It was observed that, when applying the technique of the square CHI, taking into consideration the degree of freedom of 1 and a limit value of 3,841, a value of 9,164 was found, which tells us that there is a positive relationship, in addition, that the value $p = 0.05$, because it is less than 0.002, as a result, it is possible to test the hypothesis

Keywords: Time optimization, Customer service quality, Customer satisfaction.

ÍNDICE

	PAG.
TÍTULO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
ÍNDICE	vii
INTRODUCCIÓN	xii
CAPÍTULO I : EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA	1
1.2. DELIMITACION DE LA INVESTIGACIÓN	2
1.2.1. Delimitación Espacial	2
1.2.2. Delimitación Social	2
1.2.3. Delimitación Temporal	3
1.2.4. Delimitación Conceptual	3
1.3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.3.1. Problema Principal	3
1.3.2. Problemas Secundarios	3
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.4.1. Objetivo General	4
1.4.2. Objetivos Específicos	4
1.5. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.5.1. Justificación de la investigación	5
1.5.2. Importancia de la investigación	6
1.5.3. Limitaciones	7
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	8
	vii

2.2.	BASES TEÓRICAS	18
2.3.	DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	38
CAPITULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES		
3.1.1.	Hipótesis General	42
3.1.2.	Hipótesis Secundarias	42
3.1	VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	43
3.1.1.	Operacionalización de las Variables (Definición Conceptual y operacional)	46
CAPITULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		
4.1.	TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN	47
4.1.1.	Tipo de Investigación.	47
4.1.2.	Nivel de la Investigación.	47
4.2	METODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	48
4.2.1.	Método de Investigación	48
4.2.2.	Diseño de Investigación	48
4.3.	POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN	48
4.3.1.	Población	48
4.3.2.	Muestra	49
4.4.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA RECOLECCIÓN DE DATOS	50
4.4.1.	Técnicas.	50
4.4.2.	Instrumentos	50
4.4.3.	Validez y confiabilidad del instrumento	51
4.4.4.	Plan de recolección y procesamiento de datos	52
CAPÍTULO V: RESULTADOS		53
CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN		82
CONCLUSIONES		84
RECOMENDACIONES		86

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	88
Bibliográficas	88
Paginas. Web	91
ANEXOS	94
MATRIZ DE CONSISTENCIA	95
INSTRUMENTO RECOLECCIÓN DE DATOS (VALIDADOS)	96
ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD	98

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Resumen de optimización del tiempo por dimensión	54
Tabla 2: Resumen de calidad de atención al cliente por dimensión.....	55
Tabla 3: Dimensión percepción del tiempo	57
Tabla 4: Dimensión simplificación de los procesos	59
Tabla 5: Dimensión proactividad.....	60
Tabla 6: Dimensión organización del tiempo	62
Tabla 7: Dimensión fiabilidad	63
Tabla 8: Dimensión capacidad de respuesta	65
Tabla 9: Dimensión seguridad	66
Tabla 10: Dimensión empatía	68
Tabla 11: Calidad de atención al cliente según percepción del tiempo.....	70
Tabla 12: Pruebas de chi-cuadrado-Hipótesis secundaria N°1	70
Tabla 13: Calidad de atención al cliente según simplificación de los procesos	72
Tabla 14: Pruebas de chi-cuadrado-Hipótesis secundaria N°2.....	73
Tabla 15: Calidad de atención al cliente según proactividad	74
Tabla 16: Pruebas de chi-cuadrado-Hipótesis secundaria N°3.....	75
Tabla 17: Calidad de atención al cliente según proactividad	77
Tabla 18: Pruebas de chi-cuadrado-Hipótesis secundaria N°4.....	77
Tabla 19: Captación de clientes según estrategias de promoción	79
Tabla 20: Pruebas de chi-cuadrado-hipótesis general.....	80

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Resumen de optimización del tiempo por dimensión.....	54
Figura 2: Resumen de calidad de atención al cliente.....	56
Figura 3: Dimensión percepción del tiempo.....	58
Figura 4: Dimensión simplificación de los procesos	59
Figura 5: Dimensión proactividad	61
Figura 6: Dimensión organización del tiempo	62
Figura 7: Dimensión fiabilidad.....	64
Figura 8: Dimensión capacidad de respuesta	65
Figura 9: Dimensión seguridad	67
Figura 10: Dimensión empatía	68
Figura 11: Gráfico del Chi cuadrado-Hipótesis secundaria N°1	71
Figura 12: Gráfico del Chi cuadrado-Hipótesis secundaria N°2.....	73
Figura 13: Gráfico del Chi cuadrado-Hipótesis secundaria N°3.....	75
Figura 14: Gráfico del Chi cuadrado-Hipótesis secundaria N°4.....	78
Figura 15: Gráfico del Chi cuadrado-Hipótesis general	80

INTRODUCCIÓN

En la actualidad las empresas financieras están presentando algunos problemas en los procesos internos debido a que aún no poseen formatos y documentos en copia impresa, en diversas situaciones los archivos físicos no se logran, lo que imposibilita su acceso rápido y directo debido a que no se pueden compartir con eficiencia requerida.

Se trata de incrementar o lograr generar Compromiso con el Cliente, aumento de los niveles de venta, crecimiento de las competencias de otros Bancos, Crecimiento de la cantidad de Datos, Crecimiento de la cantidad de los Delitos Cibernéticos, Dificultades para el cumplimiento de la Fuerza Laboral Cambiante y de las necesidades de Negocios Digitales, son verdaderos obstáculos que tendrán que hacer frente estas instituciones con la intención de obtener una mayor competitividad y prolongar su estadía en el mercado.

Estas instituciones para que puedan lograr un nivel óptimo de competitividad en el contexto actual deberán de procurar reemplazar todos sus procesos anteriores con la intención de poder optimizar los tiempos, apoyar todas las iniciativas producto de la innovación o la creatividad de sus colaboradores, minimizar el depender de los documentos físicos y de incrementar la automatización, simplificando y digitalizando los procesos de contabilidad y con ello lograr una reducción de los costos relacionados al procesamiento, etc.

El estudio se reestructuró como sigue:

- En el capítulo I, se plasmó la problemática en estudio, además se establecieron los problemas, los objetivos generales y específicos de la investigación y con ello justificar establecer las limitaciones.

- En el capítulo II. se realizó la revisión de los antecedentes, se fundamentaron las teorías expuestas, y se definieron algunos términos importantes.
- En el capítulo III, se procedió al análisis de las hipótesis de los datos hallados en el estudio, se estableció también la operacionalización de las variables.
- En el capítulo IV, se estableció el diseño metodológico, contando con el tipo y nivel de la investigación, la población y muestra, además de la técnica para la recolección de información, entre otros aspectos.
- En el capítulo V: se procedió a obtener los resultados del estudio realizado.
- En el capítulo VI: se plasmaron las discusiones junto con las conclusiones y recomendaciones del estudio, considerándose los anexos, entre ellos: la matriz de consistencia, cuestionarios y además el análisis del Alfa de Cronbach.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

Según Lectiva.com (2016). La habilidad para lograr una gestión adecuada del tiempo es un aspecto que las organizaciones actuales aprecian de sus colaboradores, debido a un factor de mejoras sustanciales en la productividad y es aspecto competitivo de la entidad. Un colaborador de cualquier área de la empresa que sea multifacético y logre realizar muchas actividades en la brevedad de tiempo siempre será rentable. Lograr ese nivel ansiado no resulta sencillo. El punto de partida para obtenerlo se refiere a realizar una reflexión acerca de la misión en la entidad y cuáles son los resultados que se ha propuesto. Luego es importante realizar un análisis de todas las tareas específicas que se ejecutaran para concretar dichos resultados y luego poder decidir sobre aquellos que nos corresponden desarrollar directamente y cuáles de ellos se podrán delegar otras áreas debido a que no son de nuestra competencia, teniendo en consideración que alguien los ha asignado. Este aspecto es muy crítico y delicado, pero es uno de los más relevantes si verdaderamente se quiere centrarse en lograr la competencia distintiva de la actividad que se desarrolla.

Luego es importante hacer una reflexión sobre los tiempos que demandara todas las tareas que se han de desarrollar y si apreciamos que esa suma logra superar largamente el total de horas de nuestra jornada se tendrá que estudiar las posibilidades para poder reducir el tiempo que se le asignó a cada tarea por medio de un nuevo sistema de trabajo.

SITUACIÓN PROBLEMÁTICA DE LA ENTIDAD FINANCIERA CAJA AREQUIPA – AGENCIA PARCONA, ICA, 2018.

En el área de operaciones de Caja Arequipa de la Agencia Parcona, se logra observar que la relación entre los factores TIEMPO – CALIDAD no permiten que el servicio que se logra brindar sea el óptimo ya que cuando se brinda una atención con empatía se detecta que el tiempo de ésta tiende a ser muy prolongado, y, por el contrario, cuando se realiza una atención rápida la calidad de esta suele ser deteriorada y de deficiente calidad.

Por otro lado, observamos que no hay una comunicación precisa y detallada hacia el cliente con referencias a las evaluaciones en atención, ya que cuando se le cuestiona sobre la calificación de la operación brindada por el área de operaciones, este siempre tiende a referirse a otra área.

1.2. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1. DELIMITACIÓN ESPACIAL. El estudio se realizó en el distrito de Parcona, ciudad de Ica.

1.2.2. DELIMITACIÓN SOCIAL. La indagación tomó en cuenta a los empleados Entidad Financiera Caja Arequipa - Agencia, Parcona, Ica, 2019.

1.2.3. DELIMITACIÓN TEMPORAL. La indagación se efectuó entre los meses de febrero a mayo del año 2019.

1.2.4. DELIMITACIÓN CONCEPTUAL

- **OPTIMIZACIÓN DEL TIEMPO.** Es un concepto que se basa en administrarnos nosotros mismos, de tal manera que podamos administrar el tiempo que tenemos. Es hacer una tarea de manera efectiva en el menor tiempo posible y que esa acción aumente tu productividad. Morgado, I. (2014).

- **CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE.** Es la actividad percibida por el cliente que se genera en relación directa al producto o el servicio que compra o utiliza. Peralta, X. (2016).

1.3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.2.1. PROBLEMA PRINCIPAL

¿En qué medida la optimización del tiempo incide en la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, ¿2018?

1.2.2. PROBLEMAS SECUNDARIOS

- **Problema Secundario 1**
¿En qué medida la percepción del tiempo incide en la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, ¿2018?

- **Problema Secundario 2**
¿En qué medida la simplificación de los procesos incide en la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, ¿2018?

- **Problema Secundario 3**
¿En qué medida la proactividad incide en la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, ¿2018?

- **Problema Secundario 4**
¿En qué medida la organización del tiempo incide en la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, ¿2018?

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar como la optimización del tiempo incide en la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- **Objetivo Específico 1**
Determinar como la percepción del tiempo incide en la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.

- **Objetivo Específico 2**

Determinar como la simplificación de los procesos incide en la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.

- **Objetivo Específico 3**

Determinar como la proactividad incide en la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.

- **Objetivo Específico 4**

Determinar como la organización del tiempo incide en la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.

1.5. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

- **JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.** Por qué la calidad de atención con una orientación marcada al cliente es técnica utilizada en el marketing pudiendo ella ser de gran importancia en una empresa si es usada de forma correcta, para su uso se deben tener en consideración las políticas empresariales, como la de calidad, de personal, de compras, etc. Son pocas las instituciones financieras que logran apreciar el beneficio real que puede traer con la adecuada implementación y puesta en marcha de algunos nuevos métodos de servicio con orientación al cliente.

- **JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.** El estudio, buscó el conocimiento de las carencias o aspectos negativos que son constantes y están relacionadas con la optimización del tiempo que apoya a dar una mejora del servicio orientado al cliente, teniendo la alta afluencia de clientes en la Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, la idea es dinamizar sus diferentes operaciones como son: el traslado de fondos, la apertura de cuentas y solución de inquietudes.

- **JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.** Nos permitió aplicar la conceptualización de los términos fundamentales relacionados a la investigación científica y poder darle solidez a la presente investigación.

- **JUSTIFICACIÓN SOCIAL.** Nos permitirá contar una fuente de consulta para gerentes, docentes y estudiantes de la región, y este estudio dejará abiertas líneas de investigación para que futuros investigadores realicen nuevos estudios relacionadas al tema expuesto.

1.5.2. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación es relevante debido a que es necesario tener en consideración algunos aspectos que ellos puedan garantizar la productividad de la organización. Lograr el cumplimiento de los plazos genera en nosotros la satisfacción y la de nuestros colaboradores debido a que ellos pueden alcanzar los resultados con antelación.

La capacidad para gestionar el tiempo de los colaboradores es el punto de partida para el deseado desempeño laboral y con ello lograr los resultados esperados.

1.5.3. LIMITACIONES

En este desarrollo del estudio se definieron algunos aspectos importantes que se mencionan a continuación:

- Buscar la colaboración y la participación de los colaboradores y académicos que conozcan el tema a estudiar y con sus experiencias plasmar la situación problemática y con ello tener una visión integral del estudio a realizar.
- Contar con la conformidad y el permiso de la gerencia de esta entidad financiera, con ello viabilizar el desarrollo del estudio.
- Búsqueda y el establecimiento de la información vigente, además de los antecedentes nacionales y regionales, se realizó en un tiempo prudencial, debido que en la región se ha investigado muy poco acerca de la optimización del tiempo.
- La definición de la técnica y el diseño del instrumento para recabar datos tuvo su nivel de dificultad, debido a la complejidad del tema, que está relacionado con la optimización del tiempo y la calidad.
- También se recurrió a un préstamo en una entidad financiera, para solventar los gastos que genero el estudio.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

- Maggi, W. (2018). En la investigación titulada: ***“Evaluación de la calidad de la atención en relación con la satisfacción de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica Hospital General de Milagro”***. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Ecuador.

Se concluye que esta metodología orientada al servicio está constituida por cinco aspectos fundamentales fueron la estructura, la confiabilidad, la seguridad y el incorporarse en el lugar del otro. En relación al diseño metodológico fue de corte transversal, y se tiene claro que los aspectos donde se da la mayor insatisfacción de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica, son los antes mencionados, además se tiene que en el aspecto capacidad de respuesta se tuvo en consideración parcialmente satisfecho, porque los requerimientos como las percepciones obtuvieron unas puntuaciones por debajo de las establecidas como mínimas.

- Soler, V. (2016). En la investigación titulada: “**Optimización en tiempo real del modo de operación de un abastecimiento de agua mediante técnicas metaheurísticas. aplicación a la red de suministro a Valencia y su Área Metropolitana**”. (Tesis Doctoral). Universidad Politécnica de Valencia.

Se concluye que la metodología propuesta ha sido aplicada sobre la red a abastecimiento de agua a la ciudad de Valencia y su área metropolitana, considerando los bloques de tarifas eléctricas vigentes para el caso de estudio. La tesis doctoral presenta unos resultados que prueban la efectividad del modelo propuesto en la búsqueda de estrategias de operación viables para ser aplicado sobre un sistema de distribución de agua real compuesta por dos estaciones de bombeo, varios depósitos, y diversas válvulas de regulación motorizadas, en la que se han podido omitir muchos de los componentes físicos del sistema mediante el uso de una arquitectura ANN, pero sin perder de vista los puntos críticos donde se han establecido las restricciones de presión. La reducción del consumo eléctrico alcanzado pone de manifiesto la importancia del modelo de optimización como instrumento de mejora de la eficiencia energética del sistema.

- Patín, G. y Caguana, M. (2016). En la investigación titulada: “**Optimización de tiempos de producción en la construcción de la carrocería de bus urbano CAPOLI IX TREE en la empresa Carrocerías Mega Santacruz de la ciudad de Ambato**”. Universidad Técnica de Ambato. Ecuador.

Se concluye que en el estudio se realizó una revisión y conocimiento de las distintas áreas de producción de la carrocería con la intención de lograr la reducción en los tiempos de producción. También se procedió a realizar una recopilación de datos de los procedimientos de construcción de la carrocería, lo que engloba una serie de

operaciones y el desglosar las actividades del proceso, las cuales logran estar distribuidas en cuatro áreas de trabajo: Área de Alistamiento de Materiales, Proceso de Ensamble, Taller de Pintura y el área de Acabados. Realizándose un análisis sistemático a las diferentes áreas de trabajo, procediéndose a realizar un estudio de las funciones que se realicen y el establecimiento de los tiempos que se demoran en la aplicación en los diferentes procesos de la producción, lográndose utilizar para tal efecto de un medidor de tiempo. teniéndose a la mano los tiempos totales de cada uno de los procesos se pudo establecer que los principales fueron los tiempos críticos que logran retrasar la producción al interior de la fábrica.

- Del Salto, E. (2014). En la investigación titulada: ***“Evaluación de la calidad de atención y satisfacción del usuario que asiste a la consulta en el departamento médico del Instituto Nacional Mejía en el periodo 2012.”*** (Tesis de Maestría). Universidad Central del Ecuador. Ecuador.

Se concluye que el estudio fue de corte observacional, valiéndose de un diseño epidemiológico analítico trasversal, además se contó con una población en estudio de 4822 elementos muestrales, la muestra fue aleatoria estratificada de 391 elementos. La técnica usada es la encuesta y el instrumento un cuestionario el que paso por un proceso de validación, considerándose para ello 20 preguntas, utilizándose como método para lograr establecer el nivel de confiabilidad lográndose obtener en este caso un valor de 0,832, lo que implica que se tiene un 83.2% de confiabilidad. Se logró establecer lo siguiente: al concluir la consulta médica con el especialista, los interesados manifestaron con un 92,1% tiene un nivel de conformidad en servicio brindado, IC95%: 88,97 - 94,36%, además se establece que a mayor nivel de indiferencias y descortesías se genera un menor nivel de satisfacción. ($r = -0,184$; $p = 0,000...$).

- Neme, J. (2014). En la investigación titulada: **“Optimización de tiempos del proceso de gestión de desempeño del aeropuerto de Santiago”**. (Tesis de Licenciatura). Universidad de Chile. Chile.

Se concluye que se han logrado establecer dos problemas relevantes en el proceso: ellos son la oportunidad y la confiabilidad en el acceso a la información, para tal efecto se logra proponer las opciones avanzadas en la tecnología que logren generar una solución. Teniendo en consideración que la mejor opción está basada en la instalación de cámaras 3D, pero, el rediseño que se propone envuelve necesariamente el desarrollo de un proyecto piloto y optimizar la situación latente que se vive en este momento que posibilitan la gestión adecuada del riesgo. Se llega a concluir, el proyecto establecido es desde la perspectiva financiera y económica es viable, pero que ello objetivamente logra impactar en los recursos intangibles, los cuales se constituirán en una ventaja siempre y cuando se logren llevar a la acción. o desarrollarlos en la práctica.

2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES

- Ruiz, R. (2017). En la investigación titulada: **“Calidad de atención al cliente y el nivel de satisfacción del usuario externo en el Hospital ESSALUD II, Tarapoto, San Martín – 2016”**. (Tesis de Licenciatura). Universidad César Vallejo. Lima.

Se llega a concluir que en el aspecto atención al cliente en este centro de hospitalario, un 67% de las personas encuestados expresaron que esta calidad es regular, un 33% expreso encontrarse en un nivel bastante bueno, en relación a los datos hallados en el nivel de satisfacción del cliente externo, se tiene que un 76% de los encuestados dijeron que se encuentra en un nivel bajo, y un 24% se dijo que se halla en un nivel regular, definiéndose que se da una relación directa entre la calidad y la conformidad del cliente,

generándose como resultado un valor del 0.255, y un nivel de apreciable de 0.000 esto es menor que 0.05 lo que demuestra la existencia de una relación directa.

- Negrete, J. y Valverde, H. (2016). En la investigación titulada: ***“Propuesta de optimización del tiempo y costos para mejorar nivel de servicio en una cadena de suministros Eto”***. (Tesis de Maestría). Universidad San Ignacio de Loyola. Lima.

Se establece que se usó una investigación cuantitativa y para tal efecto se recurrió al juicio de expertos en lo concerniente del tema de la logística en la construcción y en la planificación que está orientada a salud, donde después de investigar se hallaron algunos datos importantes directamente relacionados en dichos proyectos. Se usó la entrevista estructurada y con ello poder recabar toda información posible de las diversas fuentes primarias, de las cuales se logró la información. La trascendencia de la propuesta radica en todas aquellas de las dificultades y de las limitaciones que se aparecieron en los proyectos ejecutados con anterioridad, así también como el escaso número de investigaciones acerca del tema planteado, estableciéndose que hace falta un estudio que logre integrar los diversos temas relacionados en esta investigación.

- Luyo, D. (2014). En la investigación titulada: ***“Optimización de tiempos mediante estudio de trabajo para la mejora de productividad de servicio de mantenimiento de la Empresa DIMEX CORPORATION S.A”, distrito Puente Piedra, año 2014”***. (Tesis de Maestría). Universidad Cesar Vallejo. Lima.

El estudio desarrollado está referido a dos variables importantes para la empresa las que se consideraron fueron la optimización de tiempo y la productividad. Para tal efecto se llegó a elegir a la empresa DIMEX CORPORATION SA, en el estudio se llegó a constatar las

hipótesis las posteriormente fueron aprobadas porque se da una relación directa entre ellas: a mayor optimización de los tiempos se produjo un aumento de la productividad.

- Pérez, C. (2014). En la investigación titulada: **“La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa Restaurante Campestre S.A.C. - Chiclayo periodo enero a septiembre 2011 y 2012”**. (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo.

Se concluye que empresa sujeta a estudio en los tiempos que demando el estudio tomo la decisión de poder mejorar la Calidad del Servicio, logrando implementar un proceso correcto en la adquisición de los insumos necesarios para producir, realizo mejorar sustanciales en su infraestructura y otorgando un servicio adecuado; con este aspecto se llegó a demostrar que la mejora en la calidad trajo como consecuencia un incremento en las utilidades traducidos en la salud financiera de la Empresa; producto del estudio se lograron los resultados que se mencionan a continuación como el ofrecer un servicio limitado teniendo la posibilidad de mejorar la atención hacia ellos, de lo trabajado se puede apreciar que lo invertido fue orientado específicamente a los diferentes ambientes del local con el propósito de lograr la mejora en el servicio; en relación a análisis financiero, los indicadores establecen que hay una estabilidad económica, la que ha venido mejorando.

- Vílchez, J. (2012). En la investigación titulada: **“Optimización del del tiempo en el proceso de atención de los clientes del Centro Oftalmológico “Buena Visión”, de la ciudad de Cajamarca”**. (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada del Norte. Lima.

Se concluyó en el estudio que la función problemática en esta clínica era gestionar las citas médicas y el manejo de la documentación interna, es decir el manejo de las historias médicas. Cuando se procedió a la medición del nivel sigma se pudo apreciar que ella se halla en un nivel del 4.49 que implica que existen 1409 oportunidades de incurrir en error o defectos por un millón. La propuesta de mejora establece eliminar algunas funciones que no logran generar valor necesario para el servicio o el producto y la otra fue la sistematización de todas las actividades mecánicas totalmente pasadas de moda, y que se convierten en generadoras de error, desperdiándose el tiempo en el desarrollo de actividades lo que genera la insatisfacción en el cliente. Luego de implementar estas mejoras, se procedió a validar el proceso mejorado a nivel de simulación, determinándose un nuevo valor sigma del proceso, que equivale a un 5.11, lo que se traduce en 154 oportunidades de incurrir en defectos por un millón.

2.1.3. ANTECEDENTES REGIONALES

- Casma, C. (2018). En la investigación titulada: ***“Marketing mix y su relación con la calidad de servicio de la empresa Cicdesi SAC Distrito Ica, 2018”***. (Tesis de Licenciatura). Universidad Autónoma de Ica. Chincha.

Se llega a concluir que el tipo estudio fue el descriptivo correlacional, donde la población a ser estudiada correspondió a los clientes de esta entidad, la muestra estuvo constituida por 40 clientes, se valió de la encuesta, y como complemento el instrumento un cuestionario estructura por 21 ítems relacionadas al “mezcla comercial y la calidad de servicio, para cuantificar los hallazgos se orientó al uso la Escala de Likert. Se logró establecer que el instrumento usado tiene un nivel es confiabilidad alto, además en la medición de la correlación se usó la técnica de Rho Spearman. Lográndose demostrar que hay entre

incidencia entre las dos variables una el marketing mix o mezcla comercial y en el rubro la calidad de servicio con un nivel de correlación del 0.736, la que se considera como alta.

- Ramírez, W. (2017). En la investigación titulada: ***“Influencia de la calidad de atención en la satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Pueblo Nuevo, Provincia de Chincha, Región Ica, año 2016”***. (Tesis de Licenciatura). Universidad San Juan Bautista. Chincha.

Se concluye que un 32.6% de usuarios sujetos a estudio, que fueron preguntados en el tema de la calidad de atención, respondieron que “a veces”, lo cual podría explicar que la calidad orientada al servicio se halle en un rango de “casi siempre”. En relación al nivel de eficiencia nos logra mostrar una correlación positiva alta de 0.834 en el rubro las expectativas de los usuarios. En relación a lo mencionado, un 21% de usuarios expresa que la eficacia se evidencia como “a veces”, lo que tendría una influencia marcada en la fidelización de los usuarios.

Este aspecto lograría explicar que lo eficaz del proceso de dar la ansiada calidad del servicio es fundamental en cualquier institución pública o privada y el tema de poder lograr fidelizar a los clientes son aspectos fundamentales que guardan una influencia significativa de 0.850. Con relación a la accesibilidad en el servicio, el 15.9% de las personas encuestadas manifiesta que el poder acceder a este proceso se logra evidenciar como “a veces”, lo que tendría influencia en la atención al cliente. este aspecto lograría explicar que lo accesible al servicio y la capacidad de respuesta, se hallan estrechamente relacionadas con 0.850 (Valor r de Pearson).

- Andonaire, J. (2015). En la investigación titulada: **“Percepción de la calidad de atención por el usuario externo del servicio de emergencia del Hospital Regional I - 2 de Tumbes, 2015”**. (Tesis de Licenciatura). Universidad Autónoma de Chíncha. Chíncha.
Se concluye que la labor que se realiza en este centro de salud, la orientación se debe a los usuarios y que todos aquellos esfuerzos que logren realizar deben estar orientados a la satisfacción de ellos; este aspecto de la satisfacción lograr traer aspectos positivos en relación a el mejoramiento de la salud pública, debido a que no existe un mayor o mejor insumo para el alma que poseer una conciencia tranquila de poder realizar una actividad que tendría que ser recompensada y muy apreciada por todos nuestros usuarios. Y si obtenemos algunos resultados adversos, de la misma forma el trabajo se ha considerado como provechoso por ello nos permitirá incrementar los esfuerzos, corregir algunas dificultades y poder reorientar algunas acciones y retomar el rumbo adecuado.

- Guillermo, B. (2013). En la investigación titulada: **“Calidad de atención en el control prenatal en gestantes atendidas en el Centro de Salud la Tinguña, Ica, marzo 2013”**. (Tesis de Licenciatura). Universidad Alas Peruanas. Ica.
Se logra concluir que la apreciación de los aspectos tangibles que guardan una línea orientada con la calidad de la atención que se logra ofrecer es uno de los factores de mayor atención y es un porcentaje a tener en consideración porque el nivel de insatisfacción bordea el 54.4 %. La apreciación de los usuarios en relación a la falta de la comodidad que logra ofrecer en este nosocomio tiene una relación con la atención de deficiente que se presta. Las gestantes se hallan totalmente complacidas con el servicio que ha sido prestado con un 72.1%, considerándose la dimensión con mayor aceptación por las

personas que hacen uso del servicio; el especialista médico logra mostrar un interés por brindar un servicio de calidad, se establece que un 27.9% se hallan insatisfechas en relación con el Periodo de tiempo que les brindo para la consulta, la que consideraron que fue demasiado corta. En relación a la capacidad de respuesta en alguna contingencia, en los tiempos, o en alguna consulta u objeción alguna, se tiene que el 52.4% se encontró insatisfecha, lográndose determinar que la problemática en esta dimensión se relaciona con el tiempo en la espera, la atención en los horarios especificados, la información sobre sobre la manera de lograr el servicio y el hecho de poder resolver dudas.

- Hernández, J. (2008). En la investigación titulada: ***“Satisfacción de los pacientes con la calidad de atención de enfermería postoperatoria en el Servicio de Cirugía del Hospital “Santa María del Socorro” de Ica, 2006”***. (Tesis de Licenciatura).

Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica. Ica.

Se concluye que la satisfacción que el nivel de permanencia después de la operación fue arriba de los 4 días (60.6%). El grado de satisfacción logrado en función con las necesidades y los requerimientos fue en términos medios satisfecho mediante un promedio de 3.60 y 3.70 y en relación las impresiones logradas resultaron satisfecho con 4.12 del promedio. El servicio de enfermería posterior a la operación fue bueno con un 47.5%. Se logra establecer que el grado de conformidad de los pacientes con la atención del área de enfermería post operación fue parcialmente satisfecha lográndose un consolidado promedio general de 3.72. para proceder a la prueba de las hipótesis se logró aplicar la prueba estadística de medias (Z) comprobándose entonces la hipótesis. estableciéndose que los internos en el área de cirugía se han logrado sentir medianamente

satisfizo con la atención recibida de la enfermería posterior a la operación.

2.2. BASES TEÓRICAS:

2.2.1. OPTIMIZACIÓN DEL TIEMPO:

2.2.1.1. CONCEPTO DE OPTIMIZACIÓN DEL TIEMPO

Para Pérez, Y. (2015). Es hacer una tarea de manera efectiva en el menor tiempo posible y que esa acción aumente tu productividad. La habilidad para usar adecuadamente el tiempo es una facultad que las organizaciones empiezan a valorar en sus colaboradores debido a que es un elemento que logra mejorar los niveles de productividad y los orienta a ser competitivos. Un colaborador multifacético que realice diversas labores en un corto periodo de tiempo siempre será rentable para cualquier organización.

El primer paso para conseguirlo se basa en la reflexión del verdadero propósito de la organización y de los resultados propuestos que se deben lograr en ella. El siguiente paso es poder realizar el estudio de todas las actividades específicas que se han de desarrollar para lograr los resultados establecidos y con ello poder decidir sobre lo que nos corresponde ejecutar y cuáles son aquellos que podemos delegar a los empleados o se deben de dar a otras áreas de la empresa teniendo en consideración que ya no están en nuestra capacidad de poderlos desarrollar, con la consideración que por alguna razón alguien las ha asignado.

2.2.1.2. OPTIMIZACIÓN DEL TIEMPO LABORAL

Ponce, N. (2017). En el ambiente laboral, el tiempo nos invita a hacer una reflexión sobre su verdadero uso y los beneficios que se derivan de él, teniendo en consideración que siempre constituirá una ventaja lograr los resultados de una actividad en especial en relación a lo que inicialmente se planifico. en ese sentido, es importante en estas materias poder hacer mención de la secuencia administrativa: donde la planificación, el organizar, integrar al personal, el dirigir y el controlar; se consideran como fases importantes como los elementos que nos dan una visión de las funciones que se logran desarrollar en una empresa. Lo real es que el proceso no se aplica y por consiguiente se asocia de manera directa con el tiempo.

Entonces la famosa optimización nos orienta a lograr los resultados en relación con la planeación que se realizó en el principio, teniendo presente los objetivos de la actividad. Pero surge una interrogante relevante ¿cómo lograrlo? Entendamos que no hay soluciones milagrosas y es claro que en los espacios donde se desarrollen las actividades orientadas a la participación de las personas para lograr el fin común tiene sus aspectos específicos, pero entendamos que el bien común siempre será potestad del elemento humano.

Es evidente que la clave más rentable para la organización es lograr los resultados establecidos, pero en ese tránsito a lograrlos, los recursos que se tengan a la mano serán los principales elementos que les den valor. Es propicio hacer algunas puntualizaciones que es de igual relevancia la calidad

de los resultados que se logran percibir fuera de la organización, que lo que se vive en la misma organización, es decir, los interesados que están detrás de lo que se logra apreciar como un producto final.

2.2.1.3. BENEFICIOS DE LA OPTIMIZACIÓN DEL TIEMPO

WorkMeter (2014). Se nos mencionan algunos de beneficios que logran optimizar los resultados:

- La implementación de una cultura de la medición, de la mejora continua que debe ser consensuada por todos los miembros de la institución.
- La mejoría en la productividad y el efecto de la productividad y el rendimiento personal de cada colaborador en la empresa logrando multiplicar el desempeño de las individuos y el mayor rendimiento de los recursos que se emplean en el desarrollo de su trabajo.
- Lograr minimizar todas las actividades que sólo generan costos y que no logran aportar valor al producto, minimizando desperdicios y aumento el valor al cliente en todas las funciones y actividades desarrolladas, por la gestión de la empresa.
- Lograr incrementar la capacidad de gestionar adecuadamente en los colaboradores y los equipos, de trabajo, logrando reducir el estrés y logrando el incremento de la satisfacción por el trabajo desarrollado y bien logrado.
- Lograr conseguir los ambientes de trabajo más dinámicos y agradables y conseguir el equilibrio profesional y personal.

2.2.1.4. GESTIÓN DEL TIEMPO: CLAVES PARA OPTIMIZAR EL TIEMPO DE TRABAJO.

En distintas situaciones, la pérdida del tiempo tiene su punto de partida en los hábitos desagradable de algunas personas. Porque casi siempre o siempre es factible realizar una misma función de una manera diferente y con ello logra obtener un resultado deseado o en su defecto uno que sea aceptable. Así se presentan algunos elementos de juicio a tener en consideración:

A. Planificar con criterio

- Es relevante lograr entender que la agenda es un elemento básico al momento de poder lograr coordinar la actividad laboral, durante la semana, la previsión de algunas tareas en el mediano y en el largo plazo. Se utiliza para hacer anotaciones de todas las tareas a realizar cotidianamente, tratando de darles un orden de forma coherente y lógica. Estableciendo las tareas más relevantes y apremiantes, con la salvedad que pudieran ser las que nos gusten menos, para luego realizar las menos relevantes.
- Se podrá ahorrar tiempo si podemos agruparlas en tareas similares o por afinidad y por tiempo específico. Donde las llamadas y las visitas, son más convenientes a primera hora del día, cuando los colaboradores logran llegar a la empresa. Si fuera posible agruparlas las tareas se debe ir analizando la agenda periodo por periodo para no lograr actividades sin realizar.

- Entonces cada función a ser desarrollada o por realizar se debe de asignarle un tiempo prudencial y tratar de cumplirlo en la medida de lo posible.
- Además, es importante poder reservar espacios para lograr descansar y otros muy relevantes para poder pensar, aspectos que no siempre logramos desarrollar, y quedamos aturdidos y entrampados por el día a día.
- Culminando con la jornada se destinarán algunos minutos para poder revisar qué tareas se han logrado completar y cuáles no y de esa manera se logrará ajustar la agenda para el día posterior. Aplicando este curso de acción integral demanda tiempo, porque para tratar de cambiar un hábito personal es necesario la perseverancia y la voluntad de los interesados.
- Otro factor que influye es el tipo de personalidad. Los profesionales que son controladores y muy paternalistas son los que lo tienen mayores problemas en este sentido. Los primeros porque siempre salen tarde pues no se confían de sus equipos y lo revisan todo, y los segundos porque logran absorber mayor cantidad de trabajo del que realmente pueden desarrollar.

A. Ladrones de tiempo

Estos aquellos que tiene una mayor relevancia:

- Visitas que son esperadas. Se da cuando la visita las realiza un individuo de confianza se le puede conversar para dar la solución del tema a desarrollar en algún otro instante.
- Reuniones. Es importante llegar a ellas con un orden del día y tratar de centrarse en el con la intención de poder evitar discusiones sin lógica que podrían alargar el encuentro sin sentido.
- Papeleo y lectura. Es preferible tratar de escribir lo más relevante y considerar guardado el mismo texto para la contestación de los requerimientos muy similares.
- Desorden. Si destináramos una cantidad de minutos todos los días en archivar evitaríamos perder horas innecesarias tratando de buscar un papel por la mesa.
- Comunicación ineficaz. Si no desarrollamos la capacidad para lograr transmitir los mensajes claros es muy factible que los colaboradores logren realizar mal el trabajo.
- Escasa disciplina personal. Se constituye como uno de los más feroces ladrones de tiempo.

2.2.1.5. RELEVANCIA DEL TIEMPO EN LA EMPRESA

Según Wordpress.com (2013). Cualquier actividad que se realice en la empresa tendría una relación directa con el factor tiempo. Estableciendo que el cliente desea su producto lo más

acelerada posible, sino lo logra lo comprará en la tienda de la competencia.

Es bueno empezar un análisis por los aspectos más relevantes, orientándonos en todos aquellos factores que están consumiendo demasiados recursos, el proceso que está limitando el flujo de producción, el puesto de trabajo que genera mayores conflictos. A continuación, se comentan algunos aspectos:

A. Tiempos estimados: El especialista logra conocer los tiempos que son necesarios para poder realizar una tarea. Este es un sistema que no es el más recomendable porque puede incluir demasiadas imprecisiones.

B. Tiempos históricos: Se basa en tiempos que son invertidos en el pasado. Este aspecto es más perjudicial que el anterior.

C. Muestreo estadístico: Este sistema se recomienda en determinados casos. Cómo lograr tener una idea realista del uso de una maquinaria, lograr conocer la actividad media del taller.

D. Cronometraje: Es un proceso de medición que logra combinar un pensado grado de precisión. Nos brinda los mejores resultados cuando el método de trabajo no está estabilizado.

E. Tiempos estándar: La constituyen tablas de tiempos que han logrado desarrollar previamente utilizando para tal efecto alguna de las técnicas mencionadas anteriormente.

2.2.1.6. LA RELEVANCIA DE LA GESTIÓN DEL TIEMPO PARA TU SATISFACCIÓN LABORAL Y LA DE TUS EMPLEADOS.

Según Game-learn.com (2016). Encarnar empleados muy productivos no logra beneficiar solamente a nuestra empresa. Realizar una gestión del tiempo adecuadamente nos logra hacernos más felices y logra aumentar nuestro nivel de satisfacción en el centro laboral. A continuación, se plasmas algunas razones de esta relevancia:

A. Porque nosotros logramos hacer más en el mismo tiempo. Con frecuencia logramos soñar con que el día lograrse tener más horas para poder realizar todas las cosas que dejamos de lado por falta de tiempo. En ese sentido, cuando nos convertimos en más productivos y logramos desarrollar todo lo que hemos propuesto, nos logramos sentir realizados y contentos.

B. Porque completamos en plazo las tareas. Esta forma de gestionar que se realiza del tiempo es relevante con orientación a planificar las actividades y las funciones en la empresa. Es relevante tener en consideración los elementos que logren garantizar la productividad de la institución.

C. Porque dejamos de realizar las tareas improductivas. En numerosas las investigaciones que hablan en relación a el efecto en una organización y los costos, que se elevan como

producto de realizar las tareas que son poco útiles para la organización y que no generan valor alguno.

D. Te puede interesar: Una fórmula de la productividad: Es saber elegir qué no hacer hoy. Si a este aspecto le añadimos las continuas reuniones que no son productivas que se desarrollan durante el mes y todas las innumerables intermitencias e interrupciones que ocurren todos los días, la gestión del tiempo que realizamos se ve notablemente dañada cada día.

E. Porque demostramos nuestra valía. Gestionar el tiempo de los individuos es el inicio para lograr un buen desempeño laboral y para lograr de los resultados, lo que se logra refleja en la conformidad dentro y fuera del entorno laboral. Entonces apreciar las diversas tareas que nos trazamos es un aspecto importante. También podemos lograr evidenciar nuestra capacidad de liderazgo si logramos realizar la gestión adecuadamente el tiempo de nuestro equipo y lo hacemos más productivo.

F. Porque contribuimos a los objetivos. Dar cumplimiento a las actividades cotidianas presupone lograr un reto de la persona, pero con ello se está aportando a lograr los objetivos de la empresa.

2.2.1.7. DIMENSIONES DE LA OPTIMIZACIÓN DEL TIEMPO

Según Morgado, I. (2014). Para el mejor entendimiento de la optimización establece las siguientes dimensiones.

- A. Percepción del tiempo.** Es utilizado para lograr comprender el curso acción y los tiempos estimados de los distintos sucesos que podrían ocurrir, situándolos en el instante adecuado y logrando que se generen algunas expectativas sobre los mismos.

- B. Simplificación de los procesos.** Es lograr la simplificación del trabajo con la automatización, estandarización y una orientación a la mejoría de la calidad y de la eficiencia en las actividades empresariales.

- C. Proactividad.** Este concepto no sólo se relaciona con demostrar iniciativa, más aún comprometerse con los retos y el ser responsable de ejecutar las tareas para que ellas se den o sucedan; decidir en cada momento lo que queremos o deseamos hacer y cómo lo vamos desarrollar para lógralo.

2.2.1.8. ¿POR QUÉ ES RELEVANTE REDUCIR EL TIEMPO DE ESPERA DE NUESTROS CLIENTES?

Según Cashlogy.com (2016). Nos comenta que a pesar de que los clientes logren acceder a la empresa, ellos tienden a hacerlo, conociendo que tendrán que esperar hasta que les llegue su momento, es importante la consideración de gestionar el tiempo que tendrán que esperar los clientes como un factor estratégico de gran relevancia para la empresa y para los clientes.

Entonces el tiempo en la espera es necesario para lograr atender a los clientes, se constituye como uno de los factores influyentes en la experiencia de compra del consumidor, hasta el extremo de poder desechar todo lo avanzado en logrado en el desarrollo de la oferta de un producto o del servicio de calidad que será contrastada y con el establecimiento de algunos procesos en la atención del cliente adecuados a las expectativas y requerimientos del cliente objetivo.

Por ello, es relevante tomar conciencia de todos aquellos riesgos que son asociados a una gestión nada eficiente de los tiempos de espera, debido a que cuando el cliente empieza a pensar o sentir que está utilizando su tiempo, el valor que se logra percibir por la compra, en todos sus niveles, caerá inevitablemente, hasta el punto de lograr a concretar el éxito de todas aquellas otras medidas en el tema de fidelizar a los clientes que estén ejecutando en ese preciso momento.

Con la intención de poder reducir este riesgo inminente, se puede poner en marcha alguna de las medidas que proponen en seguida:

- Utilizar todos los registros de las ventas de los años pasados para poder realizar una planificación con anticipación.
- Diseñar una decoración del negocio que podría llevar más amena la espera, tratando de evitar algunos aspectos estresantes y fomentar el desarrollo de alternativas que logren entretener a los clientes en ese momento.
- Incorporar los sistemas para gestionar adecuadamente los turnos que logren favorecer al cliente.

2.2.2. CALIDAD DE ATENCIÓN

2.2.2.1. CONCEPTO DE CALIDAD DE ATENCIÓN

Fernández, J. (2009). Nos comenta que es un sistema orientado a lograr la conformidad de todas aquellos requerimientos y carencias de los clientes. Ellos son el factor esencial para todo tipo de organización.

2.2.2.2. RELEVANCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE.

Gutiérrez, L. (2017). Es uno de los puntos más relevantes que tienen que ser cumplidos en las empresas; sin tomar en consideración del tamaño, el tipo, su estructura y sus operaciones, ellas deben de demostrar la capacidad que tienen para desarrollarse en esta área. En muchas ocasiones puede llegarse a ser utilizado por las empresas inadecuadamente, logrando afectar el desarrollo y el crecimiento de ellas, por lo que, específicamente se debe de definir la trascendencia de dicho servicio con orientación al cliente, para poder estructurar correctamente la forma más adecuada de poder llevarlo a la práctica.

Esta calidad es uno de los efectos de trascendencia y aspecto relevante para poder mantenerse entre las preferencias de los clientes, en consecuencia, es el ideal de empresa que se proyecta a ellos; constituyéndose un aspecto diferenciador con la competencia, y se constituye como un aspecto importante en que los clientes se logran crear una idea

que podría ser positiva o negativa acerca de la empresa. Es de vital trascendencia otorgarle la atención requerida a este departamento importante de la institución, sin importar su rubro o su envergadura, ya que se procede a brindar una fortaleza a la organización, y con ello poder lograr detectar con anticipación de tiempo algunas dificultades que pudieran convertirse en un verdadero problema, y ello pudiera no ser reparables para la empresa.

2.2.2.3. CARACTERÍSTICAS DE UNA BUENA ATENCIÓN AL CLIENTE

Jumeirashoes.com (2016). Es necesario tomar en consideración la importancia de la experiencia que a través del tiempo los clientes han cobrado cuando ellos logran visitar un negocio o alguna página web, lo que ellos logren pensar y logren sentir y la manera de intentar la mejora de estas experiencias de compras.

A. Conoce tu producto o servicio. Este aspecto pudiera considerarse reiterativo y demasiado común, pero el dar un buen servicio excelente es necesario lograr saber que se está ofertando, es decir todas sus especificaciones. Es importante asegurarse de tener conocimiento de cómo logra funcionar el producto o el servicio. Es importante tener en consideración las interrogantes más recurrentes con relación a los productos y cómo poder brindar las respuestas que los clientes esperan escuchar cuando plantean preguntas u objeciones.

- B. Se amistoso.** Es necesario entender que un buen servicio, con orientación al cliente tiene su inicio con una sonrisa. Al encontrarse ante una situación de directa, un caluroso afectuoso saludo tiene que ser lo primero que los clientes logren ver y oigan cuando ellos requieran ayuda. Cuando se tenga dificultades con la comunicación por el teléfono, un trato agradable y sincera es relevante, entonces es importante estar seguro de estar listo para ser lo más amistoso posible.
- C. Di gracias.** La gratitud en las personas es relevante y es regocijante, para poder recordarles a los clientes que lograron comprar en la empresa o hicieron contrato con la empresa. No interesando el tipo de negocio, el hecho de expresar las gracias luego de una negociación es una de las formas más factibles y elementales para iniciar un cambio con una orientación al cliente.
- D. Entrena a tu personal.** Es fundamental asegurarse que tus colaboradores, y no solamente los asesores de la empresa con orientación al cliente logren entender en qué medida ellos deberían hablar, e interactuar y el resolver los problemas de los clientes. entonces proporcionar la preparación correcta que logre dotar de las habilidades necesarias y con ello poder atender a los consumidores.
- E. Muestra respeto.** Este servicio es relevante porque logra integrar las diferentes emociones, es relevante poder asegurarse que usted, así como otros que han podido lidiar con diferentes tareas orientadas a la atención, en todas las ocasiones se deben de mostrar corteses. Nunca dejarse

llevar que las emociones propias y que ellas logren controlar el deseo de poder ver la felicidad de un cliente.

- F. Escucha.** Se logra posicionar como uno de los aspectos más relevantes de la atención al cliente. Ello manifiesta mucho lo que ellos logran expresar, así comprender lo que se comunica de forma no verbal es fundamental.

- G. Se responsivo.** El no poder o no querer dar respuesta a un cliente que se encuentra en problemas y que está buscando atención, constituye un factor relevante a ser considerado por nosotros, entonces el resolver un conflicto generado o alguna dificultad o tratar de buscar más de que lo que estás vendiendo. Es fundamental poder dar respuesta rápida a todas las preguntas, los comentarios y las sugerencias. Entonces todas las interrogantes no son iguales y tampoco son mucho mejores, de esta manera el cliente no se sentirá que está siendo ignorado o considerado como un cliente de segunda clase.

- H. Pide retroalimentación.** Podríamos sorprendernos lo que logramos aprender de nuestros consumidores y del conocimiento de sus requerimientos cuando preguntamos lo que ellos logran pensar de la empresa, sus productos y los servicios.

- I. Aplicar mejoras.** Es necesario reaccionar en relación a lo que los clientes logren pensar de tu empresa. Tomarse el espacio o receso necesario para revisar la información de retorno es fundamental, lograr la identificación de las áreas

de mejoría y poder hacer las modificaciones necesarias en el producto, la empresa o las relaciones con los clientes.

2.2.2.4. DIMENSIONES DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Según Aiteco.com (2018). Existen algunas dimensiones a ser consideradas.

- A. Fiabilidad:** Destreza relevante en la realizar o brindar el servicio de manera efectiva y fiable. Aiteco.com (2018).

- B. Capacidad de respuesta:** Constituye la predisposición y la voluntad que se genera en los colaboradores y poder apoyar a los usuarios y proporcionarles un servicio óptimo. Aiteco.com (2018).

- C. Seguridad:** Es la certeza en la ejecución de las actividades mostradas por los colaboradores y con ello concitar una credibilidad y la confianza necesaria. Aiteco.com (2018).

- D. Empatía:** Es la intervención afectiva, de un miembro de la empresa en una realidad subjetivas a la que no pertenecemos, esta actitud debe de otorgar la empresa a sus clientes. Es fundamental ponerse en los zapatos de nuestros clientes y poder entenderlos y comprender sus actitudes y conductas que asumen ellos cuando le agrada o desagrada algo. Este aspecto marca el punto de quiebre entre la atención al cliente y el desarrollo de la empresa en estos momentos de una alta competencia. Aiteco.com (2018).

2.2.2.5. LA CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE

Para Peralta, X. (2016). Nos comenta acerca de algunos conceptos sobre la calidad.

- A. La calidad para el cliente.** Esta calidad logra ser definida en relación a la impresión que el usuario se genera acerca del bien o servicio que se logra comercializar. Esta impresión que pueda generarse el cliente se genera en función del nivel de expectativas que se puedan crear, es aquello que se espera sobre el producto o servicio.

- B. La calidad es subjetiva.** Es importante entender que la calidad, no es necesariamente objetiva, por el contrario, ella dependerá de las necesidades, los deseos y, en lo general, del conocimiento subjetivo que tenga el cliente (y del nivel de expectativas que se haya generado del producto o del servicio). Entonces los valores que cada cliente tiene logran marcar este conocimiento subjetivo que se tiene sobre la calidad, que se manifiestan por los diferentes aspectos como la edad, el entorno, las clases sociales, etc.

- C. Clientes satisfechos.** Lo que constituye en un valor sumamente válido y confiable es la satisfacción a plenitud del cliente. Entonces en la medida que logremos generar, a capacidad de poder solucionar un problema de un cliente, satisfaciéndolo a él o a una necesidad específica, la percepción que se logre generar será seguramente positiva.

- D. Lo que el cliente espera.** De todo lo expresado anteriormente, ¿cómo se puede satisfacer al cliente y brindarle un producto o servicio de alta calidad? ¿Cómo

atender al cliente bajo los parámetros de la calidad? La respuesta debe de orientarse en la atención que ella debe ser eficiente y rápida y que se logren facilitar las soluciones.

2.2.2.6. OBJETIVOS DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE

Stark, K. (2017). Teniendo en consideración una clara vinculación mental que se orienta a unir los conceptos de “atención y satisfacción del cliente”, en consideración al segundo como el objetivo claro y único del primero, es en el ámbito empresarial la visión de largo plazo de un área de atención que logre englobar unos propósitos más amplios, fijando específicamente tres grandes aspectos empresariales.

A. Satisfacción del cliente. Se conceptualiza como “la capacidad de poder percibir sobre el nivel en que se han logrado cumplir con sus requerimientos”. En consideración al Marketing nos enfocaríamos a hablar de poder satisfacer una necesidad por intermedio de un producto y/o servicio, a un nivel de gestionar la atención al público en ese sentido se estaría hablando de una capacidad para poder atender y poder responder de manera rápida y muy eficiente al cliente.

La relevancia de poder lograr esta satisfacción es la correlación más clara que existe entre los buenos resultados de las ventas y el nivel fidelización de los clientes en relación a unos valores muy elevados de su satisfacción con la empresa y con el producto.

B. Control/reducción de costos. El ambiente ideal para toda empresa es en el que el cliente se pone en contacto para poder solicitar el servicio/producto, porque cualquier otro tipo de contacto conlleva la generación de problemas o de incidencias negativas con el producto o la información que ha sido proporcionada.

C. Captación de información del mercado (market intelligence). Es necesario entender que el contacto es casi siempre por la iniciativa del cliente, y que el estará predispuesto a brindar la información confiable sobre ellos mismos, siempre que la misma información sea usada e importante para lograr gestionar su pedido.

2.2.2.7. ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE LA CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE?

Güerci, I. (2016). Nos comenta que la orientación al cliente se debe de orientar al conocimiento previo a que los colaboradores logran esperar de ellos y de la empresa. Es por ello que se debe realizar un análisis de las carencias y deseos de los clientes.

- Consiste en la planificación y desarrollar algunas mejoras en línea con los gustos y deseos de sus clientes.
- Consiste en la generación de la confianza entre todos los colaboradores de la empresa acerca de cómo efectuar su trabajo teniendo en consideración lo que se puede esperar de la empresa que elabora sus productos y servicios.
- Consiste en contar con información oportuna del nivel de conformidad que perciben sus clientes y con ese material poder

realizar la planificación de todas las mejoras en los productos y/o servicios.

Beneficios que se obtienen de la gestión de Atención al Cliente.

- Una elevada lealtad por parte de los consumidores, quienes valoran los aspectos que se les brinda.
- Un aumento de las ventas y de la rentabilidad del negocio.
- Mayores ventas recurrentes y con más frecuencia.
- Una mayor cantidad de las ventas a cada cliente.
- Una mayor cantidad clientes nuevos que han sido captados por intermedio de las referencias de los clientes que han quedado conformes.
- Una mejor reputación de la empresa.
- Mayor nivel de diferenciación de la empresa con relación a su competencia.
- Reducción de todos los gastos y de las actividades relacionadas al mercadeo, solo ya se trata de satisfacerlo a la medida, al cliente de la empresa.
- Menor cantidad de las quejas y reclamos que resolver.
- Menor cantidad de quejas que tienen su origen en el personal, lo que conlleva a una mayor productividad.
- Generación de un mejor ambiente laboral, debido a que los empleados ya no se encuentran tan aturdidos, poco presionados por las reiteradas quejas, reclamos sugerencias de los compradores, usuarios y clientes, que la empresa tiene en un determinado momento de su participación en el mercado en el que participa.

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

- **ASIGNACIÓN DE RECURSOS.** Este concepto está relacionado con los escasos recursos disponibles entre las diferentes actividades del proyecto.
- **BUZÓN DE SUGERENCIAS.** Este proceso está diseñado para que los clientes sin tener la necesidad de poder escribir su nombre puedan expresar su opinión o sentir que le parece el servicio prestado en la tienda.
- **CADENA DE SATISFACCIÓN.** Es usado como instrumento para lograr medir las capacidades de sus empleados, el verdadero sentido de pertenencia con la empresa para de esa manera brindarles a ellos la lealtad a la marca.
- **CICLO DE SERVICIO.** Es el proceso que forman todos los instantes de verdad que el cliente ha tenido la posibilidad de poder vivirlos, esto nos ayuda tanto a las personas que se orientan a prestar un servicio y poder mejorarlo y de conocer las necesidades básicas de ellos.
- **CLIENTE.** Es el interesado que logra adquirir los productos o servicios, con el único propósito de poder satisfacer una necesidad básica e impórtante en ese instante.
- **COMPETITIVIDAD.** Es la potencialidad de una empresa para lograr crear cursos de acción que lo apoyen a lograr adquirir una posición expectativa en el mercado.

- **CONTROL INTERNO.** Son aquellos que se usan para verificar el uso adecuado de los recursos y de los resultados de las funciones de cada uno de los socios.

- **CONTROL:** Establece la intención de planificar, de programar y es fundamental para controlar todas las acciones de las demás personas en la empresa.

- **CULTURA ORGANIZACIONAL.** Son todas aquellas reglas que posee la empresa en todos sus departamentos y que están basadas en el respeto, los valores, la ética, la integridad, las actitudes, los hábitos que logra generar un colaborador en un ambiente de trabajo bueno.

- **DESVIACIONES.** Diferencias entre la cantidad del presupuesto que es considerado como gasto y el gasto real realizado en algún momento del proyecto.

- **DISPOSICIÓN.** Es tener distancia necesaria para poder realizar una función, brindando o solucionando cualquier problema o inquietud que puede suscitarse sobre nuestro producto o servicio.

- **EFICACIA CON EL LOGRO DE OBJETIVOS.** Es competencia de la entidad el poder cumplir con el verdadero propósito y que logra abarcar desde la conformidad del cliente hasta los productores.

- **EFICIENCIA.** Relación adecuada entre algunos elementos o componentes, específicos, la relación a los beneficios y los costos, resultado y tiempo.

- **EMPLEABILIDAD.** Esta conceptualización guarda relación con las competencias de los empleados, la capacitación de colaboradores y su rápido empleo.
- **ENCUESTA.** Consta de grupo de preguntas orientadas a un conjunto de elementos muestrales, con el propósito de dar a conocer sus opiniones o de acontecimientos en específico.
- **EVALUACIÓN:** Se utiliza para poder verificar y medir la influencia de otros procesos en relación al cumplimiento de los resultados preestablecidos y de los atributos de los productos y los servicios.
- **GESTIÓN DEL TIEMPO.** Es una destreza de la dirección y que se basa en la coherente repartición de este apreciado recurso para poder ejecutar las funciones y las mejoras que están en cartera.
- **HOJAS DE TIEMPO.** Se refiere a un documento en el que se recoge la dedicación en tiempo de las personas, del equipo a las diferentes tareas del proyecto.
- **INNOVACIÓN.** Consiste a una nueva forma de trabajar a la solución de los problemas, por medio de las nuevas tecnologías, nuevos productos, nuevos servicios etc.
- **MEJORA CONTINUA.** Se basa en un cambio actitudinal y de disciplina que resulta de la definición de que todo se puede mejorar.
- **MÉTODO.** Es una forma ordenada y sistemática de trabajo y con ello proceder y poder llegar a un resultado.

- **ORGANIZACIÓN.** Conjunto de personas orientas a cumplir con un mismo propósito con una actividad destinada para cada una de las personas que la conforman estableciéndoles tareas.
- **PRODUCTIVIDAD.** Consiste en una relación directa entre el valor total de los bienes y el costo incurrido para lograr producirlos.
- **QUEJAS.** Es la vía que posee el cliente para lograr demostrar la inconformidad con el servicio o producto que adquirió.
- **SERVICIO.** Es una mezcla de varias cualidades (intangibles) como desempeño, esfuerzo, y otras tangibles como un trato amable, un obsequio, etc.
- **SERVUCCIÓN.** Es concentración de algunos aspectos como son la atención al cliente, la calidad y la conformidad que se logra alcanzar.
- **SISTEMA.** Grupo de elementos que deben de interactuar entre sí, para lograr un propósito.
- **TECNOLOGÍA.** Se refiere a los conocimientos técnicos que nos permiten lograr el diseño y el desarrollo de los bienes o servicios.
- **TIEMPO.** Es una magnitud de orden físico que se utiliza para poder realizar la medición de la duración de algo que puede ser susceptible de cambio.
- **VALOR AGREGADO.** Es lo que hace ser diferente a la empresa de la competencia.

CAPÍTULO III HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. HIPÓTESIS

3.1.1. HIPÓTESIS GENERAL

Existe incidencia significativa entre la optimización del tiempo y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.

3.1.2. HIPÓTESIS SECUNDARIAS

Hipótesis secundaria 1

Existe incidencia significativa entre la percepción del tiempo y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.

Hipótesis secundaria 2

Existe incidencia significativa entre la simplificación de los procesos y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.

Hipótesis secundaria 3

Existe incidencia significativa entre la proactividad y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.

Hipótesis secundaria 4

Existe incidencia significativa entre la organización del tiempo y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.

3.2 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

A. VARIABLE INDEPENDIENTE

Optimización del tiempo

B. VARIABLE DEPENDIENTE

Calidad de atención al cliente

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES

A. VARIABLE INDEPENDIENTE

OPTIMIZACIÓN DEL TIEMPO:

Es un concepto que se basa en administrarnos nosotros mismos, de tal manera que podamos administrar el tiempo que tenemos. Morgado, I. (2014).

DIMENSIONES

- **PERCEPCIÓN DEL TIEMPO.** El tiempo es una dimensión fundamental de nuestras percepciones y de nuestras acciones. Es utilizado para comprender el curso y ver cuánto logran durar los eventos, situarlos en su momento. Morgado, I. (2014).
- **SIMPLIFICACIÓN DE LOS PROCESOS.** Es lograr la simplificación de trabajo con la automatización y la mejora en la eficiencia. Morgado, I. (2014)
- **PROACTIVIDAD.** Es un concepto muy importante mediante el cual llegamos a lograr realizas cosas antes que se den o logren ocurrir. Morgado, I. (2014).
- **ORGANIZACIÓN DEL TIEMPO.** Es una habilidad para poder dar una secuencia al tiempo en función de nuestras obligaciones e intereses, es importante tanto para evitar el estrés como para potenciar el desarrollo personal. Morgado, I. (2014).

B. VARIABLE DEPENDIENTE

CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE:

Se puede definir como la actividad de poder percibir lo que el cliente aprecia acerca del producto o servicio que compra o utiliza. Peralta, X. (2016).

DIMENSIONES

- **FIABILIDAD:** Habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso y fiable. Aiteco.com (2018).

- **CAPACIDAD DE RESPUESTA:** La constituye la predisposición y voluntad para poder ayudar a los clientes y proporcionarles un servicio aceptable y rápido. Aiteco.com (2018).
- **SEGURIDAD:** Es la consistencia que los empleados logran generar y que producto de ello manifiesten un conocimiento adecuado de sus funciones a los clientes. Aiteco.com (2018).
- **EMPATÍA:** Habilidad de una persona en una realidad diferente. Es una actitud importante en la atención al cliente. Es la capacidad de entender el problema del otro, casi sentirlo y saber responder poniéndonos en la piel del otro. Aiteco.com (2018).

DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LAS VARIABLES

A. VARIABLE INDEPENDIENTE

- OPTIMIZACIÓN DEL TIEMPO

Está relacionado con realizar nuestras actividades en el tiempo establecido y producto de ello logremos los resultados más relevantes. Linares, I. (2015).

B. VARIABLE DEPENDIENTE

- CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Es todo aquello que una organización logra brindar a sus clientes al instante de ofrecerles un producto o servicio, lograr la atención de sus inquietudes. Melara, M. (2017).

3.2.1. Operacionalización de las Variables (Definición Conceptual y Operacional)

Variables	Defunción conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
VARIABLE INDEPENDIENTE OPTIMIZACIÓN DEL TIEMPO	Es un concepto que se basa en administrarnos nosotros mismos, de tal manera que podamos administrar el tiempo que tenemos. Linares, I. (2015).	Está relacionado con realizar nuestras actividades en el tiempo establecido y producto de ello logremos los resultados más relevantes. Linares, I. (2015).	Percepción del tiempo Simplificación de los procesos Proactividad Organización del tiempo	<ul style="list-style-type: none"> - Tiempo adecuado - Actividades a las que destina su tiempo - Tiempos para realizar tareas - Evitar interrupciones - Experiencia para manejar los tiempos - Manejar volumen de trabajo - Incremento en el volumen de trabajo - Aplazar el cumplimiento de tareas - Método de trabajo adecuado - Dejar tareas sin concluir - Distinguir tareas importantes - Buscar variedad de soluciones - Anticipa la realización de tareas - Capacidad para tomar decisiones - Relaciones con sus compañeros - Comunicación efectiva - Cumplir con los objetivos - Trabajar en equipo
VARIABLE DEPENDIENTE CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE	Está relacionado con conducir nuestros asuntos dentro del tiempo disponible para que podamos lograr resultados más eficaces. Linares, I. (2015).	Es todo aquello que una organización logra brindar a sus clientes al instante de ofrecerles un producto o servicio, lograr la atención de sus inquietudes Melara, M. (2017).	<ul style="list-style-type: none"> - Fiabilidad - Capacidad de Respuesta - Seguridad - Empatía 	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplir las expectativas - Interés por resolver problemas - Dar un buen servicio - Cumplir con tiempo promedio - Cometer errores - Tiempo promedio - Servicio rápido - Disposición a ayudar - Estar ocupado en sus actividades - Comportamiento confiable - Sentirse seguro - Amabilidad en el servicio - Conocimiento de las actividades - Atención personalizada - Horarios convenientes - Preocupación por el cliente - Comprender necesidades de los clientes - Empleados que ofrecen atención personalizada

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. TIPO Y NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN

4.1.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

Se empleó la investigación Aplicada, en este tipo de investigación el problema ya se ha establecido y es de conocimiento por parte del investigador y es usado para tratar dar respuesta a algunas interrogantes específicas y generar nuevo conocimiento para la ciencia. Galán, M. (2008).

4.1.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN.

Este estudio fue de nivel Descriptivo - Correlacional, por que es una forma más usada en la ciencia y poder describir los atributos del suceso, sujeto o población en estudio y los conocimientos recabados servirán para dar soluciones a los problemas empresariales. Y correlacional, debido a que nos permite realizar relaciones múltiples entre las variables de estudio y ello implica que el cambio en una variable no influye en que la otra varíe. Martínez, C. (2014).

4.2 METODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

4.2.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Se usó el método científico, porque está basado en un conjunto sistemático de procesos de los que se vale la investigación y con ello poder observar la amplitud de nuestros conocimientos y además es una forma, constituida por un conjunto de normas y principios articulados razonadamente. Cantoni, N. (2009).

4.2.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Se logró usar el diseño el descriptivo, debido a que es un método que se orienta a observar y a describir la conducta de un sujeto sin proceder a influir sobre él.

Se logra medir la variable (X1)

Se logra medir la variable (X2)

Correlacional porque busca si existe relación múltiple entre las variables.

Se logra medir y describir la relación (X1- X2)

Se logra medir y describir la relación (X1- X3)

4.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

4.3.1. POBLACIÓN.

Este concepto se refiere a un conjunto de elementos muestrales, individuos, elementos o eventos con determinadas características

similares, y que tienen en común entre ellos y de los cuales se desea realizar un estudio determinado. Cantoni, N. (2009).

La población en estudio está construida por 18 colaboradores, de la Entidad Financiera Caja Arequipa - Agencia, Parcona, Ica.

4.3.2. MUESTRA.

Se empleó el muestreo por conveniencia, está basada en poder seleccionar una muestra de la población teniendo como base que sea accesible para el investigador. Ochoa, C. (2015).

Por constituirse como una población pequeña se encuestarán a todos los colaboradores de esta institución financiera.

PERSONAL ENTIDAD FINANCIERA CAJA AREQUIPA – AGENCIA, PARCONA, ICA.

Cargo	N°
Gerente de agencia	1
Jefe de plataforma	1
Analista sénior	2
Analistas	11
Representantes de servicios	3
Total	18

Fuente: Elaboración propia

4.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

4.4.1. TÉCNICAS.

Se utilizó como técnica de investigación la encuesta que se basa en un método de estudio y recopilación de información y es utilizado para recopilar datos de personas situaciones o sobre temas específicos. QuestionPro (2016).

4.4.2. INSTRUMENTO.

Se usó como instrumento de estudio el cuestionario, que se constituye como un instrumento de investigación y se usa en la investigación de campo. Álvarez, C. (2016).

- En el desarrollo del instrumento se pudo considerar los siguientes aspectos que se mencionan a continuación: variables. Variable independiente: La optimización del tiempo, con las dimensiones: i). Percepción del tiempo, con cinco ítems. ii) Simplificación de los procesos, con cinco ítems. iii). Proactividad, con cuatro ítems. iv). Organización del tiempo, con cuatro ítems.
- Variable dependiente Calidad de atención al cliente, con las dimensiones: i). Fiabilidad, con cinco ítems. ii). Capacidad de respuesta, con cuatro ítems. iii). Seguridad, con cinco ítems. iv). Empatía, con cinco ítems. Teniéndose en cuenta para ello el uso de dos escalas: Además una escala nominal para poder codificar las alternativas e ingresarlas al sistema y una escala de Likert de dos opciones, las cuales son SI y No. A su vez se usó una escala nominal que expresa lo siguiente:
- Si es 1

- No es 2

4.4.3. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO.

A. VALIDEZ

Es un factor en la que el instrumento desarrollado debe producir resultados similares y coherentes, por medio de su repetida aplicación al mismo elemento u objeto lo que debe de producir los resultados iguales o similares. Marroquín, P. (2012).

- **Validez de constructo.** Intenta determinar como un elemento que logra medir un mismo suceso de la forma como éste lo logra conceptualizar, y que guarde coherencia con el aspecto teórico básico para poder sustentar el estudio.
- **Validación por jueces o expertos.** Persigue la certeza de la opinión y el consensuar entre el que hace el estudio y los entendidos en el tema en relación de la pertinencia de cada pregunta, de esta manera, apoyar la definición de la cual se parte.

B. CONFIABILIDAD

En la búsqueda de poder lograr la confiabilidad necesaria del instrumento logra usar normalmente el coeficiente de Alfa Cron Bach, que necesita aplicarse en un solo instante para lograr reproducir los valores que varían de uno a otro. Se aplica a diversas escalas de varios valores posibles, entonces este método se usa específicamente en la determinación de la confiabilidad en escalas

cuyas preguntas tenga como alternativas de respuesta a dos como mínimo. Marroquín, P. (2012).

4.4.4. PLAN PARA LA RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS.

- Establecer el área de materia Administrativa y con ello el tema de investigación.
- Establecer el requerimiento y las fuentes de información, así como su posible acceso y rápida disponibilidad.
- Conversar con personas que dominen el tema que se va a desarrollar, para generar una idea del estudio a realizar.
- Empaparse y conocer la realidad problemática.
- Formulación de problemas, objetivos e hipótesis, del estudio.
- Realizar la operacionalización de las variables.
- Desarrollar el marco teórico, teniendo en cuenta las variables de estudio.
- Diseñar los instrumentos para recabar información.
- Aplicación de las encuestas a los empleados.
- Planificación y ejecución del proceso estadístico.
- Realizar las pruebas de Hipótesis,
- Desarrollar las conclusiones y recomendaciones.
- Presentación de la tesis y revisión del borrador.
- Proceder al levantamiento de observaciones.
- Sustentación pública de la tesis.

CAPÍTULO V

RESULTADOS

4.1._CONFIABILIDAD DE LOS RESULTADOS

Resumen de procesamiento de casos

		N°	%
Casos	Válido	18	100.0
	Excluido ^a	0	0.0
	Total	18	100.0

a. La depuración por listado se logra basar en todas las variables del proceso.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0.889	37

Se aprecia que el nivel de la confiabilidad del instrumento es de 88.9%.

4.2. PRESENTACION DE RESULTADOS

VARIABLE INDEPENDIENTE: OPTIMIZACIÓN DEL TIEMPO

TABLA 01: RESUMEN DE OPTIMIZACIÓN DEL TIEMPO

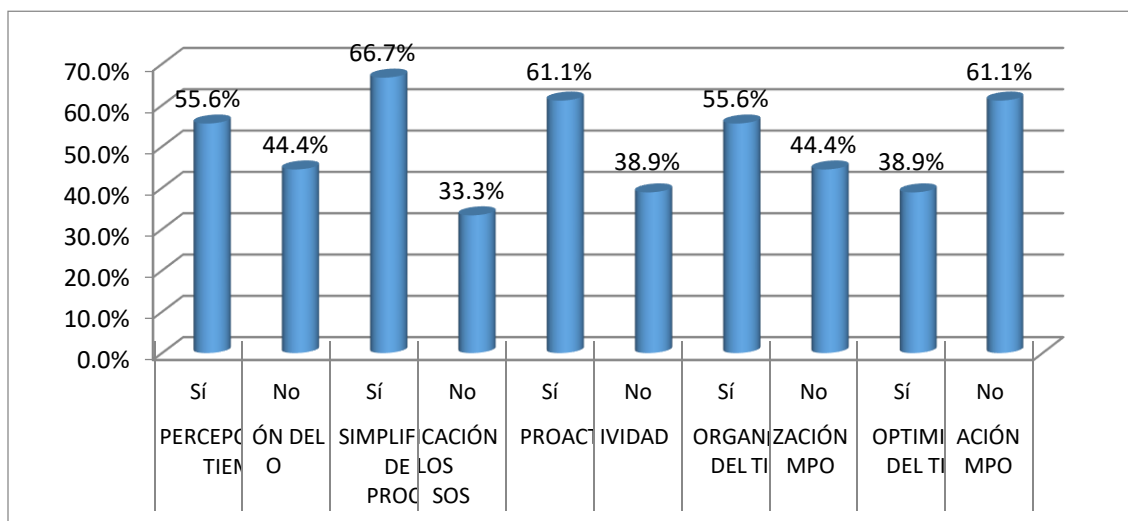
DIMENSIONES	ALTERNATIVAS	Recuento	% del N de columna
PERCEPCIÓN DEL TIEMPO	Sí	10	55,6%
	No	8	44,4%
SIMPLIFICACIÓN DE LOS PROCESOS	Sí	12	66,7%
	No	6	33,3%
PROACTIVIDAD	Sí	11	61,1%
	No	7	38,9%
ORGANIZACIÓN DEL TIEMPO	Sí	10	55,6%
	No	8	44,4%
OPTIMIZACIÓN DEL TIEMPO	Sí	7	38,9%
	No	11	61,1%

Fuente: Encuesta aplicada

Autor: La tesista

FIGURA 01:

RESUMEN DE OPTIMIZACIÓN DEL TIEMPO POR DIMENSIÓN.



Fuente: Tabla N°1

Autor: La tesista

Interpretación: En relación con la variable optimization del tiempo, se aprecia que un 66.7%, manifiesta que sí, está de acuerdo de acuerdo con la simplificación de los procesos, un 61.1% dice que sí, está de acuerdo con la proactividad, un 61.1% nos dice que sí, está de acuerdo con la optimización del tiempo, un 55.6% expresa que sí, está de acuerdo con la percepción del tiempo, un 55.6% manifiesta que sí, está de acuerdo con la organización del tiempo. En resumen, la percepción de los empleados es positiva en relación con optimización del tiempo.

VARIABLE DEPENDIENTE: CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE.

TABLA 02:

RESUMEN DE CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE POR DIMENSIÓN.

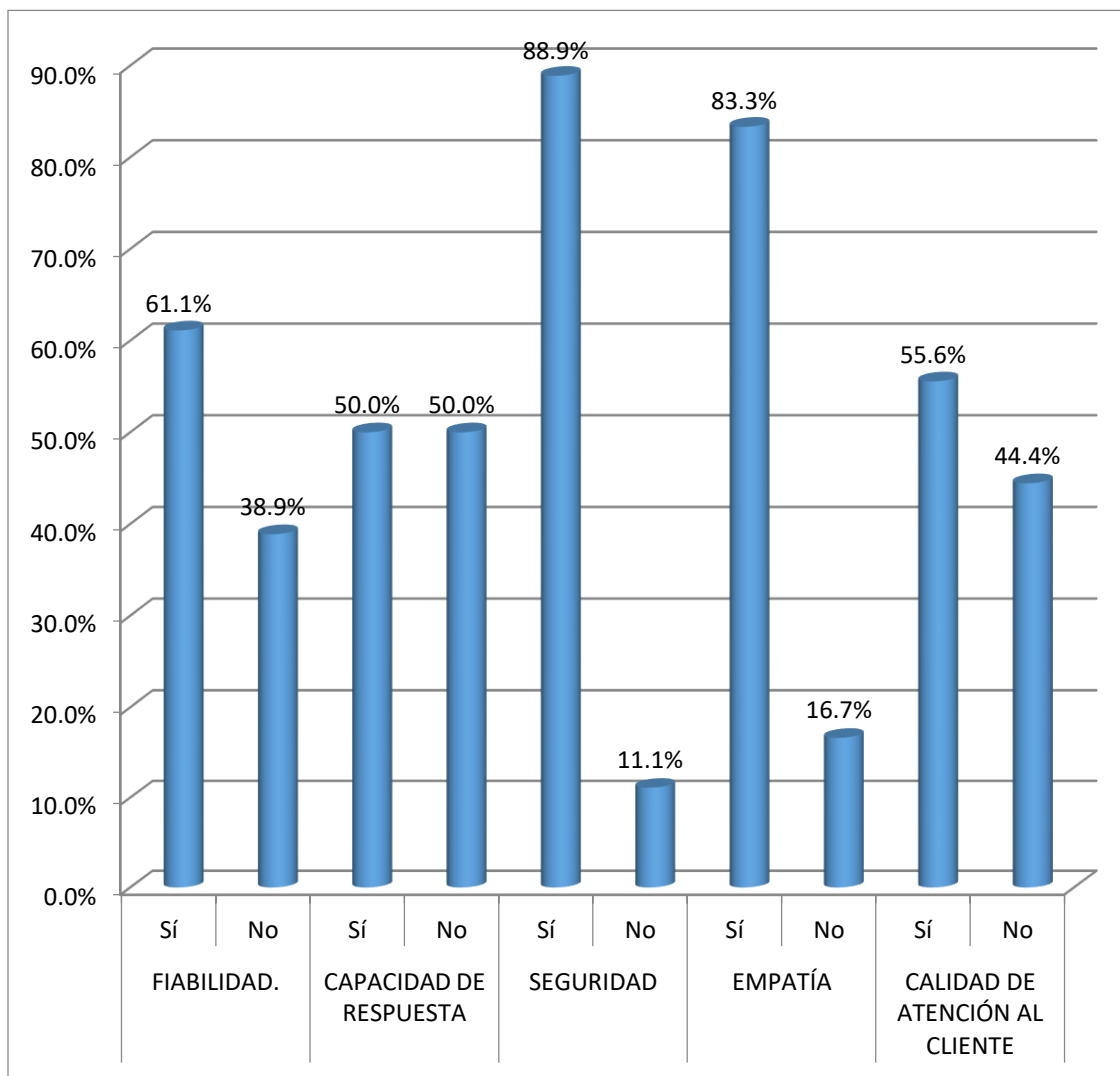
DIMENSIONES	ALTERNATIVAS	Recuento	% del N de columna
FIABILIDAD.	Sí	11	61,1%
	No	7	38,9%
CAPACIDAD DE RESPUESTA	Sí	9	50,0%
	No	9	50,0%
SEGURIDAD	Sí	16	88,9%
	No	2	11,1%
EMPATÍA	Sí	15	83,3%
	No	3	16,7%
CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE	Sí	10	55,6%
	No	8	44,4%

Fuente: Encuesta aplicada

Autor: La tesista

FIGURA 02:

RESUMEN DE CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE POR DIMENSION



Fuente: Tabla N°2

Autor: La tesista

Interpretación: En relación con la variable calidad de atención al cliente, un 88.9% manifestó que, si, está de acuerdo con la seguridad, un 83.3% manifestó que, si, está de acuerdo con la empatía, un 61.1% manifestó que sí, está de acuerdo con la fiabilidad, un 55.6% manifestó que si, está de acuerdo con la atención al cliente, un 50.0% manifestó que sí, está de acuerdo con la capacidad de respuesta. En promedio los empleados están de acuerdo con la atención al cliente.

VARIABLE INDEPENDIENTE: OPTIMIZACIÓN DEL TIEMPO

TABLA 03:

DIMENSIÓN PERCEPCIÓN DEL TIEMPO.

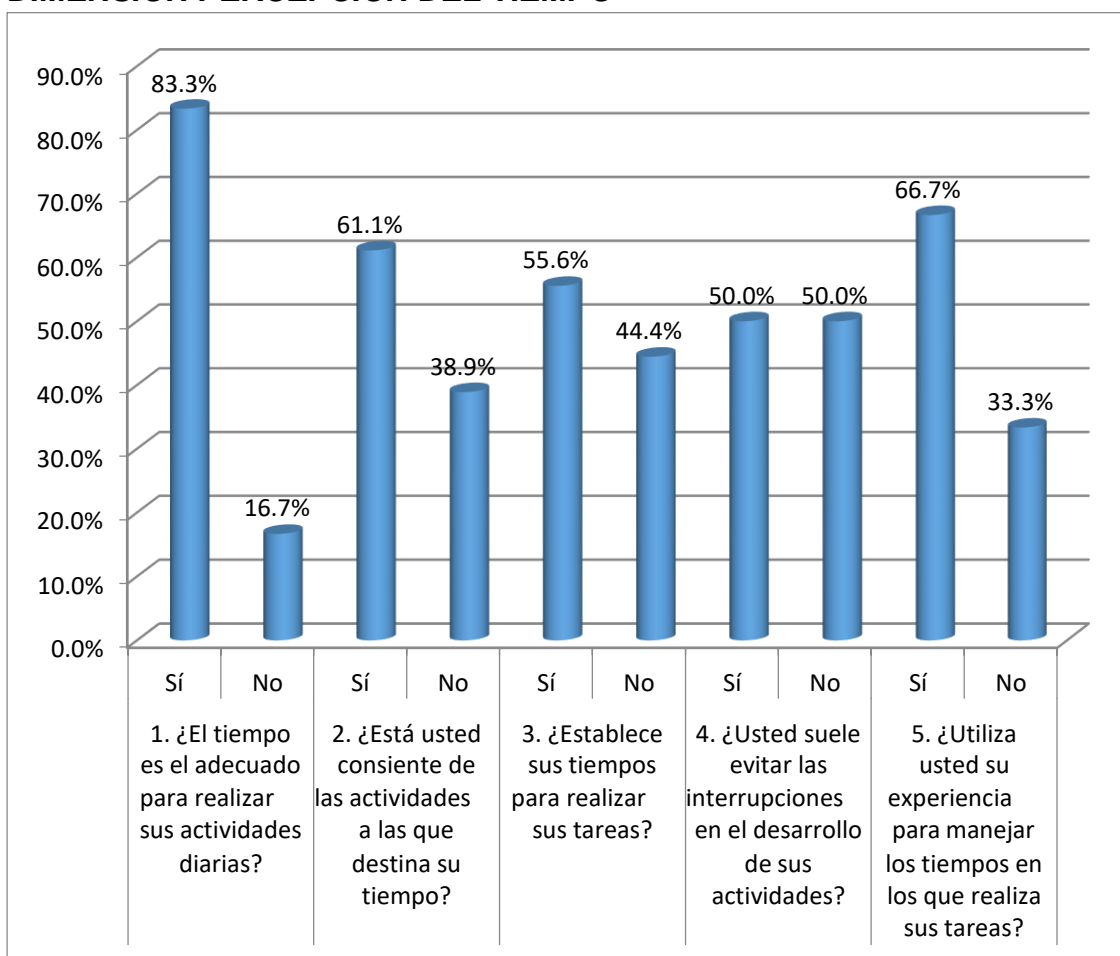
Preguntas	Alternativas	Recuento	% del N de columna
1. ¿El tiempo es el adecuado para realizar sus actividades diarias?	Sí	15	83,3%
	No	3	16,7%
2. ¿Está usted consiente de las actividades a las que destina su tiempo?	Sí	11	61,1%
	No	7	38,9%
3. ¿Establece sus tiempos para realizar sus tareas?	Sí	10	55,6%
	No	8	44,4%
4. ¿Usted suele evitar las interrupciones en el desarrollo de sus actividades?	Sí	9	50,0%
	No	9	50,0%
5. ¿Utiliza usted su experiencia para manejar los tiempos en los que realiza sus tareas?	Sí	12	66,7%
	No	6	33,3%

Fuente: Encuesta aplicada

Autor: La tesista

FIGURA 03:

DIMENSIÓN PERCEPCIÓN DEL TIEMPO



Fuente: Tabla N°3
Autor: La I tesista

Interpretación: En relación con la dimensión percepción del tiempo, un 83.3% manifestó que sí; está de acuerdo con el tiempo para realizar sus actividades, un 66.7% manifestó que sí; utiliza su experiencia para manejar los tiempos en los que realiza sus tareas, un 61.1% manifestó que sí; es consecuente a todas las actividades a las que destina su tiempo, un 55.6% manifestó que sí; está de acuerdo que establece sus tiempos para realizar sus tareas, un 50.0% manifestó que sí; está de acuerdo con que suele evitar las interrupciones en el desarrollo de sus actividades. En conclusión, la percepción del tiempo que se tiene en promedio es positiva.

TABLA 04:

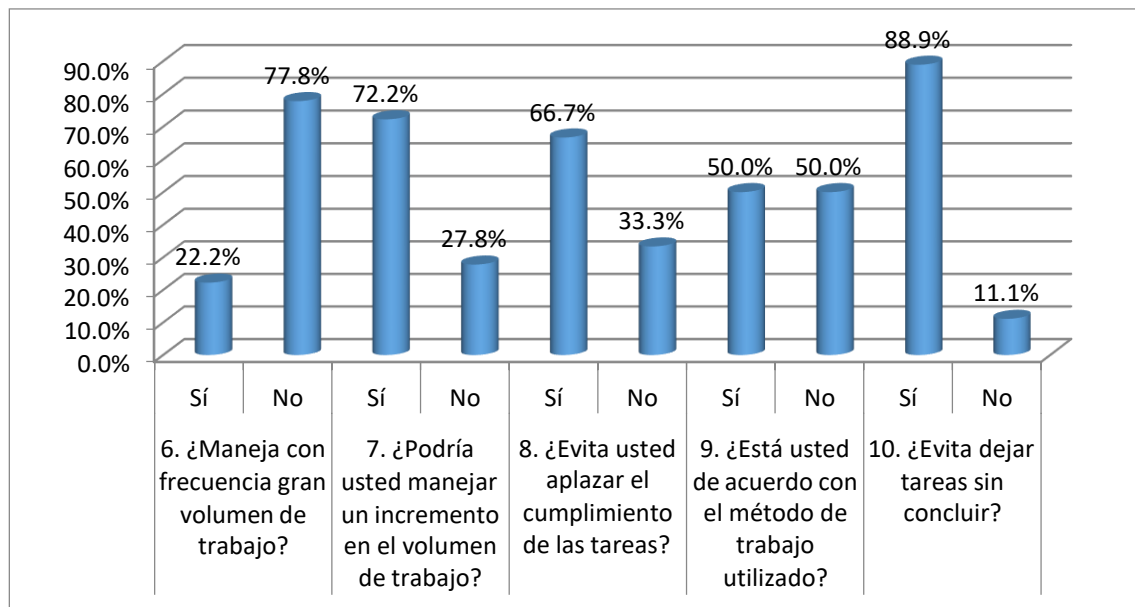
DIMENSIÓN SIMPLIFICACIÓN DE LOS PROCESOS.

Preguntas	Alternativas	Recuento	% del N de columna
6. ¿Maneja con frecuencia gran volumen de trabajo?	Sí	4	22,2%
	No	14	77,8%
7. ¿Podría usted manejar un incremento en el volumen de trabajo?	Sí	13	72,2%
	No	5	27,8%
8. ¿Evita usted aplazar el cumplimiento de las tareas?	Sí	12	66,7%
	No	6	33,3%
9. ¿Está usted de acuerdo con el método de trabajo utilizado?	Sí	9	50,0%
	No	9	50,0%
10. ¿Evita dejar tareas sin concluir?	Sí	16	88,9%
	No	2	11,1%

Fuente: Encuesta aplicada
 Autor: La tesista

FIGURA 04:

DIMENSIÓN SIMPLIFICACIÓN DE LOS PROCESOS.



Fuente: Tabla N°4
 Autor: La tesista

Interpretación: En relación con la dimensión simplificación de los procesos, un 88.9% manifestó que sí; evita dejar tareas sin concluir, un 77.8% manifestó que; no maneja con frecuencia gran volumen de trabajo, un 72.2% manifestó que sí; podría manejar un incremento en el volumen de trabajo, un 66.7% manifestó que sí; evita aplazar el cumplimiento de tareas, un 50.0% manifestó que sí; está de acuerdo con el método de trabajo utilizado.

TABLA 05:

DIMENSIÓN PROACTIVIDAD.

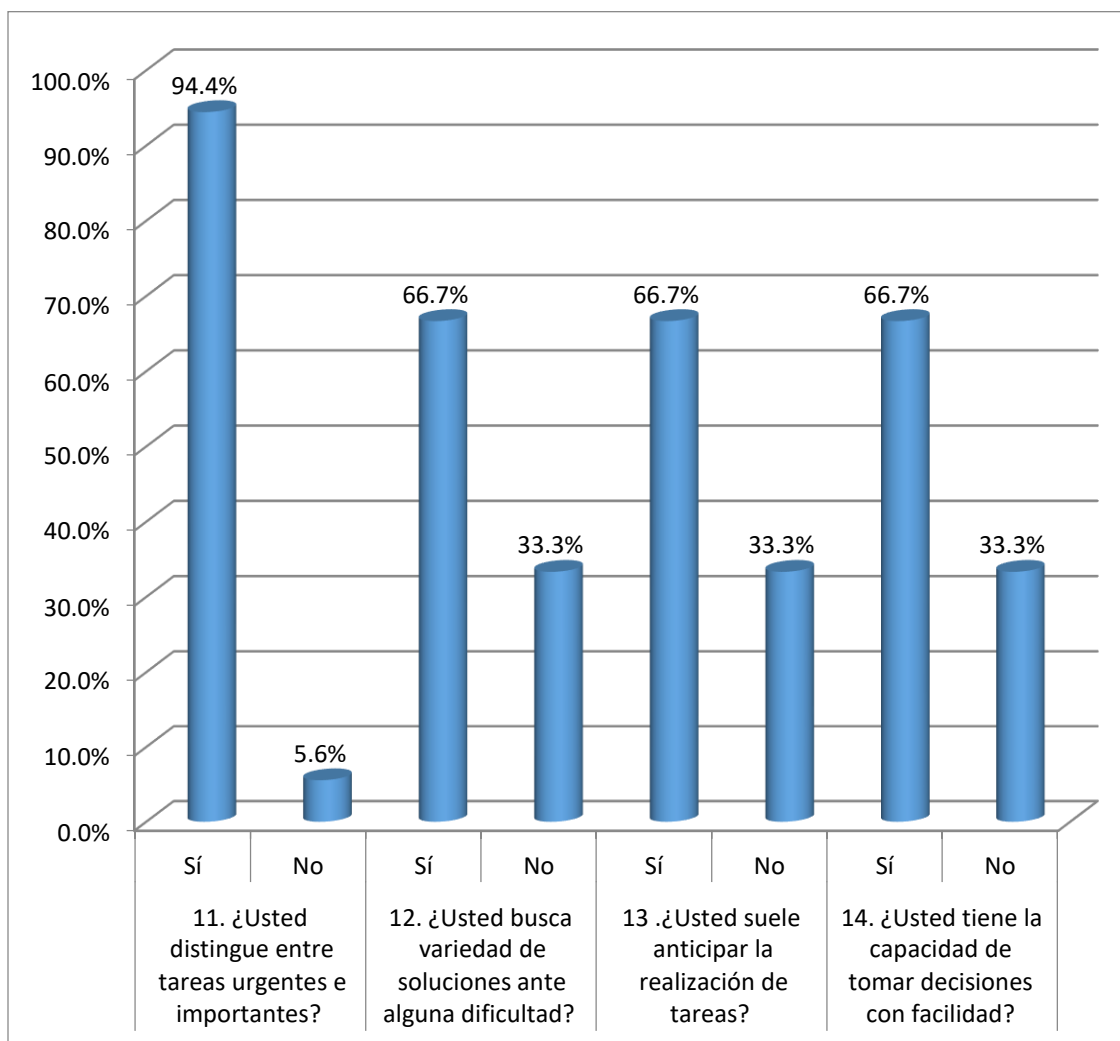
Preguntas	Alternativas	Recuento	% del N de columna
11. ¿Usted distingue entre tareas urgentes e importantes?	Sí	17	94,4%
	No	1	5,6%
12. ¿Usted busca variedad de soluciones ante alguna dificultad?	Sí	12	66,7%
	No	6	33,3%
13. ¿Usted suele anticipar la realización de tareas?	Sí	12	66,7%
	No	6	33,3%
14. ¿Usted tiene la capacidad de tomar decisiones con facilidad?	Sí	12	66,7%
	No	6	33,3%

Fuente: Encuesta aplicada

Autor: La tesista

FIGURA 05:

DIMENSIÓN PROACTIVIDAD.



Fuente: Tabla N°5

Autor: La tesista

Interpretación: En relación con la dimensión proactividad, un 94.4% manifestó que sí; distingue entre tareas urgentes e importantes, un 66.7% manifestó que sí; distingue entre tareas urgentes e importantes, un 66.7% manifestó que sí; suele anticiparse a la realización de las tareas, un 66.7% manifestó que sí; tiene la capacidad para tomar decisiones con facilidad. En conclusión, se tiene un concepto claro y definido de lo que es la proactividad en el trabajo.

TABLA 06:

DIMENSIÓN ORGANIZACIÓN DEL TIEMPO.

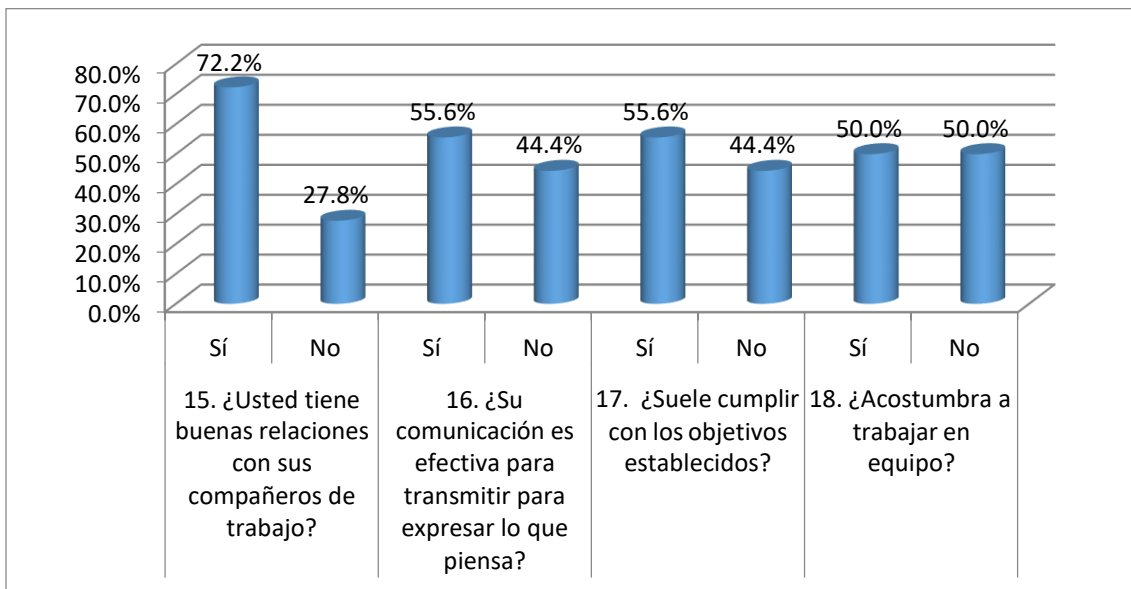
Pregunta	Alternativas	Recuento	% del N de columna
15. ¿Usted tiene buenas relaciones con sus compañeros de trabajo?	Sí	13	72,2%
	No	5	27,8%
16. ¿Su comunicación es efectiva para transmitir para expresar lo que piensa?	Sí	10	55,6%
	No	8	44,4%
17. ¿Suele cumplir con los objetivos establecidos?	Sí	10	55,6%
	No	8	44,4%
18. ¿Acostumbra a trabajar en equipo?	Sí	9	50,0%
	No	9	50,0%

Fuente: Encuesta aplicada

Autor: La tesista

FIGURA 06:

DIMENSIÓN ORGANIZACIÓN DEL TIEMPO.



Fuente: Tabla N°6

Autor: La tesista

Interpretación: En relación con la dimensión organización del tiempo, un 72.2% manifestó que sí; tiene buenas relaciones con sus compañeros de trabajo, un

55.6% manifestó que sí; la comunicación es efectiva para transmitir para expresar lo que piensa, un 55.6% manifestó que sí; cumple con los objetivos establecidos, cumplir con los objetivos establecidos, un 50.0% manifestó que sí; acostumbra a trabajar en equipo.

VARIABLE DEPENDIENTE: CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE

TABLA 07:

DIMENSIÓN FIABILIDAD

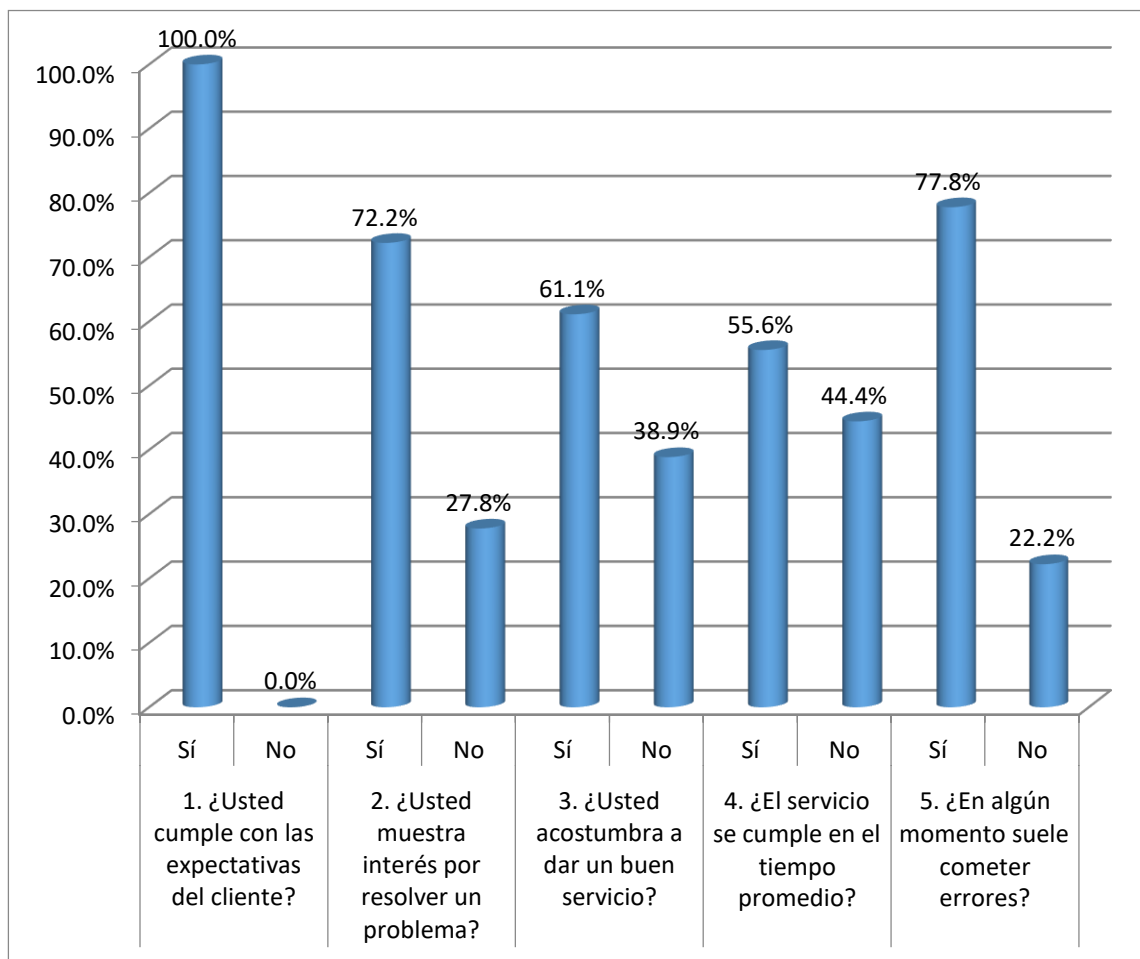
Preguntas	Alternativas	Recuento	% del N de columna
1. ¿Usted cumple con las expectativas del cliente?	Sí	18	100,0%
	No	0	0,0%
2. ¿Usted muestra interés por resolver un problema?	Sí	13	72,2%
	No	5	27,8%
3. ¿Usted acostumbra a dar un buen servicio?	Sí	11	61,1%
	No	7	38,9%
4. ¿El servicio se cumple en el tiempo promedio?	Sí	10	55,6%
	No	8	44,4%
5. ¿En algún momento suele cometer errores?	Sí	14	77,8%
	No	4	22,2%

Fuente: Encuesta aplicada

Autor: La tesista

FIGURA 07:

DIMENSIÓN FIABILIDAD



Fuente: Tabla N°7

Autor: La tesista

Interpretación: En relación con la dimensión fiabilidad, un 100.0% manifestó que sí; se cumple con las expectativas del cliente, un 77.8% manifestó que sí; en algún momento suele cometer errores, un 72.2% manifestó que sí; se cumple con las expectativas del cliente, un 61.1% manifestó que sí; acostumbra a dar un buen servicio, un 55.6% manifestó que sí; el servicio se cumple en el tiempo promedio. En promedio la percepción acerca de la fiabilidad del servicio en promedio es positiva.

TABLA 08:

DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA

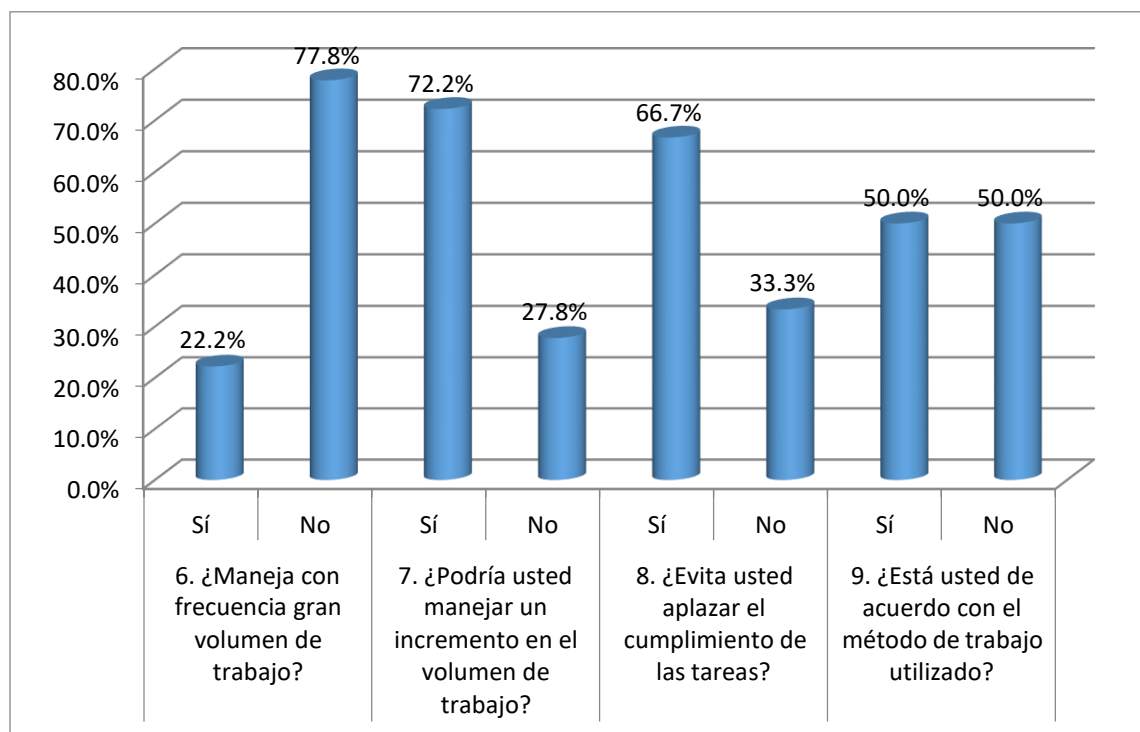
Preguntas	Alternativas	Recuento	% del N de columna
6. ¿Maneja con frecuencia gran volumen de trabajo?	Sí	4	22,2%
	No	14	77,8%
7. ¿Podría usted manejar un incremento en el volumen de trabajo?	Sí	13	72,2%
	No	5	27,8%
8. ¿Evita usted aplazar el cumplimiento de las tareas?	Sí	12	66,7%
	No	6	33,3%
9. ¿Está usted de acuerdo con el método de trabajo utilizado?	Sí	9	50,0%
	No	9	50,0%

Fuente: Encuesta aplicada

Autor: La tesista

FIGURA 08:

DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA.



Fuente: Tabla N°8

Autor: La tesista

Interpretación: En relación con la dimensión capacidad de respuesta, un 100.0% manifestó que sí; se cumple con las expectativas del cliente, un 77.8% manifestó que no; se maneja con frecuencia gran volumen de trabajo, un 72.2% manifestó que sí; podría usted manejar un incremento en el volumen de trabajo, un 66.7% manifestó que sí; evita aplazar el cumplimiento de las tareas, un 50.0% manifestó que sí; está usted de acuerdo con el método de trabajo utilizado. Se tiene que en promedio la percepción acerca de la capacidad de respuesta es positiva.

TABLA 09:

DIMENSIÓN SEGURIDAD

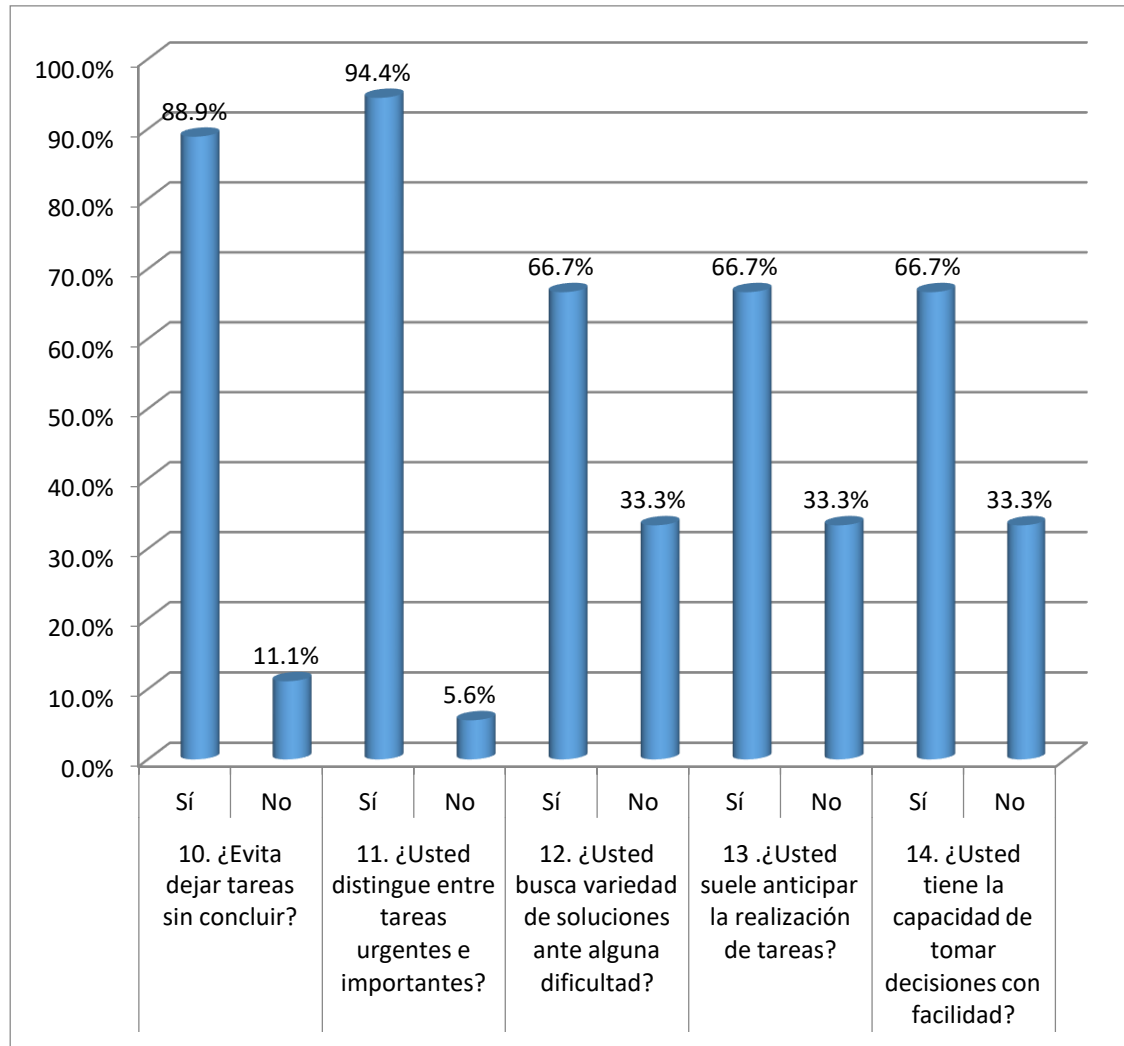
Preguntas	Alternativas	Recuento	% del N de columna
10. ¿Evita dejar tareas sin concluir?	Sí	16	88,9%
	No	2	11,1%
11. ¿Usted distingue entre tareas urgentes e importantes?	Sí	17	94,4%
	No	1	5,6%
12. ¿Usted busca variedad de soluciones ante alguna dificultad?	Sí	12	66,7%
	No	6	33,3%
13. ¿Usted suele anticipar la realización de tareas?	Sí	12	66,7%
	No	6	33,3%
14. ¿Usted tiene la capacidad de tomar decisiones con facilidad?	Sí	12	66,7%
	No	6	33,3%

Fuente: Encuesta aplicada

Autor: La tesista

FIGURA 09:

DIMENSIÓN SEGURIDAD.



Fuente: Tabla N°9
Autor: La tesista

Interpretación: En relación con la dimensión seguridad, un 94.4% manifestó que sí; distingue entre tareas urgentes e importantes, un 88.6% dijo que sí; evita dejar tareas sin concluir, un 66.7% manifestó que sí; busca variedad de soluciones ante alguna dificultad, un 66.7% manifestó que sí; suele anticipar la realización de tareas un 66.7% manifestó que sí; tiene la capacidad de tomar decisiones con facilidad.

TABLA 10:

DIMENSIÓN EMPATÍA

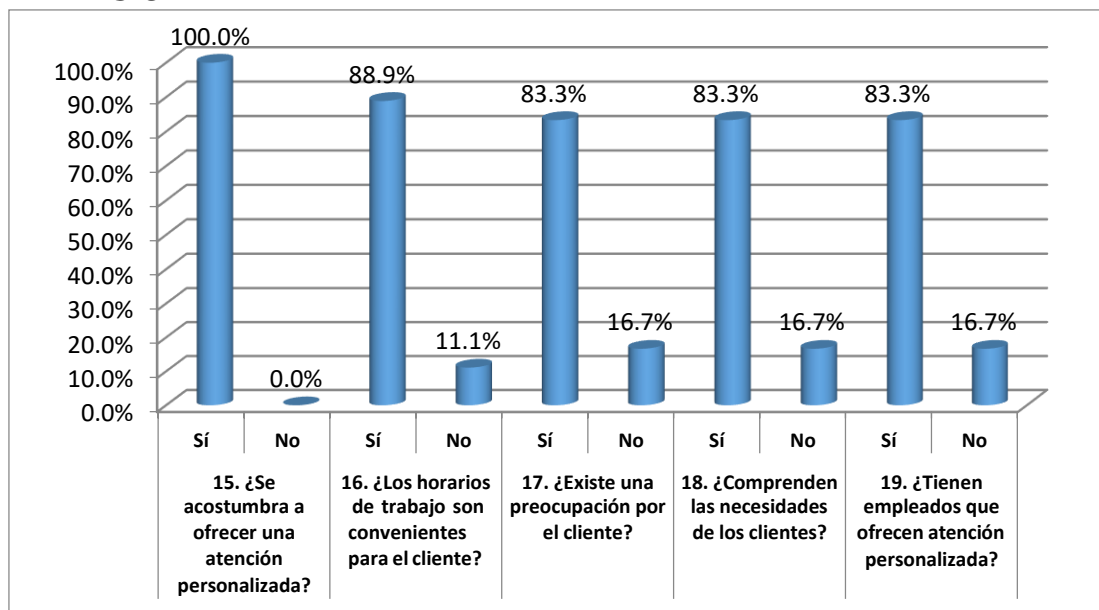
Preguntas	Alternativas	Recuento	% del N de columna
10. ¿Evita dejar tareas sin concluir?	Sí	16	88,9%
	No	2	11,1%
11. ¿Usted distingue entre tareas urgentes e importantes?	Sí	17	94,4%
	No	1	5,6%
12. ¿Usted busca variedad de soluciones ante alguna dificultad?	Sí	12	66,7%
	No	6	33,3%
13. ¿Usted suele anticipar la realización de tareas?	Sí	12	66,7%
	No	6	33,3%
14. ¿Usted tiene la capacidad de tomar decisiones con facilidad?	Sí	12	66,7%
	No	6	33,3%

Fuente: Encuesta aplicada

Autor: La tesista

FIGURA 10:

DIMENSIÓN EMPATÍA



Fuente: Tabla N°10

Autor: La tesista

Interpretación: En relación con la dimensión empatía, un 94.4% manifestó que sí; se acostumbra a ofrecer una atención personalizada, un 88.9% manifestó que sí; los horarios de trabajo son convenientes para el cliente, un 83.3% manifestó que sí; existe una preocupación por el cliente, un 83.3. % manifestó que sí; comprenden las necesidades de los clientes, un 83.3% manifestó que sí; se tiene empleados que ofrecen atención personalizada.

4.3. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS

4.3.1. TRATAMIENTO ESTADÍSTICO E INTERPRETACIÓN DE DATOS Y TABLAS

Se tiene que el nivel de significancia fue del orden del 0.05 en otras palabras $\alpha=0.05$. Entonces se tiene que para todo valor de probabilidad igual o menor que 0.05, se acepta H_a y se rechaza H_0 . Zona de rechazo:

En el proceso de comprobación de la hipótesis general y las específicas se usó la técnica chi cuadrado, utilizándose para tal efecto las dimensiones de la variable independiente y se procedió a relacionarlas con la variable dependiente y con ello al desarrollo de este proceso.

COMPROBACIÓN DE HIPOTESIS SECUNDARIAS

HIPÓTESIS SECUNDARIA 1

Hipótesis nula (H_0): No existe incidencia significativa entre la percepción del tiempo y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.

Hipótesis alternativa (H₁): Existe incidencia significativa entre la percepción del tiempo y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.

TABLA 11:

CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE SEGÚN PERCEPCIÓN DEL TIEMPO

			CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE		Total
			Sí	No	
PERCEPCIÓN DEL TIEMPO	Sí	N°	142	37	179
		%	92.2%	38.1%	71.3%
	No	N°	12	60	72
		%	7.8%	61.9%	28.7%
Total		N°	10	97	251
		%	100,0%	100.0%	100.0%

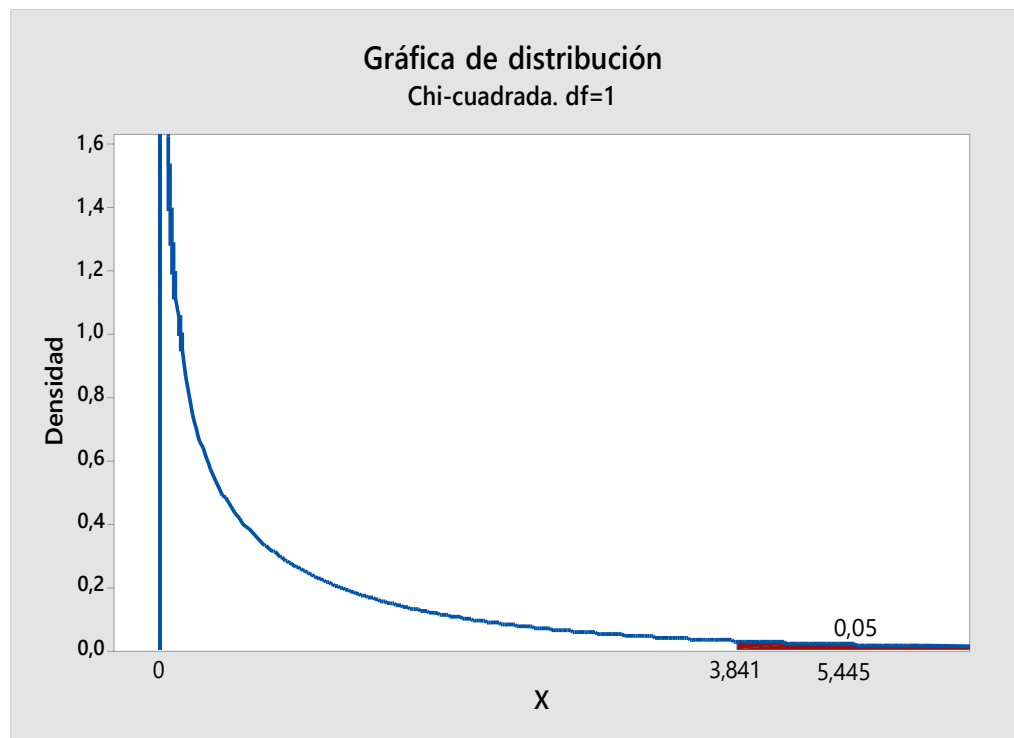
TABLA 12:

PRUEBA CHI CUADRADO-HIPÓTESIS SECUNDARIA 1

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	5,445	1	.000
N de casos válidos	18		

Se ha logrado el siguiente valor del chi-calculado $X^2= 5.445$ y considerando el estadístico de prueba $\chi^2 =5.445 >3.841$, se logra rechazar hipótesis nula, y al contrastar con el del valor-p es .020 es menor que 0.05.

FIGURA 11:
GRÁFICO DEL CHI CUADRADO HIPÓTESIS SECUNDARIA N°1



Fuente: Tabla N°12
Autor: La I tesista

Se procedió a utilizar un nivel de significancia $\alpha=0.05$, el valor crítico de de la distribución chi-cuadrada con $(2-1) (2-1) = 1$ grado de libertad $=\text{INV.CHICUAD.CD}(0.05;1)$ es de 3.841.

Esto quiere decir que existe incidencia significativa entre la percepción del tiempo y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.

HIPÓTESIS SECUNDARIA 2

Hipótesis nula (H₀): No existe incidencia significativa entre la simplificación de los procesos y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.

Hipótesis alternativa (H₁): Existe incidencia significativa entre la simplificación de los procesos y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.

TABLA 13:

CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE SEGÚN SIMPLIFICACIÓN DE LOS PROCESOS.

			CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE		Total
			Sí	No	
SIMPLIFICACIÓN DE LOS PROCESOS	Sí	Nº	9	3	12
		%	90,0%	37,5%	66,7%
	No	Nº	1	5	6
		%	10,0%	62,5%	33,3%
Total		Nº	10	8	18
		%	100,0%	100,0%	100,0%

TABLA 14:

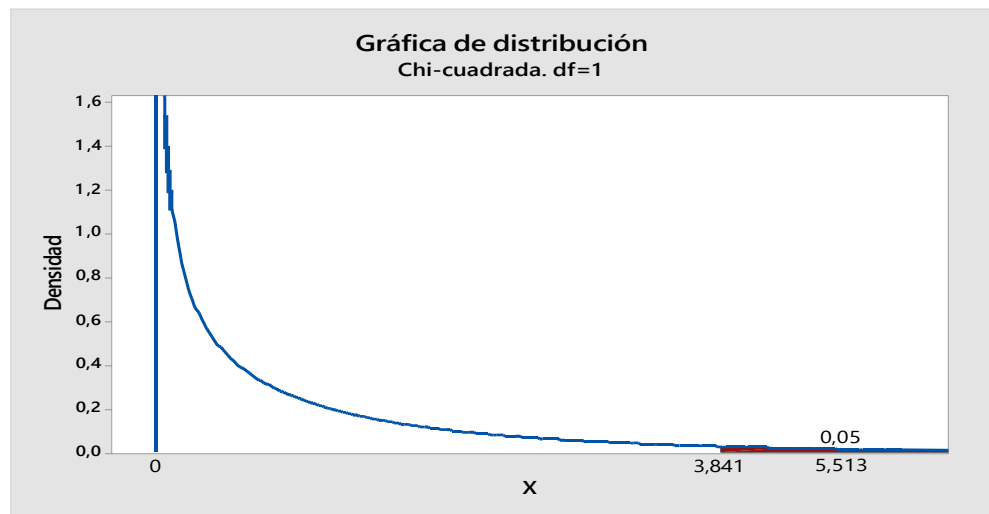
PRUEBA CHI CUADRADO HIPÓTESIS SECUNDARIA 2.

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	5,513	1	,019
N° de casos válidos	18		

Se ha logrado el siguiente valor del chi-calculado $X^2= 5.513$ y que el estadístico de prueba nos arroja $\chi^2 =5.445 >5.513$, se rechaza hipótesis nula, y al contrastar con el del valor-p es .020 es menor que 0.05.

FIGURA 12:

GRÁFICO DEL CHI CUADRADO HIPOTESIS SECUNDARIA N°2



Fuente: Tabla N°14
Autor: La I tesista

Al hacer uso de un nivel de significancia $\alpha=0.05$, el valor crítico de la distribución chi-cuadrado con $(2-1) \times (2-1)= 1$ grado de libertad $=\text{INV.CHICUAD.CD}(0.05;1)$ es de 3.84 y que el punto de referencia es del $\chi^2 =120.949 >3.84$, se rechaza hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Esto quiere decir que existe incidencia significativa entre la percepción del tiempo y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.

HIPÓTESIS SECUNDARIA 3

Hipótesis nula (H₀): No existe incidencia significativa entre la proactividad y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.

Hipótesis alternativa (H₁): Existe incidencia significativa entre la la proactividad y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.

TABLA 15:

CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE SEGÚN PROACTIVIDAD

			CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE		Total
			Sí	No	
ORGANIZACIÓN DEL TIEMPO	Sí	N°	8	2	10
		%	80,0%	25,0%	55,6%
	No	N°	2	6	8
		%	20,0%	75,0%	44,4%
Total		N°	10	8	18
		%	100,0%	100,0%	100,0%

TABLA 16:

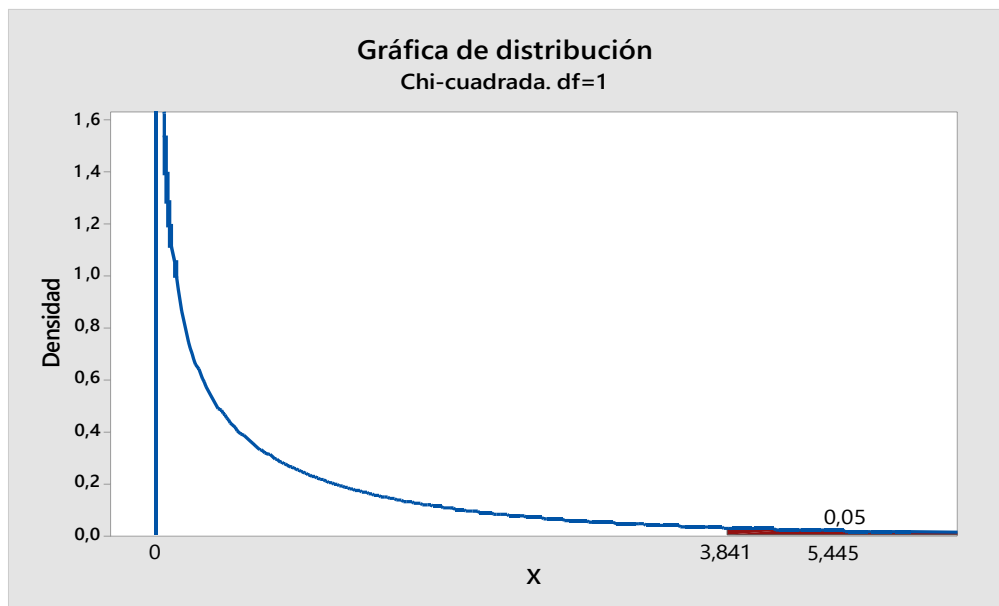
PRUEBA CHI CUADRADO-HIPÓTESIS SECUNDARIA 3

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	14,318	1	,000
N° de casos válidos	18		

Teniendo en consideración que el valor X^2 hallado está comprendido entre los valores y la probabilidad asociada ($p < 0.05$), este valor se halla en la región de rechazo; en consecuencia.

FIGURA 13:

GRÁFICO DEL CHI CUADRADO HIPOTESIS SECUNDARIA N°3



Fuente: Tabla N°16
Autor: La I tesista

Se tuvo presente que nivel de significancia $\alpha=0.05$, el valor crítico de la distribución chi-cuadrada con $(2-1) (2-1) = 1$ grado de libertad $=\text{INV.CHICUAD.CD}(0.05;1)$ es de 3.841.

Si el valor X^2 hallado está comprendido entre los valores y la probabilidad se asocia ($p < 0.05$), el valor se ubica en la región de rechazo; por lo tanto, no se acepta la H_0 y se acepta la H_1 .

Ello nos indica que existe incidencia significativa entre la organización del tiempo y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.

HIPÓTESIS SECUNDARIA 4

Hipótesis nula (H_0): No existe incidencia significativa entre la organización del tiempo y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.

Hipótesis alternativa (H_1): Existe incidencia significativa entre la organización del tiempo y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.

TABLA 17:

CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE SEGÚN PROACTIVIDAD

			CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE		Total
			Sí	No	
ORGANIZACIÓN DEL TIEMPO	Sí	N°	8	2	10
		%	80,0%	25,0%	55,6%
	No	N°	2	6	8
		%	20,0%	75,0%	44,4%
Total		N°	10	8	18
		%	100,0%	100,0%	100,0%

Al usar un nivel de significancia $\alpha=0.05$, el valor crítico de la cola superior de la distribución chi-cuadrada con $(2-1) (2-1) = 1$ grado de libertad $=\text{INV.CHICUAD.CD}(0.05;1)$ es de 3.841

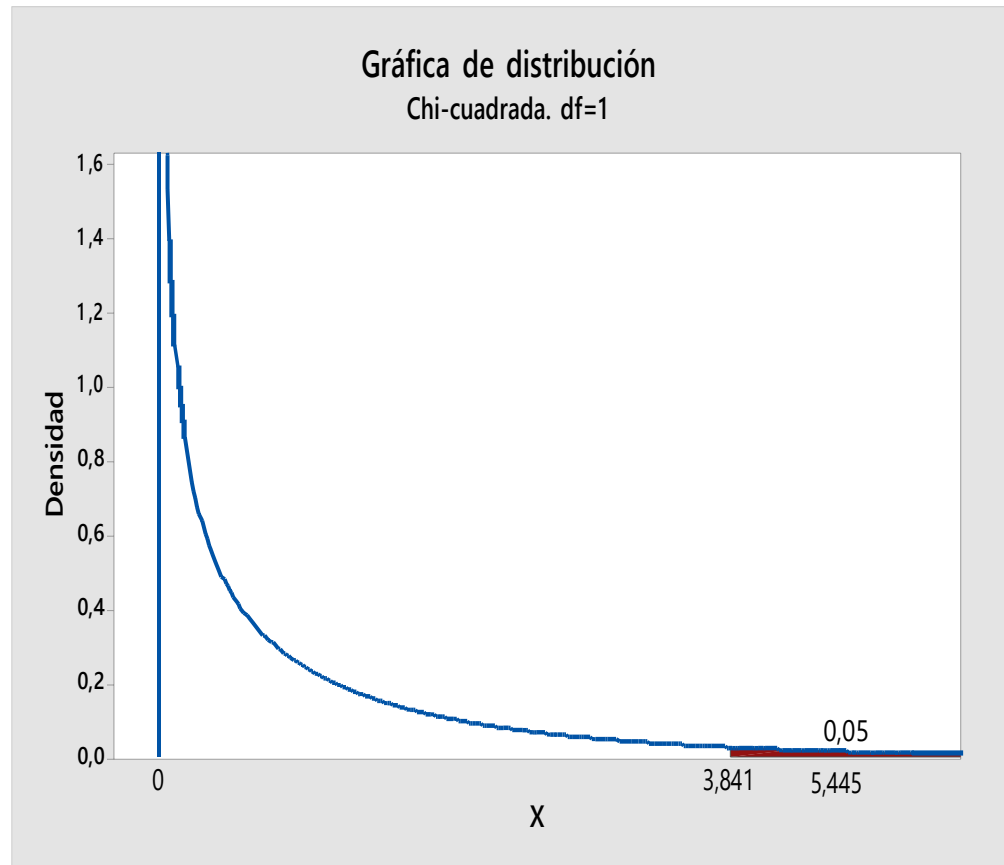
TABLA 18:

PRUEBA CHI CUADRADO HIPÓTESIS SECUNDARIA 4.

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	5,445	1	,020
N° de casos válidos	18		

FIGURA 14:

GRÁFICO DEL CHI CUADRADO HIPOTESIS SECUNDARIA N°4



Fuente: Tabla N°18
Autor: La tesista

Se tiene que el valor X^2 establecido está comprendido entre los valores y la probabilidad se asocia ($p < 0.05$), este valor se encuentra en la región de rechazo; se concluye que, no se acepta la H_0 y se acepta la H_1 .

Esto nos dice que existe incidencia significativa entre la organización del tiempo y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.

COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL

Hipótesis nula (H₀): No existe incidencia significativa entre la optimización del tiempo y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.

Hipótesis alternativa (H₁): Existe incidencia significativa entre la optimización del tiempo y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.

TABLA 19:

CAPTACIÓN DE CLIENTES SEGÚN ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN.

			CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE		Total
			Sí	No	
OPTIMIZACIÓN DEL TIEMPO	Sí	N°	7	0	7
		%	70,0%	0,0%	38,9%
	No	N°	3	8	11
		%	30,0%	100,0%	61,1%
Total		N°	10	8	18
		%	100,0%	100,0%	100,0%

Se procedió a usar un nivel de significancia $\alpha=0.05$, el valor crítico de de la distribución chi-cuadrado con $(2-1) \times (2-1)= 1$ grado de libertad $=\text{INV.CHICUAD.CD}(0.05;1)$ es de 3.84 y que el estadístico de referencia $\chi^2=120.949 > 3.84$, se rechaza hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

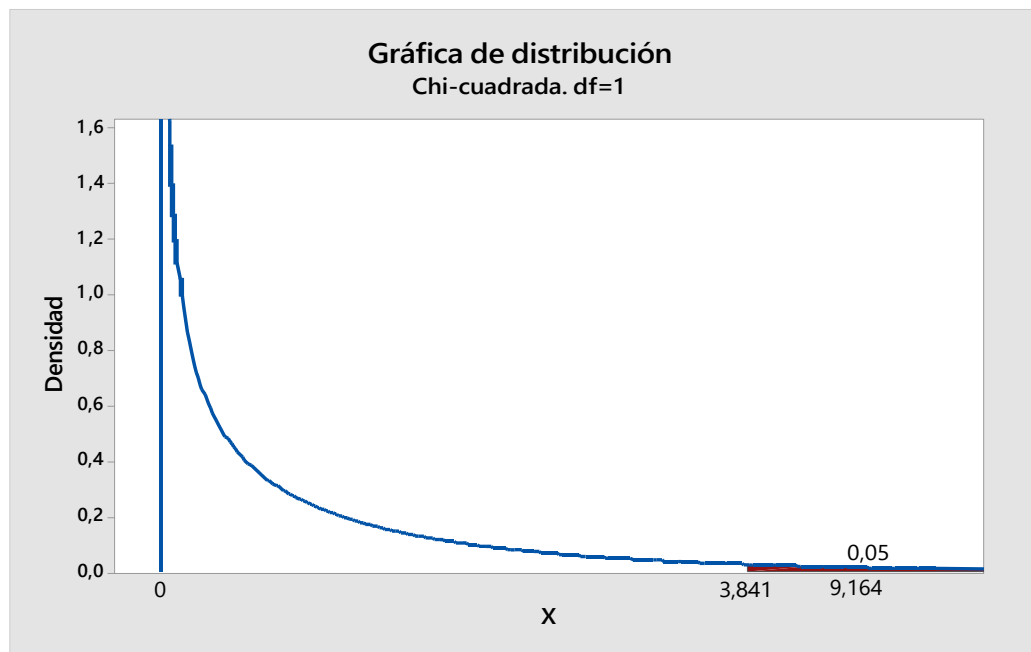
TABLA 20:

PRUEBA CHI CUADRADO HIPOTESIS GENERAL

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	9,164	1	,002
N° de casos válidos	18		

FIGURA 15:

GRÁFICO DEL CHI CUADRADO HIPOTESIS GENERAL



Fuente: Tabla N°20

Autor: La tesista

Entonces el valor X^2 obtenido se encuentra entre los valores y la probabilidad asociada ($p < 0.05$), este valor se halla en la región de rechazo; en consecuencia, no se acepta la H_0 y se acepta la H_1 .

Este enunciado nos manifiesta que existe incidencia significativa entre la optimización del tiempo y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.

CAPÍTULO VI

DISCUSIÓN

5.1. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El propósito del estudio fue: Determinar como la optimización del tiempo incide en la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018. En el desarrollo del estudio se estudiaron algunas dimensiones como la percepción del tiempo, llegándose a determinar que es imprescindible establecer los tiempos en el desarrollo de las actividades además de tratar de limitar las interrupciones en el desarrollo de su trabajo. También se evidencio que es importante diseñar métodos de trabajo que vayan en relación con las necesidades de los empleados para desarrollar su trabajo. Además, es necesario desarrollar la capacidad para tomar decisiones en el momento que se presentan objeciones o problemas de atención al cliente.

Según Vílchez, J. (2012). Nos platica que las mejoras a ser aplicadas establecen la eliminación de todas aquellas funciones que no logran generar valor para el cliente y además la sistematización de todas actividades

mecánicas que han quedado en desuso, y que son fuentes de error, perdiéndose valioso tiempo en ejecutar el proceso y lo que genera es la insatisfacción por parte del cliente. con la implementación de estas mejoras, se pudo validar el proceso que fue mejorado a nivel de simulación, y se pudo apreciar el nuevo valor sigma del proceso.

Para Negrete, J. y Valverde, H. (2016). Nos comenta que se realizó algunos cambios, en la etapa de diseño, incrementando las actividades que generan valor y trasladando las otras etapas posteriores. Es así que todos los tiempos de las actividades se mantuvieron igual, las únicas excepciones fueron la definición de equipos médicos (se dividió en dos etapas) y obra (depende de la cantidad de adicionales).

Del Salto, E. (2014). nos manifiesta que el usuario final considera como correcta donde se ubica el área Médica en un 92,1% (p 0,037), en el mismo sentido que lo accesible del mismo en el 54,7% (p 0,041). Esta situación es visto en el Área Médica del Esmil como un tipo de comunicación clara y muy razonable al interesado en relación con la secuencia de procedimientos o los trámites para poder acceder a una atención en el área de consulta externa y que esta percepción fue catalogada como algunas veces en un 56%, lo que demuestra también un nivel de satisfacción medio en este estudio.

CONCLUSIONES

1. Existe incidencia significativa entre la optimización del tiempo y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018. Lo que se establece al procesar las variables de estudio haciendo el uso del CHI cuadrado, considerando un grado de libertad de 1 y un estadístico de prueba de 3.841, se logró el valor de 9.164, lo que demuestra que existe una relación significativa, también que el valor $p=0.05$, al ser menor a 0.002, se prueba la hipótesis planteada
2. Existe incidencia significativa entre la percepción del tiempo y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018. Lo que se establece al procesar las variables de estudio haciendo el uso del CHI cuadrado, considerando 1 grado de libertad y un estadístico de prueba de 3.841, se logró un valor de 5.445., lo que lo nos indica que existe una incidencia significativa, también, que el valor $p=0.05$, al ser menor a 0.000 se prueba la hipótesis establecida.
3. Existe incidencia significativa entre la simplificación de los procesos y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018. Lo que se establece al procesar las variables de estudio haciendo el uso del CHI cuadrado, teniendo 1 grado de libertad y y un estadístico de prueba de 3.841, se logró un valor de 5.513, lo que nos indica que existe una incidencia significativa, también, que el valor $p=0.05$, al ser menor a 0.019 se prueba la hipótesis en mención.
4. Existe incidencia significativa entre la proactividad y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018. Lo que se establece al procesar las variables de estudio haciendo el uso del CHI cuadrado, considerando 1 grado de libertad y

un valor de límite de 3.841, se obtuvo un valor de 14.318., lo que nos indica que existe una incidencia significativa, también, que el valor $p=0.05$, al ser menor a 0.000 se prueba la hipótesis en mención.

5. Existe incidencia significativa entre la organización del tiempo y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018. Ello se comprueba al relacionar las variables en estudio mediante el uso de la prueba del CHI cuadrado, teniendo 1 grado de libertad y un valor de límite de 3.841, se logró un valor de 5.445., lo que nos indica que existe una incidencia significativa, también, que el valor $p=0.05$, al ser menor a 0.020 se prueba la hipótesis establecida.

RECOMENDACIONES

1. Perfeccionar la optimización del tiempo, para lograr ello es importante tener una mejor percepción del tiempo para eso los empleados deben distribuir su tiempo y establecer tiempos promedio en la atención al cliente, también es importante la concentración cuando se brinda el servicio al cliente, al igual que la simplificación de los procesos, y con ello se deben de establecer métodos eficientes de trabajo. además, es importante desarrollar la proactividad, donde se logre mejorar la capacidad en la respuesta del asesor de servicio y la capacidad para tomar decisiones.
2. Perfeccionar la percepción del tiempo, para ello es importante tener en cuenta las actividades a las cuales destina su tiempo, reforzar el establecimiento en la realización de las tareas, además es importante evitar interrupciones en el desarrollo de las tareas.
3. Perfeccionar la simplificación de los procesos, para ello es importante, definir los métodos adecuados para realizar las diferentes actividades relacionadas con el cargo, evitar postergar actividades importantes por aquellas que no generan valor al servicio, además es importante no dejar tareas sin concluir.
4. Perfeccionar la proactividad entre los colaboradores, para ello es importante que se dote de las herramientas adecuadas en el desarrollo de sus funciones, también es preparar al empleado para que tome decisiones cuando el problema se presenta además de desarrollar la capacidad de tener una variedad de soluciones ante alguna dificultad en la atención al público.
5. Perfeccionar la aplicación de la organización del tiempo, para ello es importante desarrollar la comunicación efectiva para transmitir y expresar lo que se piensa y aparte de considerar algunas sugerencias de los empleados, también es importante mejorar el cumplimiento de los objetivos, además de lograr

concientizar a los empleados lo importante que es desarrollar el trabajo en equipo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BIBLIOGRÁFICAS

Andonaire, J. (2015). En la investigación titulada: *“Percepción de la calidad de atención por el usuario externo del servicio de emergencia del Hospital Regional Ii - 2 de Tumbes, 2015”*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Autónoma de Chincha. Chincha.

Casma, C. (2018). En la investigación titulada: *“Marketing mix y su relación con la calidad de servicio de la empresa Cicdesi SAC distrito Ica, 2018”*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Autónoma de Ica. Chincha.

Del Salto, Edgar (2014). En la investigación titulada: *“Evaluación de la calidad de atención y satisfacción del usuario que asiste a la consulta en el departamento médico del Instituto Nacional Mejía en el periodo 2012.”* (Tesis de Maestría). Universidad Central del Ecuador. Ecuador.

Guillermo, B. (2013). En la investigación titulada: *“Calidad de atención en el control prenatal en gestantes atendidas en el Centro de Salud la Tinguña, Ica, marzo 2013”*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Alas Peruanas. Ica.

Hernández, J. (2008). En la investigación titulada: *“Satisfacción de los pacientes con la calidad de atención de enfermería postoperatoria en el Servicio de Cirugía del Hospital "Santa María del Socorro" de Ica, 2006”*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica. Ica.

Luyo, D. (2014). En la investigación titulada: *“Optimización de tiempos mediante estudio de trabajo para la mejora de productividad de servicio de mantenimiento de la Empresa DIMEX CORPORATION S.A”, distrito Puente Piedra, año 2014”*. (Tesis de Maestría). Universidad Cesar Vallejo. Lima.

- Maggi, W. (2018). En la investigación titulada: *“Evaluación de la calidad de la atención en relación con la satisfacción de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica Hospital General de Milagro”*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Ecuador.
- Negrete, J. y Valverde, H. (2016). En la investigación titulada: *“Propuesta de optimización del tiempo y costos para mejorar nivel de servicio en una cadena de suministros Eto”*. (Tesis de Maestría). Universidad San Ignacio de Loyola. Lima.
- Neme, J. (2014). En la investigación titulada: *“Optimización de tiempos del proceso de gestión de desempeño del aeropuerto de Santiago”*. (Tesis de Licenciatura). Universidad de Chile. Chile.
- Patín, G. y Caguana, M. (2016). En la investigación titulada: *“Optimización de tiempos de producción en la construcción de la carrocería de bus urbano CAPOLI IX TREE en la empresa Carrocerías Mega Santacruz de la ciudad de Ambato”*. Universidad Técnica de Ambato. Ecuador.
- Pérez, C. (2014). En la investigación titulada: *“La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa Restaurante Campestre S.A.C. - Chiclayo periodo enero a septiembre 2011 y 2012”*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo.
- Ramírez, W. (2017). En la investigación titulada: *“Influencia de la calidad de atención en la satisfacción de los usuarios de la municipalidad distrital de Pueblo Nuevo, Provincia de Chíncha, Región Ica, año 2016”*. (Tesis de Licenciatura). Universidad San Juan Bautista. Chíncha.

Ruiz, R. (2017). En la investigación titulada: *“Calidad de atención al cliente y el nivel de satisfacción del usuario externo en el Hospital ESSALUD II, Tarapoto, San Martín – 2016”*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Cesar Vallejo. Lima.

Soler, V. (2016). En la investigación titulada: *“Optimización en tiempo real del modo de operación de un abastecimiento de agua mediante técnicas metaheurísticas. aplicación a la red de suministro a Valencia y su área metropolitana”*. (Tesis Doctoral). Universidad Politécnica de Valencia.

Vílchez, J. (2012). En la investigación titulada: *“Optimización del del tiempo en el proceso de atención de los clientes del Centro Oftalmológico “Buena Visión”, de la ciudad de Cajamarca”*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada del Norte. Lima.

PÁGINAS WEB

Aiteco.com (2018). El Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio - Aiteco Consultores ...

Álvarez, C. (2016). EL CUESTIONARIO - Nodo50.disponible en: <https://www.nodo50.org/sindpitagoras/Likert.htm>.

Cantoni, N. (2009). Técnicas de muestreo y determinación del tamaño de la muestra en ...disponible en: https://www.sai.com.ar/metodologia/rahycs/rahycs_v7_n2_06.htm.

Cashlogy.com (2016). ¿Por qué es importante reducir el tiempo de espera de nuestros ...Disponible en: <https://www.lifeder.com> › Ciencia?

Fernández, J. (2009). Calidad en la atención al cliente - Slideshare. Disponible en: <https://es.slideshare.net/jcfdezmxvtas/calidad-en-la-atencin-al-cliente>.

Galán, M. (2008). Manuelito Investigador - metodología de la investigación. Disponible en: manuelgalan.blogspot.com/2008_05_25_archive.html.

Game-learn.com (2016). La importancia de la gestión del tiempo para tu satisfacción laboral y. disponible en: <https://www.game-learn.com> › Inicio › Gestión del Tiempo y Productividad.

Güerci, I. (2016). ¿Por qué es importante la calidad en la Atención al Cliente? Disponible en: www.calidad.sceu.frba.utn.edu.ar/.../78-por-que-es-importante-la-calidad-en-la-atenci...

Gutiérrez, L. (2017). IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE. Disponible en: <https://blog.elinsignia.com> › Escuela de Negocios.

Jumeirashoes.com (2016). Características de una buena atención al cliente - Jumeira shoes. Disponible en: www.jumeirashoes.com/caracteristicas-buena-atencion-al-cliente/

Laboris.net (2010). Gestión del tiempo: claves para optimizar el tiempo de trabajo. disponible en: https://www.lectiva.com/noticias/lb-empleo-ca_dia_optimizar-tiempo.htm

Lectiva.com (2016). Gestión del tiempo: claves para optimizar el tiempo de trabajo https://www.lectiva.com/noticias/lb-empleo-ca_dia_optimizar-tiempo.htm

Linares, I. (2015). Administración del Tiempo. Disponible en: www.itlinares.edu.mx/...%20ADMINISTRACIÓN%20DEL%20TIEMPO/ADMINIST...

Martínez, C. (2014). Investigación Descriptiva: Tipos y Características - Lifeder. <https://www.aiteco.com> › Blog › Aprendizaje y Mejora

Marroquín, P. (2012). Confiabilidad y Validez de Instrumentos de investigación – UNE. Disponible en: Confiabilidad%20y%20Validez%20de%20Instrument...

Melara, M. (2017). La relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente. Disponible en: <https://marlonmelara.com/la-relacion-entre-calidad-de-servicio-y-satisfaccion-del-clien...>

Morgado, I. (2014). La percepción del tiempo | En las entrañas de la mente | SciLogs ...Disponible en: <https://www.investigacionyciencia.es/blogs/psicologia.../la-percepcin-del-tiempo-12083>

- Ochoa, C. (2015). Muestreo por conveniencia - Explorable.com. Disponible en: <https://explorable.com/es/muestreo-por-conveniencia>
- Peralta, X. (2016). La calidad en la atención al cliente - Pymerang.. Disponible en: <https://cashlogy.com/es/reducir-tiempo-espera-clientes/>
- Peralta, X. (2016). La calidad en la atención al cliente - Pymerang. Disponible en: www.pymerang.com/marketing-y-redes/612-la-calidad-en-la-atencion-al-cliente.
- Pérez, Y. (2015). Gestión del tiempo: claves para optimizar el tiempo de trabajo. disponible en: https://www.lectiva.com/noticias/lb-empleo-ca_dia_optimizar-tiempo.htm.
- Ponce, N. (2017). Optimización del tiempo laboral - Vive tu Empresa. Disponible en: www.vivetuempresa.com › Consejos y estrategias › Coaching.
- Questionpro.com (2016). ¿Qué es una encuesta? | QuestionPro. Disponible en: <https://www.questionpro.com/es/una-encuesta.html>.
- Stark, K. (2017). Objetivos de la atención al cliente - Evaluando CRM. Disponible en: <https://www.evaluandocrm.com/objetivos-la-atencion-al-cliente/>.
- Wordpress.com (2013). La importancia del tiempo en la empresa | Organizapymes. Disponible en: <https://organizapymes.wordpress.com/2013/.../la-importancia-del-tiempo-en-la-empre...>
- WorkMeter (2014). Beneficios de la optimización del tiempo – Workmeter. Disponible en: <https://es.workmeter.com/blog/bid/353272/Beneficios-de-la-optimizaci-n-del-tiempo>.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

“LA OPTIMIZACIÓN DEL TIEMPO Y LA CALIDAD DE ATENCIÓN EN EL ÁREA DE OPERACIONES DE LA ENTIDAD FINANCIERA CAJA AREQUIPA – AGENCIA, PARCONA, ICA, 2018”.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
<p>Problema Principal ¿En qué medida la optimización del tiempo incide en la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018?</p> <p>Problemas secundarios Problema secundario 1 ¿En qué medida la percepción del tiempo incide en la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018?</p> <p>Problema secundario 2 ¿En qué medida la simplificación de los procesos incide en la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018?</p> <p>Problema secundario 3 ¿En qué medida la proactividad incide en la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018?</p> <p>Problema secundario 4 ¿En qué medida la organización del tiempo incide en la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018?</p>	<p>Objetivo general Determinar como la optimización del tiempo incide en la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.</p> <p>Objetivos específicos Objetivo específico 1 Determinar como la percepción del tiempo incide en la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018</p> <p>Objetivo específico 2 Determinar como la simplificación de los procesos incide en la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.</p> <p>Objetivo específico 3 Determinar como la proactividad incide en la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.</p> <p>Objetivo específico 4 Determinar como la organización del tiempo incide en la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.</p>	<p>Hipótesis general Existe incidencia significativa entre la optimización del tiempo y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.</p> <p>Hipótesis secundarias Hipótesis secundaria 1 Existe incidencia significativa entre la percepción del tiempo y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.</p> <p>Hipótesis secundaria 2 Existe incidencia significativa entre la simplificación de los procesos y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.</p> <p>Hipótesis secundaria 3 Existe incidencia significativa entre la proactividad y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.</p> <p>Hipótesis secundaria 4 Existe incidencia significativa entre la organización del tiempo y la calidad de atención al cliente, en el área de operaciones de la entidad financiera Caja Arequipa, Agencia Parcona, Ica, 2018.</p>	<p>Variable Independiente.</p> <p>Optimización del tiempo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Percepción del tiempo - Simplificación de los procesos - Proactividad - Organización del tiempo <p>Variable dependiente</p> <p>Calidad de atención al cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fiabilidad - Capacidad de Respuesta - Seguridad - Empatía 	<p>Tipo de Investigación: Aplicada.</p> <p>Nivel de Investigación: Descriptiva-correlacional.</p> <p>Método y Diseño de la Investigación:</p> <p>Método: Científico</p> <p>Diseño: Descriptivo</p> <p>Población y Muestra de Investigación:</p> <p>Población: 18 empleados</p> <p>Muestra: Muestreo no probabilístico por conveniencia</p> <p>Técnicas e Instrumentos de Investigación:</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p>



CUESTIONARIO SOBRE: La optimización del tiempo en el área de operaciones de la Entidad Financiera Caja Arequipa – Agencia, Parcona, Ica, 2018.

Sr. (a). Se le pide su colaboración en el presente estudio, la información tiene importancia para lograr la sustentación para un estudio de tipo académico y se le solicita dar su respuesta, siendo objetivo, se le recomienda marcar con una X, la respuesta usted desee. A continuación, a usted se le da dos alternativas, que son:

1. Si
2. No

PERCEPCIÓN DEL TIEMPO		Si	No
1	¿El tiempo es el adecuado para realizar sus actividades diarias?		
2	¿Está usted consiente de las funciones a las que destina su tiempo?		
3	¿Plantea sus tiempos para realizar sus tareas?		
4	¿Usted suele evitar las interrupciones en el desarrollo de sus actividades?		
5	¿Utiliza usted su experiencia para manejar los tiempos en los que realiza sus tareas?		
SIMPLIFICACIÓN DE LOS PROCESOS		Si	No
6	¿Maneja con frecuencia gran cantidad de trabajo?		
7	¿Podría usted manejar un aumento en el volumen de trabajo?		
8	¿Evita usted aplazar el cumplimiento de las tareas?		
9	¿Está usted de acuerdo con el método de trabajo utilizado?		
10	¿Evita dejar tareas sin concluir?		
PROACTIVIDAD		Si	No
10	¿Usted distingue entre tareas urgentes e importantes?		
11	¿Usted busca soluciones ante alguna dificultad?		
12	¿Usted suele anticipar la realización de tareas?		
13	¿Usted tiene la capacidad de tomar decisiones con facilidad?		
ORGANIZACIÓN DEL TIEMPO		Si	No
15	¿Usted tiene buenas relaciones con sus compañeros de trabajo?		
16	¿Su comunicación es efectiva?		
17	¿Suele cumplir con los objetivos establecidos?		
18	¿Acostumbra a trabajar en equipo?		

Fuente: Elaboración propia.

CUESTIONARIO SOBRE: La calidad de atención en el área de operaciones de la Entidad Financiera Caja Arequipa – Agencia, Parcona, Ica, 2018.

Estimado Sr. (a). Se le solicita su participación. Esta información sólo tiene validez Sr. (a). Se le pide su colaboración en el presente estudio, la información tiene importancia para lograr la sustentación para un estudio de tipo académico y se le solicita dar su respuesta, siendo objetivo, se le recomienda marcar con una X, la respuesta usted desee. A continuación, a usted se le da dos alternativas, que son:

1. Si y 2. No

FIABILIDAD.		Si	No
1	¿Usted cumple con las expectativas del cliente?		
2	¿Usted muestra interés por resolver un problema?		
3	¿Usted acostumbra a dar un buen servicio?		
4	¿El servicio se cumple en el tiempo promedio?		
5	¿En algún momento suele cometer errores?		
CAPACIDAD DE RESPUESTA		Si	No
6	¿Se le comunica el tiempo promedio de atención por cliente?		
7	¿Los empleados ofrecen un servicio rápido?		
8	¿Considera que los empleados están dispuestos a ayudar?		
9	¿Considera que los empleados están siempre ocupados en sus actividades?		
SEGURIDAD		Si	No
10	¿Considera que el comportamiento de los empleados es confiable?		
11	¿Considera que el cliente se siente seguro en esta institución financiera?		
12	¿Los empleados acostumbran a ser amables?		
13	¿Considera que los empleados son amables?		
14	¿Usted tiene conocimiento pleno de las actividades que realizan?		
EMPATIA		Si	No
15	¿Se acostumbra a ofrecer una atención personalizada?		
16	¿Los horarios de trabajo son convenientes para el cliente?		
17	¿Existe una preocupación por el cliente?		
18	¿Comprenden las necesidades de los clientes?		
19	¿Tienen empleados que ofrecen atención personalizada?		

Fuente: Elaboración propia.

Análisis de confiabilidad

	Medida de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1. ¿El tiempo es el adecuado para realizar sus actividades diarias?	46.11	48.810	-.117	.894
2. ¿Está usted consiente de las actividades a las que destina su tiempo?	45.89	44.693	.505	.884
3. ¿Establece sus tiempos para realizar sus tareas?	45.83	43.559	.668	.881
4. ¿Usted suele evitar las interrupciones en el desarrollo de sus actividades?	45.78	44.065	.586	.883
5. ¿Utiliza usted su experiencia para manejar los tiempos en los que realiza sus tareas?	45.94	46.291	.273	.889
6. ¿Maneja con frecuencia gran volumen de trabajo?	45.50	45.441	.469	.885
7. ¿Podría usted manejar un incremento en el volumen de trabajo?	46.00	44.588	.573	.883
8. ¿Evita usted aplazar el cumplimiento de las tareas?	45.94	43.703	.685	.881

9. ¿Está usted de acuerdo con el método de trabajo utilizado?	45.78	43.712	.640	.881
10. ¿Evita dejar tareas sin concluir?	46.17	46.029	.500	.885
11. ¿Usted distingue entre tareas urgentes e importantes?	46.22	48.418	-.044	.891
12. ¿Usted busca variedad de soluciones ante alguna dificultad?	45.94	44.173	.608	.882
13. ¿Usted suele anticipar la realización de tareas?	45.94	44.173	.608	.882
14. ¿Usted tiene la capacidad de tomar decisiones con facilidad?	45.94	43.938	.646	.881
15. ¿Usted tiene buenas relaciones con sus compañeros de trabajo?	46.00	43.882	.694	.881
16. ¿Su comunicación es efectiva para transmitir para expresar lo que piensa?	45.83	44.265	.559	.883
17. ¿Suele cumplir con los objetivos establecidos?	45.83	44.265	.559	.883
18. ¿Acostumbra a trabajar en equipo?	45.78	45.124	.426	.886
1. ¿Usted cumple con las expectativas del cliente?	46.28	48.330	0.000	.890
2. ¿Usted muestra interés por resolver un problema?	46.00	46.588	.243	.889

3. ¿Usted acostumbra a dar un buen servicio?	45.89	44.810	.487	.885
4. ¿El servicio se cumple en el tiempo promedio?	45.83	45.324	.399	.887
5. ¿En algún momento suele cometer errores?	46.06	43.820	.764	.880
6. ¿Se le comunica el tiempo promedio de atención por cliente?	45.67	47.412	.097	.893
7. ¿Los empleados ofrecen un servicio rápido?	46.00	47.765	.055	.893
8. ¿Considera que los empleados están dispuestos a ayudar?	46.17	48.735	-.113	.893
9. ¿Considera que los empleados están siempre ocupados en sus actividades?	45.83	47.088	.140	.892
10. ¿Considera que el comportamiento de los empleados es confiable?	46.17	47.559	.149	.890
11. ¿Considera que el cliente se siente seguro en esta institución financiera?	46.17	47.559	.149	.890
12. ¿Los empleados acostumbran a ser amables?	46.17	47.559	.149	.890
13. ¿Considera que los empleados son amables?	46.28	48.330	0.000	.890
14. ¿Usted tiene conocimiento pleno de las actividades que realizan?	46.28	48.330	0.000	.890

15. ¿Se acostumbra a ofrecer una atención personalizada?	46.28	48.330	0.000	.890
16. ¿Los horarios de trabajo son convenientes para el cliente?	46.17	46.618	.364	.887
17. ¿Existe una preocupación por el cliente?	46.11	44.928	.633	.883
18. ¿Comprenden las necesidades de los clientes?	46.11	44.928	.633	.883
19. ¿Tienen empleados que ofrecen atención personalizada?	46.11	44.928	.633	.883