



Universidad Tecnológica Ecotec
Facultad de ciencias económicas y empresariales

Título del trabajo:

Análisis de la importancia de los tiempos de espera en la calidad de la atención al cliente en instituciones bancarias medianas de Guayaquil, período primer semestre 2022.

Línea de Investigación:

Emprendimiento y desarrollo empresarial

Modalidad de titulación:

Proyecto de investigación

Carrera:

Administración de empresas con énfasis en gestión de empresas.

Título a obtener:

Licenciado en Administración de empresas con énfasis en gestión de empresas.

Autor:

Andre Joel Segarra Jaime.

Tutora:

PhD. Mónica Llanos Encalada.

Guayaquil – Ecuador

Año 2022.

DEDICATORIA

A Dios, a mi familia en especial a mi madre que fue la persona que siempre estuvo en todo momento, la que me incentivó a culminar esta hermosa etapa, a mis amigos y a las personas que ya no están conmigo también.

AGRADECIMIENTOS

Le agradezco a Dios, a mi familia, a mis amigos por contar siempre con su apoyo y conocimientos, de igual manera a mi tutora que fue la persona que me guio en este proceso.

ANEXO N°16

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR PARA LA PRESENTACIÓN DEL
TRABAJO DE TITULACIÓN CON INCORPORACIÓN DE LAS OBSERVACIONES DE
LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL**

Samborondón, 06 de julio de 2022

Magíster

Gino Cornejo

Decano(a) de la Facultad

Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO: “Análisis de la importancia de los tiempos de espera en la calidad de la atención al cliente en instituciones bancarias medianas de Guayaquil, período primer semestre 2022” según su modalidad PROYECTO DE INVESTIGACIÓN; fue revisado y se deja constancia que el estudiante acogió e incorporó todas las observaciones realizadas por los miembros del tribunal de sustentación por lo que se autoriza a: Segarra Jaime Andre Joel, para que proceda a la presentación del trabajo de titulación para la revisión de los miembros del tribunal de sustentación y posterior sustentación.

ATENTAMENTE,



PhD. Mónica Llanos Encalada

Tutor(a)

ANEXO N°15

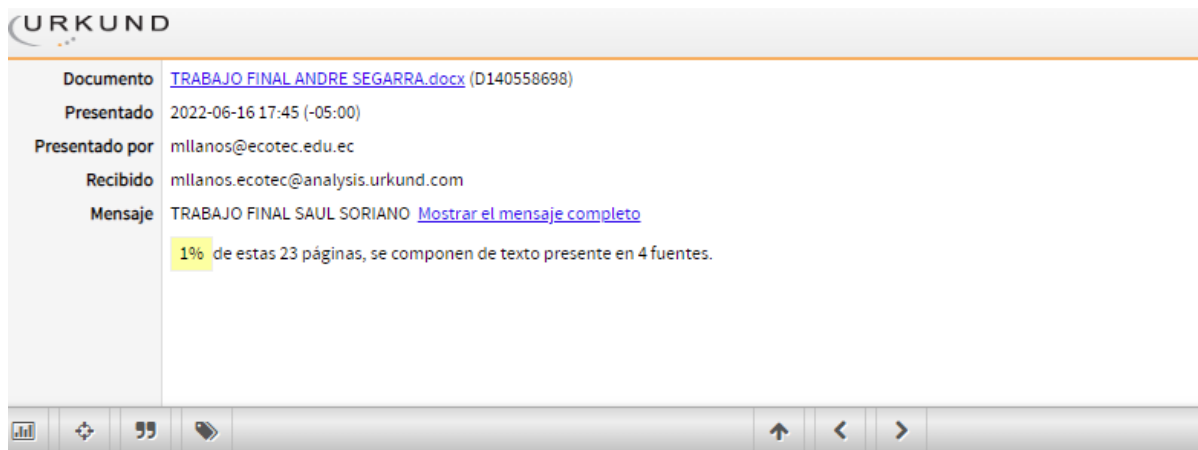
CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE COINCIDENCIAS

Habiendo sido nombrado Mónica Llanos Encalada, tutora del trabajo de “Análisis de la importancia de los tiempos de espera en la calidad de la atención al cliente en instituciones bancarias medianas de Guayaquil, período primer semestre 2022” elaborado por Segarra Jaime Andre Joel con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciado en Administración de empresas con énfasis en Gestión de empresas.

Se informa que el mismo ha resultado tener un porcentaje de coincidencias 1% mismo que se puede verificar en el siguiente link:

<https://secure.arkund.com/old/view/134154766-391858-113331#q1bKLVayijbQMdlx1jHRMdMxj9VRKs5Mz8tMy0xOzEtOVbly0DMwsDSxMDAwNDE0sTQyN7EwrQUA>

Adicional se adjunta print de pantalla de dicho resultado.



The screenshot shows the URKUND interface with the following details:

| | |
|----------------|--|
| Documento | TRABAJO FINAL ANDRE SEGARRA.docx (D140558698) |
| Presentado | 2022-06-16 17:45 (-05:00) |
| Presentado por | mllanos@ecotec.edu.ec |
| Recibido | mllanos.ecotec@analysis.arkund.com |
| Mensaje | TRABAJO FINAL SAUL SORIANO Mostrar el mensaje completo |

1% de estas 23 páginas, se componen de texto presente en 4 fuentes.



PhD. Mónica Llanos Encalada
Tutora

RESUMEN

La presente investigación tiene como finalidad analizar el efecto que tienen los tiempos de espera en la calidad de la atención al cliente en los bancos medianos de Guayaquil con la finalidad de determinar mejoras al servicio. Actualmente con el pasar del tiempo los clientes se vuelven más exigentes con la asistencia financiera que le otorgan los bancos y así esperan retirarse de manera satisfecha solucionando su requerimiento. Los tiempos de espera juegan un papel muy importante en la calidad del servicio que los usuarios reciben por parte del banco, en esta investigación se recopila información acerca de cómo funcionan los tiempos de espera y como están relacionados con la calidad de atención al cliente. Para la presente investigación se usan dos métodos, deductivo y analítico para tener una mayor comprensión, será muy importante para el proceso de preguntas de investigación con la técnica a usar, para así recolectar datos y examinar los resultados. Dentro de las principales conclusiones se puede mencionar que la excelente atención al cliente que se brinda en estos bancos medianos va junto de la mano con una buena satisfacción. De acuerdo a las encuestas realizadas se observa como efectivamente los clientes obtienen una mala percepción de la atención cuando les lleva mucho tiempo en ser atendidos al necesitar de los servicios financieros, pero la agilidad con la que son atendidos también influye de manera positiva, generando una equidad en la calidad recibida por parte del banco.

Palabras clave: tiempo de espera, atención al cliente, servicios financieros.

ABSTRACT

The purpose of this research is to provide information that helps the medium-sized banks of Guayaquil, on the quality of customer service provided to users and how waiting times influence it. Currently, with the passage of time, customers become more demanding with the financial assistance provided by banks and thus expect to retire in a satisfied manner, solving their requirement. Waiting times play a very important role in the quality of customer service that users receive from the bank, in this research information is collected about how waiting times work and how they are related to the quality of service. For the present investigation, two methods are used, deductive and analytical, to have a greater understanding, it will be very important for the process of research questions with the technique to be used, in order to collect data and examine the results. Among the main conclusions, it can be mentioned that the excellent customer service provided in these medium-sized banks goes hand in hand with good customer satisfaction. According to the surveys carried out, it is observed how clients effectively obtain a bad perception of the attention when it takes them a long time to be attended when they need financial services, although the fact that the advisors of these banks provide solutions in a timely, fast and efficient manner to these users of medium-sized banking in Guayaquil, also has a positive influence in the quality provided to customers.

Keywords: waiting time, customer service, financial services.

Tabla de contenido

| | |
|---|----|
| RESUMEN | 5 |
| ABSTRACT..... | 6 |
| INDICE DE TABLAS | 10 |
| INDICE DE ILUSTRACIONES | 11 |
| INTRODUCCIÓN | 12 |
| CAPITULO I MARCO TEÓRICO | 15 |
| 1.1 Gestión de Calidad..... | 16 |
| 1.2 Modelos de gestión de calidad..... | 16 |
| 1.2.1 Modelo de calidad Malcolm Baldrige..... | 17 |
| 1.2.2 Modelo de calidad de Deming | 18 |
| 1.2.3 Modelo de calidad Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (EFQM)..... | 19 |
| 1.2.4 Modelo de calidad Iberoamericano | 21 |
| 1.3 Normas de gestión de calidad | 22 |
| 1.3.1 Norma de la Organización Internacional de Normalización 9000 (ISO 9000)..... | 23 |
| 1.3.2 Norma de la Organización Internacional de Normalización 9001 (ISO 9001)..... | 24 |
| 1.3.3 Norma de la Organización Internacional de Normalización 9004 (ISO 9004 | 25 |
| 1.4. Calidad de servicio en los bancos | 25 |
| 1.5. Atención al cliente | 26 |
| 1.5.1 Calidad en la atención al cliente..... | 27 |
| 1.5.2 Tipos de atención al cliente | 27 |

| | |
|---|----|
| 1.6. Tiempos de espera en la atención al cliente..... | 29 |
| 1.6.1 Teoría de colas | 30 |
| 1.6.2. Tiempos de espera en bancos | 31 |
| CAPITULO II MARCO METODOLÓGICO | 33 |
| 2.1 Enfoque | 34 |
| 2.2 Tipos de investigación | 34 |
| 2.3 Métodos de investigación | 35 |
| 2.4 Técnicas e instrumentos..... | 35 |
| 2.5 Periodo y lugar..... | 36 |
| 2.6 Población y muestra..... | 36 |
| 2.7 Variables | 37 |
| 2.8 Operacionalización de Variables | 38 |
| 2.9 Procedimiento y procesamiento..... | 39 |
| CAPÍTULO III ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS..... | 40 |
| 3.1 Presentación de los resultados de la encuesta | 41 |
| CAPITULO IV PROPUESTA..... | 49 |
| 4.1 Propuesta..... | 50 |
| 4.1.2 Plan de acción | 50 |
| CONCLUSIONES | 52 |
| RECOMENDACIONES..... | 53 |
| REFERENCIAS..... | 54 |

ANEXOS57

INDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| 1. Operacionalización de variables | 38 |
| 2. Calidad de encuestados por banco | 42 |
| 3. Edad..... | 42 |
| 4. Frecuencia con la que se requieren los servicios financieros presencialmente | 43 |
| 5. Tiempo de espera promedio | 44 |
| 6. Expectativas acerca del tiempo de espera | 45 |
| 7. Tiempo en brindar solución | 46 |
| 8. Nivel de recomendación | 48 |

INDICE DE ILUSTRACIONES

| | |
|--|----|
| 1. Elementos de los modelos de gestión de calidad | 16 |
| 2. Secciones del modelo Malcolm Baldrige | 17 |
| 3. Modelo de calidad Fundación Europea Para la Gestión de Calidad (EFQM) | 21 |
| 4. Sistema de colas | 31 |
| 5. Influencia de los tiempos de espera en la calidad | 44 |
| 6. Conveniencia en los horarios de los bancos | 45 |
| 7. Horarios en los que el cliente se acerca al banco | 46 |
| 8. Calidad brindada por el asesor | 47 |
| 9. Canales alternos | 48 |

INTRODUCCIÓN

Los tiempos de espera juegan un papel muy importante dentro de la calidad de atención que se les brinda a los clientes dentro los bancos medianos en Guayaquil, es debido a esto que se busca con la medición de este indicador mejorar de manera progresiva la calidad que se le brinda al cliente. Según (eAlicia University, 2020) estos tiempos de espera actúan de forma importante en el hábito del cliente de requerir los servicios financieros.

Uno de los problemas más importantes que tienen los bancos medianos de Guayaquil es el alto tiempo que esperan sus clientes para ser atendidos, generando así como consecuencia una inconformidad en estos haciéndoles llevar una mala percepción de la calidad recibida por parte del banco.

“La calidad del servicio es fundamental para las empresas financieras, ya que permiten fidelizar a un cliente a su marca y a su vez, generar satisfacción en los clientes respecto a sus necesidades y expectativas” (Hidalgo Freire, 2019).

Hoy en día en Guayaquil, los bancos medianos obtienen fidelidad de los clientes debido al tipo de atención que se les da, la atención al cliente trabaja de manera muy importante y simultánea con la fidelidad de los clientes y gracias a esto los bancos medianos del Ecuador empiezan a crecer.

Planteamiento del problema

En el Ecuador, de los 24 bancos que operan en el sistema financiero ecuatoriano, siete se clasifican como medianos al tener activos entre \$200 y USD 1.000 millones. (Ekos Negocios, 2018)

Actualmente, uno de los problemas más graves que tienen los bancos medianos de Guayaquil son los elevados tiempos de espera que mantienen en su servicio al cliente,

afectando así la calidad que se le brinda a los usuarios, esto puede llevar a una mala experiencia por parte de los clientes, ya que genera un malestar en su experiencia al adquirir cualquier tipo de servicio dentro de estas instituciones, afectando de manera desfavorable a estos bancos medianos. Esto se debe a la gran cantidad de usuarios que requieren de los servicios financieros de manera diaria. (López Castaño & Martínez Guevara, 2020).

Formulación del problema

¿Qué importancia tienen los tiempos de espera en la calidad de la atención al cliente en los bancos medianos de Guayaquil?

Justificación

La importancia de la presente investigación que se va a desarrollar es debido a la gran afluencia de clientes que pueden llegar a tener los bancos medianos en la ciudad y la importancia que tienen los tiempos de espera para que no se vea afectada la calidad de atención al cliente, esto se puede exhibir en el uso indispensable de los servicios bancarios que estas ofrecen día a día.

Finalmente, con esta investigación se pretende obtener una solución para optimizar los tiempos de espera en el servicio al cliente para que no se vea afectada la calidad que se les brinda al momento de usar los servicios financieros en este tipo de instituciones.

Tipos de investigación

Se llevará a cabo dos tipos de investigación: descriptivo, con este tipo de investigación se pretende estudiar cierta población de los bancos medianos dentro de la ciudad y la relación que mantienen los tiempos de espera con la calidad del servicio al cliente. Por otro lado, el segundo tipo de investigación sería explicativo, con el método explicativo vamos a determinar a fondo las causas por las que el tiempo de espera influye de manera importante en la calidad del servicio al cliente en bancos medianos de Guayaquil.

Objetivo general

Analizar el efecto que tienen los tiempos de espera en la calidad de la atención al cliente en los bancos medianos de Guayaquil con la finalidad de determinar mejoras al servicio.

Objetivos específicos

- Establecer los estándares en la calidad de la atención al cliente y su aplicación a bancos medianos.
- Determinar la gestión en los tiempos de espera en los bancos medianos de Guayaquil y su incidencia en la calidad de la atención al cliente.
- Identificar las estrategias que permitan minimizar los tiempos de espera en la atención a los clientes en bancos medianos dentro de Guayaquil.

CAPITULO I MARCO TEÓRICO

1.1 Gestión de Calidad

La gestión de calidad consiste en la verificación de los productos y los servicios que ofrecen las empresas para ir perfeccionando, cumpliendo así los estándares de los clientes con sus necesidades y la calidad que ellos esperan, esto se realiza en todas las instituciones sin importar tamaño o prestigio. Al cumplir lo establecido y acompañándolo con un buen servicio dará permanencia a la empresa en el mercado.

Se trata de un proceso formal utilizado para revisar las operaciones, productos y servicios de una empresa, con el objetivo de identificar áreas que puedan requerir mejoras de calidad. Éste es requerido en todas las áreas de actividad comercial, independientemente del tamaño de la institución. (Conexión Escuela de Administración de negocios para Graduados (ESAN), 2018)

1.2 Modelos de gestión de calidad.

Según (Iso tools, 2019), se diseñaron los cuatro modelos de calidad, los que veremos que comparten relación con el mismo fin que es la calidad pero que existen diferentes procesos de desarrollo para la mejora continua de las organizaciones. A diferencia de las normas, no contienen requisitos, sino pautas de mejora. “La calidad está relacionada con competitividad y debe estar en la planificación estratégica de la organización” (Chiriboga Cisneros, Pérez Zulueta, Hidalgo León, & Fuentes Torres, 2018)

Ilustración 1

Elementos de los modelos de gestión de calidad

| | Modelo EFQM | Modelo Deming | Modelo Iberoamericano | Modelo Baldrige. |
|------------|-----------------------|---------------|------------------------|------------------|
| Elementos. | Enfoque. | Planificar. | Enfoque. | Estrategia. |
| | Estrategia. | Hacer. | Desarrollo. | Despliegue. |
| | Despliegue. | Comprobar. | Evaluación y Revisión. | Revisión. |
| | Evaluación y Revisión | Actuar. | | |

Fuente: (De Nieves Nieto & Ros McDonnell, 2006)

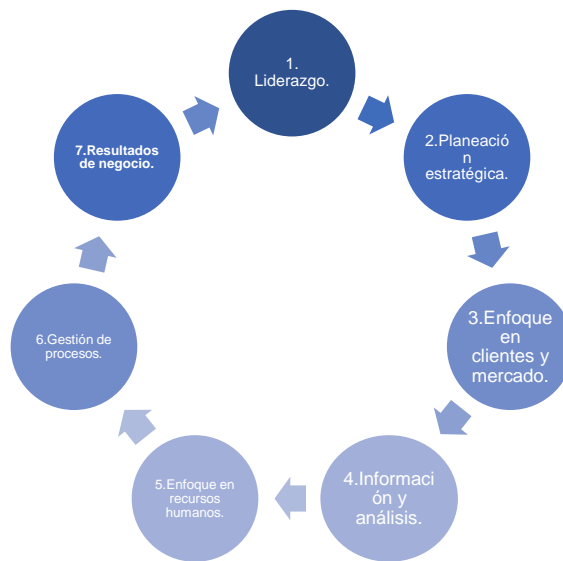
1.2.1 Modelo de calidad Malcolm Baldrige

De acuerdo con (Iso tools, 2017) se dio por la ley dictada por el congreso de Estados Unidos, fue presentada como Malcolm Baldrige National Improvement Act of 1987, con el propósito de hacer competencia a las empresas japonesas a través de la calidad total, declaró como objetivo hacer la revisión de los procesos adecuadamente y a la mejora en la competitividad de las organizaciones.

En este modelo se presentan siete secciones que intervienen entre sí sobre la mejora de cada empresa.

Ilustración 2

Secciones del modelo Malcolm Baldrige.



Fuente: (Iso tools, 2017)

El objetivo para que existan estas secciones en este modelo es analizar, cumplir y mejorar cada paso para crear la permanencia de la empresa y prestigio el cual se vea reflejado en la calidad y el servicio que se ofrece.

1.2.2 Modelo de calidad de Deming

Como afirma (Castillo, 2018), se puede encontrar encontrar que este modelo a mediados del siglo XX el profesor Edwards Deming lo dio con finalidad de mejorar la competitividad en Japón, para tener de referencia la industria de Japón volvió a resurgirse mediante este método.

Según lo relatado, se puede observar este método como herramienta de la gestión de calidad, ya que tiene índices en relación a la mejor calidad, al tiempo de contestación y su precio. Para el mejoramiento continuo se está tomando en cuenta que:

- Es un método eficiente ya que es un modelo dinámico y flexible.
- Baja los costos.
- Se crean estrategias y procesos en cualquier servicio de la empresa.
- Se realizan seguimientos, mediciones, y a su vez las respectivas correcciones y modificaciones para cumplir los prototipos de los clientes.
- Los productos deben reflejar las exigencias de los consumidores. (Castillo, 2018)

La rueda o ciclo de Deming es un proceso metodológico que tiene como objetivo aplicar a un proceso cualquiera una acción cíclica formada por cuatro pasos fundamentales:

P = PLAN = Planificar a fondo

D = DO = Efectuar, realizar, hacer.

C = CHECK = Verificar, comprobar.

A = ACT = Actuar. (Ocrospoma Solis, 2017)

Este método según (Castillo, 2018) ayuda a todas las empresas a crecer y así mismo desarrollarse de una forma fluida y constante. También se lo conoce como ciclo planificar, hacer, verificar y actuar (PHVA), es una herramienta de este modelo con la misma función que

sirve para la mejora continua de la calidad que se la resumen en cuatro pasos para su mejora y aprendizaje, a su vez esta se involucra con los clientes desde el proceso de planificación hasta el diseño. Se involucra todos los procesos necesarios y como resultado da un producto de satisfacción a las expectativas de los clientes.

1.2.3 Modelo de calidad Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (EFQM)

Según (Maderuelo Fernandez , 2002), el modelo de calidad Fundación Europea para la Gestión de Calidad (EFQM), fue establecida en Europa por distintas catorce empresas del continente en el año 1988 con el fin de ayudar a las empresas de ese continente a tener una mayor competitividad en el mercado de todo el mundo.

“Su slogan es: Las organizaciones excelentes logran y mantienen niveles sobresalientes de rendimiento que satisfacen o exceden las expectativas de todos sus grupos de interés” (Rugel Kamarova & Chacón Cantos , 2018). Lo que hace referencia a que las empresas cumplen con los estándares de los clientes en los productos establecidos así obteniendo como resultado una empresa exitosa.

Según (Rugel Kamarova & Chacón Cantos , 2018), este modelo europeo fue diseñado en 1989 por Fundación Europea para la Gestión de Calidad. Se basa en el desarrollo en la autoevaluación de las empresas como método de mejora continua, utilizando los recursos y gestión para así obtener los resultados que sean para la satisfacción de los clientes y empleados, dándose por un liderazgo que impulsa la política y estrategia de la organización. Se da para entender la causa y el efecto entre lo que se hace en una organización y sus resultados.

Está integrado por 3 elementos: Valores de Excelencia, Criterios y el Esquema Lógico REDER, que interactúan entre sí. El esquema Lógico de REDER, es una herramienta que permite conducir sistemáticamente las mejoras de todas las áreas de una

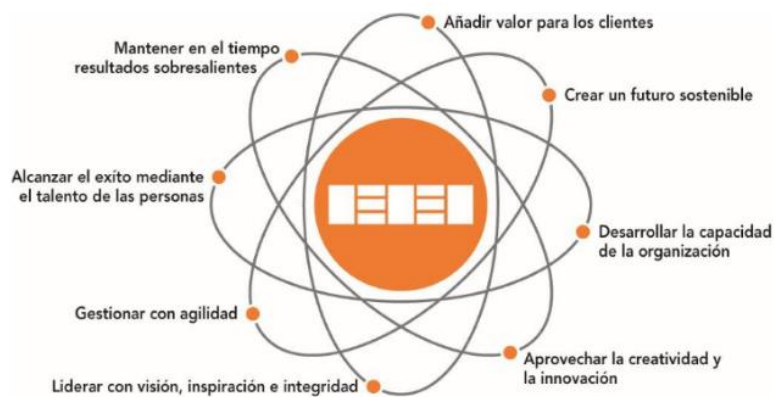
organización. Se aplica a cualquier organización, sin importar antigüedad, sector, tamaño ni área de servicio. (Rugel Kamarova & Chacón Cantos , 2018)

Entre los valores que promueve el modelo, se encuentran:

- Añadir valor al cliente (satisfaciendo necesidades, expectativas y oportunidades),
- Crear futuro sostenible (causando impacto positivo en su entorno directo),
- Desarrollar la capacidad organizacional (gestión eficaz dentro y fuera de ella),
- Creatividad e innovación (mayor valor a través de la mejora continua e innovación sistemática),
- Liderazgo con visión, inspiración e integridad (tener líderes que den forma al futuro y lo hagan realidad),
- Gestión con agilidad (habilidad para identificar y responder eficazmente ante oportunidades y amenazas),
- Lograr el éxito mediante el talento corporativo (la organización excelente valora a su gente, delega responsabilidades, en busca del logro de objetivos personales y organizacionales),
- Resultados sostenibles en el tiempo y satisface necesidades. (Rugel Kamarova & Chacón Cantos , 2018)

Ilustración 3

Modelo de calidad Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (EFQM)



Fuente: (Rugel Kamarova & Chacón Cantos , 2018)

1.2.4 Modelo de calidad Iberoamericano

El modelo de calidad Iberoamericano de excelencia fue desarrollado en 1999, según (Fundibeq, 2019), se aplica a cualquier institución pública y privada, en cualquier campo de actividad o de cualquier tamaño, que desee seguir el camino de la excelencia. Este modelo ayuda como guía de referencia supranacional para evaluar la gestión de la calidad de las organizaciones e identificar fortalezas y áreas de mejora para desarrollar planes de progreso y planificación estratégica. Este modelo se divide en nueve criterios y se estructuran en proceso facilitadores y resultados.

1. Liderazgo y estilo de gestión. - Los líderes de las organizaciones trabajan de manera flexible, para así poder anticipar los cambios que puedan llegar en el entorno para así asegurar el éxito prolongado de la organización.
2. Estrategia. - Desarrollan de su misión y visión para así ponerlas en práctica por medio de una buena estrategia hacia los diferentes grupos de interés

3. Desarrollo de personas. - Analiza cómo gestionar, desarrollar la capacidad de las personas tanto de manera individual como en equipo, para contribuir a su eficacia.
4. Recursos, proveedores y alianzas. - Administra sus recursos internos, importadores y afiliados, para apoyar la implementación de su estrategia y gestión efectiva.
5. Procesos y clientes. - Fabrica, diseña, crea y entrega bienes y servicios para así satisfacer las expectativas y de igual manera las necesidades de los clientes
6. Resultados de clientes. - Lo que la organización logra en términos de sus clientes externos, cumple sus promesas, produce resultados únicos e incluso más allá de sus expectativas.
7. Resultados de personas. - Explica el sistema de marcadores asociados a sus correspondientes objetivos, para medir los componentes claves que encajan en esta estrategia acerca de las expectativas y necesidades de los clientes.
8. Resultados de sociedad. - Resultados de la organización en términos de satisfacer las necesidades y expectativas de las organizaciones locales, regionales, nacionales e internacionales.
9. Resultados globales. - Satisfacer las necesidades y expectativas de quienes se interesan por la adquisición del producto o servicio de la organización. (Fundibeq, 2019)

Podemos decir finalmente que este modelo es usado como una base para medir la calidad de la empresa u organización identificando puntos fuertes y áreas de mejoras para poder así generar planes para un mejor progreso.

1.3 Normas de gestión de calidad

Las normas de calidad según (Universidad Católica San Pablo, 2018) son los documentos que proporcionan especificaciones o características que se utilizan para consagrar que los productos, procesos y servicios sean los correctos para su compromiso en

el mercado. Dan a las empresas la ilusión compartida y los procedimientos. De forma similar, las normas presentan descripciones y diccionario precisas, por lo que ofrecen una base objetiva a las empresas a los consumidores para manifestar y dar negocios. La calidad se trata de la seguridad y satisfacer las expectativas básicas de los clientes. Pero, al cumplir las normas de calidad, las empresas a menudo obtienen mejores beneficios y reducen las pérdidas. Aquellos que superan los estándares de calidad se destacan por encima de sus competidores.

1.3.1 Norma de la Organización Internacional de Normalización 9000 (ISO 9000)

En el 2010 se puso en práctica esta norma en varias empresas e instituciones en distintos 178 países, según el informe de la Organización Internacional de Normalización del 2010. La ISO 9000 es un conjunto de normas sobre calidad y gestión de lógicos de calidad. Según (Conexión Escuela de Administración de negocios para Graduados (ESAN), 2019) teniendo en cuenta que las normas ISO 9000 son primordiales para que brinden productos de calidad. Incluyen un conjunto de directrices orientadas a la gestión de una empresa. Integran los criterios para reducir los costos de producción y aumentar la productividad. Se logra aumentar el valor económico y la calidad a los clientes.

Para la incorporación del sistema las empresas deben realizar una serie de pasos que certifique la calidad, mediante:

1. Definir las necesidades y expectativas de los proyectos de la compañía.
2. Identificar las políticas y objetivos de calidad de cada producto.
3. Determinar los procesos de producción e identificar los cuellos de botella que pueden surgir durante el proceso.
4. Contar con los recursos necesarios para el alcance de objetivos.

5. Definir las herramientas que permitirán medir la eficiencia y eficacia de los proyectos.
6. Establecer los métodos para evitar las no conformidades durante una auditoría.
7. Determinar las correcciones que se llevarán a cabo para la mejora continua de los procesos de producción. (Conexión Escuela de Administración de negocios para Graduados (ESAN), 2019)

La certificación ISO 9000 genera una buena reputación y confianza por lo que pueden realizar en las alianzas estratégicas el cierre con otras compañías que faciliten el crecimiento al mercado.

1.3.2 Norma de la Organización Internacional de Normalización 9001 (ISO 9001)

Según (Benzaquen de las Casas, 2018) actualmente esta norma cuenta con cinco versiones, la primera creada en 1987 y la última en el 2015, siendo la certificación más demandada internacionalmente. “especifica los requisitos para los Sistemas de Gestión de la Calidad (SGC) aplicables a todas las organizaciones que necesiten demostrar su capacidad para brindar productos que cumplan los requisitos de sus clientes y las reglas que correspondan. Esta norma tiene como objetivo aumentar la satisfacción del cliente” (Benzaquen de las Casas, 2018).

Según (Geo Innova, 2021) la ISO 9001 es ideal para empresas de cualquier tamaño (desde PYMES hasta grandes empresas) y sector, ayudando a superar los problemas específicos. Promueve la adopción de un enfoque basado en los procesos y a su vez en el ciclo de mejora continua planificar, hacer, verificar y actuar (PHVA).

Beneficios de la ISO 9001:

- Aumentar más conocimientos al competidor en el mercado.
- Mejora las operaciones y ayuda a reducir los costos.

- Se obtiene mayor competitividad en el negocio y un mejor posicionamiento.
- Efectividad en los productos y servicios ofrecidos.
- Ayuda a satisfacer necesidades de más clientes.
- Construye un negocio más sostenible. (Iso tools, 2019)

Podemos concluir que la norma internacional de normalización 9001 (ISO 9001) es la norma actualmente más utilizada de manera internacional, es la base del resto de las normas utilizada para la gestión de calidad y ayuda en distintos aspectos a las organizaciones.

1.3.3 Norma de la Organización Internacional de Normalización 9004 (ISO 9004)

Menciona (Iso tools, 2018) que esta norma está destinada ayudar a lograr un éxito continuo independientemente de la ética de la organización. Aunque la base de la gestión de la calidad es la mejora continua y la máxima satisfacción del cliente, la norma ISO 9004 cubre el concepto clave de la supervivencia económica proporciona pautas para aumentar la eficacia y la eficiencia generales de la organización. Su objetivo es mejorar continuamente el desempeño de la organización medido a través de la satisfacción de los clientes y otras partes interesadas dentro de la organización. Es una guía para las organizaciones que quieran ir un poco más lejos de los requisitos que establece la ISO 9001, ya que esta norma analiza de manera individual cada requisito de la ISO 9001, para así generar recomendaciones para una mejora en la organización.

1.4. Calidad de servicio en los bancos

La calidad de los servicios se ha convertido en un elemento fundamental en diversos sectores de actividad en los países, representando el aspecto diferenciador y un atributo indispensable para los consumidores de servicios determinados, en los que la evaluación de calidad se encuentra en el plano competitivo. Es por esto que las organizaciones deben

comparar el desempeño con los principales competidores aun cuando no sean proveedores de servicios sustitutivos directos, principalmente porque los clientes comparan el servicio recibido en las diferentes instituciones a las que recurren con frecuencia.

La calidad de los servicios se gestiona y se concibe de diversas maneras de acuerdo con el sector en el que se apliquen, de acuerdo a las características definidas por Kotler y Armstrong (2003). Las instituciones financieras se juega un papel trascendental dentro de las sociedades modernas, ya que los servicios bancarios se pueden ser complejos al combinar aspectos tangibles como los pagos, depósitos, retiros, atención en la caja con los aspectos intangibles de sensación de seguridad, responsabilidad de los funcionarios y capacidad de respuesta. La globalización ha hecho que las instituciones financieras sean competitivas con inversión tecnológica e innovación como estrategias de diferenciación para garantizar la fidelidad de los clientes.

Poseen retos y cambios estructurales, en los que la innovación y diferenciación tecnológicas son fácilmente transferidas y superadas por los competidores. Las instituciones deben encontrar e implementar formas menos convencionales para desarrollar y mantener estas ventajas competitivas haciendo énfasis en los aspectos intangibles de los servicios que agregar valor extra a los servicios prestados. Deben contar con estrategias de calidad para satisfacer a los clientes (Berdugo-Correa, Barbosa-Correa, & Prada-Angarita, 2016).

1.5. Atención al cliente

Según (Terreros, 2021) la atención al cliente es el apoyo, orientación o compañía que una empresa o empresa brinda a los clientes potenciales desde el momento en que ofrecen su producto o servicio. Para los profesionales, el servicio es algo más que el mantenimiento o la resolución de un problema. Es un proceso de seguimiento continuo para satisfacer las necesidades del cliente. En el entorno actual, ningún negocio se puede hacer sin servicio al

cliente y sin la calidad del servicio que se debe brindar. Así, para existir en el mercado que es cada vez más competitivo, las empresas deben adherirse a la calidad del servicio.

1.5.1 Calidad en la atención al cliente

La calidad de atención al cliente consiste en un conjunto de estrategias centrales para garantizar la completa satisfacción del cliente y, por lo tanto, la sostenibilidad del negocio. Estas estrategias se pueden resumir en cuatro acciones principales:

- Planificar e implementar mejoras adaptadas a las necesidades del cliente.
- Sensibilizar a todos los niveles de las empresas sobre el impacto directo e indirecto de su negocio en la satisfacción del cliente.
- Comentarios de satisfacción continuos para planificar la mejora del producto o servicio.
- Gestionar sistemáticamente las relaciones con los clientes. (Caravaca, 2020)

Es muy importante la manera en la que los clientes reciben la calidad de atención y las distintas formas que hay para lograr satisfacer sus necesidades. Es gracias a este factor que todos los bancos medianos en Guayaquil empiezan a crecer.

1.5.2 Tipos de atención al cliente

Según (Terrerros, 2021), existen 9 tipos de atención o servicio al cliente que se clasifican de la siguiente manera:

Atención al cliente presencial, (Terrerros, 2021), en el servicio al cliente presencial un asesor atiende los requerimientos del cliente de manera directa, este tipo de atención se requiere mayormente cuando el cliente lo solicite.

Por otro lado, en el servicio al cliente virtual, las empresas u organizaciones usan las tecnologías actuales para brindar atención al cliente, es por esto que en el comercio electrónico se han implementado herramientas que hacen que la comunicación con el usuario sea mucho

más fácil. Aquí es donde entra también el E-commerce que según (Albán Navarro, Valdospin De Lucca, & Vera Gonzabay , 2018) es la venta o entrega de servicio de manera online. Los clientes que eligen el medio virtual para adquirir productos o servicios en línea eligen su facilidad de uso. Así evitan colas en tiendas o centros de interés, esta es una ventaja sobre el servicio al cliente presencial.

El servicio al cliente proactivo (Terrerros, 2021) es donde la empresa busca o se comunica directamente con los clientes. El servicio proactivo se utiliza en cualquier etapa del proceso de venta, en el proceso de compra o en la relación que se quiera mantener posteriormente con el cliente. En ventas, es común que las empresas intenten comunicarse con su público objetivo en cualquier lugar o a través de una variedad de medios. Una vez que se realiza una venta, el consultor puede contactar al cliente para ver si el producto o servicio se adapta a sus necesidades o es beneficioso, por lo general este tipo de servicios genera lealtad con el cliente.

Por otro lado, según (Terrerros, 2021), el servicio al cliente reactivo es aquel que se produce cuando un cliente se pone en contacto con la empresa por diversos motivos y esta se obliga a dar respuesta a la solicitud. Es la empresa la que debe responder a cualquier solicitud de venta, dudas, soluciones, agradecimientos e incluso rumores. Este tipo de servicio tiene que ser más preciso a diferencia del servicio proactivo.

Atención al cliente por teléfono, este es un tipo de soporte que las empresas brindan a sus clientes para ayudarlos con preguntas o problemas relacionados con el producto o servicio. Según (Delgado Jaramillo & Briones , 2018) esta es una herramienta tecnológica de mucha importancia en cualquier empresa para mejorar y facilitar el servicio al cliente, consiste en que los clientes llaman al número de teléfono autorizado y se comunican con el personal telefónico, quienes orientan sus consultas para que no tengan que ir al local a comprar o adquirir el

servicio. Es muy utilizado para en empresas dedicadas a servicios técnicos, bancarios o financieros.

Atención al cliente por correo electrónico (Terreros, 2021) es excelente para monitorear y crear notas automáticas, además de ahorrar mucho tiempo, los canales son ampliamente utilizados, son económicos y efectivos.

Atención al cliente por chat, es un canal que actualmente es de los más utilizados por bancos. Por ejemplo, un chatbot que según (Loaiza Vásquez, Guatumillo Freire , & Jiménez Silva , 2020) es un chat que tiene como fin tener una conversación entre máquinas y humanos, por lo que puede crear múltiples contactos simultáneos sin depender de una persona. Así, un chat es seguido por una persona que interactúa en línea con el usuario, mientras que un chatbot es un bot que en realidad tiene preguntas y respuestas preestablecidas listas para mostrar.

Atención al cliente por redes sociales de acuerdo a los que nos menciona, la presencia de la marca o servicio en las redes sociales también es un requisito del consumidor moderno, especialmente en la relación con los clientes, ya que su audiencia también quiere aclarar dudas y obtener más información a través de las redes sociales. Brindar un buen servicio en esto tipos de canales aumenta las posibilidades de retención de clientes. Actualmente se usa mucho el E-commerce ya que “se ha convertido en la estrategia de las organizaciones que generan capacidades de competencia de las gestiones que realizan los comerciantes y los consumidores” (Albán Navarro, Valdospin De Lucca, & Vera Gonzabay , 2018).

1.6. Tiempos de espera en la atención al cliente

Para todo tipo de empresa u organizaciones que prestan sus servicios a los clientes, los tiempos de espera juegan un papel muy importante en la calidad de atención que estos clientes perciben de la empresa u organización. El tiempo de espera es el tiempo personal que un cliente

tiene que esperar sin recibir atención personalizada. Este tiempo se mide en minutos o segundos.

Según (eAlicia University, 2020) un elevado tiempo de espera impacta de manera negativa para cualquier empresa u organización, ya que esto genera desconfianza por parte de los clientes, condiciona la actitud del cliente porque a medida que aumentan los tiempos de espera, las experiencias de los clientes se vuelven cada vez más negativas y por último una mala percepción del tiempo, ya que cuando los clientes esperan, distorsionan generando que los clientes sientan que pierden el tiempo.

1.6.1 Teoría de colas

La teoría de colas aparece a principios del siglo veinte para estudiar los problemas de congestión de tráfico que se presentaban en las comunicaciones telefónicas. Entre 1903 y 1905, Erlang es el primero en tratar el tráfico telefónico de forma científica, y establece la unidad de tráfico telefónico, que recibe su nombre. Posteriormente esta teoría se ha aplicado a multitud de problemas de la vida real, como el tráfico de automóviles, la regulación de semáforos en una ciudad, la determinación de cajeros en los supermercados, o el control de los tiempos de espera de los procesos que acceden al procesador de un ordenador que trabaja en tiempo compartido. (Velásquez & Rufian Lizana , 2018)

Basada en la primera teoría que se mencionó anteriormente surgen estudios en base a la publicación del primer artículo publicado en 1909 por Agner Erlang, el cual consiste en un estudio matemático del comportamiento de colas. Esto sucede cuando los clientes que acceden a un lugar solicitan un servicio por parte de la empresa que tiene un límite para atender clientes, si el servidor no está disponible inmediatamente el cliente si decide esperar se forma una cola.

Según (Sarabia Viejo, 1996) cualquier tipo de cola, está dividida en cuatro partes: El ingreso de los clientes; La línea de espera o cola; El centro de servicio; La salida de los clientes

Ilustración 4

Sistema de colas



Fuente: (Sarabia Viejo, 1996)

1.6.2. Tiempos de espera en bancos

Hoy en día para las personas al recurrir a las instituciones bancarias el pasar tiempo haciendo largas filas y un periodo considerable de tiempo en actividades necesarias, así como la disminución del tiempo de espera para la atención conforma los desafíos más grandes a la hora de ofrecer experiencias de usuario para las instituciones. Aunque actualmente existe consolidación de la banca móvil y la banca en línea, los clientes siguen realizando tramites en oficinas físicas.

Es por esto que los banco deben buscar soluciones que permitan ofrecer atención ágil y eficiente en el área de cajas, reduciendo el tiempo de espera en la realización de trámites presenciales convirtiendo la experiencia en una agradable. Muchos de los servicios tradicionales se han disminuido en la forma en la que se presentan en comparación a la implementación de tecnologías, por lo que los bancos para sobrevivir y prosperar en esta realidad deben reconocer que las sucursales son componentes que mantienen las relaciones y la realización de trámites que no se pueden realizar de forma virtual. Se han adoptado diversas políticas internas, rediseño de los espacios y horarios de atención con los que se han obtenido mejoras considerables, pero sigue la interrogante de cómo reducir los tiempos de espera en las oficinas bancarias antes de la atención.

- Emplear alertas de servicio: Los sistemas automatizados con controles personalizables pueden alertar al personal y a los gerentes cuando se han superado los tiempos de espera, de manera que los empleados que atienden a los clientes aceleren el ritmo de dichas interacciones.
- Instalar tecnología autoservicio: Con la introducción de quioscos y cajeros automáticos inteligentes se libera a los empleados de las interacciones centradas en la transacción a las interacciones centradas en las ventas; reduciendo el tiempo de espera en las cajas y posicionando al banco como una institución líder en innovación y tecnología.
- Integrar tabletas al servicio en el lobby: El uso de tabletas para el inicio de sesión del cliente facilita la gestión de las filas en las cajas a través de una interfaz segura y fácil de usar (Rodríguez, 2019).

CAPITULO II MARCO METODOLÓGICO

2.1 Enfoque

Para el siguiente trabajo se utiliza un enfoque cuantitativo, ya que este enfoque es el que mejor se relaciona para la investigación desarrollada. Se busca medir ambas variables mediante la recolección de datos para así poder llegar a una conclusión.

“Se miden las variables con un determinado contexto, se analizan las mediciones obtenidas y se establece una serie de conclusiones” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010).

De acuerdo a lo que se menciona en el anterior párrafo se puede entender que con el método cuantitativo se tiene la opción de medir ambas variables, tanto la dependiente como la independiente, ajustándose así a la necesidad de la investigación.

2.2 Tipos de investigación

Se lleva a cabo dos tipos de investigación: descriptivo, Según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010) con este tipo de investigación se especifica las propiedades, las características y los perfiles de grupos, personas o cualquier otro objeto que se someta a un análisis, se pretende estudiar cierta población de los bancos medianos dentro de la ciudad y la relación que mantienen los tiempos de espera con la calidad del servicio al cliente.

Por otro lado, el segundo tipo de investigación sería explicativo, según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010) se enfoca básicamente en tratar de explicar el porqué de un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, este tipo de investigación responde las causas de los eventos, con el método explicativo vamos a determinar a fondo las causas por las que el tiempo de espera influye de manera importante en la calidad del servicio al cliente en bancos medianos de Guayaquil.

2.3 Métodos de investigación

Para la presente investigación se usan dos métodos, deductivo que según (Bernal Torres, 2010) consiste en tomar conclusiones generales para así tener una aclaración propia, con este método se espera poder a una solución a la problemática de la investigación de acuerdo a nuestras dos variables.

Po otro lado, el otro método con el que se trabaja sería analítico, ya que según (Bernal Torres, 2010) ayuda estudiar el fenómeno para tener una mayor comprensión, será muy importante para el proceso de preguntas de investigación con la técnica a usar, para así recolectar datos y examinar los resultados

2.4 Técnicas e instrumentos

Se utiliza la técnica de encuestas, según (Kuznik, Hurtado Albir, & Espinal Berenguer, 2010) una encuesta ayuda a la recolección de datos, es parte dentro de un procedimiento de investigación que permite organizar y medir los datos que se encontraron y generalizar los resultados a la población que se estudia. Esta técnica ayuda para percibir la importancia de los tiempos de espera y cómo influye esto en la calidad del servicio que los usuarios reciben por parte de bancos medianos, así consideramos ambas variables. La herramienta que se utiliza es el cuestionario, en este caso un cuestionario basado en 12 preguntas con respecto a las dos variables de la investigación.

Con relación a las preguntas del cuestionario, se separarán en cuatro bloques de tres preguntas cada una en el que se obtenga la percepción en relación a conocimientos de las variables, percepción de las variables, mejoras y opiniones con respecto a la escala de Likert en el que 1 es totalmente de acuerdo, 2 de acuerdo, 3 indeciso, 4 en desacuerdo y 5 totalmente en desacuerdo, a fin de medir la percepción de la calidad del servicio y el tiempo de espera actuales en las instituciones bancarias.

2.5 Periodo y lugar

Para periodo de la presente investigación se toma en cuenta la cantidad de clientes correspondiente a los bancos medianos en el primer semestre del 2022 de la ciudad de Guayaquil.

2.6 Población y muestra

Según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010), una población es el conjunto de acontecimientos que concuerdan con una cadena de especificaciones. Actualmente en Guayaquil según (Ekos, 2018) hay más de 3 millones de habitantes de los cuales alrededor de 1 040 000 son usuarios de bancos privados, sin tomar en cuenta los 240 000 clientes de banco de Loja, ya que no tienen sucursales en la ciudad de Guayaquil y se dividen de la siguiente manera según su cartera, 88% de la cartera pertenece a bancos grandes, 9% a bancos medianos y 3% a bancos pequeños, de acuerdo a lo mencionado se puede indicar que nuestra población es 93 600 usuarios de la banca privada. En lo general según (Banco Central del Ecuador, 2021) 75 de cada 100 ecuatorianos adultos tienen acceso a la banca del país, esto quiere decir que en todo el país alrededor de 8 millones de personas hacen uso del sistema financiero.

Por muestra se entiende lo siguiente, “Subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativa de esta” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010). Se realiza 383 encuestas divididas en partes iguales a los 6 bancos medianos, ubicados en las principales matrices en Guayaquil.

Según la fórmula el tamaño de la muestra es 383, que es el número de encuestas que se realiza. Se obtiene a través de la siguiente fórmula para muestra finita según (Bernal Torres, 2010)

$$n = N * Z_{\alpha}^2 * p * q / [e^2 * (N - 1)] + (Z_{\alpha}^2 * p * q)$$

Población (N)= 93600

Valor Z para intervalo de confianza 95% (Z_{α})= 1,96

Probabilidad de éxito (p)= 0,5

Probabilidad de fracaso (q)= 0,5

Error (e)= 5%

$$n = 115\,200 * 3,8416 * 0,5 * 0,5 / [0,0025 * (115\,200 - 1)] + (3,8416 * 0,5 * 0,5)$$

$$n = 382,5903 = 383$$

2.7 Variables

Variable dependiente: calidad de la atención al cliente.

Variable independiente: tiempo de espera.

2.8 Operacionalización de Variables

Tabla 1

Operacionalización de Variables

| Variable | Dimensiones | Indicadores | Técnicas |
|--|--|--|--------------|
| Variable dependiente: calidad de la atención al cliente | - Fiabilidad. | Satisfacción del servicio. | Cuestionario |
| | - Capacidad de respuesta. | Demanda de servicio oportuna. | |
| | - Seguridad. | Confianza y habilidades demostradas por los profesionales. | |
| | - Empatía. | Capacidad para atender. | |
| | - Aspectos tangibles | Materiales físicos, recursos humanos. Infraestructura | |
| Variable independiente: tiempo de espera | - Tiempo de fila | | Cuestionario |
| | - Tiempo de espera para ser atendido al llegar | Tiempo de espera para tramitar cita, Tiempo de demora del usuario antes de ser atendido | |
| | - Tiempo en la consulta | Tiempo de atención dentro con alguna persona del banco | |
| | - Tiempo de atención | Tiempo de permanencia en el establecimiento. | |

Elaborado por: André Segarra

2.9 Procedimiento y procesamiento

Se seleccionó el tema de investigación al ser un tema relevante en el ámbito financiero como lo es la calidad de atención al cliente y el tiempo de espera, a partir de estos se inició la investigación acerca de las dos variables seleccionando de manera preferencial fuentes bibliográficas de estudios realizados anteriormente con relación al tema ya sea dentro del país o en el exterior. Se sustentaron ambas variables con las fuentes antes mencionadas seleccionando los aportes más relevantes de los autores generando una conclusión por cada tema y subtema investigado. Seguido a esto, se realizó el marco metodológico con datos obtenidos de distintas fuentes bibliográficas como el Banco Central del Ecuador, Revista Ekos y ensayos o investigaciones realizadas anteriormente en relación con el tema investigado,

Para el procesamiento de la información recolectada en el análisis cuantitativo que se efectuó mediante el uso de encuestas, se usa Excel para filtrar la información obtenida, permitiendo así recopilar información muy importante para analizar durante el tiempo que se estudió la presente investigación.

Finalmente, se obtuvo como conclusión gracias a las encuestas realizadas en el marco metodológico, que pese a que las personas se llevan una mala percepción cada vez que les toca esperar entre 10 a 20 minutos, la rápida atención de parte de los asesores de los bancos medianos hacen que esta mala percepción desaparezca y los cliente sientan una buena calidad de atención recibida, como recomendación para evitar la mala percepción mencionada anteriormente se puede gestionar y recomendar el uso de canales alternos para así disminuir la afluencia de personas en estos bancos medianos, ya que pueden hacer uso del sistema financiero mediante canales digitales como lo son las aplicaciones de cada banco.

CAPÍTULO III ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1 Presentación de los resultados de la encuesta

En la actualidad las entidades bancarias alrededor del mundo son organizaciones e instituciones en constante desarrollo y atención a numerosas personas que realizan diferentes transacciones de manera frecuente, por lo que mejorar la atención al cliente se ha convertido en una tarea para estas organizaciones, buscando agilizar y reducir el tiempo que los usuarios emplean en la realización de estas operaciones. Los clientes tienen un ritmo de vida acelerado, por lo que en la modernidad y gracias a todos los avances tecnológicos las empresas deben adaptar la realización de sus servicios para que se acomoden a estos horarios restringidos.

Con la llegada de la pandemia Covid-19 y las medidas de seguridad que se implementaron muchas de las actividades bancarias pasaron a realizarse por vías electrónicas, evitando en lo posible la utilización de las agencias bancarias, y en caso de requerirlas, con la implementación de aforos, limitación en el personal de atención, los tiempos se pudieron ver afectados lo que impacto en las rutinas a las que estaban acostumbradas los consumidores y que debían ser realizadas de ciertas formas por seguridad. Los límites en la cantidad que entraban a las instalaciones, las medidas de protección y la cantidad de personal disponible para la realización de diversos límites pudo dificultar para muchas personas el acceso a la banca, situación que ha mejorado con la incorporación periódica de más personal y la disminución de las medidas de seguridad implementadas al inicio (Bozzo & Aroca, 2018).

Tabla 2
Cantidad de encuestados por banco

| Banco | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------|-------------------|-------------------|
| Citibank | 63 | 16,44% |
| Banco General Rumiñahui | 64 | 16,71% |
| Banco Amazonas | 64 | 16,71% |
| Banco de Machala | 64 | 16,71% |
| Banco Solidario | 64 | 16,71% |
| Banco Procredit | 64 | 16,71% |
| Total | 383 | 100,00% |

Elaborado por: André Segarra

Esta sección de la encuesta, fue realizada en partes iguales en las agencias de los bancos medianos dentro de Guayaquil ubicadas en las principales matrices de la

Tabla 3
Edad.

| Edad | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------|-------------------|-------------------|
| 18 a 29 años | 90 | 23,50% |
| 30 a 39 años | 130 | 33,94% |
| 40 años o mas | 163 | 42,56% |
| Total | 383 | 100,00% |

Elaborado por: Andre Segarra

De acuerdo a la población encuestada, se puede observar cómo el mayor porcentaje que requieren de los servicios financieros de estas instituciones son las personas de 40 años o más representando un 42,56%, seguido de personas entre 30 a 39 años con un 33,94% y finalmente por personas entre 18 a 29 años con un 23,50%.

Tabla 4*Frecuencia con la que requieren los servicios financieros presencialmente.*

| Frecuencia | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------|------------|------------|
| 1 vez a la semana | 56 | 14,62% |
| 1 vez cada quince días | 175 | 45,69% |
| 1 vez al mes | 145 | 37,86% |
| 1 vez al año | 7 | 1,83% |
| Total | 383 | 100,00% |

Elaborado por: Andre Segarra

Cómo se puede observar, del total encuestados 175 personas requieren de los servicios de estos bancos medianos de manera presencial representando un 45,695%, seguido de las personas que lo requieren una vez al mes representando un 37,86%, luego las personas que lo requieren una vez a la semana con un 14,62% y finalmente las personas que lo requieren de manera anual representando la minoría en la encuesta con un 1,83%.

Tabla 5*Tiempo de espera promedio*

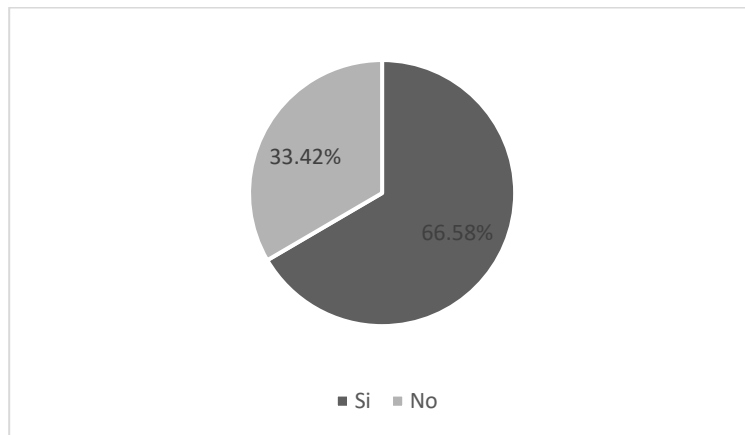
| Tiempo promedio de espera | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------|------------|------------|
| De 0 a 10 minutos | 108 | 28,20% |
| De 10 a 20 minutos | 184 | 48,04% |
| Más de 20 minutos | 91 | 23,76% |
| Total | 383 | 100,00% |

Elaborado por: Andre Segarra

Cómo se observan los resultados, el mayor porcentaje de personas con un 48,04% esperan para ser atendidos entre 10 a 20 minutos, seguidos por las personas que esperan menos de 10 minutos representando 28,20% y finalmente las personas que esperan mas de 20 minutos representando un 23,76%.

Ilustración 5

Influencia de los tiempos de espera en la calidad.

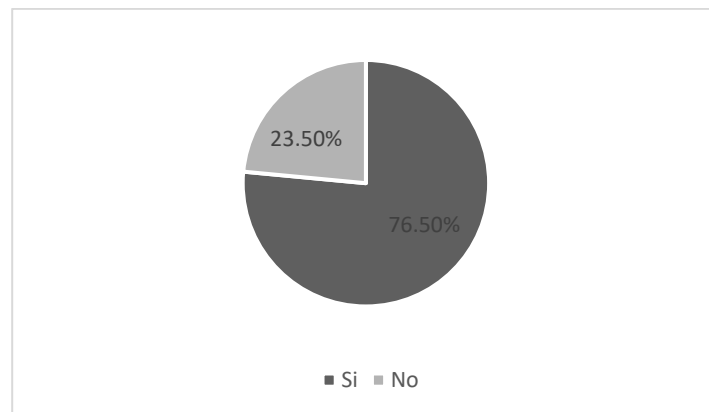


Elaborado por: Andre Segarra

Cómo se observan en los resultados, los clientes llevan una mala percepción cuando les toca esperar mas de 10 minutos, con un 66,58% las personas si creen que la elevada espera para ser atendidos afecta en la calidad, por otro lado, un 33,42% cree que no.

Ilustración 6

Conveniencia en los horarios de los bancos.



Elaborado por: Andre Segarra

Cómo se observa en el gráfico de las personas encuestadas la mayoría de las personas piensan en que estos bancos medianos si cuentan con horarios convenientes para ellos con un 76,50% de aceptación y un 23,50% de negatividad.

Tabla 6

Expectativas acerca del tiempo en espera.

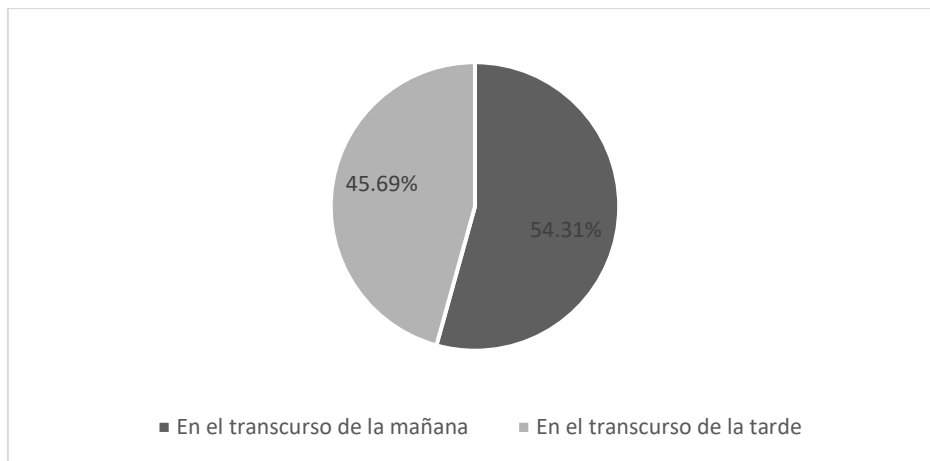
| Expectativas acerca del tiempo de espera | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| 1 (De acuerdo) | 58 | 15,14% |
| 2 | 92 | 24,02% |
| 3 | 156 | 40,73% |
| 4 | 73 | 19,06% |
| 5 (Total desacuerdo) | 4 | 1,04% |
| Total | 383 | 100,00% |

Elaborado por: Andre Segarra

Según los encuestados en su mayoría, estos bancos medianos no son ni bueno ni malo al momento de generar expectativas acerca del tiempo que les toca esperar a sus clientes con una calificación de 3 representando un 40,73%, seguidos de un 2 con 24,02%, luego un 4 con el 19,06%, un 5 con el 1,04% y finalmente un 1 con el 15,14%.

Ilustración 7

Horarios en la que los clientes se acercan al banco.



Elaborado por: Andre Segarra

De acuerdo a los resultados obtenidos la mayor parte de los clientes en estos bancos son visitados en horarios de la mañana, mientras que el restante con una representación del 45,59% van en el transcurso de la tarde.

Tabla 7

Tiempo en brindar solución.

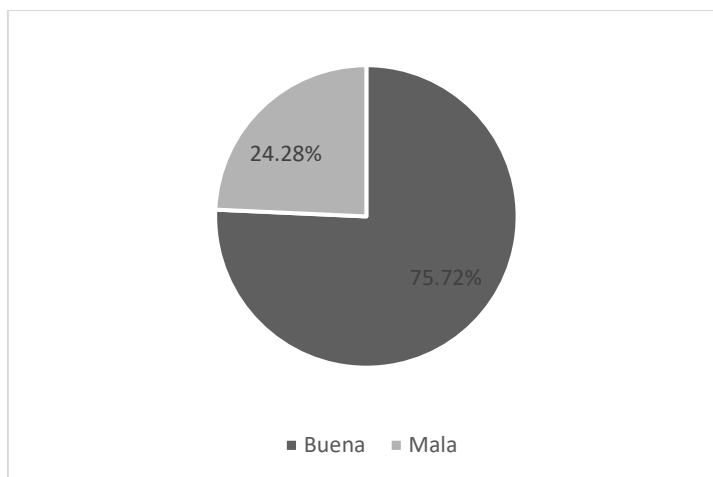
| Tiempo que tarde el asesor en brindar solución | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|------------|
| De 0 a 10 minutos | 199 | 51,96% |
| De 10 a 20 minutos | 132 | 34,46% |
| Más de 20 minutos | 52 | 13,58% |
| Total | 383 | 100,00% |

Elaborado por: Andre Segarra

Se puede observar que la mayoría de clientes son atendidos en menos de 10 minutos representando el 51,96%, seguido de las personas atendidas dentro de 10 a 20 minutos con un 34,46% y finalmente las personas que tienen solución a su requerimiento en mas de 20 minutos **con un 13,58%.**

Ilustración 8

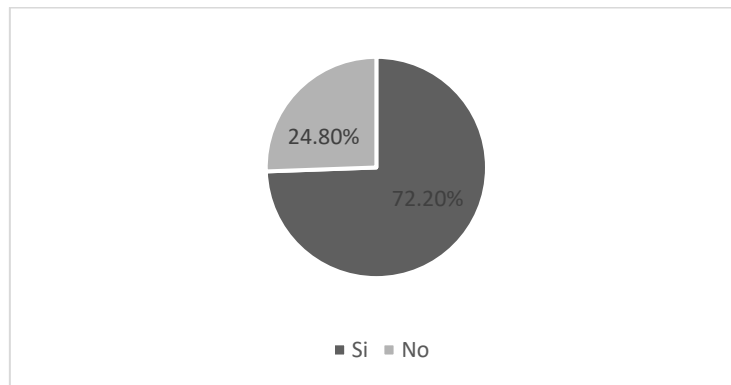
Calidad brindada por el asesor.



Elaborado por: André Segarra

Según los datos de los encuestados, con un 75,72% reciben una buena calidad de atención al cliente por parte de los asesores, por otro lado, con un 24,28% piensan que reciben una mala calidad de atención.

Ilustración 9
Canales alternos



Elaborado por: Andre Segarra

Con los resultados obtenidos en esta parte de la encuesta se obtiene que la mayoría de las personas que hacen uso del servicio financiero si conoce de los canales alternos para ingresar sus requerimientos con un 72,20%, de lo contrario con un 24,80% no conocen los canales alternos como las aplicaciones de los bancos.

Tabla 8
Nivel de recomendación.

| Nivel de recomendación | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------|------------|----------------|
| 1 | 2 | 0,52% |
| 2 | 0 | 0,00% |
| 3 | 0 | 0,00% |
| 4 | 0 | 0,00% |
| 5 | 49 | 12,76% |
| 6 | 3 | 0,78% |
| 7 | 31 | 8,07% |
| 8 | 63 | 16,41% |
| 9 | 106 | 27,60% |
| 10 | 130 | 33,85% |
| Total | 384 | 100,00% |

Elaborado por: Andre Segarra

De acuerdo a los resultados proporcionados por esta parte de la encuesta, la mayoría con un 33,85% optan por un 10 siendo así un servicio que si recomendarían, luego continua un

nivel de 9 representando un 27,60%, continua un nivel 8 con el 16,41%, siguiente un nivel 5 con el 12,76% de la población, de ahí un nivel 7 con el 8,07% de los encuestados y finalmente un nivel 1 con el 0,52%.

CAPITULO IV PROPUESTA

4.1 Propuesta

De acuerdo a lo investigado ya anteriormente se propone promover el uso de canales alternos como aplicaciones, call center, chatbots, etc. Mediante publicidad y comunicados se puede lograr el incentivo a los clientes para que usen con una mayor frecuencia estos canales alternos para sus requerimientos de los sistemas financieros, generando así un beneficio tanto para el cliente como para estos bancos, por parte del cliente logrando atender todos sus requerimientos desde la comodidad de su casa o donde se encuentre, y por parte del banco para que así no haya una alta afluencia en el área de atención al cliente,

El objetivo de la propuesta es reducir la afluencia de los clientes dentro de los bancos medianos para así llevar a cabo una mejor agilidad en la atención al cliente y lograr reducir los tiempos de espera, generando una mejor calidad en la atención, evitando que los tiempos de espera influyan de manera negativa en esta.

Los elementos tangibles que forman parte de los servicios bancarios tienen una menor brecha entre las expectativas y las percepciones que tienen los clientes, y esto puede presentarse porque los bancos priorizan la interacción entre la empresa y el cliente mediante los bienes tangibles como la estructura, publicidad, tecnologías, entre otros que aun no superan las expectativas con relación a los tiempos que deben esperar para la realización de ciertos tramites presenciales.

4.1.2 Plan de acción

A continuación, se mostrará modelo de plan de acción que se puede ejecutar para la propuesta planteada.

| Objetivo | Actividad | Tiempo (Horas al día) | Costo | Responsable |
|------------------|-------------------------------|----------------------------------|-----------------------|--------------------|
| Promoción | Incentivo de canales alternos | 8 | Sin costo | Asesores |
| Canales alternos | Publicidad | 1 | Aproximadamente \$720 | Dpto. Marketing |

Dentro del plan de acción se espera tener dos actividades principales para lograr el objetivo de la propuesta, que es promover el uso de canales alterno o digitales. Por un lado, una de las dos actividades a realizar sería el incentivo de canales alternos que sería aplicado por los asesores del banco en sus 8 horas laborables teniendo como estrategia comunicar de manera asertiva a cada cliente que atiendan los beneficios de usar estos canales evitando así largas filas para ser atendido

Por otro lado, la otra actividad a realizar dentro del plan de acción, sería el uso de la publicidad, esta parte de las actividades sería ejecutada por el departamento de marketing de cada banco, invirtiendo en publicidad mediante las redes sociales, esta es una estrategia muy factible ya que las redes sociales tienen gran alcance por un costo accesible, según (Instagram, 2022), el costo de publicidad en Instagram es de 72 centavos por cada clic, generando así un total de \$720 por 1000 clics de manera mensual, esto ayudaría dando a conocer los canales que se busca promover.

CONCLUSIONES

Gracias a la investigación que se realizó se entendió que la excelente atención al cliente que se brinda en estos bancos medianos va junto de la mano con una satisfacción buena al cliente. De acuerdo a las encuestas realizadas se observa como efectivamente los clientes obtienen una mala percepción de la atención cuando les lleva mucho tiempo en ser atendidos, según la información obtenida la mayor parte de los clientes tienen que esperar entre 10 a 20 minutos para que un asesor los atienda, generando así una mala percepción de estos clientes acerca de la calidad recibida, esto afectaría a los bancos medianos.

Por otro lado, el hecho de que los asesores de estos bancos den solución de manera oportuna, rápida y eficaz a estos usuarios de la banca mediana en Guayaquil, también influye de manera positiva en la calidad que se les brinda a los clientes, esto refleja de manera positiva para estos bancos poniendo todo en una balanza con respecto a la calidad.

Finalmente, se observa como más de la mitad de la muestra que se tomó conocen los canales alternos por el cual también puede realizar trámites que los hacen actualmente de manera presencial, sin embargo, prefieren acercarse a estos bancos generando así una mayor afluencia de clientes. Según los datos que arroja la investigación presente, se observó que pese a la mala percepción que se lleva el cliente luego de hacerlo esperar más de 10 minutos, la mayoría de los encuestados si recomendarían estos bancos.

RECOMENDACIONES

Luego de las conclusiones obtenidas, se pueden obtener las siguientes recomendaciones para que los clientes en estos bancos medianos en Guayaquil, se lleven una mejor percepción con respecto a la calidad que se les brindó:

Llevar un mejor control en los tiempos de espera para así obtener bajo este indicador, tratando así de que estos tiempos de no superen los 10 minutos, que es cuando el cliente empieza a tener una mala percepción e influye de manera negativa en la calidad recibida por parte del cliente.

Mantener al personal constantemente en capacitaciones para que se manejen con la misma agilidad que llevan actualmente, incluso mejorar las capacidades del personal de estos bancos medianos, ya que se pudo observar como esto influye de manera positiva en los clientes con respecto a los tiempos de espera y la calidad

Promover el uso de canales alternos como bancas digitales, call center, app del banco, ya que esto disminuiría la afluencia de los clientes en las agencias de bancos medianos de Guayaquil, llevando así a obtener bajos tiempos de espera a los clientes.

REFERENCIAS

- eAlicia University. (24 de 06 de 2020). Obtenido de <https://www.ealiciauniversity.com/post/consecuencias-del-tiempo-de-espera>
- Hidalgo Freire, M. F. (4 de 7 de 2019). *Repositorio Universidad Técnica de Ambato*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/30033/1/045%20GMC.pdf>
- Conexión Escuela de Administración de negocios para Graduados (ESAN). (30 de 01 de 2018). Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/por-que-implementar-un-sistema-de-gestion-de-calidad-en-tu-empresa>
- Iso tools. (febrero de 2019). Obtenido de <https://www.isotools.org/2019/02/06/iso-19011-cuales-son-las-directrices-para-realizar-una-auditoria/>
- Chiriboga Cisneros , E. F., Perez Zulueta, M. A., Hidalgo Leon, J. A., & Fuentes Torres , A. (2018). Modelo de gestión GAP y la maximización en el nivel de satisfacción del cliente: caso Restaurante Casa Blanca. *Revista científica ECOCIENCIA*, 4.
- De Nieves Nieto , C., & Ros McDonnell, L. (7 de 9 de 2006). *Adingor*. Obtenido de http://www.adingor.es/congresos/web/uploads/cio/cio2006/econo_competitividad//000176_final.pdf
- Iso tools. (22 de FEBRERO de 2017). *Iso tools excellence*. Obtenido de <https://www.isotools.org/2017/02/22/indicadores-modelo-excelencia-la-gestion-malcolm-baldrige/#:~:text=El%20Modelo%20Baldrige%20se%20aprob%C3%B3,de%20referencia%20para%20que%20mejoren.>
- Castillo, L. (Diciembre de 2018). Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/34875/CastilloPineda%20LadyEsmeralda2019.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ocrospoma Solis, I. S. (2017). *Repositorio Universidad Cesar Vallejo*. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/1711/Ocrospoma_SIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Maderuelo Fernandez , J. (10 de 12 de 2002). *Scielo*. Obtenido de https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1131-57682002001000004
- Rugel Kamarova, S., & Chacón Cantos , J. (10 de 09 de 2018). *Revista Espacios*. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n50/18395014.html>
- Fundibeq. (2019). *Fundación Iberoamericana para la gestion de calidad* . Obtenido de <https://www.fundibeq.org/modelo-excelencia>
- Universidad Católica San Pablo. (2018). *Universidad Católica San Pablo*. Obtenido de <https://postgrado.ucsp.edu.pe/articulos/todo-lo-que-ienes-que-saber-sobre-las-normas-de-calidad/#:~:text=Las%20normas%20de%20calidad%20se,sean%20adecuados%20para%20su%20finalidad.>

- Conexión Escuela de Administración de negocios para Graduados (ESAN). (10 de septiembre de 2019). Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/normas-iso-9000-conoce-el-sistema-de-gestion-de-calidad#:~:text=Las%20normas%20ISO%209000%20son,producci%C3%B3n%20y%20aumentar%20la%20productividad.>
- Benzaquen de las Casas, J. (07 de 2018). *Scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s0124-46392018000200281
- Geo Innova. (18 de 11 de 2021). Obtenido de https://geoinnova.org/blog-territorio/iso-9001/?gclid=Cj0KCQjwyYKUBhDJARIsAMj9IkEjO09k0RBEGrFHuClfGWF8hf8ON95xVl1EbV96pXUepRy9P1SYh9YaAjkAEALw_wcB
- Iso tools. (2018). Obtenido de <https://www.isotools.org/normas/calidad/iso-9004/#:~:text=ISO%209004%3A2009%20proporciona%20las,partes%20interesadas%20en%20la%20organizaci%C3%B3n.>
- Terreros, D. (16 de 08 de 2021). *Hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/service/tipos-servicio-cliente>
- Caravaca, E. (2020). *Andalucialab*. Obtenido de <https://www.andalucialab.org/blog/calidad-en-la-atencion-al-cliente/>
- Albán Navarro, A. D., Valdospin De Lucca, J. B., & Vera Gonzabay , D. E. (14 de 11 de 2018). *Revista Ecociencia*. Obtenido de <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/156/124>
- Delgado Jaramillo , T. M., & Briones , N. W. (9 de 2018). *Repositorio Universidad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/37739/1/TESIS%20HERRAMIENTAS%20TECNOLOGICAS%20BACKOFFICE%20FINAL%20final%20SEP.pdf>
- Loaiza Vásquez, W. E., Guatumillo Freire , E. L., & Jiménez Silva , W. R. (1 de 4 de 2020). *Revista Uniandes*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8298150>
- eAlicia University. (24 de 06 de 2020). *eALICIA UNIVERSITY*. Obtenido de <https://www.ealiciauniversity.com/post/consecuencias-del-tiempo-de-espera>
- Velásquez, G. E., & Rufian Lizana , A. (2018). *Modelos de Teoría de Cola* . Sevilla.
- Sarabia Viejo, A. (1996). *La investigación operativa: una herramienta para la adopción de decisiones*. Madrid: Gráfica ORTEGA.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-Hill.
- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la investigación*. COLOMBIA: PEARSON EDUCACIÓN.
- Kuznik, A., Hurtado Albir, A., & Espinal Berenguer , A. (2010). *Monografías de Traducción e interpretación (MonTI)*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2651/265119729015.pdf>
- García Alcaraz, F., Alfaro Espín, A., Hernández Martínez , A., & Molina Alarcón , M. (5 de 10 de 2006). *Revista Clínica de Medicina de Familia*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1696/169617616006.pdf>

- Ekos. (4 de 4 de 2018). *Ekos Negocios*. Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/bancos-medianos--activos-comprendidos-entre-usd-200-y-usd-1.000-millones>
- Ekos Negocios. (4 de 4 de 2018). *Ekosnegocios*. Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/bancos-medianos--activos-comprendidos-entre-usd-200-y-usd-1.000-millones>
- Lopez Castaño, G. P., & Martínez Guevara, K. V. (2020). *Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria*. Obtenido de <https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/738/Tiempos%20espera.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Banco Central del Ecuador. (8 de 2 de 2021). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1411-en-cuatro-anos-aumento-el-acceso-al-sistema-financiero-en-3-7-millones-de-personas>
- Kotler, P., & G., A. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México: McGraw–Hill.
- Berdugo-Correa, C. R., Barbosa-Correa, R. A., & Prada-Angarita, L. M. (2016). Variables relevantes para la medición de la calidad percibida del servicio bancario. *Dyna*, 213-222.
- Rodriguez, E. (10 de Mayo de 2019). *COBIS*. Obtenido de <https://blog.cobiscorp.com/como-reducir-tiempos-espera-sucursales-bancarias>
- Bozzo, G. C., & Aroca, T. d. (2018). *DISEÑO DE UN SISTEMA DE SIMULACIÓN PARA REDUCIR EL TIEMPO DE ESPERA EN EL ÁREA DE OPERACIONES DE LA EMPRESA INTERBANK AGENCIA CAJAMARCA*. Cajamarca: Universidad Privada del Norte.
- Instagram. (2022). *Instagram*. Obtenido de <http://www.instagram.com>

ANEXOS

1) Indique el banco el cual usted requiere sus servicios

Citibank

Banco General Rumiñahui

Banco Amazonas

Banco de Machala

Banco Solidario

Banco Procredit

2) Edad

18 a 29 años

30 39 años

40 años o más

3) ¿Con qué frecuencia requiere usted de los servicios financieros de manera presencial en el banco?

1 vez semanal

1 vez cada quince días

1 vez mensual

1 vez anual

4) ¿Cuál es el promedio en tiempo que le toca esperar para ser atendido?

De 0 a 10 minutos

De 10 a 20 minutos

Más de 20 minutos

5) ¿Cree usted que este tiempo de espera influye en la calidad de atención que se les brinda?

Si

No

6) ¿El banco tiene horarios de atención convenientes?

Si

No

7) Valore del 1 al 5 si el banco cumple sus expectativas acerca del tiempo que tuvo que esperar para ser atendido.

8) ¿En qué horarios usted se acerca al banco para atención al cliente?

Transcurso de la mañana

Transcurso de la tarde

9) ¿Cuánto tiempo tarda el asesor en brindarle soporte o solución a su problema o solicitud presentado?

De 0 a 10 minutos

De 10 a 20 minutos

Más de 20 minutos

10) ¿Cómo cree usted que fue la calidad de atención brindada por el asesor?

Buena

Mala

11) ¿Conoce usted los canales alternos para obtener ayuda para su reclamo o requerimiento?

Si

No

12) ¿Del 1 al 5 que tanto recomendaría el servicio de atención al cliente del banco?