



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Gestión de calidad y atención al cliente en la empresa Caja
Arequipa, Ica - 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTORES:

Canales Anicama, Vanesa del Carmen (orcid.org/0000-0002-6039-3964)

Portal Elizalde, Victor Martin (orcid.org/0000-0003-3706-1619)

ASESOR:

Dra. Calanchez Urribarri, Africa del Valle (orcid.org/0000-0002-9246-9927)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2023

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula	i
Dedicatorio	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenido	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	9
3.1. Tipo y diseño de investigación	9
3.2. Variables y operacionalización	10
3.3. Población, muestra y muestreo	11
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	12
3.5. Procedimientos	13
3.6. Método de análisis de datos	13
3.7. Aspectos éticos	14
IV. RESULTADOS	15
V. DISCUSIÓN	27
VI. CONCLUSIONES	31
VII. RECOMENDACIONES	33
REFERENCIAS	34
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1:	Variable Gestión de la Calidad	15
Tabla 2:	Dimensión Calidad de servicio	16
Tabla 3:	Dimensión Calidad de los procesos	17
Tabla 4:	Dimensión Calidad de la gestión humana	18
Tabla 5:	Variable Atención al cliente	19
Tabla 6:	Dimensión Relevancia	20
Tabla 7:	Dimensión Oportuna	21
Tabla 8:	Dimensión Permanencia	22
Tabla 9:	Correlación entre la gestión de calidad y la atención al cliente	23
Tabla 10:	Correlación entre la calidad de los servicios y la atención al cliente	24
Tabla 11:	Correlación entre la calidad de los procesos y la atención al cliente	25
Tabla 12:	Correlación entre la calidad de la gestión humana y la atención al cliente	26

Índice de figuras

	Pag.
Figura 1: Histograma de frecuencia de la variable Gestión de la Calidad	15
Figura 2: Histograma de frecuencia de la dimensión Calidad de servicio	16
Figura 3: Histograma de frecuencia de la dimensión Calidad de los procesos	17
Figura 4: Histograma de frecuencia de la dimensión Calidad de la gestión humana	18
Figura 5: Histograma de frecuencia de la variable Atención al cliente	19
Figura 6: Histograma de frecuencia de la dimensión Relevancia	20
Figura 7: Histograma de frecuencia de la dimensión Oportuna	21
Figura 8: Histograma del cruce de la dimensión Permanencia	22

Resumen

Dentro del mundo empresarial, la gestión de calidad y atención al cliente, son variables muy importantes para una entidad financiera que quiere llegar al éxito, es por ello que en el presente estudio se busca analizar si existe relación entre la gestión de calidad y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica 2022. La presente investigación fue del tipo aplicada, con diseño no experimental, descriptivo, correlacional, de corte transversal, del nivel descriptivo y correlacional. Además, se aplicó el estadígrafo Spearman mediante el programa SPSS versión 25, para conseguir los resultados de los dos cuestionarios correspondientes a las variables de estudio. Los resultados alcanzados en la hipótesis general, permite detallar que el coeficiente de correlación para ambas variables es de 0,116 y la significancia bilateral es de 0,000 lo que representa una correlación es positiva media; se concluyó que de acuerdo a Rho de Spearman la significancia bilateral es de 0,000 siendo menor a 0.05 esto permite establecer que existe una relación significativa de la gestión de calidad y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022

Palabras Clave: expectativas, fidelización, competencias, canales, asesoría.

Abstract

Within the business world, quality management and customer service are very important variables for a financial institution that wants to achieve success, which is why this study seeks to analyze whether there is a relationship between quality management and customer service. To the client of the company Caja Arequipa, from the city of ICA 2022. The present investigation was of the applied type, with a non-experimental, descriptive, correlational, cross-sectional design, at the descriptive and correlational level. In addition, the Spearman statistician was applied using the SPSS version 25 programs, to obtain the results of the two questionnaires corresponding to the study variables. The results achieved in the general hypothesis allow detailing that the correlation coefficient for both variables is 0.116 and the bilateral significance is 0.000, which represents a medium positive correlation; It was concluded that according to Spearman's Rho the bilateral significance is 0.000, being less than 0.05, this allows establishing that there is a significant relationship between quality management and customer service of the company Caja Arequipa, from the city of ICA, 2022.

Keywords: expectations, loyalty, skills, channels, adv

I. INTRODUCCIÓN

El mercado se ha vuelto muy competitivo hoy en día, considerando que las empresas deben aplicar diversas estrategias para seguir permaneciendo en la mente del consumidor. Es por ello que no solo basta con ofrecer un producto de calidad, sino que este deberá de ir acompañado de una correcta atención al cliente; pues los empresarios están gestionando todas sus actividades, cuyo fin es garantizar una administración de la calidad eficiente, que permita brindar al cliente satisfacción no solo con el producto, sino en la atención que le brinda a los consumidores.

De la Hoz (2019), indica que, considerando el sector financiero, se encuentra mayor tasa de inconvenientes y problemas por parte de los usuarios, ya que muchas veces no se recepciona de manera correcta las solicitudes o requerimiento por parte de los clientes, lo cual daña la imagen de la empresa.

Asimismo, Arévalo (2020), considera que es importante trabajar direccionado en el contento de los clientes, ya que existe una baja en la calidad que se les brinda, considerándose un servicio deficiente, lo cual estaría llevándolo a la competencia. Para ello plantea trabajar con métodos estadísticos que permitan evaluar los resultados a fin de solucionar las desviaciones.

También Lozano (2017), indicó que el rubro financiero se ha tornado muy competitivo, ya que las cajas no solo deben competir con otras agencias o cajas municipales, sino que la cobertura de los bancos se hace más fuerte; sin embargo, las cajas lograr cobertura el 32 % del mercado, brindando microcréditos a pequeños empresarios que no lograr acceder a créditos bancarios. Por ello, deberán aumentar la administración de calidad a fin de mantener satisfecho al usuario.

Según Andina (2020), indicó que las entidades financieras, como las cajas, permiten que brinden una cobertura donde los Bancos no pueden llegar, generando oportunidades a miles de empresarios; sin embargo, se debe de mejorar en el servicio ofrecido, como la atención y trato que se les brinde a los usuarios, a fin de lograr la preferencia por parte de público.

Por otro lado, Vega (2021), considera que dentro de los servicios la calidad se impone, basándose en las mejoras continuas que deberá de realizar las entidades

financieras, así como las cajas que funcionan Perú, debido a que deben de ir más allá de satisfacer las necesidades que tienen sus clientes, mejorando y brindando alternativas de solución que llene una plena satisfacción por parte de los usuarios. También Encalada y Suárez (2022), indicaron en su investigación que, en las empresas financieras como la Caja Sullana, existen problemas de morosidad por parte de los clientes, debiendo de mejorar el soporte tecnológico y documentario, trabajando bajo procesos sistematizados, que permitan mejorar el proceso de atención a los clientes.

Según el estudio preliminar ejecutado en la empresa Caja Municipal de Arequipa, la cual se haya en la provincia dedicandose al trabajo de financiamiento a los usuarios, así como a los emprendedores de la ciudad. Se ha podido detectar los siguientes hallazgos; que, existen quejas y reclamos en lo que se refiere al tiempo de atención que reciben los usuarios al momento de acudir a la empresa, llevándolos a que se retiren de la organización.

Por otro lado, los procesos que deben de cumplir son muy largos y engorrosos, generando disconformidad por los usuarios, así como también, el personal que los atiende, no brinda una adecuada orientación a los clientes; lo cual no permite que se concrete los trámites, todo ello está generando una barrera en la obtención de resultados empresariales que generen mayor rentabilidad para la organización.

Considerando esta situación que atraviesa la empresa, se plantearon los siguientes problemas de investigación; Problema General: ¿Cómo la gestión de calidad se relaciona con la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022?, considerando los Problemas Específicos; a) ¿Existe relación entre la calidad de los servicios y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022?, b) ¿Existe relación entre la calidad de los procesos y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022?, y c) ¿Existe relación entre la calidad de la gestión humana y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022?.

La investigación brinda las siguientes justificaciones; Justificación teórica, el estudio brindará un aporte consistente a próximas investigaciones, considerando la literatura científica, refiriendose a la Gestión de la Calidad y Atención al Cliente.

Justificación Práctica, el trabajo brindó nuevas alternativas de solución a la problemática encontrada a fin de poder conseguir el éxito empresarial. Justificación Metodológica, contempla una justificación en razón que se aplicaron métodos y técnicas que permitió medir las variables en estudio, como la técnica de la encuesta con un instrumento de dos cuestionarios cada uno considerando las variables en estudio. Justificación Social; se justifica porque podrá contribuir en que la población pueda emprender nuevos negocios, siendo una fuente de financiamiento para la población emprendedora de la ciudad de Ica.

Por lo cual, se consideró el Objetivo General: Analizar si existe relación entre la gestión de calidad y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022, y los Objetivos Específicos: a) Analizar si existe relación entre la calidad del servicio y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022. b) Identificar si existe relación entre la calidad de los procesos y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022 y c) Identificar si existe relación entre la calidad de la gestión humana y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022.

Trabajando como hipótesis de la investigación: Hipótesis General: Existe relación significativa entre la Gestión de calidad y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022. Hipótesis Específicas; a) Existe relación significativa entre la calidad de los servicios y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022. b) Existe relación significativa entre la calidad de los procesos y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022 y c) Existe relación significativa entre la calidad de la gestión humana y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

Luego de haber analizado las diversas investigaciones trabajadas por otros autores, se establecen los siguientes antecedentes en el contexto global, nacional y local.

En el nacional se consideró a Castillo y Alva (2022), en su estudio, consideran que las organizaciones deberán de aplicar una correcta gestión a fin de lograr un impacto en la atención que se le brinda al cliente; considerando al siguiente objetivo hallar el vínculo entre la gestión del talento humano en la calidad de atención de la Caja Piura, una metodología trabajando bajo un planteamiento cuantitativo, de diseño no experimental, transaccional, aplicándose un instrumento de recolección a 63 colaboradores, cada uno con 13 y 16 ítems para cada una de las variables respectivamente. Usando el Alfa de Cronbach como instrumento de confiabilidad. Llegándose a la conclusión que se mantiene una relación positiva con la gestión del talento humano y la calidad de atención.

También, Ayon (2019), generó como propósito decidir las características en la calidad de servicio y en la atención al cliente en la oficina de la Caja Municipal de Sullana, con una ideología de estudio básico, descriptivo, con un enfoque cuantitativo, no experimental, empleando el cuestionario para el acopio de la información, el cual fue aplicado a los clientes de la compañía, con 33 preguntas, utilizando el software SPSS para el trato de los datos. Obteniendo como resultado que existe influencia de la capacitación al personal en la calidad de servicio, con un 75%, llegando a la finalidad que las estrategias de calidad de servicio deberán de mejorarse a fin de lograr una mejora en el servicio en la Oficina Especial de la Caja Municipal de Sullana.

Por otro lado, Arteaga (2021), en su estudio, planteó como propósito diagnosticar si la mejora de atención al usuario y gestión de calidad logran generar la gestión apropiada en los negocios de pollería, Trujillo. Se generó una investigación no experimental, descriptiva, con un enfoque cuantitativo, empleando el cuestionario a una población censal de 20 personas, obteniendo como resultados que el 70 % de las pollerías siempre dan a conocer las especificaciones de los productos a los clientes. Llegando a concluir que los propietarios se esfuerzan por dar un servicio de calidad que genere satisfacción a los usuarios.

Quinde (2022), en su trabajo, planteó como objetivo definir el vínculo de la administración de talento y la calidad de atención de la Caja Piura – 2022, con una metodología de tipo aplicado, no experimental, de corte transaccional, empleando el instrumento del cuestionario a 17 empleados de la sede San Ignacio y a 46 colaboradores de Jaén, con una Rho de Spearman de 0,744, con una significancia menor a 0,05, lo cual permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis de investigación.

El ámbito internacional, Aguado, et al. (2022), en el estudio determino el objetivo reconocer factores de calidad en las pequeñas y medianas empresas de Pasco, con la metodología de diseño no experimental, de corte transversal, generándose el cuestionario, aplicando a la muestra de 10 pymes del sector construcción, se obtuvo como resultado que las pymes están atravesando por dificultades, generando algunas limitaciones en la administración de la calidad, llegando a la conclusión que las empresas deberán ofertar productos de calidad a fin de lograr ser competitivas, en mercados totalmente cambiantes y considerando que la dirección de la calidad es un elemento clave para el posicionamiento empresarial.

También se tiene a Ibarra, et al. (2021), quienes realizaron su investigación en México, generando como finalidad; Hallar si existe incidencia entre la responsabilidad social corporativa y la gestión de la calidad total, dentro del rubro de los hoteles. Aplicando la encuesta como técnica y con el instrumento el cuestionario, el cual se aplicó a una muestra de 429 hoteles. Generándose como resultados que existe influencia entre las variables analizadas, llegando a la conclusión que existe influencia entre los hoteles de cadena y la administración correcta de la calidad total en la relación a la responsabilidad social y el desempeño.

Nahuelquín, et al. (2022), en su estudio tuvo determino como entender la apreciación de los trabajadores de Enfermería en correlación con la misión del cuidado y la calidad de la atención. Con una metodología de revisión narrativa de la literatura, con un estudio de la bibliografía en diversas fuentes confiables como: Scielo, Science Direct, EBSCO, CUIDEN, Cinahl, Scopus y Google Scholar. Obteniéndose como resultados que quince documentos se incluyeron en la revisión. Llegando a la conclusión que el constructo Gestión del Cuidado se

asociaba a generar una buena calidad, destacando el liderazgo, la mejora y las capacidades. Por lo que, se considera que una adecuada comprensión del constructo Gestión del Cuidado en un inicio mejoró la calidad de la atención prestada.

Por otro lado, Blanco y Font (2020), consideraron establecer el papel del concepto de servicio como condicionante del trato de calidad, expresado en la mejora de la gestión hotelera. Indicando que la mejora del servicio tendría una incidencia en la búsqueda de la complacencia del usuario. Trabajando con una estructura teórica - conceptual, realizaron una revisión de la bibliográfica, técnicas de encuestas, entrevistas, observación, generaron un muestreo y el análisis de frecuencia. Llegando a las conclusiones que se debe de cambiar el paradigma o la idea de calidad de servicio a servicio de calidad, según los conceptos analizados.

De acuerdo a Barrios y Martínez (2020) La gestión de calidad se considera como la estrategia que permitirá el posicionamiento de una empresa, la cual se verá como un grupo de procesos relacionados entre sí. El renombre de una empresa se demuestra con la suficiencia para complacer a sus clientes de acuerdo a las expectativas con las que se relacionan.

Camisón et al., 2009, luego de un análisis consideró diversos enfoques; El enfoque como inspección, el cual consiste en verificar si el producto se está desarrollando según las especificaciones programadas. El enfoque como control estadístico de la calidad, en este enfoque se realiza los procesos aplicando la estadística, a fin de reconocer las fallas durante el trabajo. El enfoque control de calidad total, considerando la calidad en cada uno de las partes de la organización. El enfoque control de la calidad en toda la compañía, se trabaja con la planeación a fin de prever las actividades, ejecutando los métodos estadísticos y una constante auditoria. Finalmente el enfoque integrador como Gestión de la Calidad Total, se trabaja aplicando no solo la planeación, sino que también la organización y el control, a fin de lograr una mejora continua del producto, garantizando la fidelidad de los clientes.

Considerando la primera variable Gestión de calidad, el autor base Hernández, et al. (2018), quien indica que consiste en generar una mejorar en los procesos,

servicios a través del trabajo realizado por los trabajadores, llegando a obtener resultados que permitan la satisfacción de los clientes. Para Perdomo y Hernández (2020), consideran que la gestión de la calidad es un actuar el cual contribuye a lograr los objetivos empresariales, a través del uso correcto de los recursos y procesos, a fin de satisfacer las exigencias del cliente, a través de una mejor continua, alcanzando la certificación y registros por organismos reconocidos.

De acuerdo con Hernández (2018), considera que la Gestión de calidad contempla las siguientes dimensiones:

a) Calidad de los servicios; está basada en los atributos, acceso, trato del personal para atender al público consumidor, logrando cubrir sus expectativas, y generar la fidelización del cliente, logrando así el posicionamiento sobresaliente en el mercado meta, llevándola al éxito empresarial. Según Saiz, (2019), ratifica lo mencionado, considerando que también es importante un trabajo en equipo, a fin de brindar mejoras la fidelización de clientes.

b) Calidad de los procesos; consiste en gestionar formas de trabajo, que interrelacionen los subsistemas de los procesos productivos, a fin de minimizar los errores, despilfarros y cuellos de botella, logrando que las actividades permitan conseguir resultados buenos, generando la satisfacción de los clientes.

c) Calidad de la Gestión Humana; consiste en planificar las labores que se realizaran en la organización, generando en los colaboradores una cultura de calidad, que permita generar las competencia en el trabajo, garantizando resultados óptimos en la evaluación del desempeño.

Según Douglas da silva (2020). Atención al cliente es un instrumento de marketing que determinara los puntos de comunicación con los usuarios, usando varios tipos de recolección de datos para hacer amena la estadia de los clientes.

Para Cardozo (2021). Atención al cliente es un grupo de estrategias y hechos cuyo objetivo es el de enriquecer la experiencia del usuario y la organización. El camino para construir buenas relaciones entre la organizacion y los usuarios es crear un

ambiente de comodidad, lo cual lleve al cliente a llevarse una sensación de satisfacción hacia la marca.

Para Escudero (2012), considera la teoría del contacto con el público, ya que en las organizaciones los colaboradores que se encuentran en atención directa al cliente, generan un contacto directo con los mismos, y por ende los clientes ven en ellos a la empresa, por lo que hoy en día el cliente valora mucho los siguientes aspectos; la personalización en la atención, tiempo de atención, cortesía, conocimiento de los colaboradores, otros.

Para la segunda variable Atención al Cliente, se consideró como autor base a López (2020), quien indica que son actividades direccionadas a brindar una correcta y efectiva comunicación con los clientes, generando una orientación oportuna y eficaz, que le permita lograr clientes fieles a la marca.

Para el autor, dicha variable posee las siguientes dimensiones:

a) Relevancia: consiste en satisfacer las expectativas del cliente, brindando soluciones precisas según lo requieran, a fin de minimizar las quejas o reclamos que puedan presentarse durante el proceso de compra, logrando generar la conformidad del cliente.

b) Oportuno: Consiste en brindar canales de respuesta en el momento adecuado, según la problemática que posea el consumidor, considerando los tiempos de espera, ya que dicho aspecto influiría en la imagen de la empresa

c) Permanencia: consiste en seguir brindando una asesoría durante durante la obtención de una compra, es decir, orientación antes, durante y después de la instrucción, a fin de mantener fidelizado al cliente con la empresa.

III. METODOLOGÍA

Aquí se abordó la metodología del trabajo desarrollado, siendo un instrumento en el estudio, debido a su organización, permitió conocer sus ítems de manera científica y metodológica, brindando, principios y leyes que le permitieron encauzar de modo eficiente el proceso de indagación.

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

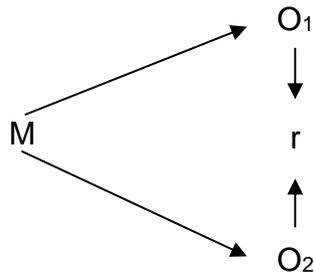
Según Hernández y Mendoza (2018), Cuyo desarrollo correspondió al tipo aplicada, consistió en la práctica de las teorías y argumentos de una acción significativa y de interés y las situaciones generadas, cuya intención aumentar las acciones en toda su estructura argumentativa.

Esto permitió determinar cómo, la gestión de la calidad y atención al cliente, tuvo una efectividad en ofrecer un buen servicio por parte de la Caja Arequipa, y con ello se pudo fundamentar los puntos relacionados con la estructura en relación con las variables propuestas en el trabajo de investigación.

3.1.2 Diseño de investigación

Basándose en el desarrollo del estudio, Rivastovar (2020). Correspondió al no experimental, de corte transversal, del nivel descriptivo y correlacional, en el cual se acopió datos durante un tiempo sin cambiar las variables, recolectando datos confiables para explicar las variables de estudio. Es descriptivo, porque se detallaron los datos y características de un hecho o problema. Es correlacional, porque su cometido fue encontrar explicaciones mediante la investigación de correlaciones entre las variables sin la manipulación de cada una de las variables. Según al contenido de estudio se obtuvo la información dentro de los periodos de tiempo siguiendo cada punto de la estructura, se analizaron sus causas y sus efectos según variables planteadas, la gestión de la calidad y atención al cliente, y

así mismo se buscó establecer la relación entre las variables. El diseño es como sigue:



Donde:

M = Muestra

O₁ = Observación de la Gestión Administrativa

r = Relación

O₂ = Observación de la Satisfacción del usuario

3.2 Variables y operacionalización

Definición conceptual: Gestión de calidad

Velasco (2016). El alcance de las metas para una organización con relación a sus clientes debe planificar diversas estrategias sobre la calidad, estas pueden enfocarse en el buen desempeño de sus colaboradores y las capacidades que tenga cada empleado para ofrecer el servicio ideal a los usuarios finales.

Definición operacional

Para la estructuración de la calidad se establecerán 3 dimensiones; calidad de los servicios, calidad de los procesos y calidad de la gestión humana, donde se podrá formular 9 ítems, luego se procederá analizar toda la información obtenida con la estadística descriptiva para realizar y comprobar la prueba de hipótesis. Para su

medición se contarán con las siguientes dimensiones: calidad de los servicios, calidad de los procesos y calidad de la gestión humana.

Indicadores:

Cubrir las expectativas, fidelización de los usuarios, éxito empresarial, forma de trabajo, minimizar los errores, satisfacción de los clientes, competencias de trabajo, planificación de actividades y evaluación de desempeño.

Escala de medición

Para la estadística se usó la escala de medición ordinal y del tipo Likert según Hernández y Mendoza (2018), la medición ordinal se definió como aquello donde se establece un orden entre categorías.

Definición conceptual: Atención al cliente

Brunetta, (2019). Es un proceso que se debe desarrollar aplicando métodos que viabilicen la relación entre el cliente y el colaborador, la atención debe ser parte de los objetivos que se planifican para que los resultados sean beneficios tanto para lo que el cliente desee y para las metas de la compañía.

Definición operacional

Lara (2016). Para atención al cliente se establecerán 3 dimensiones; relevancia, oportuno y permanencia, los cuales se plasmarán en el instrumento de medición, donde se podrá formular 9 ítems, luego se procederá a analizar todos los datos obtenidos con estadística descriptiva para realizar y comprobar la prueba de hipótesis. Para su medición se tomará en cuenta los siguientes las dimensiones establecidas: relevancia, oportuno y permanencia.

Indicadores:

Expectativas, soluciones, conformidad, canales de respuesta, tiempo de espera, imagen, orientación y asesoría.

Escala de medición:

La estadística se realizó mediante una escala de medición ordinal y de tipo Likert según Hernández y Mendoza (2018), la medición ordinal lo definió como aquello donde hay una gerarquía entre ellas.

3.3 Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población

Siendo 45 clientes que pertenecen a la Caja Arequipa, con base en Novoa y Mejía (2017). Considera que la muestra es todo un grupo de individuos que tienen necesidades o propiedades iguales, ya que podrán ser observables y medibles.

Criterios de inclusión; los clientes que tienen un vínculo mayor a 5 años en relación con la entidad Caja Arequipa.

Criterios de exclusión; aquellos individuos que consultaron sobre las alternativas o acciones que brinda la entidad financiera y aquellos que tiene menos años de relación.

3.3.2 Muestra

Según Navarro (2019), Siendo censal, lo cual permitió identificar que el número de la población fue idéntica que la muestra, logrando ser manejable por los investigadores en la aplicación del instrumento.

3.3.3 Muestreo

Es un probabilístico por conveniencia, debido que la muestra fue una cantidad pequeña de personas que se manejó durante el proceso de estudio, Suárez (2021). Los ítems del muestreo por conveniencia se pudieron seleccionar porque se consideran accesibles al estudio.

3.3.4 Unidad de análisis

La cifra de investigación estudiadas, el análisis descriptivo y el inferencial. Para Sanchez, y Reyes (2020). En referencia al análisis descriptivo dio respuesta a la parte estadística para presentar la información en tablas y figuras, el análisis inferencial está enfocado a las pruebas de hipótesis.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1 Técnica

Usando una encuesta, considerada como aquella herramienta que permitirá recabar los datos necesarios para la investigación. Valderrama (2015). Es un recurso que el estudiaor se valió para indagar los sucesos que serán analizados para extraer información objetiva.

3.4.2 Instrumento

El instrumento aplicado en la encuesta fue el cuestionario, estuvo diseñada con preguntas relacionadas con las variables, la gestión de la calidad y atención al cliente y de la misma forma sus dimensiones e indicadores. Para Hinojosa (2020). El instrumento sintetizó todo el trabajo de un estudio sobre un hecho concreto.

Validez

Utilizando las fichas de juicio de expertos. Eco (2018). Señaló que para validar el instrumento elaborado dependieron de los expertos que evaluaron las preguntas que se detallaron en el instrumento para su respectiva validación. El cuestionario fue presentado a cada uno de los evaluadores, quienes fueron: Dra. Calanchez Urribarri, África del Valle, Dr. Kerwin José Chavez Vera.

Confiabilidad

De acuerdo a la confiabilidad, se pusieron en ejecución una encuesta a un número de encuestados, cuyos datos fueron procesados con la fórmula Alfa de Cronbach, Eco, (2018). Es el resultado de una prueba piloto que definió el grado de fiabilidad del instrumento aplicado a los encuestados seleccionados. Obteniendo de la primera variable un valor de 0,987 y para la segunda variable un coeficiente de 0.986 encajando ambos resultados en el rango de excelencia.

3.5 Procedimientos

Meléndes (2019). Después de concebir las características teóricas de un proceso de metodología, procediendo a llevar a cabo una estrategia de recolección de información, creando un registro de información, desarrollando la actividad de campo y aportes de los investigadores. Para procesar la data fue usado el programa SPSS 25, y la confiabilidad del instrumento se hizo a través de la fórmula Alfa de Cronbach y se aplicaron cuadros descriptivos para la determinación de las hipótesis.

3.6 Metodo de análisis de datos

Método de análisis descriptivo

El análisis descrito hizo como referencia la aplicación estadística de la información obtenida en la encuesta. Arbaiza (2020). El método descriptivo es el grupo de instrumentos de estadística los cuales describen un conjunto de data. Utilizando el programa SPSS 25 y el Excel para presentar tablas y gráficos que detallaron la información.

Método de análisis inferencial

Martínez (2017). El método inferencial buscó determinar las conclusiones en referencia a la situación general que conlleva más allá de un grupo de información. Para tal proceso, los datos procesados en el programa SPSS 25 obteniendo datos objetivos. Aplicando la prueba de normalidad para determinar el coeficiente de relación para la estadística inferencial.

3.7 Aspectos éticos

Responsabilizando la fidelidad de la data de la Caja Arequipa y con prudencia de los participantes del estudio, se plantearon los principios de la casa de estudios de ciencias, haciendo hincapié en la Resolución N°0168-2020/UCV refiriéndose al Código de Ética en la indagación por parte de la Universidad César Vallejo.

-Beneficencia; siendo de utilidad a los empleados que laboran en la Caja Arequipa, se investigó la importancia de la gestión de la calidad y la atención al cliente, también para la institución, cuya información permitirá la mejora de sus procedimientos usados..

- Maleficencia; toda la información recauda fueron de carácter anónimo y reservado, antes de las encuestas los usuarios obtuvieron datos sobre el estudio y el propósito del trabajo de investigación.

- Autonomía; Desarrollando la investigación autónoma, ya que los datos han sido usados para el estudio, los usuarios encuestados son independientes a la hora de brindarnos sus respuestas.

- Justicia; toda data se desarrollo legal y formalmente, participando los colaboradores respetando el correcto actuar que conlleva este tipo de investigación.

IV. RESULTADOS

Estadística descriptiva

Tabla 1

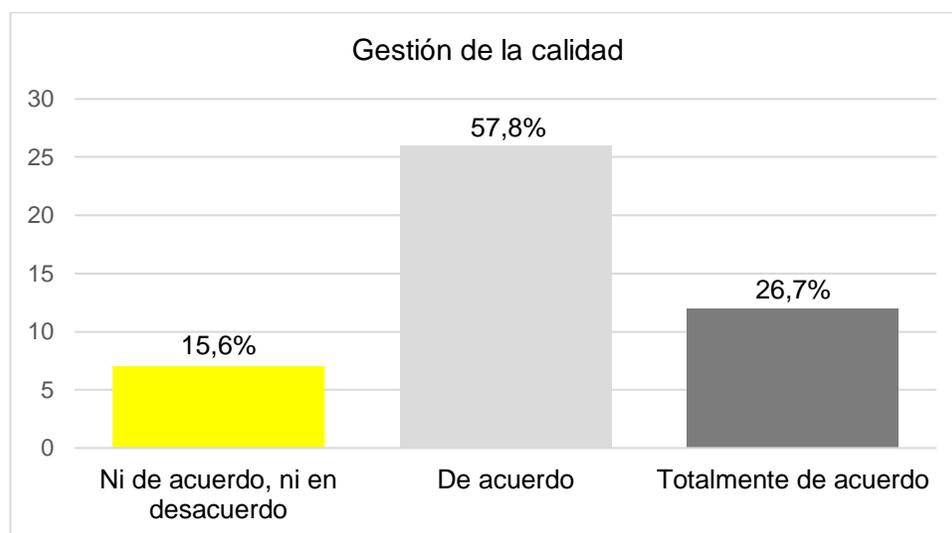
Gestión de la calidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	7	15,6	15,6	15,6
De acuerdo	26	57,8	57,8	73,3
Totalmente de acuerdo	12	26,7	26,7	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Nota. Datos brindados del programa SPSS

Figura 1

Variable gestión de la calidad



Nota. Proceso en base a la Tabla 1

Interpretación: En la tabla y figura 1 son representados los datos brindados de la ejecución del cuestionario con relación a la gestión de la calidad, para el 57.8% se manifiestan que las etapas calidad de los servicios, calidad de los procesos y calidad de la gestión humana son determinantes para ayudar a los clientes en la Caja Arequipa y para el 26,7% están totalmente de acuerdo y el 15.6% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con las etapas antes mencionadas.

Tabla 2

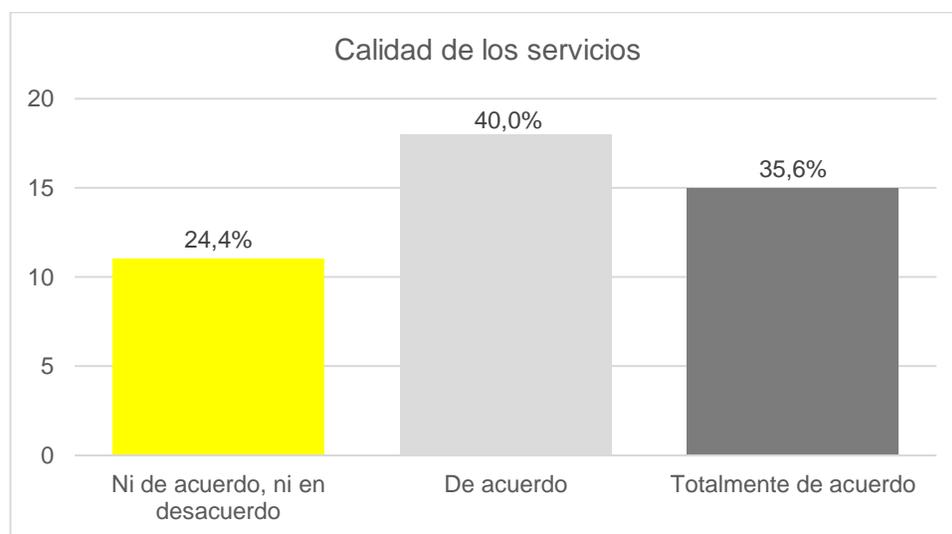
Dimensión calidad de los servicios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	11	24,4	24,4
	De acuerdo	18	40,0	64,4
	Totalmente de acuerdo	15	35,6	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Nota. Data brindada del programa SPSS

Figura 2

Dimensión calidad de los servicios



Nota. Proceso en base a la Tabla 2

Interpretación: En la tabla y figura 2 se detalla la información recaudada por el cuestionario con relación a calidad de los servicios, para el 40,0% de los encuestados la calidad de los servicios es eficiente e incide en una buena atención en la Caja Arequipa y para el 35,6% están totalmente de acuerdo y el 24,4% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 3

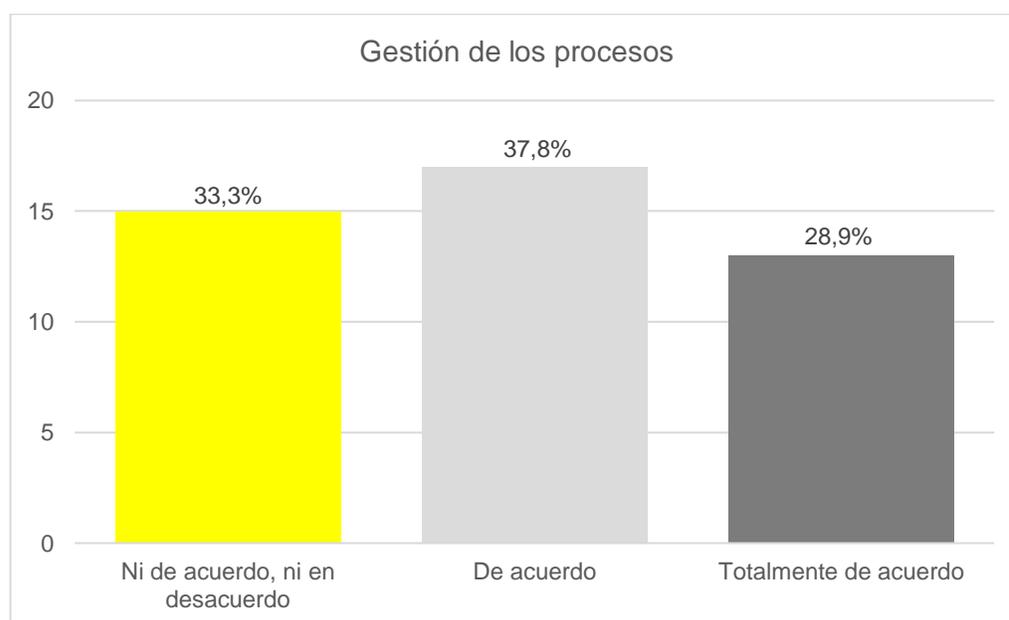
Dimensión calidad de procesos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	15	33,3	33,3	33,3
De acuerdo	17	37,8	37,8	71,1
Totalmente de acuerdo	13	28,9	28,9	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Nota. Data brindada del programa SPSS

Figura 3

Dimensión Calidad de los procesos

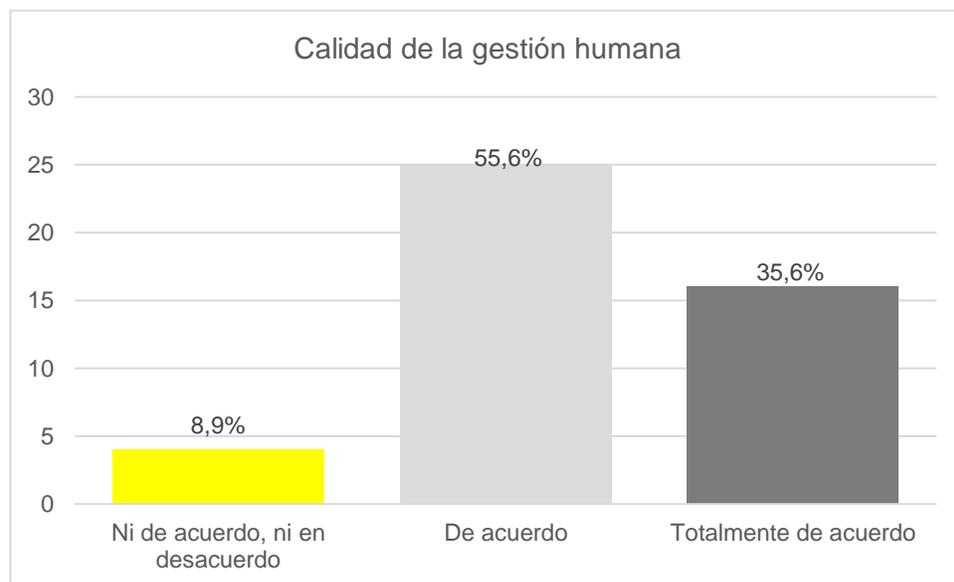


Nota. Proceso en base a la Tabla 3

Interpretación: En la tabla y figura 3 da en evidencia la información recaudada de un cuestionario cuya relación es con la calidad de los procesos, para el 37,8% además de las funciones de cada colaborador, la entidad financiera cumple con sus actividades de satisfacción para los clientes, para el 33,3% marcaron la alternativa ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 28,9% están totalmente de acuerdo.

Tabla 4*Dimensión calidad de la gestión humana*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	8,9	8,9	8,9
De acuerdo	25	55,6	55,6	64,4
Totalmente de acuerdo	16	35,6	35,6	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Nota. Data brindada del programa SPSS**Figura 4***Dimensión calidad de la gestión humana**Nota.* Proceso en base a la Tabla 4

Interpretación: Aquí en la figura 4 se muestra la evidencia de la data brindada por el cuestionario aplicando la relación con la dimensión calidad de la gestión humana, el 55,6% de los encuestados creen que la entidad cuenta con un programa para de motivación para el personal y se refleje en sus actividades, para el 35,6% marcaron la alternativa totalmente de acuerdo y el 8,9% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 5

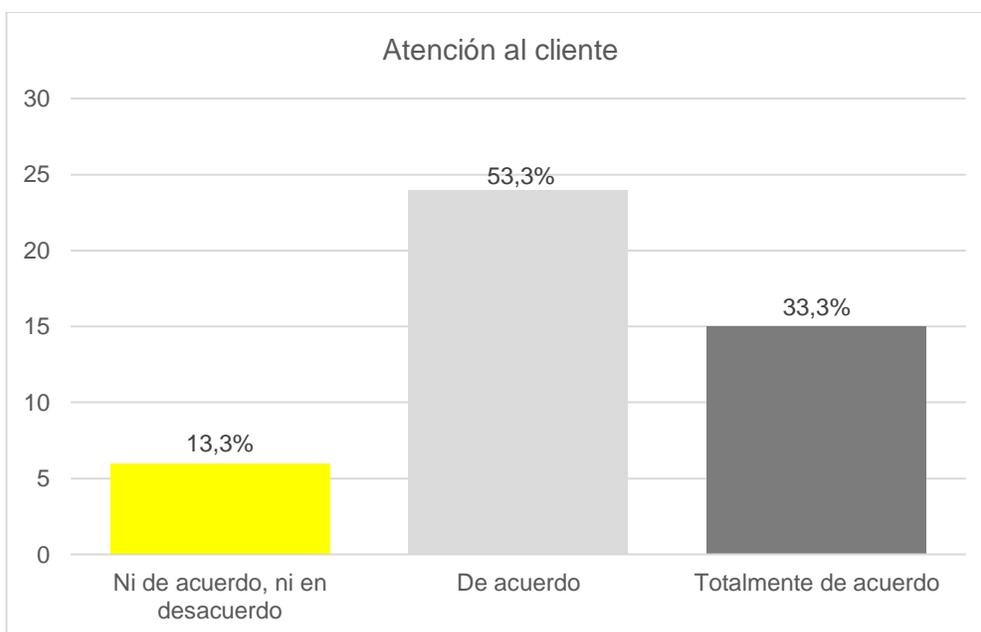
Variable atención al cliente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	6	13,3	13,3	13,3
	De acuerdo	24	53,3	53,3	66,7
	Totalmente de acuerdo	15	33,3	33,3	100,0
Total		45	100,0	100,0	

Nota. Data brindada del programa SPSS

Figura 5

Variable atención al cliente



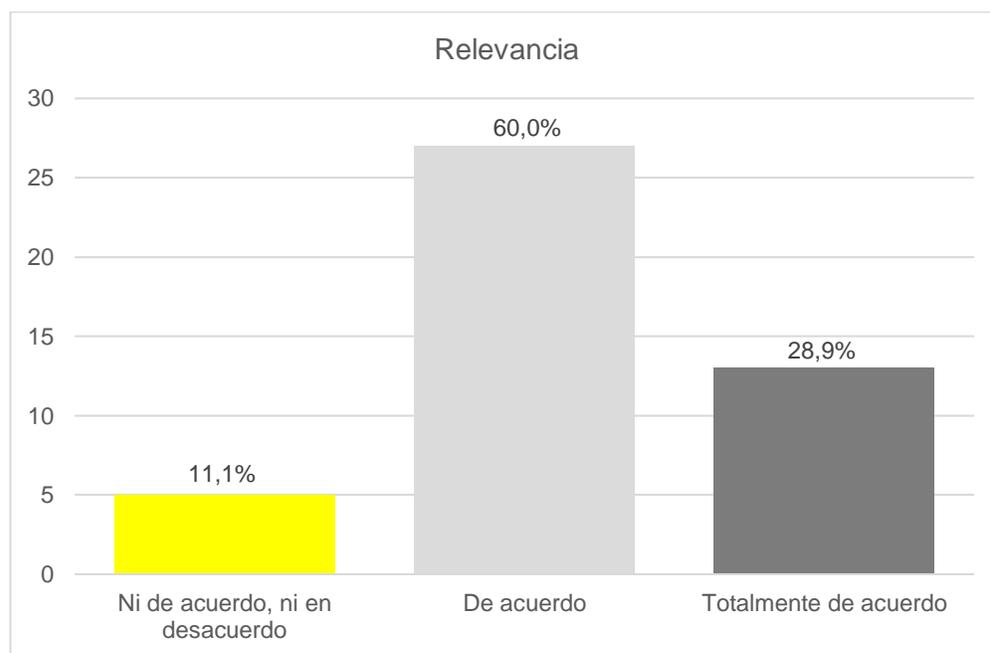
Nota. Proceso en base a la Tabla 5

Interpretación: Figurando en la tabla 5, se detalla los datos brindados de aplicar el cuestionario con relación a la variable atención al cliente, para el 53,3% de los encuestados creen que la atención es un factor esencial para la entidad y el personal está capacitado, para el 33,3% marcaron la alternativa totalmente de acuerdo y, por otro lado, el 13,3% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 6*Dimensión Relevancia*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	5	11,1	11,1	11,1
	De acuerdo	27	60,0	60,0	71,1
	Totalmente de acuerdo	13	28,9	28,9	100,0
Total		45	100,0	100,0	

Nota. Data brindada del programa SPSS

Figura 6*Dimensiones relevancia*

Nota. Proceso en base a la Tabla 6

Interpretación: En la tabla y figura 6 da en evidencia la información dada por el cuestionario relacionado a la dimensión relevancia, para el 60,0% de los encuestados considera que la predisposición hacia el cliente es un aspecto relevante para lograr con los objetivos, para el 28,9% marcaron la alternativa totalmente de acuerdo y el 11,1% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tabla 7

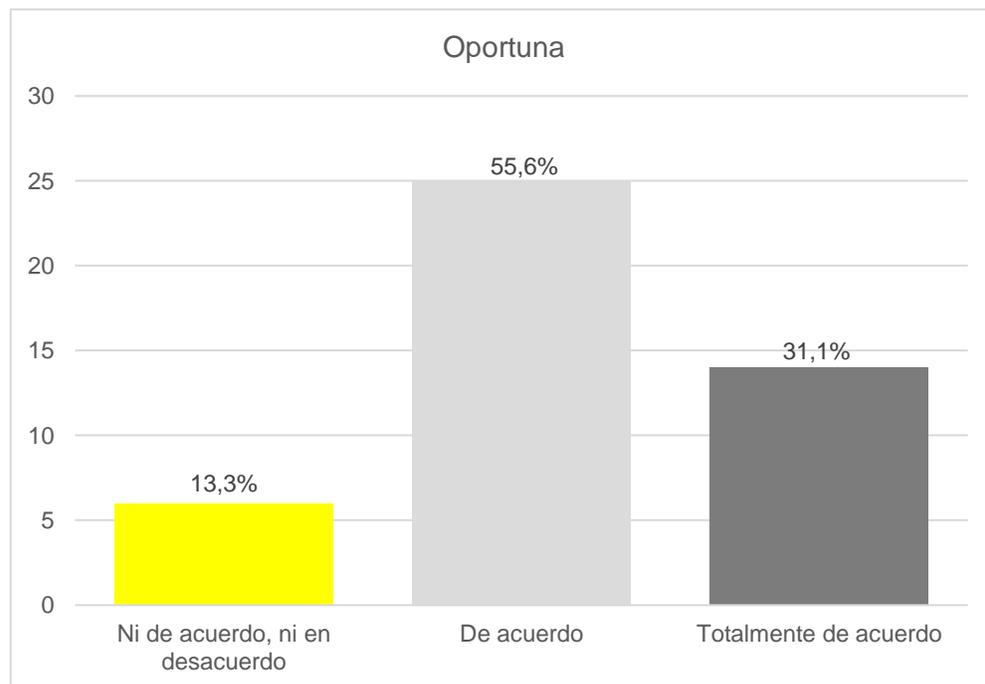
Dimensión Oportuna

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	6	13,3	13,3	13,3
De acuerdo	25	55,6	55,6	68,9
Totalmente de acuerdo	14	31,1	31,1	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Nota. Data brindada del programa SPSS

Figura 7

Dimensión oportuna



Nota. Proceso en base a la Tabla 7

Interpretación: Aquí en la figura y tabla 7 muestra la información brindada por el cuestionario aplicando relación con la dimensión oportuna, para el 55,6% de los encuestados que es oportuna la prestación del servicio de cada colaborador en la atención, para el 31,1% están totalmente de acuerdo y el 13,3% están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

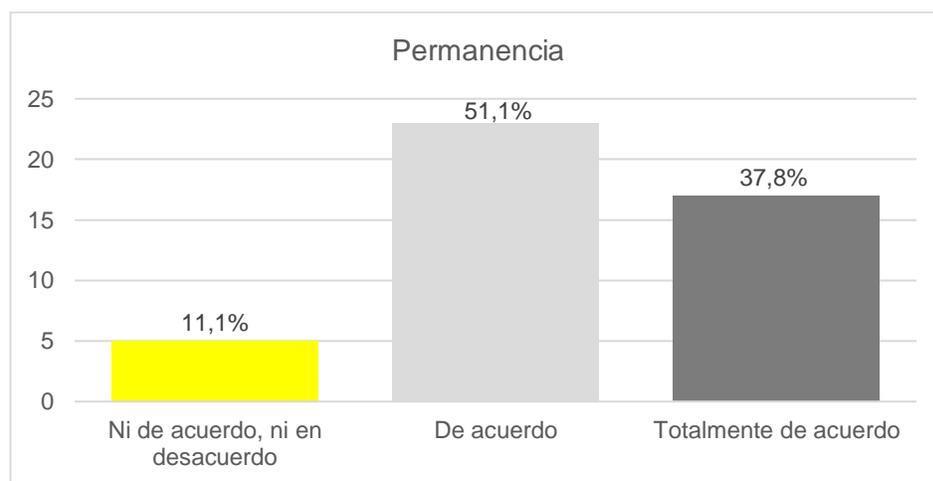
Tabla 8*Dimensión permanencia*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	5	11,1	11,1	11,1
	De acuerdo	23	51,1	51,1	62,2
	Totalmente de acuerdo	17	37,8	37,8	100,0
Total		45	100,0	100,0	

Nota. Data brindada del programa SPSS

Figura 8

Dimensión permanencia



Nota. Proceso en base a la Tabla 8

Interpretación: Aquí en la tabla y figura 8, se muestra los datos recaudados por el cuestionario aplicado, correlacionado a la dimensión permanencia, para el 51,1% de los encuestados consideran que la permanencia del personal es importante en la imagen de entidad y para los clientes, para el 37,8% marcaron la alternativa totalmente de acuerdo y el 11,1% están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

4.2. Estadística inferencial

Hipótesis General

H₁: Existe relación significativa entre la gestión de calidad y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022

H₀: No existe relación significativa entre la gestión de calidad y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022

Tabla 9

Relación entre la gestión de calidad y la atención al cliente

			Gestión de calidad	Atención al cliente
Rho de Spearman	Gestión de calidad	Coeficiente de correlación	1,000	,116**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Atención al cliente	N	45	45
		Coeficiente de correlación	,116**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	45	45

Nota. Datos brindados del software SPSS

Interpretación: En la tabla 11 se muestra la data Rho de Spearman relacionados a la relación entre gestión de calidad y atención al cliente, obteniendo un coeficiente de 0,116 significando una relación positiva media entre ellas, afianzando una relación directamente proporcional entre las variables. Basandonos (Sig. 0.00 ≤ 0.05), aceptando la hipótesis alterna, existe una relación significativa de la gestión de calidad y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022 y, por tanto, se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis específica 1

H₁: Existe relación significativa entre la calidad de los servicios y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022

H₀: No existe relación significativa entre la calidad de los servicios y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022

Tabla 10

Correlación entre la calidad de los servicios y la atención al cliente

		Calidad de los servicios	Atención al cliente	
Rho de Spearman		Coefficiente de correlación	1,000	,197**
	Calidad de los servicios	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	45	45
	Atención al cliente	Coefficiente de correlación	,197**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	45	45

Nota. Data brindada del programa SPSS

Interpretación: En la tabla 12 se determinó el resultado de la relación de la dimensión, la calidad de los servicios y la atención al cliente, mediante la Rho de Spearman se obtuvo un coeficiente de 0,197 determinando una correlación positiva media, estableciendo la relación directamente proporcional entre la dimensión y la variable, basado en la regla ($\text{Sig. } 0.000 \leq 0.05$) aceptando la hipótesis alterna, existe una relación significativa entre la calidad de los servicios y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022 y, por tanto, se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis específica 2

H₁: Existe relación significativa entre la calidad de los procesos y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022

H₀: No existe relación significativa entre la calidad de los procesos y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022

Tabla 11

Correlación entre la calidad de los procesos y la atención al cliente

		Calidad de los procesos	Atención al cliente
Rho de Spearman		Coefficiente de correlación	,097**
	Calidad de los procesos	Sig. (bilateral)	,000
		N	45
		Coefficiente de correlación	1,000
	Atención al cliente	Sig. (bilateral)	,000
		N	45

Nota. Data brindada del programa SPSS

Interpretación: En la tabla 13 muestra la data relacionada a la dimensión calidad de los procesos y la atención al cliente, mediante la Rho de Spearman obteniendo coeficiente de 0,097 indicando correlación positiva débil, relacionandose directamente proporcional la dimensión y variable, basado en la regla (Sig. $0.000 \leq 0.05$) se acepta la hipótesis alterna, existe una relación significativa entre la calidad de los procesos y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022 y se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis específica 3

H₁: Existe relación significativa entre la calidad de la gestión humana y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022

H₀: No existe relación significativa entre la calidad de la gestión humana y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022

Tabla 12

Correlación entre la calidad de la gestión humana y la atención al cliente

		Calidad de la gestión humana	Atención al cliente	
Rho de Spearman		Coefficiente de correlación	1,000	,244**
	Calidad de la gestión humana	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	45	45
	Atención al cliente	Coefficiente de correlación	,244**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	45	45

Nota. Data brindada del programa SPSS

Interpretación: En la tabla 14 muestra resultados correlacionados a la dimensión, la calidad de la gestión humana y la atención al cliente, mediante la Rho de Spearman obteniendo un coeficiente de 0,244 significando la correlación positiva media, estableciendo la relación directamente proporcional entre la dimensión y la variable. Relacionado con (Sig. 0.000 \geq 0.05) aceptando la hipótesis alterna, existiendo relación de significancia con la calidad de la gestión humana y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022 y se rechaza la hipótesis nula.

V. DISCUSIÓN

En relación a los análisis inferencial y descriptivo basándonos en el trabajo, y conforme a su objetivo general: analizar si existe relación entre la gestión de calidad y la atención al cliente de la compañía Caja Arequipa de la ciudad de Ica, 2022. Evidenciando sus resultados, el 57.8% los encuestados manifiestan que los procesos de calidad de los servicios, calidad de los procesos va de la mano con los procesos de calidad en los servicios a la hora de brindarlos a los usuarios para cumplir con los estándares requeridos en Caja Arequipa mientras que el 53,3% considera que la atención es un factor primordial para la entidad.

Luego, se recolecto un coeficiente de 0,116 que significa una relación de positividad media con las variables, conllevando a una interacción directamente proporcional de las variables, añadiendo de un Sig. 0,000 basado en (Sig. $0.000 \leq 0.05$) aceptando la hipótesis alterna, es decir, existe una interacción significativa de la gestión de calidad y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa de la ciudad de Ica 2022.

El estudio tiene relación con Castillo y Alba (2022), Muestra que gestión de la calidad lleva una relación significativa en la atención a los clientes, estableciendo que las etapas sobre la gestión de calidad y el cumplimiento con las actividades tienen una relación directa y proporcional con la atención a los clientes. Estos resultados difieren con los resultados por Ayon (2019), que en su estudio se indicó que la gestión de calidad permite una buena atención al los usuarios, siendo no significativo ya que los colaboradores no muestran eficiencia al momento de realizar sus tareas, y consideran otros factores determinantes,

Se señala la relación con Arteaga (2021) que la gestión de calidad es una metodología direccionada a ocasionar un cambio en la estructura, en la cual las interrelaciones sean determinantes entre los usuarios finales y la entidad financiera, poniendo atención no solo en atraer al cliente sino en el trato que se le brinda. Los datos expuestos sí tiene relación con los resultados brindados por el trabajo en relación a las variables.

Para el primer objetivo específico: analizar si existe relación entre la calidad del servicio y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa de la ciudad de Ica,

2022. Los resultados indican que el 40% los encuestados creen que la calidad de los servicios es eficiente, incide en una buena atención.

Sin embargo, obteniendo el coeficiente correlacional de 0,197 lo que significa una correlación positiva media, analizando una interacción directamente proporcional entre la dimensión y la variable, además de un Sig. 0,000 basado en (Sig. $0.000 \leq 0.05$) se acepta la hipótesis alterna, es decir, existe una relación significativa entre la calidad de los servicios y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022.

Manteniendo una correlación con Quinde (2022), ya que en su investigación dedicada al talento humano y calidad de atención es importante la calidad de los servicios, contando con la incidencia en la atención de los clientes, teniendo en cuenta de la información y preparación son variables que inciden en desarrollar fidelidad de usuario. Contrastando con Aguado et al. (2022), Señalando actualmente que las entidades financieras se centran en mejorar la calidad del servicio con el cliente para generar una fidelidad, siendo insignificantes ya que existen diversos indicadores que inciden en el proceso como : Capacitación, experiencia y las actividades enfocadas a lograr los objetivos señalados previamente.

Se puede señalar con Ibarra (2021), considera que la calidad del servicio permite garantizar una atención efectiva, brindando un trato lo cual conlleve a la satisfacción del cliente final, llevando el interés de manera natural. Las discusiones tiene correlacion entre las variables estudiadas.

Para el segundo objetivo específico: identificar si hay relación entre la calidad de los procesos y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa de la ciudad de Ica 2022. Los resultados señalan que 37.8% de las personas que realizaron la encuesta creen que cada colaborador se enfoca en sus funciones, y así mantienen la comunicación de las nuevas propuestas que tiene la empresa.

Obteniendo un coeficiente correlacional de 0,097 significando la correlación positiva baja, además de un Sig. 0,000 basado en la regla (Sig. $0.000 \leq 0.05$) aceptando la hipótesis alterna, donde muestra que existe una relación significativa entre la calidad

de los procesos y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022.

Este resultado mantiene una relación con Nahuelquín et al. (2022), que en su estudio sobre la gestión de calidad considerando determinante la calidad de los procesos que debe brindar el colaborador a los usuarios finales de manera natural con sus actividades obteniendo una buena calidad de los procesos. Estos resultados difieren con Blanco y Font (2020), en la información que se recabó se considera como base el respeto, y amabilidad ya que estos son un valor muy importante para cualquier tipo de cliente, sin embargo no son de carácter alto de significancia ya que hoy en día la atención está enfocada en la innovación y creatividad lo cual se considera como la base para hacer crecer la calidad de los procesos.

Señalamos concordancia con Barrios y Martínez (2019), indican que las entidades financieras deben conocer perfectamente a sus clientes con la finalidad de saber lo que desean y generar acciones que le brinden ventajas frente a la competencia, fortaleciendo la calidad de los procesos. Dando en evidencia la data recolectada con relación a la calidad de los procesos, estableciendo que sí se encuentra concordancia entre los resultados de evaluación y la información de análisis.

De acuerdo con el tercer objetivo específico: Identificar si existe relación entre la calidad de la gestión humana y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa de la ciudad de Ica 2022. Los resultados señalan que 55% de los encuestados consideran que la entidad cuenta con un programa de motivación para el personal y se refleje en sus actividades.

Por otro lado, obteniendo el coeficiente de 0,244 representando una correlación positiva media, además de un Sig. 0,000 como base en (Sig. 0.000 \leq 0.05) aceptando la hipótesis alterna, esto es, que existe una relación significativa entre la calidad de la gestión humana y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022.

Este resultado mantiene una relación con Ayon (2019), llegando a la conclusión para desarrollar el análisis de los usuarios permitiendo a la compañía recolectar una data beneficiosa enfocada en la calidad de la gestión humana. Estos resultados se

contrastan con Quinde (2022), ya que se tiene en cuenta que debe implementarse programas y una estrategia para una comunicación eficiente, que cuenta un enfoque de manera directa con los servicios brindados a los clientes, para que puedan ser evaluados en proactividad y capacidad de los colaboradores durante sus labores diarias.

Basándose en Aguado et al. (2022), que propone la ejecución de un estudio de clientes que sirva para como definición para la compañía en relación a los datos relevantes que sirvan de base para instrumentos y el desarrollo de tácticas brinden fortaleza en la gestión humana. Con la información que fue desarrollada, se determina a decidir, que existe una igualdad que hace referencia al resultado de la dimensión, calidad de gestión humana y atención al cliente.

VI. CONCLUSIONES

1. Determinando en el objetivo general se llega a la conclusión que la correlación entre la gestión de calidad y la atención al cliente en la empresa Caja Arequipa, cuya significancia de $0,000 \leq 0.05$ obteniendo un coeficiente de 0,116 lo que implica una correlación positiva media, para la gestión de calidad y atención al cliente, aceptando la H_1 : existe una influencia significativa de la gestión de calidad y atención al cliente en la empresa Caja Arequipa. Lo cual establece la buena relación de los usuarios con y la calidad de atención.

2. En relación al primer objetivo específico, se establece la correlación entre calidad de los servicios en la atención al cliente en la empresa Caja Arequipa, obteniendo un valor de significancia de $0,000 \leq 0.05$ obteniendo un coeficiente de 0,197, lo que lleva a una correlación positiva media, para la calidad de los servicios y la atención al cliente, validando la H_1 : existe una influencia significativa entre la calidad de los servicios y la atención al cliente en la empresa Caja Arequipa.

Lo que deja en evidencia que las actividades realizadas por los colaboradores es confiable y conlleva una calidad y atención al cliente por encima de los estándares.

3. Teniendo en cuenta el segundo objetivo específico, se determina que la correlación entre la calidad de los procesos y la atención al cliente en la empresa Caja Arequipa, cuya significancia es de $0,000 \leq 0.05$ se obtuvo un coeficiente de 0,097 lo que indica una correlación positiva débil, para la calidad de los procesos y la atención al cliente, confirmando la H_1 : existe una influencia significativa entre la calidad de los procesos y la atención al cliente en la empresa Caja Arequipa. Lo que evidencia que los colaboradores demuestran un valor de relación con sus actividades, lo que conlleva una alta calidad de los procesos y atención al cliente.

4. Estableciendo la correlación entre la calidad de la gestión humana y la atención al cliente, y el valor de significancia de $0,000 \leq 0.05$ se obtuvo un coeficiente de 0,244 obteniendo una correlación positiva media, para la calidad de

la gestión humana y la atención al cliente, afirmando H_1 : existe una influencia significativa de la calidad de la gestión humana y la atención al cliente en la empresa Caja Arequipa. Esto permite señalar que la calidad de la gestión humana es buena ya que se usan tácticas eficientes para lograr la satisfacción de sus usuarios.

VII. RECOMENDACIONES

1. Los gestores de la Caja Arequipa, debe implementar programas que estén referidos a la gestión de la calidad, en los procesos de atención, en proporcionar herramientas digitales o métodos de trabajo de mayor eficiencia que fortalezcan sus capacidades y aprendizajes para reflejarlos en la atención al cliente y de esta manera lograr sus objetivos.

2. Respecto a las conclusiones de la calidad del servicio, se recomienda que se pongan en práctica uno de los factores de interés de la administración, es decir, la dirección, donde un supervisor pueda estar orientando y verificando el cumplimiento de las actividades de cada integrante con un enfoque hacia los clientes y las solicitudes o servicios que requieran buscando un proceso viable y rápido en gestionar sus procesos.

3. De acuerdo a información y a la conclusión sobre la calidad de los procesos, se debe fortalecer este indicador para que las acciones de confianza y compromiso sean inherentes en el personal en sus labores que desarrolla, involucrando a cada uno de ellos a mejorar su nivel de productividad poniendo en práctica una buena comunicación que fortalezca la imagen institucional y que los clientes se sientan satisfechos y seguros de sus procesos.

4. Referido a la calidad de la gestión humana, es importante poner en práctica tácticas de motivación, esto implicará mejorar la interrelación del personal y los usuarios, complementando sus acciones con reuniones donde se analicen sus sugerencias y opiniones para mejorar su desempeño y de las propuestas de nuevas herramientas que ayuden a mejorar la calidad de gestión humana, con ello se permitirá alcanzar los objetivos internos en el cumplimiento de una óptima atención a los clientes.

REFERENCIAS

Aguado Lingan, A.M., García Bravo, B., Malpartida Gutiérrez, J.N., Garivay Torres De Salinas, F.M. Quality management in small and medium-sized enterprises in Pasco, Peru |

Andina. (20 de Enero de 2021). CAF apoya a las cajas municipales para que puedan ofrecer créditos 100% digitales. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-caf-apoya-a-las-cajas-municipales-parapuedan-ofrecer-creditos-100-digitales-830570.aspx>

Arbaiza, L. (2015). *Como elaborar tesis de grado*. Editorial Universidad ESAN

Arévalo, M., Cambal, J., & Araque, V. (2020). Quality management in service companies: Evaluation of the real estate company CREA in the province of Pastaza. *Revista investigación operacional*, 425-431.

Arteaga Sanchez, M. H. Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, zona céntrica del distrito de Trujillo, 2021.

Ayon Seminario, B. I. M. (2019). La calidad de servicio y atención al cliente en la oficina especial Sullana de la institución financiera caja municipal de Sullana en el distrito de Sullana año 2019.

Blanco González, G. , Font Aranda, M., (2022), The concept of quality service in hotel management, Revista Venezolana de Gerencia, 27 (97), pags. 212-228.

Brunetta, H. (2019). *Experiencia del cliente de la estrategia a la implementación*. Editorial Paidós

Castillo, S. S. Q., & Alva, F. A. C. (2022). Management of human talent and quality of service at Caja Piura – 2022. *Sapienza: International Journal of Interdisciplinary Studies*, 3(2), 802-815.

De la Hoz Domínguez, E. J. Assessment of the quality of a service through the six sigma metrics, provided by the financial entities of Colombia in the year 2019.

Eco, U. (2018). *Cómo se hace una tesis*. Editorial DIGESA

Encalada Sobrino, J. L., & Suárez Nole, A. A. (2022). Gestión de la calidad y atención al cliente con problemas de morosidad en Caja Sullana agencia principal, Sullana, 2022.

Hernández, H., Barrios, I. y Martínez, D (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre*, 16 (28), pp. 179-195. ISSN 1900-0642.

Hernández, R., y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas*. Editorial McGRAW-HILL Interamericana

Hinojosa, J. (2020) *El arte de hacer una tesis*. Editorial HINOJOSA

Ibarra-Cisneros, M.A., Vela-Reyna, J.B., Hernández-Perlines, F. (2022), The importance of corporate social responsibility and total quality management in hotels in Mexico. *Dirección y Organización* (76), pp. 43-57. <https://doi.org/10.37610/dyo.v0i76.617>

Lara, E. (2016). *Fundamentos de investigación*. Editorial Alfaomega

López, S. E. R. G. I. O. (2020). *Atención al cliente, consumidor y usuario*. Ediciones Paraninfo, SA.

- Lozano, M. (2017). Sistema Financiero Internacional. Fundación para el desarrollo económico e inclusión social. Banco Mundial. Suiza.
- Martínez, R. (2017). *Manual de tesis. Metodología especial de investigación*. Editorial Trillas
- Meléndez, S. (2017). *Fundamentos de investigación*. Editorial McGrawHill
- Nahuelquin, Cibeles González, Wauters, Melissa Olivari, Villa, Javiera Pardo, Figueroa, Annalys Saavedra, Quiroz, Valeska Ver (2022), Care Management and Quality of Care, Metas de Enfermería Volume 25, Issue 1, Pages 60 – 70.
- Navarro, E. (2017). *Fundamentos de la investigación y la innovación educativa*. UNIR Editorial
- Novoa, E., & Mejía, E., (2017). *Metodología de la investigación cuantitativa, cualitativa y redacción de tesis*. Ediciones de la U
- Quinde Castillo, S. S. (2022). Gestión del talento humano y la calidad de atención de la Caja Piura–2022.
- Rivastovar, L. (2020). *Elaboración de tesis: estructura y metodología*. Editorial Trillas
- Saiz, J.E. (2015). Diagnóstico de capital social en los municipios de Chía, Funza y La Calera ubicados en el borde urbano de Bogotá, D.C. Revista Criterio Libre. 13 (23), 59-75
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2020). *Metodología y diseños en la investigación científica*. Editorial Business Support Aneth

Suarez, E. (2021). *Cómo hacer la tesis, la solución a un problema*. Editorial Trillas

Valderrama, S. (2015). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica: cuantitativa, cualitativa y mixta*. Editorial San Marcos.

Vega Córdova, É. (29 de Mayo de 2021). Sistema no bancario: qué son las financieras, microfinancieras, cajas municipales y cajas rurales. (Gestión) Obtenido de <https://gestion.pe/tu-dinero/sistema-no-bancario-que-son-lasfinancieras-microfinancieras-cajas-municipales-y-cajas-rurales-sistema-financiero-sistema-bancario-peru-nnda-nnlt-noticia/?ref=gesr>

Velasco, J. (2016). *Gestión de la calidad: mejora continua y sistema de gestión*. Ediciones Pirámide

ANEXOS

Anexo. Matriz de operacionalización de variables

Variables de estudio	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Gestión de la Calidad	Para que una empresa pueda lograr sus objetivos referidos a sus clientes debe planificar diversas estrategias sobre la calidad, estas pueden enfocarse en el buen desempeño de sus colaboradores y las capacidades que tenga cada empleado para ofrecer una información requerida a los clientes.	Se establecerán 3 dimensiones; calidad de los servicios, calidad de los procesos y calidad de la gestión humana, donde se podrá formular 9 ítems, luego se procederá analizar todos los datos obtenidos mediante la estadística descriptiva para realizar y comprobar la prueba de hipótesis.	Calidad de los Servicios Calidad de los Procesos Calidad de la Gestión Humana	<ul style="list-style-type: none"> - Cubrir expectativas - Fidelización de los clientes - Éxito de la empresa - Forma de trabajo - Minimizar errores - Satisfacción de los clientes - Competencias de trabajo - Planificación de actividades - Evaluación de desempeño 	Escala de medición ordinal y de tipo Likert
Atención al Cliente	Es un proceso que se debe desarrollar aplicando métodos que viabilicen la relación entre el cliente y el colaborador, la atención debe ser parte de los objetivos que se planifican para que los resultados sean beneficios tanto	Se establecerán 3 dimensiones; relevancia, oportuno y permanencia, los cuales se plasmarán en el instrumento de medición, donde se podrá formular 9 ítems, luego se procederá a analizar todos los datos obtenidos mediante la estadística	Relevancia Oportuno Permanencia	<ul style="list-style-type: none"> - Expectativas - Soluciones - Conformidad - Canales de respuesta - Tiempo de espera - Imagen - Orientación - Asesoría 	Escala de medición ordinal y de tipo Likert

	para lo que el cliente desee y para las metas de la empresa.	descriptiva para realizar y comprobar la prueba de hipótesis.			
--	--	---	--	--	--

Anexo. Instrumento de recolección de datos

Cuestionario

Para responder piense en lo que realmente sucede en su centro laboral, no hay respuestas correctas o incorrectas, refleje su criterio, las preguntas tienen 5 niveles de respuesta, solo marque “+” o “x” la alternativa de su elección, no marque dos opciones. Sus respuestas son confidenciales y anónimas, muchas gracias por su valiosa colaboración.

Totalmente en desacuerdo 1	En desacuerdo 2	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 3	De acuerdo 4	Totalmente de acuerdo 5
-------------------------------	--------------------	--------------------------------------	-----------------	----------------------------

Gestión de Calidad		Alternativas				
Calidad de los servicios		1	2	3	4	5
1	¿La calidad es importante para cubrir las expectativas de los clientes sobre los servicios?					
2	¿La atención a los clientes es parte importante para la fidelización de los clientes?					
3	¿La información clara influye en la fidelización de los clientes?					
4	¿La confianza que genera los servicios es parte del éxito de la entidad?					
5	¿La publicidad en los medios influye en el fortalecimiento del éxito de la empresa?					
Calidad de los procesos						
6	¿La forma de trabajo del personal refleja su alto nivel de preparación?					
7	¿La cordialidad y el buen trato reflejan una forma de trabajo que se destaca en la entidad?					

8	¿Durante la atención son mínimos los errores de trabajo del personal?					
9	¿La satisfacción del cliente depende de la seguridad de la entidad?					
10	¿Cómo cliente las instalaciones le ha generado satisfacción?					
Calidad de la gestión humana						
11	¿Las áreas en las que ha sido atendido el personal han mostrado competencias de trabajo?					
12	¿Son buenas las competencias de trabajo de cada personal?					
13	¿En su visita a la entidad se ha mostrado una planificación en sus actividades?					
14	¿A notado que se supervisa la atención de cada personal?					
15	¿Cree que debería haber mayor evaluación en los trabajadores cuando se atiende a un cliente?					

Anexo 2. Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
<p>Problema general: ¿Cómo la gestión de calidad se relaciona con la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022?</p> <p>Problemas específicos: ¿Existe relación entre la calidad de los servicios y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022?</p> <p>¿Existe relación entre la calidad de los procesos y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022?</p> <p>¿Existe relación entre la calidad de la gestión humana y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la</p>	<p>Objetivo general: Determinar la influencia del marketing relacional en la fidelización de los clientes asegurados en una institución médica privada en Lima, 2022.</p> <p>Objetivos específicos: Analizar si existe relación entre la calidad del servicio y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022.</p> <p>Analizar la influencia del valor de relación en la fidelización de los clientes asegurados en una institución médica privada en Lima, 2022.</p> <p>Identificar si existe relación entre la calidad de la gestión humana y la atención al cliente de la</p>	<p>Hipótesis general: Existe una influencia significativa del marketing relacional en la fidelización de los clientes asegurados en una institución médica privada en Lima, 2022.</p> <p>Hipótesis específicas: Existe relación significativa entre la Gestión de calidad y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022.</p> <p>Existe relación significativa entre la calidad de los procesos y la atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022.</p> <p>Existe relación significativa entre la calidad de la gestión humana y la</p>	<p>Gestión de la calidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Calidad de los Servicios - Calidad de los Procesos - Calidad de la Gestión Humana <p>Atención al cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relevancia - Oportuno - Permanencia 	<p>Tipo y diseño de investigación: Aplicado, no experimental, de corte transversal, del nivel descriptivo y correlacional.</p> <p>Población, muestra y muestreo: 45 personas aseguradas, la muestra es censal y el muestreo no probabilístico.</p> <p>Técnica e instrumento de recolección de datos: La encuesta y el cuestionario</p>

ciudad de Ica, 2022?	empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022.	atención al cliente de la empresa Caja Arequipa, de la ciudad de Ica, 2022.		
-------------------------	--	--	--	--

Anexo 3. Carta de autorización

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Ica, 29 de octubre de 2022

Señores:

Escuela de Administración

Universidad César Vallejo – Campus Lima Norte

A través del presente, César Gabriel Ortiz Palomino, identificado (a) con DNI N°46448852 representante de la empresa/institución "Caja Arequipa" con el cargo de "Gerente de Agencia", me dirijo a su representada a fin de dar a conocer que las siguientes personas:

- a) Canales Anicama, Vannesa del Carmen
- b) Portal Elizalde, Víctor Martín

Están autorizadas para:

- a) Recoger y emplear datos de nuestra organización a efecto de la realización de su proyecto y posterior tesis titulada "**Gestión de calidad y atención al cliente, en la empresa Caja Arequipa, ciudad de Ica, 2022**"

Si No

- b) Emplear el nombre de nuestra organización dentro del referido trabajo

Si No

Lo que le manifestamos para los fines pertinentes, a solicitud de los interesados.

Atentamente.

Cesar G. Ortiz Palomino
Gerente de Agencia
Caja Arequipa

Firma y Sello

Cuestionario

Para responder piense en lo que realmente sucede en su centro laboral, no hay respuestas correctas o incorrectas, refleje su criterio, las preguntas tienen 5 niveles de respuesta, solo marque “+” o “x” la alternativa de su elección, no marque dos opciones. Sus respuestas son confidenciales y anónimas, muchas gracias por su valiosa colaboración.

Totalmente en desacuerdo 1	En desacuerdo 2	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 3	De acuerdo 4	Totalmente de acuerdo 5
-------------------------------	--------------------	--------------------------------------	-----------------	----------------------------

Atención al Cliente		Alternativas				
Relevancia		1	2	3	4	5
1	¿La atención que se le brindó cubrió sus expectativas?					
2	¿Las promociones que se ofrecen le permiten cubrir sus expectativas?					
3	¿Siempre el personal que le atendió le soluciono sus dudas?					
4	¿Se siente conforme con las instalaciones de la entidad?					
5	¿Se siente conforme con la atención del personal?					
Oportuno						
6	¿Ante sus dudas la entidad dispone varios canales de respuesta?					
7	¿Cuándo ha acudido a canales de respuesta fue rápida la atención?					
8	¿Considera que el tiempo de espera es la adecuada?					
9	¿La marca de la entidad es parte de su imagen?					

10	¿La atención que se brinda es parte de su imagen?					
Permanencia						
11	¿El trabajador que lo atendió pudo orientarlo correctamente?					
12	¿Está capacitado el personal para una buena orientación?					
13	¿Considera que la orientación es parte de una preparación constante?					
14	¿Está bien que ante situaciones complejas la entidad cuenta con asesoría para sus clientes?					
15	¿Considera que la asesoría es parte para fidelizar a sus clientes?					

Anexo. Confiabilidad del instrumento

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad Gestión de la Calidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,987	15

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad Atención al Cliente

Alfa de Cronbach	N de elementos
,986	15

Intervalo al que pertenece el coeficiente alfa de Cronbach	Valoración de la fiabilidad de los ítems analizados
[0 ; 0,5[Inaceptable
[0,5 ; 0,6[Pobre
[0,6 ; 0,7[Débil
[0,7 ; 0,8[Aceptable
[0,8 ; 0,9[Bueno
[0,9 ; 1]	Excelente

Anexo. Prueba de normalidad

Paso 1: Plantear la hipótesis de normalidad

H₀: Los datos **siguen** una distribución normal

H₁: Los datos **no** siguen una distribución normal

Paso 2: Nivel de significancia

nc=: 0.95 (Nivel de Confianza)

α= 0.05 (Margen de error)

Paso 3: Prueba de normalidad

Si $n > 50$ se aplica Kolmogorov — Smirnov

Si $n < 50$ se aplica Shapiro — Wilk

N= población

Paso 4: Estadístico de prueba

Si $p\text{-valor} < 0.05$ se rechaza la H_0

Si $p\text{-valor} > 0.05$ se acepta la H_0 y se rechaza la H_1

Paso 5: Criterio de decisión

Distribución normal

La distribución normal se utiliza para representar cómo se distribuyen los datos y se define principalmente por: **La media (μ):** la media representa la ubicación del centro de sus datos (o el promedio).

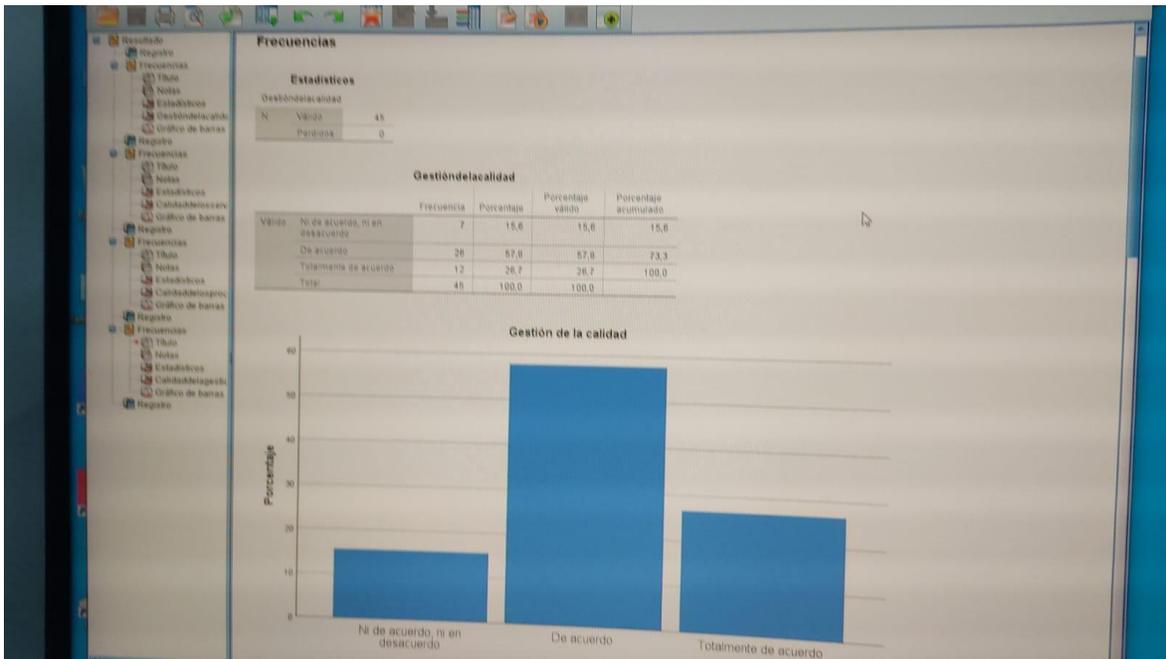
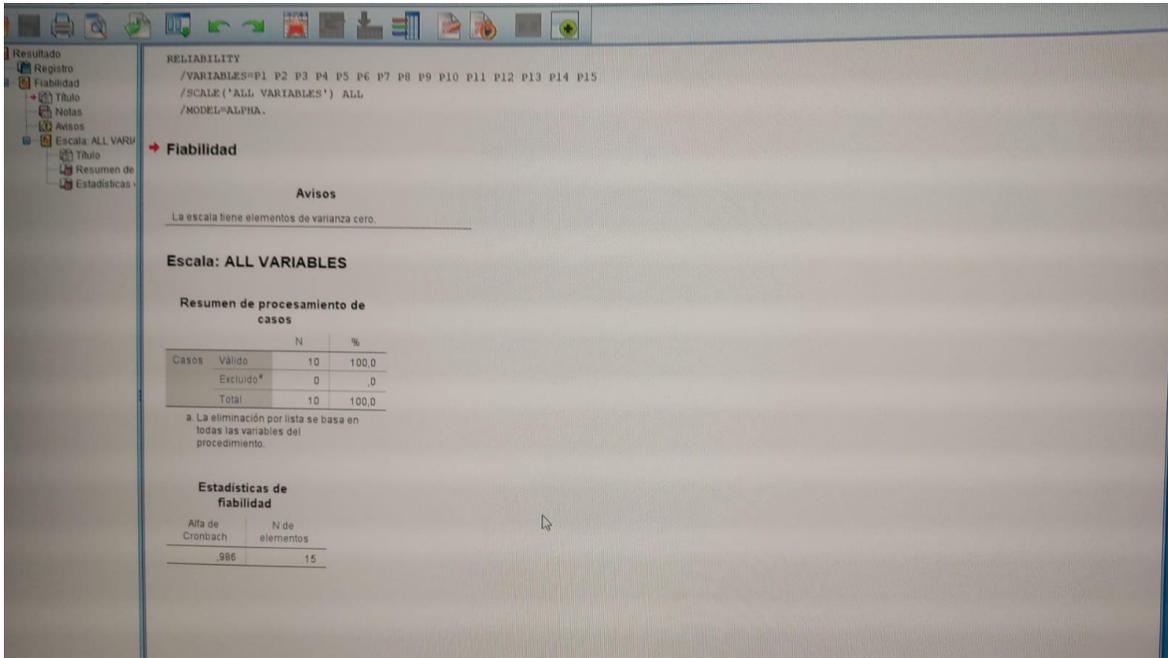
La desviación estándar (σ): la desviación estándar es una medida de la cantidad de variación o dispersión de un conjunto de valores y representa la extensión de sus datos.

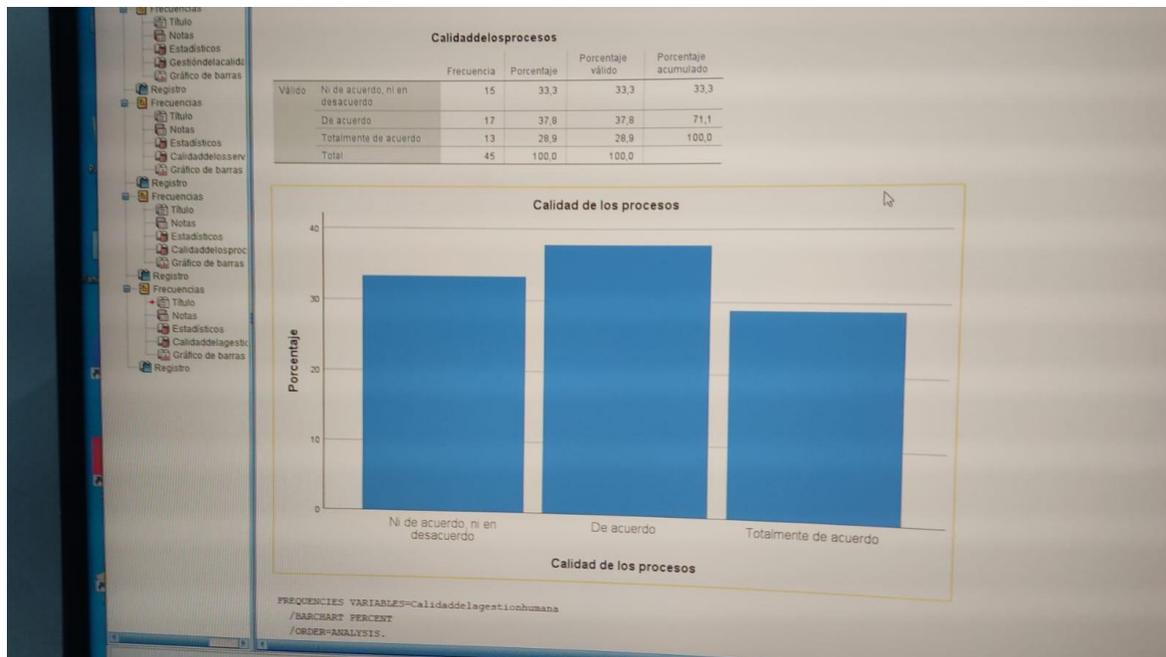
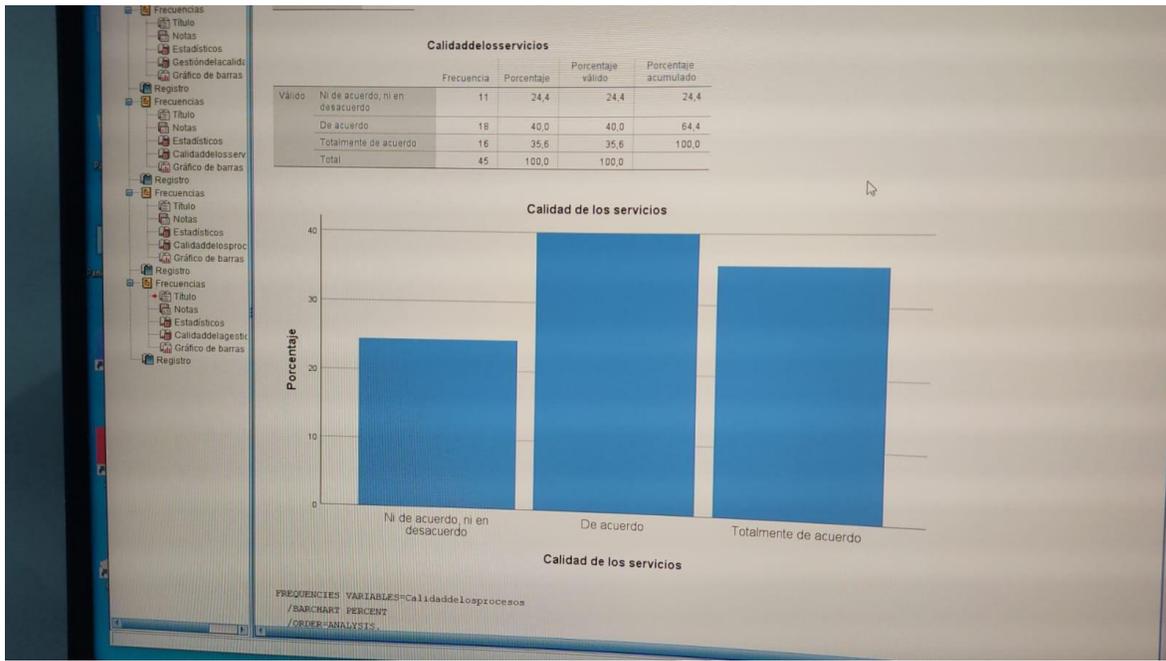
La **significancia estadística** es la probabilidad de que una relación entre dos o más variables en un análisis no sea pura coincidencia, sino que en realidad sea causada por otro factor. En otras palabras, la significancia estadística es una forma de demostrar matemáticamente que puedes confiar en una estadística determinada

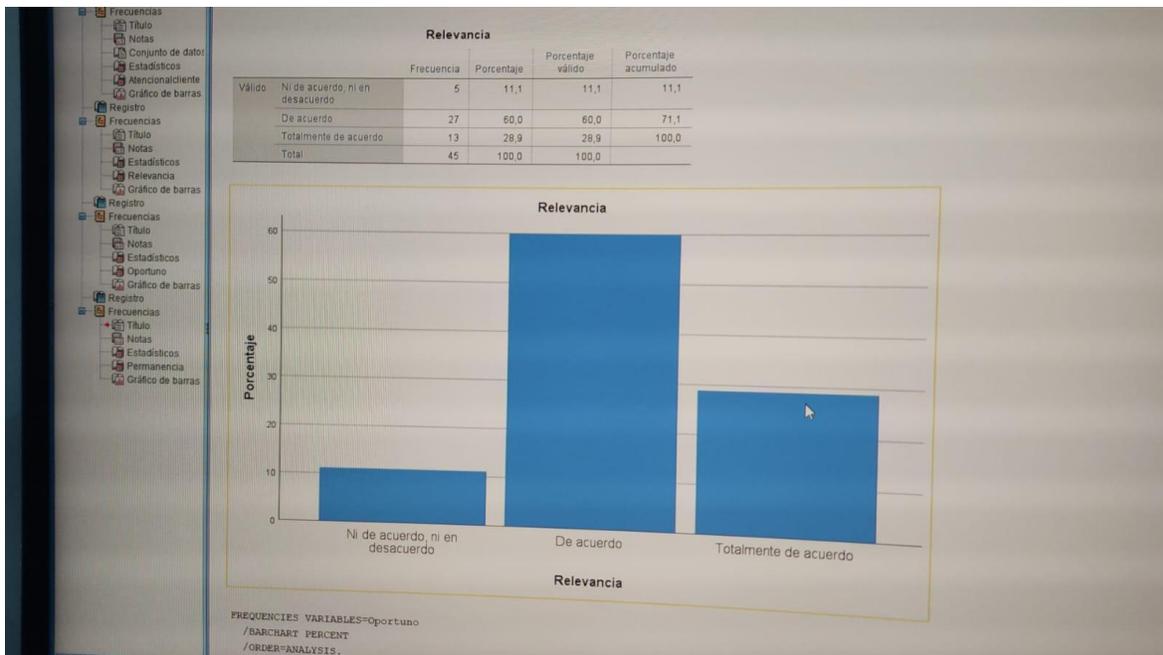
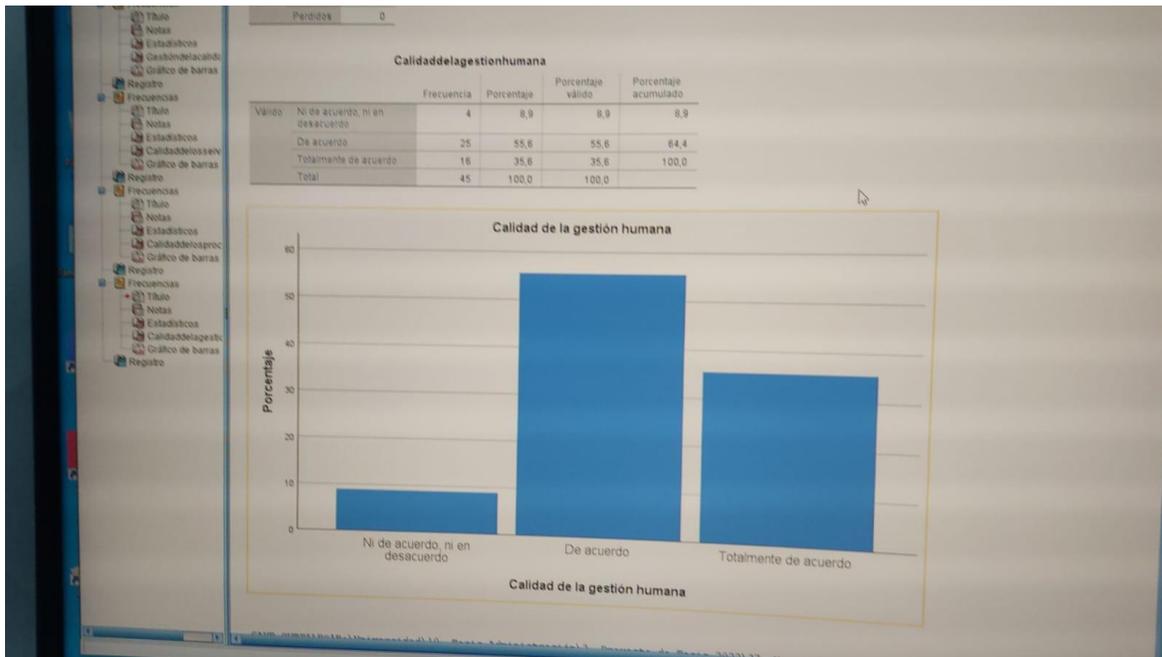
Pruebas de normalidad

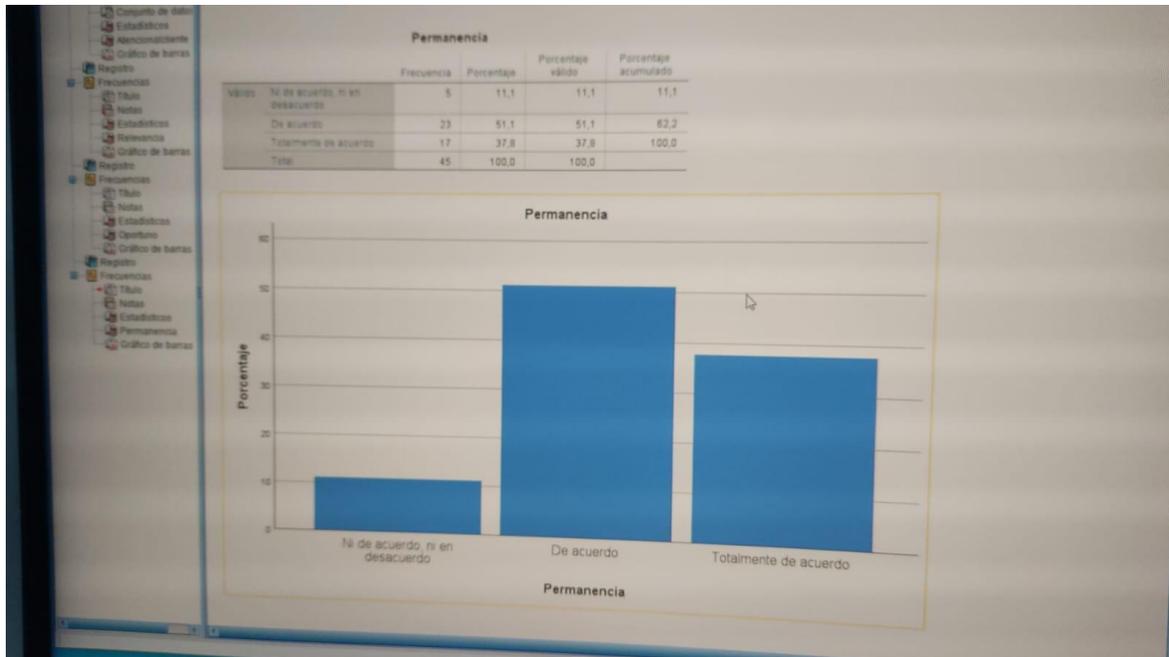
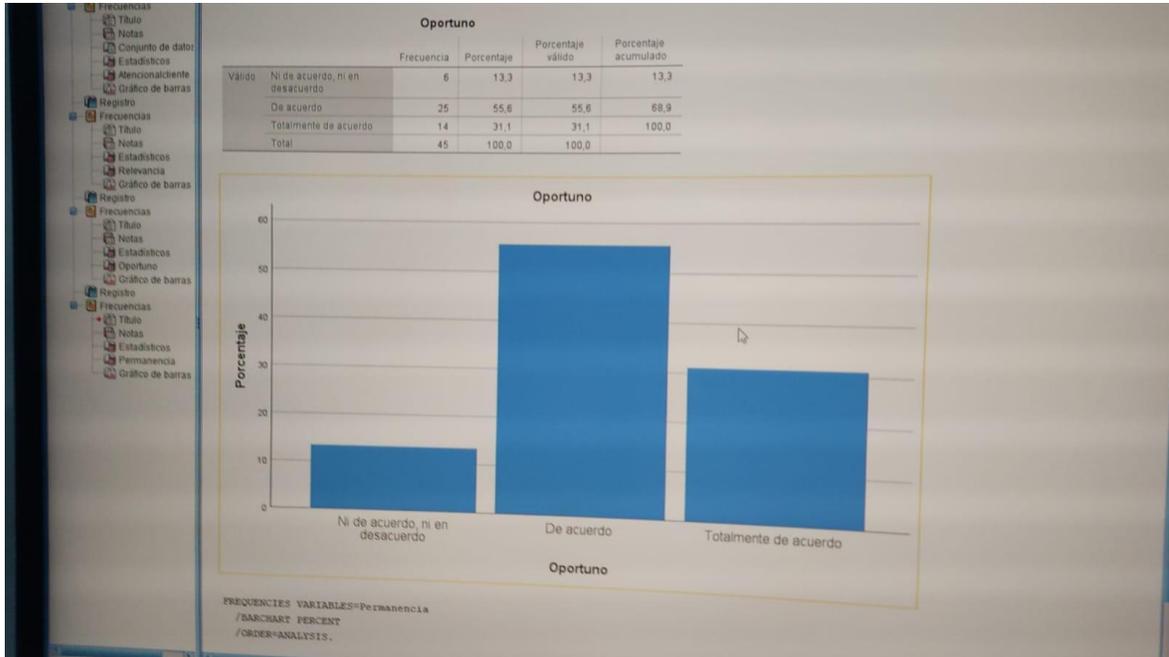
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Marketing Relacional	,301	45	,000	,787	45	,000
Fidelización del cliente	,286	45	,000	,787	45	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors











UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CALANCHEZ URRIBARRI AFRICA DEL VALLE, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Gestión de calidad y atención al cliente en la empresa Caja Arequipa, Ica - 2022", cuyos autores son CANALES ANICAMA VANESSA DEL CARMEN, PORTAL ELIZALDE VICTOR MARTIN, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 24.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 21 de Marzo del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CALANCHEZ URRIBARRI AFRICA DEL VALLE CARNET EXT.: 005774548 ORCID: 0000-0002-9246-9927	Firmado electrónicamente por: DCALANCHEZBR el 21-03-2023 11:08:29

Código documento Trilce: TRI - 0537604