

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



ESCUELA DE POSGRADO



**MAESTRIA EN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS CON
MENCION EN CONSULTORÍA PARA EL DESARROLLO
ORGANIZACIONAL**

**RELACIÓN DE LA SATISFACCIÓN LABORAL DEL
CLIENTE INTERNO CON LA CALIDAD DEL SERVICIO
DE ATENCIÓN AL CLIENTE EXTERNO EN EL ÁREA
PLATAFORMA DEL BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ
AGENCIA CAJAMARCA, 2016**

Robert Stalin Acuña Montoya
Hilton Luis Villalobos Villalobos

Asesor: Víctor Hugo Delgado Céspedes

Cajamarca - Perú
Octubre - 2016

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



ESCUELA DE POSGRADO



**MAESTRIA EN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS CON
MENCION EN CONSULTORÍA PARA EL DESARROLLO
ORGANIZACIONAL**

**RELACIÓN DE LA SATISFACCIÓN LABORAL DEL
CLIENTE INTERNO Y CALIDAD DEL SERVICIO DE
ATENCIÓN AL CLIENTE EXTERNO EN EL ÁREA
PLATAFORMA DEL BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ
AGENCIA CAJAMARCA, 2016**

“Tesis presentada en cumplimiento parcial de los requerimientos para el Grado Académico de Magíster en Dirección de Recursos Humanos”

Robert Stalin Acuña Montoya
Hilton Luis Villalobos Villalobos

Asesor: Víctor Hugo Delgado Céspedes.

Cajamarca - Perú
Octubre - 2016

COPYRIGHT © 2012 by
Robert Acuña Montoya
Hilton Villalobos Villalobos
Todos los derechos reservados

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO

ESCUELA DE POSGRADO

APROBACIÓN DE MAESTRÍA

**RELACIÓN DE LA SATISFACCIÓN LABORAL DEL
CLIENTE INTERNO Y CALIDAD DEL SERVICIO DE
ATENCIÓN AL CLIENTE EXTERNO EN EL ÁREA
PLATAFORMA DEL BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ
AGENCIA CAJAMARCA, 2016**

Presidente: MBA. Max Alexander Cabanillas Castrejón.

Secretario: Dr. Carlos Alberto Delgado Céspedes.

Vocal: Mg. Cs. Gabriela Aliaga Zamora.

Asesor: Dr. Víctor Hugo Delgado Céspedes.

A:

Nuestros seres queridos, que con su
amor, hacen que cada día nos
motivemos a ser mejores profesionales
para nuestra sociedad.

-Robert y Hilton-

RESUMEN

La presente investigación se orientó a precisar la relación entre dos variables: satisfacción laboral y calidad del servicio. El estudio se realizó con una muestra de trabajadores pertenecientes al área de plataforma (cliente interno) del Banco de Crédito del Perú, agencia principal Cajamarca ubicada en el Jr. Comercio 645. Para cumplir con el propósito de la presente investigación, se trabajó con el total de la población que representó a 12 trabajadores dependientes, cuyas edades oscilan entre 22 a 36 años de edad, sus años de servicio en el puesto oscila entre 1 a 6 años, el cargo que ocupan es el de Asesores de Ventas y Servicios. Para medir la variable satisfacción laboral, se tomó como base la escala de Satisfacción Laboral de Sonia Palma y para medir la variable calidad de servicios del cliente externo, se tomó en cuenta la medición de Servqual de Zeithami, para esta última, se consideró una muestra de 269 clientes. Los resultados indicaron que existe una correlación entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio, dicha correlación fue positiva y moderada observándose un resultado $r = 0.680$, es decir a mayor satisfacción laboral del cliente interno, mayor fue la calidad del servicio al cliente externo.

Palabras Claves: Satisfacción Laboral, Calidad de Servicio, cliente interno y cliente externo.

ABSTRACT

This research was aimed to clarify the relationship between two variables: job satisfaction and quality of service. The study was conducted with a sample of workers from the platform area (internal customer) of Banco de Credito del Peru, Cajamarca main agency located in Jr.Comercio 645. To fulfill the purpose of this research, he worked with the total population represented 12 dependent workers, whose ages range from 22 to 36 years old, his years of service in the position ranges from 1 to 6 years, the position they occupy is the Sales and Advisory Services. To measure job satisfaction variable, was based on the scale of job satisfaction Sonia Palma and to measure the variable quality of services external customer, took into account the measurement Servqual of Zeithami, for the latter, a sample was considered 269 customers. The results indicated that there is a correlation between job satisfaction and quality of service, this correlation was positive and moderate observing a result $r = 0.680$, that is to say, job satisfaction internal customer, the higher the quality of service to the external customer.

Keywords: Job Satisfaction, Quality of Service, internal customer and external customers.

ÍNDICE

	Pág.
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	
1.1. Planteamiento del Problema de Investigación	5
1.2. Formulación del problema	6
1.2.1. Problema General	6
1.2.2. Problemas Específicos	6
1.3. Objetivos de la Investigación	7
1.3.1. Objetivo general	7
1.3.2. Objetivos específicos	7
1.4. Justificación de la investigación	8
1.4.1. Desde el punto de vista teórico	8
1.4.2. Desde el punto de vista social	8
1.4.3. Desde el punto de vista institucional	9
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	
2.1 Antecedentes de la investigación	11
2.1.1. Internacionales	11
2.1.2. Nacionales	12
2.2. Bases teóricas	14

2.2.1. Satisfacción laboral	14
2.2.2. Teoría de la Higiene - Motivacional de Herzberg	16
2.2.3. Factores Intrínsecos y Extrínsecos de la Satisfacción Laboral	17
2.2.4. Causas de la Satisfacción Laboral	18
2.2.5. Consecuencias de la Satisfacción Laboral	19
2.2.6. Instrumentos para medir la Satisfacción Laboral	20
2.2.7. Medición de la calidad en los servicios	24
2.3. Definición de términos básicos	28
2.4. Hipótesis de investigación	30
2.4.1. Hipótesis General	30
2.4.2. Hipótesis Específicas	31
2.5. Identificación y clasificación de las variables	31
2.5.1. Variable “X”	31
2.5.2. Variable “Y”	32
2.6. Matriz operacional de variables e indicadores	33

CAPITULO III: PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO

3.1 Unidad de Análisis, tipo, diseño, nivel y temporalidad de la investigación	35
3.1.1. Unidad de análisis	35
3.1.2. Tipo de investigación	35
3.1.3. Diseño de investigación	36
3.2. Población y muestra	37
3.2.1. Muestra (n1)	37
3.2.2. Muestra (n2)	39
3.3. Fuentes, técnicas e instrumentos de recolección de datos	39
3.3.1 Fuentes de información	39

3.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	40
3.4. Procesamiento de los datos	44

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Características generales de la población de estudio	46
4.1.1. El cargo laboral	46
4.1.2. Tiempo de Servicio	47
4.2. Satisfacción laboral	47
4.2.1. Factores intrínsecos y extrínsecos de la satisfacción laboral	47
4.3. Calidad del Servicio de Atención	51
4.4. Correlación entre la Satisfacción Laboral y la calidad de Servicio	52
4.5. Discusión de Resultados	55

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

5.1. Conclusiones	60
5.2. Sugerencias	61

REFERENCIAS	63
--------------------	----

ANEXOS	65
---------------	----

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág
Figura 1: Variables de investigación, unidad de análisis y unidad de observación	35
Figura 2: Diseño de la investigación	36
Figura 3: Porcentaje de los trabajadores según tiempo de servicio en el cargo	47
Figura 4: Puntuaciones promedio obtenidas por los colaboradores en los factores intrínsecos de la satisfacción laboral.	50
Figura 5: Puntuaciones promedio obtenidas por los colaboradores en los factores extrínsecos de la satisfacción laboral.	51
Figura 6: Puntuaciones promedio obtenidas por los clientes en la calidad de servicio de atención.	52
Figura 7: Diagrama de dispersión de la satisfacción laboral y la calidad de atención.	53

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1: Matriz operacional de variables e indicadores	33
Tabla 2: Distribución de los trabajadores del Banco de Crédito según cargo	46
Tabla 3: Correlación entre satisfacción laboral y la calidad de servicio.	53

INTRODUCCIÓN

La calidad del servicio de atención al cliente externo, es un problema que tienen que enfrentar muchas empresas e instituciones y que es frecuente, sobretodo, en las entidades financieras como el Banco de Crédito del Perú y sus agencias entre ellas; la de Cajamarca. Una de las probables causas de una mala calidad en el servicio de atención puede ser el nivel de satisfacción del trabajador. Es por esta razón que se pensó en la presente investigación, siendo el problema planteado ¿Cuál es la correlación entre la satisfacción laboral del cliente interno, con la calidad del servicio de atención del cliente externo del área de plataforma de la agencia principal del BCP de Cajamarca?

La investigación se justifica considerando los puntos de vista, teórico, social e institucional; en el primer caso porque proporcionará un material de consulta valioso, para identificar los problemas en la atención y sus causas; en el segundo caso porque aporta un análisis sobre el recurso humano en su relación institución financiera – cliente interno – cliente externo; y en el tercer caso porque la información obtenida proporcionará datos útiles para corregir errores e implementar medidas de solución con el único propósito de mejorar la calidad de atención hacia los clientes.

El trabajo tiene tres objetivos específicos, el primero consiste en identificar los factores intrínsecos y extrínsecos de la satisfacción laboral, de los clientes internos que laboran en el área de plataforma de la agencia principal del BCP en Cajamarca; el segundo objetivo, busca diagnosticar si los aspectos físicos, el

desempeño operativo y la disponibilidad de tecnologías, influyen en la percepción del cliente externo, sobre la calidad de servicio que presta el área de plataforma de la agencia principal del BCP en Cajamarca; y el tercer objetivo, busca establecer los efectos que ha ocasionado los niveles de satisfacción laboral del cliente interno, en la calidad del servicio de atención al cliente externo en la plataforma de la agencia principal del BCP en Cajamarca.

El estudio es básico, correlacional, de diseño no experimental, transeccional. Básico porque tuvo como propósito ampliar el conocimiento, correlacional porque buscó establecer la relación existente entre la variable satisfacción laboral y calidad de atención; no experimental porque no se manipuló ninguna variable, sino que se observaron los fenómenos tal y como se presentaban en su ambiente natural y; transeccional puesto que se realizó en un periodo de tiempo determinado. Para establecer la relación entre las variables: satisfacción laboral y la calidad de servicio, se aplicó como instrumento, encuestas constituidas por preguntas que sirvieron para identificar los *factores intrínsecos* y *extrínsecos*. Además, se examinaron los componentes: aspectos físicos del servicio, desempeño operativo, disponibilidad de tecnología y satisfacción del usuario.

Se trabajó con dos muestras, una de ellas correspondió a los clientes externos, y la otra a los trabajadores de la institución, o clientes internos. Los datos obtenidos fueron recopilados y organizados presentando luego, las tablas y gráficos necesarios para su mayor entendimiento. Los resultados mostraron que existe una correlación moderada y significativa entre la satisfacción laboral y la calidad de atención.

El informe de investigación ha sido organizado en cinco capítulos: el primero describe el planteamiento del estudio, aquí se hace una descripción del problema de investigación, formulando el problema, la justificación y los objetivos del estudio. En el segundo capítulo se hace referencia al marco teórico, iniciando con los antecedentes internacionales y nacionales, para luego detallar los conceptos de los temas base de la investigación como son la satisfacción laboral y la calidad de atención; luego se mencionan las teorías motivacionales, los factores intrínsecos y extrínsecos, las causas, consecuencias y los instrumentos relacionados con la satisfacción laboral. Asimismo se mencionan los conceptos de calidad de atención y la forma en que ésta se mide. El segundo capítulo también incluye el glosario de términos, la formulación de hipótesis y la operacionalización de las variables de investigación. El tercer capítulo hace referencia al procedimiento metodológico, aquí se indica el tipo de investigación, el diseño, los datos de población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de información, así como el tratamiento y forma de procesamiento de los datos obtenidos. El cuarto capítulo presenta los resultados de la investigación, acompañados de la interpretación de los mismos y la presentación de tablas y gráficos para su mayor entendimiento y la correlación entre las variables satisfacción laboral y calidad de atención; luego se realiza la discusión comparando los datos obtenidos con otros datos de investigaciones parecidas. El capítulo cinco, presenta las conclusiones y recomendaciones que surgen como resultado de la investigación realizada.

CAPITULO I
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.2. Planteamiento del Problema de Investigación

El Banco de Crédito del Perú (BCP) con más de 125 años de experiencia al servicio de los peruanos, principalmente en actividades bancarias comerciales, seguros y de inversión, cuenta con varias agencias en diferentes lugares del Perú. En Cajamarca, la agencia principal (Sucursal) BCP, está ubicada en Jirón El Comercio 675, cuenta con 4 áreas principales: el área de operaciones (ventanillas) que tiene como función principal realizar operaciones de depósitos y retiros; el área de Plataforma, cuya función principal es la colocación de activos (Créditos, Tarjetas de Crédito, Créditos Vehiculares, etc), colocación de pasivos (aperturas de cuentas de ahorro, fondos mutuos, cuentas a plazo, etc) y colocación de seguros. Otra área son los Funcionarios de Negocios Banca Exclusiva y Banca Pequeña Empresa cuya principal función es colocar créditos hipotecarios y activos fijos. Finalmente el área de Cobranzas que se encarga de la recuperación de deudas que se encuentran en morosidad.

Uno de los grandes problemas que se tiene que enfrentar en el BCP, es la calidad de atención a los usuarios, por ello es que se decidió realizar la presente investigación, que tuvo como objetivo establecer la relación entre la satisfacción laboral del cliente interno y la calidad de atención que se ofreció al cliente externo en el servicio de Plataforma. Las observaciones realizadas en el ámbito de estudio antes de la realización de la investigación, permitían intuir que los

factores intrínsecos, denominados también motivadores: realización, estima de sí, trabajo propiamente dicho, responsabilidad, avances, entre otros y, los factores extrínsecos o factores de higiene o de ambiente: política y administración, remuneración, condiciones de trabajo, condicionan los niveles de satisfacción laboral alcanzados por los clientes internos del Canal Plataforma (Asesores de Ventas y Servicios). Ahora bien lo que se quiso determinar entonces es que tanto influye esta satisfacción laboral con la calidad de atención.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema General

¿Cuál es la correlación entre la satisfacción laboral del cliente interno, con la calidad del servicio de atención del cliente externo del área de Plataforma de la Agencia Principal del BCP?

1.2.2. Problemas Específicos

- a) ¿Cuáles son los factores intrínsecos y extrínsecos de la satisfacción laboral de los clientes internos que laboran en el área de Plataforma de la Agencia Principal del BCP?
- b) ¿Cómo los aspectos físicos, el desempeño operativo y la disponibilidad de tecnologías influyen en la percepción del cliente externo sobre la calidad de servicio que presta

el área Plataforma de la Agencia Principal del BCP?

c) ¿Qué efectos ha ocasionado los niveles de satisfacción laboral del cliente interno en la calidad del servicio de atención del cliente externo de la Plataforma de la Agencia Principal del BCP?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar la relación entre la satisfacción laboral del cliente interno con la calidad del servicio de atención al cliente externo del área Plataforma de la Agencia Principal del BCP.

1.3.2 Objetivos específicos

- a. Identificar los factores intrínsecos y extrínsecos de la satisfacción laboral de los clientes internos que laboran en el área de Plataforma de la Agencia Principal del BCP.
- b. Diagnosticar si los aspectos físicos, el desempeño operativo y la disponibilidad de tecnologías influyen en la percepción del cliente externo sobre la calidad de servicio que presta el área de Plataforma de la Agencia Principal del BCP.

- c. Establecer los efectos que ha ocasionado los niveles de satisfacción laboral del cliente interno en la calidad del servicio de atención al cliente externo de la Plataforma de la Agencia Principal del BCP.

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1. Desde el punto de vista teórico

Esta investigación propuesta buscó contar con información de las percepciones que tienen los clientes internos sobre la satisfacción laboral, y las percepciones que tienen los clientes externos sobre la calidad de servicio que oferta la Plataforma de la Agencia Principal del BCP. A partir de ello, el trabajo pretende convertirse en un instrumento de gestión estratégico; herramienta que ayude a mejorar las relaciones interpersonales cliente interno-cliente externo, dándoles así la oportunidad de un mayor desarrollo del servicio de Plataforma de la Agencia Principal del BCP.

1.4.2. Desde el punto de vista social

La satisfacción del cliente interno frente a su propio trabajo, está directamente relacionada al desempeño laboral. Por ello las propias características de los

trabajadores y los factores que intervienen en sus condiciones de trabajo, así como las diferencias entre personal, competencia, rivalidad por oportunidades de ascenso o la necesidad de status, pueden ser el condicionante para un deficiente servicio de calidad al cliente externo. En tal sentido, es de interés no sólo contribuir al conocimiento de la problemática sobre la satisfacción laboral del cliente interno y la calidad de atención que se ofrece al cliente externo en el servicio de Plataforma de la Agencia Principal del BCP, sino; de aportar con un análisis exhaustivo sobre el recurso humano en su relación institución financiera, cliente interno-cliente externo.

1.4.3. Desde el punto de vista institucional

Existe el interés de contar con información, que permita contribuir a que los clientes internos mejoren la calidad de atención; logrando una relación más integral y cercana con los clientes externos, respondiendo en forma oportuna y rápida a las diferentes inquietudes y necesidades de los clientes que demanden los servicios de Plataforma de la Agencia Principal del BCP.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1. Internacionales

En Maule – Chile, se encontró una investigación acerca de “Clima y satisfacción como predictores del desempeño”, se trata de un estudio en una empresa pública chilena, que tuvo como objetivo identificar la relación entre clima organizacional, satisfacción laboral y desempeño organizacional en los trabajadores del Servicio Agrícola Ganadero (SAG) de la Región del Maule, Chile. Este estudio utilizó una metodología mixta que consistió en la aplicación de cuestionarios y entrevistas a través de focus group. Para el estudio de la satisfacción laboral utilizaron el JDI, a fin de medir la satisfacción laboral con sus cinco dimensiones, y el cuestionario JIG para medir la satisfacción laboral en general. Los resultados de este estudio evidenciaron que existe una relación positiva y significativa entre el clima organizacional y la satisfacción laboral. Así mismo, el desempeño general correlacionó significativamente con la satisfacción laboral. También analizaron la satisfacción laboral y el clima organizacional como predictores del desempeño. Ambos modelos de manera independiente dieron resultados significativos, pero en conjunto los resultados son mejores, por lo que se concluye que tanto el clima como la satisfacción laboral son predictores significativos del desempeño organizacional. Por último, los resultados

demonstraron que la satisfacción general resulta ser un predictor significativo del rendimiento y la productividad, mientras que el clima general resulta ser un predictor significativo de las condiciones personales y el comportamiento del trabajador. Las encuestas se aplicaron a 96 trabajadores del SAG, el 56.3% hombres y el 43.7% mujeres, con promedio de edad 41.5 años. En el focus group se utilizó una muestra de 12 funcionarios de todas las oficinas del SAG. (Rodríguez y Cornejo, 2008)

2.1.2. Nacionales

Un estudio sobre cómo influye la satisfacción laboral sobre el desempeño: Caso empresa de retail, señala lo siguiente:

Los resultados del estudio arrojaron que los empleados que participaron se encontraban en un rango de desempeño de regular a bueno, mientras que en lo relacionado con la satisfacción laboral mostraron un alto nivel, al sentirse satisfechos con los diferentes aspectos de su trabajo en las seis escalas evaluadas. En el grupo de empleados se encontró que las correlaciones entre ambas variables mostraron que a medida que la orientación al logro aumenta, su satisfacción con la oportunidad de desarrollo disminuye, ya que por su poca educación no pueden acceder a puestos superiores. Por su parte, en el grupo de funcionarios se encontró que a medida que aumenta su satisfacción con el reconocimiento por rendimiento, su orientación al logro disminuye, porque les basta con cumplir los objetivos propuestos por su jefe. También se encontró que a medida que la satisfacción con la forma de reconocimiento aumenta, la orientación al cliente disminuye (Chiang, Méndez, & Sánchez, 2010)

Otro estudio sobre satisfacción laboral es el realizado en docentes de la Universidad de Lima, al respecto, Álvarez menciona lo siguiente:

Este estudio tuvo como objetivo, analizar el nivel de satisfacción laboral que experimentan los docente, al realizar su actividad, considerando los resultados obtenidos en la encuesta referencial docente, condición, categoría, dedicación y género, a partir de la elaboración de un instrumento para tal fin. El estudio utilizó el instrumento “Escala de satisfacción docente”, de 15 ítems. La población total era de 177 profesores, de los cuales se seleccionaron 110 mediante un muestreo por conveniencia, incluyendo áreas o grupos supuestamente típicos de la muestra.

El estudio concluyó que existe asociación entre la satisfacción laboral docente y dedicación, pero no con condición, categoría, género y resultados de encuesta referencial docente. Además, los factores que proporcionan mayor nivel de satisfacción laboral son el estatus, condiciones de trabajo y realización. Por otro lado, los factores que proporcionan menor nivel de satisfacción laboral son utilización de la preparación académica y seguridad en el puesto (Álvarez, 2007)

En la investigación “Nivel de satisfacción laboral en banca comercial: un caso aplicado, se menciona lo siguiente:

Este estudio tuvo como objetivo determinar si los niveles de satisfacción laboral de los empleados del área comercial del banco líder tienen alguna relación con las variables demográficas, puesto laboral, edad y sexo del empleado. Para la medición de la satisfacción, se utilizó el instrumento ESL-VO. Se aplicó la encuesta a 312 trabajadores de la banca comercial, pertenecientes a 38 agencias de un banco líder del Perú.

Como resultado de la investigación, se encontró que el puesto laboral tiene influencia en el grado de satisfacción laboral de los empleados. Los gerentes y funcionarios presentan un mayor grado de satisfacción laboral que los trabajadores con empleo de menor jerarquía. Otra variable demográfica que influye en la satisfacción laboral es la

edad del empleado: los trabajadores de más edad presentaron un mayor nivel de satisfacción que los adultos jóvenes. También se encontró que el sexo del empleado no influye en el grado de satisfacción laboral. (Gómez, Incio, & O'Donnell, Niveles de satisfacción laboral en banca comercial: un caso de estudio, 2011)

2.3. Bases teóricas

2.3.1. Satisfacción laboral

Herzberg en su Teoría de Higiene-Motivacional afirma que:

Los factores presentes, que son fuentes de satisfacción, se denominan factores motivacionales y son intrínsecos al trabajo (logro, reconocimiento del logro, el trabajo en sí, responsabilidad y crecimiento o avance). Por otro lado, los factores ausentes, que son fuente de insatisfacción, se catalogan como factores de higiene y son extrínsecos al trabajo (políticas de la compañía y administración, supervisión, relaciones interpersonales, condiciones laborales, salario, estatus y seguridad). (Alfaro, Leyton, Meza, & Sáenz, 2012).

Dawes en su Teoría del Ajuste en el trabajo, afirma:

Que cuanto más se relacionen las habilidades de una persona (conocimiento, experiencia, actitudes y comportamiento) con los requerimientos de la función o de la organización, es más probable que vaya a realizar un buen trabajo y, por consiguiente, ser percibido de manera satisfactoria por el empleador.

Cuanto más se relacionen los refuerzos (premios) de la función o la organización con los valores que una persona busca satisfacer a través del trabajo (logro, confort, estatus, altruismo, seguridad y autonomía), es más probable que la persona perciba al trabajo como satisfactorio.

El grado de satisfacción e insatisfacción son vistos como predictores de la probabilidad de que una persona vaya a permanecer en su puesto de trabajo, logre tener éxito en este y reciba los reconocimientos esperados. (Alfaro, Leyton, Meza, & Sáenz, 2012)

Locke en su Teoría de la discrepancia, afirma:

La satisfacción laboral es el estado emocional placentero que resulta de la valoración del trabajo como un medio para lograr o facilitar el logro de los valores laborales. Asimismo, la insatisfacción laboral es el estado emocional no placentero, resultante de la valoración del trabajo como frustrante o bloqueo de la consecución de los valores laborales Locke dice que:

La satisfacción e insatisfacción laboral se derivan de la evaluación que hace el trabajador al contrastar sus valores con la percepción de lo que le ofrece el trabajo. En este sentido, se define el carácter dinámico de los valores que varían de persona a persona, así como la jerarquía de valores que cada individuo posee. Cada experiencia de satisfacción o insatisfacción laboral es el resultado de un juicio dual: el grado de la discrepancia valor-percepción y la importancia relativa del valor para el individuo. (Alfaro, Leyton, Meza, & Sáenz, 2012)

Lawler en su Teoría de la satisfacción por facetas, sostiene que:

La satisfacción laboral resulta del grado de discrepancia entre lo que el individuo piensa que debería recibir y lo que recibe realmente, en relación con las facetas y la ponderación que tiene para el sujeto. Lawler afirma:

La cantidad que debería ser recibida (QDR) resulta de: (a) la percepción de las contribuciones individuales para el trabajo, (b) la percepción de las contribuciones y de los resultados de los colegas, y (c) las características del trabajo percibidas. La percepción de la cantidad recibida (QER) proviene de: (a) la percepción de los resultados de los otros, y (b) los resultados efectivamente recibidos por el individuo. Al compararse, pueden ocurrir tres situaciones: (a) QDR es igual a QER, entonces hay satisfacción; (b) QDR es mayor a QER, entonces hay insatisfacción; y (c) QDR es menor a QER, entonces hay sentimiento de culpa e inequidad. (Alfaro, Leyton, Meza, & Sáenz, 2012)

Quarstein, McAfee, y Glassman en su Teoría de los eventos situacionales señalan lo siguiente:

La satisfacción laboral está determinada por factores denominados características situacionales y eventos situacionales. Las características situacionales son los aspectos laborales que la persona tiende a evaluar antes de aceptar el puesto (sueldo, oportunidades de promoción, condiciones de trabajo, política de la empresa y supervisión). Los eventos situacionales son facetas laborales que los trabajadores no evaluaron antes, sino que ocurren una vez que el trabajador ocupa el puesto. Estos pueden ser positivos (tiempo libre por culminar una tarea) o negativos (desperfecto de una máquina). (Alfaro, Leyton, Meza, & Sáenz, 2012)

2.3.2. Teoría de la Higiene - Motivacional de Herzberg

Según esta conocida teoría, Herzberg afirma que existen factores determinantes de la satisfacción laboral y otros que determinan insatisfacción. Los factores higiénicos producirán insatisfacción si su nivel es insuficiente, pero no producirán satisfacción si su nivel es suficiente. Por el contrario, los determinantes de crecimiento generarán satisfacción cuando su nivel es suficiente, pero no generan insatisfacción cuando su nivel es insuficiente. En este sentido, la satisfacción y la insatisfacción no serían polos opuestos de un mismo continuo, como mantiene la teoría tradicional (según la cual cualquier factor puede producir satisfacción o insatisfacción dependiendo del nivel que alcance y de la importancia que tenga para cada persona), sino que habría un doble continuo, en el que lo contrario de la insatisfacción

no sería la satisfacción, sino la ausencia de insatisfacción, y lo contrario de la satisfacción no sería la insatisfacción, sino la ausencia de satisfacción.

Por lo tanto la Teoría de Higiene-Motivacional, demuestra que la presencia de ciertos factores está asociada con la satisfacción laboral, y la ausencia de otros con la insatisfacción laboral. Los factores presentes, que son fuentes de satisfacción, se denominan factores motivacionales y son intrínsecos al trabajo (logro, reconocimiento del logro, el trabajo en sí, responsabilidad y crecimiento o avance). Por otro lado, los factores ausentes, que son fuente de insatisfacción, se catalogan como factores de higiene y son extrínsecos al trabajo (políticas de la compañía y administración, supervisión, relaciones interpersonales, condiciones laborales, salario, estatus y seguridad). (Alfaro, Leyton, Meza, & Sáenz, 2012)

2.3.3. Factores Intrínsecos y Extrínsecos de la Satisfacción

Laboral

La teoría de Herzberg afirma que ciertos factores intrínsecos están ligados a la satisfacción laboral, y ciertos factores extrínsecos están ligados a la insatisfacción laboral. Los factores intrínsecos, por ejemplo son los logros, el reconocimiento y la responsabilidad. Los factores extrínsecos, por ejemplo la política y la administración de la compañía, la supervisión, las relaciones interpersonales y las condiciones laborales.

Muchos de los factores que determinan la satisfacción laboral proceden del propio individuo y dependen de gran medida de su escala de valores; pero también las características del

trabajo a desarrollar, la calidad de las relaciones interpersonales que se generan en el ámbito laboral y las políticas y prácticas de la organización; influyen de manera decisiva en las respuestas afectivas de las personas hacia su trabajo.

La satisfacción de los empleados tiene importantes consecuencias a nivel organizacional ya que, si bien no se ha logrado descubrir la vinculación exacta entre ésta y el desempeño, las investigaciones realizadas demuestran que guarda, una estrecha relación inversa con el ausentismo y la rotación de personal.

La satisfacción laboral se puede medir aplicando dos enfoques diferenciados: una sola clasificación global sobre el grado de satisfacción con el trabajo y que, por lo tanto, expresa la evaluación general que realiza el individuo de su experiencia laboral.

2.3.4. Causas de la Satisfacción Laboral

Rodríguez, (2002) afirma:

La satisfacción laboral depende no solo de los niveles salariales sino del significado que el trabajador le dé a sus tareas laborales. El trabajo puede ser la causa de la felicidad y el bienestar de una persona, o todo lo contrario.

De hecho el tema de la adaptación o ajuste del trabajo al hombre o viceversa es una dialéctica muy comprometida en orientación profesional.

La satisfacción profesional puede depender de muchos factores (congruencia con los valores personales, grado de responsabilidad, sentido del éxito profesional, niveles de aspiración, grados de libertad que procura el trabajo, etc.). Deben pues, usarse inventarios sobre valores ocupacionales, sobre expectativas ocupacionales, importancia dada al trabajo, estilos de vida, intereses profesionales, etc. Cuanto más elevada sea la calidad de vida profesional más satisfacciones procurará al trabajador y se reducirá el grado de absentismo. Por otra parte, las características diferenciales son clave: unos buscan en el trabajo, reconocimiento o implicación; en cambio otros buscan, socialización y estímulo. (p.69).

2.3.5. Consecuencias de la Satisfacción Laboral

Locke (Zandomeni, 2004) sostiene:

La satisfacción con el trabajo tiene una variedad de consecuencias para el individuo. Así, que: “puede afectar las actitudes ante la vida, ante su familia y ante sí mismo. Bajo ciertas condiciones, puede afectar a otros comportamientos laborales ante la organización. Sin embargo, no tiene

efectos directos con la productividad.

Zandomeni, Llaneza F y Álvarez J coinciden en que una de las consecuencias más importantes de la satisfacción laboral es el absentismo. Estos dos últimos autores piensan que los factores de riesgos organizacionales puede ser igual la causa de la insatisfacción laboral. Las principales consecuencias de la satisfacción laboral desde el punto de vista de la organización son: Inhibición, resistencia al cambio, falta de creatividad, abandono, accidentabilidad, baja productividad y dificultad para trabajar en grupo.

2.3.6. Instrumentos para medir la Satisfacción Laboral

Alfaro, Leyton, Meza, & Sáenz (2012), mencionando a Girón, señalan que, son variados los instrumentos analizados y de ellos, se da especial atención a la Escala de Satisfacción Laboral SL-SPC que ha sido validado en Perú. Entre los instrumentos más importantes se encuentran:

a) Minnesota Satisfaction Questionnaire (MSQ). El Cuestionario de Satisfacción de Minnesota (MSQ) (Weiss, Dawis, England, & Lofquist, 1967) está diseñado para medir la satisfacción del empleado con su trabajo y asienta sus argumentos en los principios básicos de la teoría del ajuste. Esta escala se presenta en dos formatos:

una versión larga de 100 ítems y otra abreviada de 20; en ambas ediciones se incluyen ítems en los que se interroga acerca de 20 facetas de la satisfacción laboral, aunque las puntuaciones de las mismas se calculan solo para el formato largo. En el formato corto se evalúa la satisfacción general, la intrínseca (naturaleza del puesto) y la extrínseca (otros aspectos de la situación del trabajo, como las prestaciones y el salario).

b) Escala de Satisfacción Laboral – versión para orientadores (ESL-VO). Esta escala de satisfacción laboral (ESL-VO) permite analizar la satisfacción laboral en tres niveles: (a) global, (b) dimensional, y (c) faceta. El instrumento consta de un cuestionario con 37 ítems, 16 medidos con una escala nominal de uno a cinco y distribuidos en ocho dimensiones: (a) diseño del trabajo, (b) realización personal, (c) oportunidades de desarrollo futuro, (d) relaciones sociales y tiempo libre, (e) reconocimiento del propio desempeño laboral, (f) valoración social del trabajo, (g) recompensas extrínsecas, y (h) oportunidades de promoción justa sobre la base de méritos personales (Anaya & Suárez, 2004).

c) **Escala de Satisfacción Laboral SL-SPC.** La escala SL-SPC (Palma, 2005) permite un diagnóstico general de la actitud hacia el trabajo, detectando cuán agradable o desagradable le resulta al trabajador su actividad laboral. Esta encuesta se encuentra sustentada básicamente con la teoría motivacional, además de las teorías vinculadas a la discrepancia y dinámica. A través de ella, se describe el nivel general de satisfacción hacia el trabajo y los niveles específicos de satisfacción con respecto a cuatro factores: (a) significación de la tarea, (b) condiciones de trabajo, (c) reconocimiento personal y/o social, y (d) beneficios económicos. La escala se desarrolla con la técnica de Likert y está conformada por 27 ítems, tanto positivos como negativos. La valoración de estos, se desarrolla con la técnica de Likert, con una puntuación de uno a cinco, según sea el ítem positivo o negativo; logrando un puntaje total que oscila entre 27 y 135 puntos.

Este instrumento demostró su validez a través de un estudio acerca de la satisfacción laboral en 1,058 trabajadores con dependencia laboral en Lima Metropolitana, en el que obtuvo resultados confiables.

Existe una variedad de instrumentos analizados y de ellos se da especial atención a la Escala de Satisfacción Laboral SL-SPC desde los aspectos intrínsecos y extrínsecos que ha sido validado en el Perú. Para el caso de la presente

investigación se ha creído conveniente utilizar la Escala de Satisfacción Laboral SL-SPC de Palma (2005). La escala SL-SPC permite un diagnóstico general de la actitud hacia el trabajo, detectando cuán agradable o desagradable le resulta al trabajador su actividad laboral. Esta encuesta se encuentra sustentada básicamente con la teoría motivacional, además de las teorías vinculadas a la discrepancia y dinámica. A través de ella, se describe el nivel general de satisfacción hacia el trabajo y los niveles específicos de satisfacción con respecto a los cuatro factores antes mencionados: (a) significación de la tarea, (b) condiciones de trabajo, (c) reconocimiento personal y/o social, y (d) beneficios económicos. La escala se desarrolla con la técnica de Likert como se menciona líneas arriba.

Calidad de servicio de Plataforma

El “*servicio*” es un conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico como consecuencia del precio, la imagen y prestación del mismo. Por otro lado, una buena empresa de servicios tiene la personalidad a los ojos de sus clientes y todas las demás buenas empresas de servicios tienen una personalidad exclusiva y diferenciadora. (Panak, 1994)

En tal sentido, un *servicio*, es la actividad y acciones que se establecen para servir a los clientes externos; y se

caracteriza por sufrir rápidos cambios en su ambiente, algunos gracias a la tecnología y que, relacionada con la satisfacción del cliente interno, resulta ser cada vez más importantes.

En cuanto a la “*calidad*”, este término se define como: el conjunto de cualidades de una persona o cosa. Calidad, es lo que hace que una persona o cosa sea lo que es, por su propiedad, atributo, características, don, virtud, etc. La calidad se refiere a tratar de hacer las cosas bien, de manera correcta, y de cumplir con los deseos del cliente de una manera óptima. Existe *calidad* cuando las necesidades son cubiertas y las esperanzas realizadas; para llegar a la calidad requerida, se busca conocer cuáles son las necesidades de los clientes, y qué esperan después (Salinas, 2001).

2.3.7. Medición de la calidad en los servicios

Donabedian en 1990, propuso que la calidad de la atención, debe basar su medición en tres componentes: la atención técnica, el manejo de la relación interpersonal y el ambiente en el que se lleva a cabo el proceso de atención (Cotes, Tapie, Cabrera, & Achicanoy, 2016)

En esa misma década Bowers, Swan y Koehler a partir de la escala SERVQUAL, desarrollaron un instrumento específico para medir la calidad del servicio en dos contextos de atención médica: la asistencia médica y el cuidado médico. Este instrumento consideró seis dimensiones en la medición de la calidad del servicio (información, fiabilidad, capacidad de respuesta, accesibilidad, empatía y cuidados) (Cotes, Tapie, Cabrera, & Achicanoy, 2016)

A fines de esa década, Jun, Peterson y Zsidisin identificaron 11 dimensiones que definen la calidad del cuidado del cliente y su satisfacción, tanto desde la perspectiva médica como desde el punto de vista de la administración (tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, competencia, cortesía, información, accesibilidad, cuidados, resultados, empatía y continuidad) (Cotes, Tapie, Cabrera, & Achicanoy, 2016)

Posteriormente, a partir de la escala SERVQUAL, Gea et al. (2001) desarrollaron el instrumento Sercal, para medir la calidad del servicio de un centro médico-quirúrgico perteneciente a un hospital. Este instrumento, incluyó las dimensiones, accesibilidad al servicio, confort, personalización, garantía y fidelidad (Cotes, Tapie, Cabrera, & Achicanoy, 2016)

Ese mismo año, Mira et al. (2001) presentaron la escala Servqhos de calidad de la asistencia hospitalaria percibida por el cliente. Esta escala fue aplicada a dos hospitales públicos a lo largo de un período superior a dos años. La escala midió los factores: amabilidad, capacidad de respuesta, confianza en los profesionales, trato de enfermería, tiempo de espera, estado de la habitación, informaciones, capacidad de resolver los problemas, puntualidad, rapidez de respuesta, interés, facilidad para acudir al centro, preparación profesional, tecnología biomédica y trato al cliente (Cotes, Tapie, Cabrera, & Achicanoy, 2016)

Al año siguiente De Man et al. (2002) presentaron un estudio en que analizan la importancia de diversas dimensiones de la escala Servqual y su relación con la satisfacción del cliente en el contexto de la medicina nuclear. Algunas dimensiones de esta escala no fueron confirmadas en este nuevo contexto. De hecho, los clientes consideraron los bienes materiales y la seguridad como una sola dimensión, y además la dimensión original empatía fue dividida en empatía y conveniencia (Cotes, Tapie, Cabrera, & Achicanoy, 2016)

Por último, Chang et al. (2006) realizaron un estudio para determinar cómo los encuentros del servicio afectan la satisfacción de los clientes. Identificaron que, los que en mayor

medida afectan la satisfacción con los tratamientos médicos, son los encuentros del cliente: con los profesionales médicos, con los profesionales encargados del cuidado, con el personal de servicio, y con los espacios e instalaciones (Cotes, Tapie, Cabrera, & Achicanoy, 2016)

Esto explica, además, por qué en la publicidad las instituciones financieras recurren más a la calidad externa que a la interna. Así, algunas características de servicios que se corresponden con la calidad externa son, por ejemplo, entrega inmediata del servicio, respuesta a tiempo, garantía total (sin pretexto alguno, ni reclamos), atención personalizada, servicio en su momento (o planteo de reclamos), salidas oportunas de los productos, garantía de los productos, resultados garantizados, servicio sin esperas, entre otros.

Los clientes externos llegan al “encuentro del servicio” (la prestación práctica del servicio, los “momentos de la verdad”, como también se les conoce) con una serie de “expectativas” respecto a cómo debe ser el servicio de Plataforma en el BCP.

Se entiende por “expectativas el conjunto de posibles resultados esperados por los clientes externos como consecuencia de la prestación de un servicio” (Shaw, 1997, p. 11).

Para evaluar la calidad de un servicio en los clientes externos utilizan esas expectativas como parámetros de medición: comparan lo que esperaban del servicio con lo que recibieron del mismo. Las expectativas, en consecuencia, forman parte de la que se conoce como la “*ecuación de la calidad del servicio*”, que se representa de la siguiente manera: $CSF = E - P$; donde “CSF” representa la calidad del servicio de Plataforma, “E” son las expectativas del cliente externo sobre el servicio de Plataforma que recibe y “P” las percepciones sobre la prestación del servicio que se recibe.

A partir de lo que se señala, la ecuación se expresa de la siguiente manera: la percepción de calidad que tendrá un cliente externo de un servicio, será igual a la diferencia que exista entre sus expectativas y la prestación. En otras palabras, las expectativas constituyen el parámetro con el que los clientes externos miden la calidad de un servicio. Es decir, la calidad de un servicio se determina, NO en términos de los criterios internos de la institución, sino en función de cómo lo perciben los clientes externos en el momento de la prestación.

La diferencia entre expectativas y prestación puede ser positiva, neutra o negativa.

2.4. Definición de términos básicos

En relación a este punto, tomamos como referencia diversos conceptos que frecuentemente aparecen en la presente investigación.

A. Calidad de servicio

Pérez (2014) mencionando a Rey (1999). Comenta que el análisis de este concepto se inicia con el desglose de los dos elementos que lo integran: calidad y servicio. Es necesario, sin embargo, realizar algunas matizaciones al término calidad que ayudan en el propósito del estudio. Para proceder a su definición hay que señalar inicialmente la diferencia entre calidad percibida y calidad objetiva. La primera es juicio del consumidor sobre la excelencia o superioridad de un producto o marca sobre otros desde una óptica global. Es una actitud relacionada pero no equivalente a la satisfacción y resulta de la comparación de las expectativas con la percepción de desempeño, por su parte, la calidad objetiva se refiere a la superioridad medible y verificable de un producto o servicio sobre otro, tomando como base algún estándar preestablecido. Suele relacionarse con conceptos usados para describir la superioridad técnica de un producto. De la dualidad planteada, será la calidad percibida el objeto de nuestro estudio” (p.31).

B. Motivación Laboral

Es un proceso mediante el cual el trabajador, impulsado por fuerzas internas o que actúen sobre él, inicia dirige y mantiene una conducta orientada a alcanzar determinados incentivos que le permitan la satisfacción de sus necesidades, mientras simultáneamente intenta alcanzar las metas de la organización. (Pelayo, 2014).

C. Satisfacción laboral

(Fuentes, 2012) mencionando a Davis y Newstrom (2003), define a satisfacción laboral como un conjunto de sentimientos y emociones favorables o desfavorables con que los empleados ven su trabajo. Se trata de una actitud afectiva, un sentimiento de agrado o desagrado relativo hacia algo.

D. Cliente o trabajador interno

El cliente interno son todos aquellos que mediante un proceso de selección y reclutamiento de personal que realizan las empresas, son elegidos y contratados para desarrollar una labor específica en un puesto de trabajo asignado, donde tendrán un jefe directo al cual rendir unos resultados y así mismo tener unos deberes y derechos como miembros activos en una organización (Moreno, 2014).

G. Cliente externo

El cliente externo es todo consumidor o empresa con potencial para comprar o contratar productos y servicios, constituye no solo la fuente de ingresos y por tanto la estabilidad económica, sino el eje mismo de trabajo, desarrollo y avance de la organización y todos sus empleados. Dentro de los clientes externos se encuentran algunos clientes intermedios, que a su vez también tienen necesidades que se deben atender, como por ejemplo los distribuidores mayoristas o detallistas u otras personas que como agentes intermediarios promocionan sus servicios de alguna forma. (Moreno, 2014).

2.5. Hipótesis De Investigación

2.5.1. Hipótesis General

La satisfacción laboral del cliente interno está relacionada de manera significativa con el servicio de atención al cliente externo del área de Plataforma de la Agencia Principal del BCP.

2.5.2. Hipótesis Específicas

- a) La satisfacción laboral del cliente interno del área de Plataforma de la Agencia Principal del BCP está relacionada de manera directa por los *factores intrínsecos* como la significación de la tarea y del reconocimiento personal - social y, de los *factores extrínsecos* como las condiciones de trabajo y de los beneficios económicos.

- b) Los aspectos físicos, el desempeño operativo y la disponibilidad de tecnologías que existen en la prestación del servicio en el área de Plataforma, influyen directamente en la percepción del cliente externo sobre la calidad del servicio que presta el BCP.
- c) Los niveles de satisfacción laboral del cliente interno generan efectos negativos en la calidad del servicio de atención del cliente externo de la Plataforma de la Agencia Principal del BCP.

2.6. Identificación y clasificación de las variables

2.6.1. Variable “X”

Satisfacción laboral del cliente interno.

- a) Por la función que cumple en la hipótesis es variable independiente, pues en la presente investigación es la supuesta causa del problema que se estudia.
- b) Por su naturaleza, esta es variable activa, pues al diseñar estrategias de contraste de hipótesis, se puede aplicar técnicas de manipulación.
- c) Por la posesión de la característica es variable categórica, pues para estudiar esta variable se utilizan diferentes pruebas.
- d) Por el método de estudio, es variable cualitativa.

- e) Por el número de valores que adquiere, es variable politómica, pues esta variable posee múltiples valores.

2.6.2. Variable “Y”

Calidad de servicio de atención al cliente externo en Plataforma.

- a) Por la función que cumple en la hipótesis es variable dependiente, pues cumple la función de supuesto efecto que se estudia.

- b) Por su naturaleza, esta es una variable atributiva, pues para ser estudiada se deberá elaborar instrumentos de observación o de medición que permitan recopilar información acerca de sus características.

- c) Por la posesión de la característica es variable categórica, pues para estudiar esta variable se utilizan diferentes instrumentos.

- d) Por el número de valores que adquiere, es variable politómica, porque varía en más de dos criterios.

2.7 Matriz operacional de variables e indicadores

Tabla 1. Matriz operacional de variables e indicadores

Variables	Dimensiones	Indicadores
X: Satisfacción Laboral	X1: Motivación intrínseca.	X.1.1. Significado de la tarea X.1.2. Reconocimiento personal y/o Social
	X2: Motivación extrínseca.	X.2.1. Condiciones de trabajo X.2.2. Beneficios económicos
Y: Calidad de Servicio de Atención.	Y1: Aspectos físicos del servicio Plataforma aspectos	Y.1.1. Percepción del cliente externo sobre los físicos del servicio de Plataforma del BCP
	Y2: Desempeño operativo	Y.2.1. Percepción del cliente externo sobre el desempeño operativo del cliente interno o trabajador del servicio de Plataforma del BCP.
	Y3: Disponibilidad de la tecnología de la información	Y.3.1. Percepción del cliente externo sobre la disponibilidad de tecnologías de la información en el servicio de Plataforma del BCP.
	Y4: Satisfacción del cliente externo sobre la calidad de servicio.	Y.4.1. Percepción del cliente externo sobre la calidad de servicio de Plataforma del BCP.

Fuente: Elaboración propia, junio 2016.

**CAPITULO III:
PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO**

3.1 Unidad de Análisis, tipo, diseño, nivel y temporalidad de la investigación

3.1.1. Unidad de análisis

Para los fines de la investigación, se ha considerado como unidad de análisis a 12 Asesores de Ventas y Servicios, y a 269 clientes externos del Banco de Crédito del Perú Agencia Cajamarca.

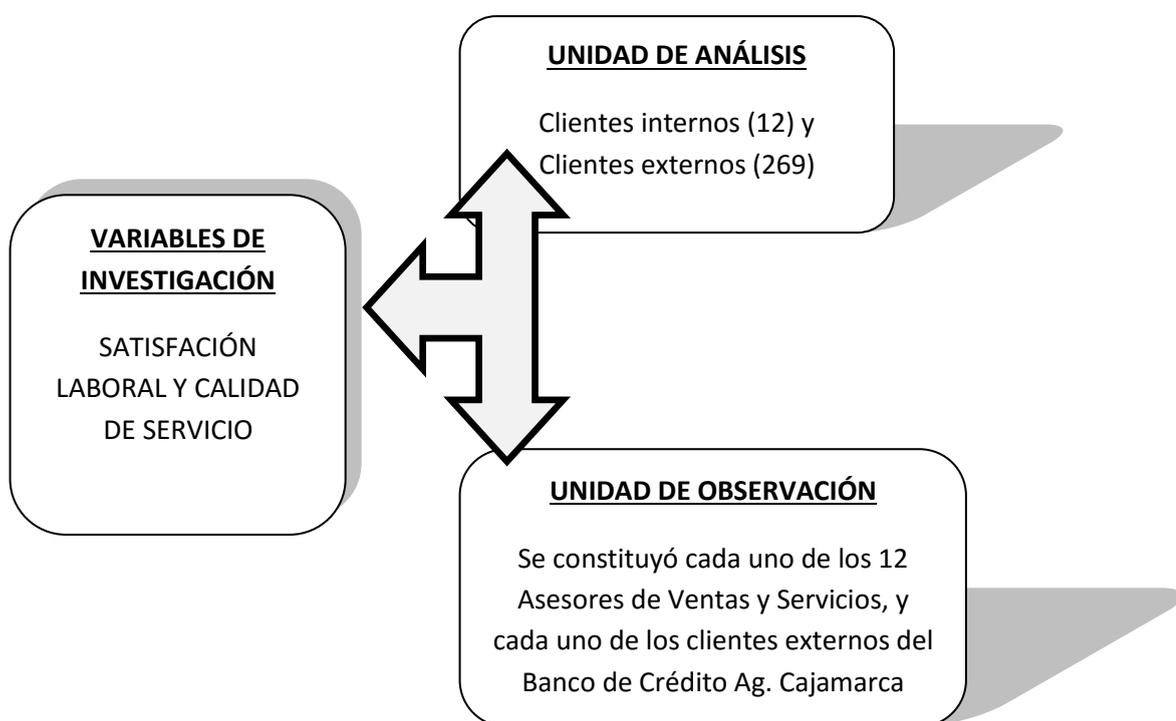


Figura 1. Variables de investigación, unidad de análisis y unidad de observación.

3.1.2. Tipo de investigación

La presente investigación es básica porque tuvo como propósito ampliar y profundizar el conocimiento de la realidad sobre la satisfacción laboral del cliente interno y la calidad del servicio de atención al cliente externo en el área de plataforma del Banco de Crédito del Perú. A su

vez es *correlacional*, porque a partir de la inserción del conocimiento (marco teórico existente sobre la satisfacción laboral y calidad de servicio) se puede analizar las relaciones (**variable X**) y sus resultados que se expresen en **hechos verificables (variable Y)** lo que permitirá realizar una síntesis e interpretación de los resultados en su interrelación.

3.1.3. Diseño de investigación

El diseño utilizado es no experimental, puesto que no se manipuló ninguna variable, sino que se observó el fenómeno tal y como se da en su natural contexto, para posteriormente analizarlo; y transeccional porque responde a un periodo de tiempo determinado (Marzo - Julio de 2016). El diseño de investigación se muestra en la figura 2.

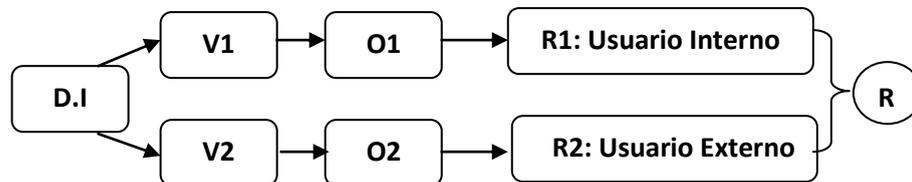


Figura 2. Diseño de la Investigación.

Donde:

D.I : Diseño de Investigación.

V1 : Satisfacción Laboral del Cliente Interno.

V2 : Calidad de Servicio al Cliente Externo.

O : Observación.

R : Relación

3.1.4. Nivel de investigación

La investigación que se llevó a cabo es de nivel *descriptivo* – *correlacional*, analizando a partir de la revisión bibliográfica de la satisfacción laboral y la calidad de servicio, así mismo la información obtenida de las fuentes secundarias fueron evaluadas y contrastadas a partir de la aplicación de encuestas – formulario de preguntas para identificar los *factores intrínsecos* y *extrínsecos*. Además, se examinaron los componentes: aspectos físicos del servicio, desempeño operativo, disponibilidad de tecnología, satisfacción del usuario; para establecer la relación con la calidad de servicio del usuario externo del BCP, 2016.

3.2. Población y muestra

Para medir la calidad de servicio que presta el área de Plataforma, se tomó en cuenta el promedio de clientes externos de los servicios que acudieron mensualmente durante el presente año 2016 (Marzo - Julio).

3.2.1. Muestra (n_1)

La presente investigación se basa en aplicar una muestra. La cual ha sido elaborada teniendo en cuenta el promedio de clientes externos atendidos mensualmente en el Área de Plataforma, sumando un total de 9,600 clientes externos (datos obtenidos según registro de atención de dicha área de servicio, Marzo – Julio de 2016). Una vez definida la población se optó por un muestreo aleatorio simple (MAS).

El estudio de campo fue de solo 5 meses (Marzo – Julio de 2016), por lo tanto la población considerada fue de 9,600 clientes externos,

teniendo para ello la aplicación de una muestra de estudio probabilística estratificada.

Fórmula utilizada para el cálculo del tamaño óptimo de muestra.

$$n = \frac{Z^2 PON}{E^2(N-1) + Z^2 P}$$

$$n = 269$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra.

N= Tamaño de la población.

P= Probabilidad de satisfacción de los clientes externos del servicio de Plataforma del BCP (50% = 0.5).

Q= Probabilidad de insatisfacción de los clientes externos del servicio de Plataforma del BCP (50% = 0.5).

Z= Valor tipificado de la confiabilidad igual (=) a 1.96 (correspondiente a 95% de confianza¹).

E= Error de estimación 5%².

- 1 Indica la dirección y el grado en que un valor individual se aleja de la media en una escala de unidades de desviación estándar.
- 2 Indica el porcentaje de incertidumbre o riesgo que se corre de que la muestra escogida no sea representativa +o- 5%.

3.2.2. Muestra (n₂)

Para medir la SATISFACCIÓN LABORAL, se considera como muestra a todos los clientes internos (n₂) del Área de Plataforma del BCP, que participan de manera directa en el proceso de prestación de servicio al cliente externo.

El total de clientes internos del Área de Plataforma del BCP, es de 12 colaboradores.

3.3. Fuentes, técnicas e instrumentos de recolección de datos.

3.3.1 Fuentes de información

a) Fuentes secundarias

Suministraron información básica sobre el tema; contienen información organizada, elaborada, producto de análisis, extracción o reorganización que refiere a documentos primarios originales. Las fuentes secundarias utilizadas fueron: libros, revistas, que interpretan otros trabajos o investigaciones.

b) Fuentes primarias

Se hizo uso de técnicas y procedimientos específicos, con el fin de recoger información actualizada, que permitieron suministrar información correspondiente a la relación de la Satisfacción Laboral del cliente interno y la Calidad del Servicio de Atención del cliente externo, Cajamarca 2016. Los documentos utilizados fueron: libros, aplicativos, diarios y normas técnicas de citación y referencias APA

6ta Edición.

3.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

a. Encuesta a colaboradores que realizan la labor de Asesores de Ventas y Servicios del Banco de Crédito del Perú Agencia Cajamarca.

Esta técnica fue aplicada a los colaboradores del Banco de Crédito que realizan labores de Asesor de Ventas y Servicios. Las preguntas incluyen aspectos de Satisfacción Laboral y Calidad de Servicio, tal como se detalla a continuación:

1. Instrumento sobre Satisfacción Laboral

Para evaluar la variable Satisfacción Laboral se aplicó como instrumento de investigación, la escala SL - SPC, la cual fue validada por dos especialistas y modificada de acuerdo a sus recomendaciones.

La escala SL-SPC (Palma, 2005) permite un diagnóstico general de la actitud hacia el trabajo, detectando cuán agradable o desagradable le resulta al trabajador su actividad laboral.

Este cuestionario se encuentra sustentado básicamente con la teoría motivacional, además de las teorías vinculadas a la discrepancia y dinámica. A través de ella, se describe el nivel

general de satisfacción hacia el trabajo y los niveles específicos de satisfacción con respecto a cuatro factores: (a) significación de la tarea, (b) condiciones de trabajo, (c) reconocimiento personal y/o social, y (d) beneficios económicos.

El cuestionario consta de 27 preguntas y una hoja de respuestas, el mismo que se aplicó a los colaboradores de manera individual, con una duración de 10 a 15 minutos.

Las puntuaciones se sacaron de la suma de todas las respuestas; cuya asignación de puntajes fue:

a) Total Desacuerdo	:	1
b) En desacuerdo	:	2
c) Indeciso	:	0
d) De acuerdo	:	3
e) Total Acuerdo	:	4

Los indicadores considerados para su significación fueron:

1.1 Sub Escala 1: Motivación Intrínseca

Se refiere a la realización de acciones por la mera satisfacción de hacerlas sin necesidad de ningún incentivo externo. La Motivación es positiva, cuando los colaboradores consideran que el significado de su tarea y el reconocimiento personal y/o social son positivas.

Los aspectos evaluados son:

- a) Significación de la tarea.
- b) Reconocimiento personal y/o social

Ítems considerados:

a) Satisfacción de la tarea

X.1.1.1, X.1.1.2, X.1.1.3, X.1.1.4, X.1.1.5, X.1.1.6,
X.1.1.7, X.1.1.8

B) Reconocimiento personal y/o social

X.1.2.1, X.1.2.2, X.1.2.3, X.1.2.4, X.1.2.5

1.2 Sub Escala 2: Motivación Extrínseca

Es el ambiente que rodea a las personas y cómo éste, influye en el desempeño de su trabajo y, cómo esas condiciones son administradas y decididas por la empresa, estos factores están fuera del control de las personas. La Motivación es positiva, cuando los colaboradores consideran que las condiciones de trabajo y beneficios económicos son positivos.

Los aspectos evaluados son:

- a) Condiciones de Trabajo.
- b) Beneficios económicos.

Ítems Considerados:

a) Condiciones de trabajo

X.2.1.1, X.2.1.2, X.2.1.3, X.2.1.4, X.2.1.5

c) Beneficios económicos

X.2.2.1, X.2.2.2, B.2.2.3, B.2.2.4, B.2.2.5.

2. Instrumento para la Calidad de Servicio

Para medir la variable Calidad de Servicio se utilizó el cuestionario SERVQUAL, cuyo objetivo fue medir el nivel de servicios al cliente externo del área de atención de Plataforma del Banco de Crédito del Perú Agencia Cajamarca.

El cuestionario estuvo compuesto de 31 ítems que midieron la variable de CS a través de 4 sub variables: Aspectos físicos, Desempeño operativo, Disponibilidad de la tecnología y Satisfacción del cliente externo sobre la calidad de servicio.

Las puntuaciones se sacaron de la suma de todas las respuestas; cuya asignación de puntajes fue:

a) Total Desacuerdo	:	1
b) En desacuerdo	:	2
c) Indeciso	:	0
d) De acuerdo	:	3
e) Total Acuerdo	:	4

Los indicadores considerados para su significación son:

El **Factor Aspecto Físico**, que a su vez se sub dimensiona en la Percepción del cliente externo sobre los aspectos físicos del servicio de Plataforma en los ítems Y.1.1.1, Y.1.1.2, Y.1.1.3, Y.1.1.4 y Y.1.1.5; el **Desempeño Operativo** cuya sub-dimensión es la Percepción del Cliente externo sobre el desempeño operativo del cliente interno en los ítems Y.2.1.1, Y.2.1.2, Y.2.1.3, Y.2.1.4, Y.2.1.5, Y.2.1.6, Y.2.1.7, Y.2.1.8, Y.2.1.10, Y.2.1.11, Y.2.1.12, Y.2.1.13; la **Disponibilidad de la Tecnología** con sub-dimensión es la Percepción del cliente externo sobre la disponibilidad de la tecnología de la información usando lo ítems Y.3.1.1, Y.3.1.2, Y.3.1.3, Y.3.1.4, Y.3.1.5, Y.3.1.6 y Y.3.1.7. **La satisfacción del cliente externo** sobre la calidad de servicio que se basa en el sub-indicador Percepción del cliente externo sobre la calidad de servicio de Plataforma del BCP por ítems Y.4.1.1, Y.4.1.2, Y.4.1.3, Y.4.1.4 y Y.4.1.5.

3.4. Procesamiento de los datos

Para el análisis de los indicadores de cada variable de estudio: Satisfacción laboral de clientes internos y Servicio de atención al cliente externo del Banco de Crédito BCP, Agencia Cajamarca; se utilizó principalmente el Excel y el paquete estadístico “Statistical Package for Social Sciences” (SPSS, versión 23.0 para Windows), los mismos que permitieron realizar un recuento, selección, clasificación y ordenación de tablas, debidamente codificadas y tabuladas. La tabulación se realizó de forma electrónica y fue

sometida al tratamiento por “técnicas de análisis matemático”, se aplicó el análisis de Regresión Múltiple Jerárquico, con la finalidad de evaluar el nivel de determinación o influencia de las variable Satisfacción Laboral y Calidad del Servicio. Con respecto al instrumento, fue validado por expertos, resultando ser confiable y quedando listo para su aplicación.

CAPÍTULO IV:
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Características generales de la población de estudio

La muestra final de los clientes internos de estudio estuvo constituida por 12 trabajadores, 25% del sexo masculino y 75% del sexo femenino.

4.1.1 El cargo laboral

El cargo u ocupación es el conjunto de tareas laborales determinadas por el desarrollo de la técnica, la tecnología y la división del trabajo; comprende la función laboral del trabajador y los límites de su competencia. Generalmente se utiliza la denominación de cargo para los técnicos y dirigentes. Las personas tienen acceso, según sus méritos y capacidades, a los cargos y empleos y, perciben igual salario por igual trabajo. Agüero (2004).

Tabla 2. Distribución de los trabajadores del Banco de Crédito según cargo laboral

Cargo	Frecuencia	Porcentaje
Asesores de Ventas y Servicios	12	100
Total	12	100

Fuente: Registro de colaboradores del Banco de Crédito, 2016.

De otro lado, la muestra de estudio estuvo conformada en mayor proporción por trabajadores cuya situación laboral es de personal contratado con un 8.33% y nombrado 91.67%.

4.1.2. Tiempo de Servicio

La compensación por tiempo de servicios, es un derecho laboral y un beneficio social que les corresponde a los trabajadores del sector privado y público, cuya principal función es actuar como fondo de previsión para contingencias que originan el cese en el trabajo.

En la Figura n° 2, se describe la muestra de trabajadores según el tiempo de servicios. De ahí que existe un importante número de trabajadores que permanecen en la organización entre cuatro a cinco años (25%) y entre seis a más años (8.33%). Respecto a los trabajadores con menor tiempo de servicios, aquellos con menos de un años representan el 8.33%.

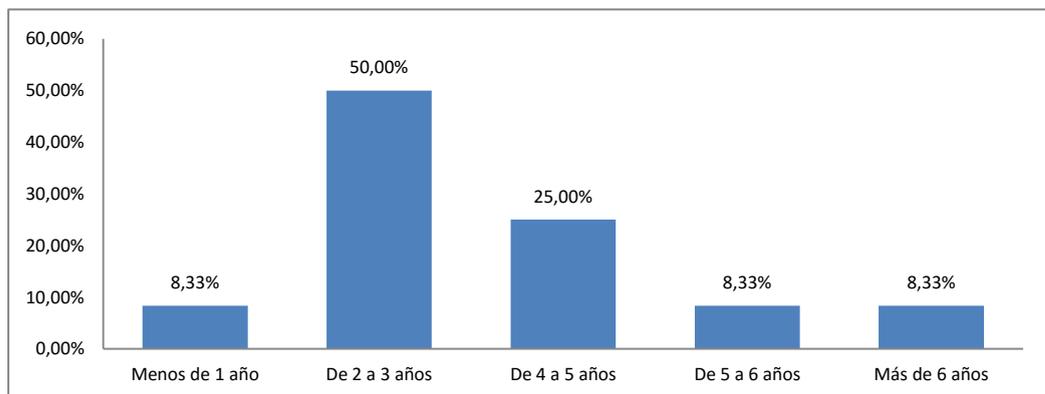


Figura 3: Porcentaje de los trabajadores según el tiempo de servicio en el cargo.

4.2. Satisfacción laboral

4.2.1. Factores intrínsecos y extrínsecos de la satisfacción laboral

Fischman (2014) indica que existe el paradigma en las organizaciones de que si queremos que alguien esté motivado hacia una meta, debemos asignarle un bono. Los ejecutivos, incluso, esperan los bonos como parte de su remuneración.

¿Pero siempre conviene usar dinero para llevar adelante estrategias de negocio? Si imaginamos que las teorías de la motivación abarcan un círculo de 360 grados, sin embargo en muchas empresas solo usan 90 grados del círculo. Hoy la motivación se estudia de manera científica, pero la ciencia no ha logrado “salir” del mundo académico e implementarse en el mundo corporativo.

El ser humano es como un automóvil híbrido, como se muestra en la realidad. Si la motivación es la energía que dirige las conductas, vamos a considerar al ser humano como el auto y veremos las diferentes formas de energía que pueden movilizarlo. Entonces, este automóvil híbrido se puede mover impulsado por diferentes tipos de energía.

El primer tipo de energía se refiere a las baterías. Estas baterías interiores, que son parte del auto, tienen la particularidad de que se cargan solas a medida que el auto avanza. Vamos a considerar las baterías del auto como motivadores intrínsecos, es decir, motivadores que se dan mientras se realiza la actividad.

Por ejemplo, uno de ellos es la autonomía. Cuando una persona puede elegir la actividad que hace y cómo la hace, se motiva haciendo la actividad en sí misma; se siente libre, siente que es dueño de su destino, que hace lo que él siente que es importante. Es decir, recarga sus baterías internas solo y le permite al auto moverse.

Pero también existe otro tipo de combustible que mueve el auto. En esta metáfora, la gasolina o los motivadores extrínsecos son ajenos a la actividad en sí misma y se dan usualmente como resultado de ella. Pueden ser premios, bonos, notas, entre otros. Nadie duda de que muevan el auto pero, pueden tener algunos costos escondidos porque este combustible es de menor calidad.

a) ***Factores intrínsecos***

De manera sencilla se ha definido como la conducta que se lleva a cabo de manera frecuente y sin ningún tipo de contingencia externa. El propio incentivo es intrínseco a la actividad misma, es decir, es la realización de la conducta en sí misma lo que nos mueve, los motivos que conducen a la activación de este patrón conductual son inherentes a nuestra persona sin necesidad de estímulos externos. De ahí que este tipo de comportamiento se considere intrínseco a las motivaciones personales de cada uno. *Por ejemplo: cuando se pone en práctica un hobby, cuando se realiza una actividad por el hecho de superarse a sí mismo.* Por lo general suele verse de forma más fácil en la motivación deportiva y también cuando se tiene una motivación personal sobre un proyecto que tiene mucho valor para uno, aunque de cara a los demás pueda carecer de un sentido práctico. (Lorenza, 2016).

Para el caso de los factores intrínsecos de la motivación laboral, la mayor puntuación fue obtenida en el significado de la tarea (3,12).

De otro lado, la dimensión con menor puntuación corresponde al

reconocimiento personal y/o social (2,01). Ver Figura 4

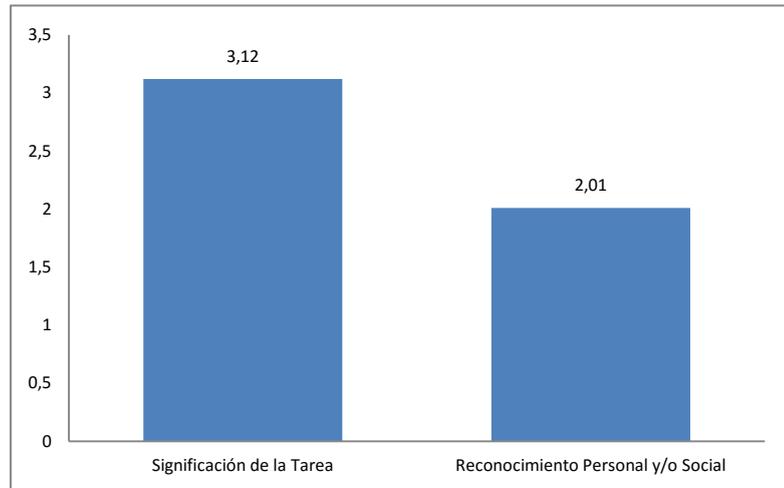


Figura 4: Puntuaciones promedio obtenidos por los colaboradores en los factores intrínsecos de la satisfacción Laboral.

b) Factores extrínsecos

Son aquellas actividades en las cuales los motivos que impulsan la acción son ajenos a la misma, es decir, están determinados por las contingencias externas. Esto se refiere a incentivos o reforzadores negativos o positivos externos al propio sujeto y actividad. *Por ejemplo: es muy frecuente que se dé una motivación en el trabajo que sea extrínseca basada en conseguir determinados objetivos. Si se logra satisfacer las expectativas en el trabajo entonces se logra un premio de recompensa. Generalmente es el propio salario del trabajo la principal motivación laboral que existe cuando hacemos algo a cambio de un bien material. Cuando el premio es extrínseco en lugar de intrínseco el rendimiento disminuye. En las últimas décadas, se está empezando a valorar otro tipo de incentivos que no sean económicos tales como descansos, reconocimiento que busca*

alentar al trabajador con frases motivadoras y resaltando sus puntos fuertes, aunque se mantiene el factor material con mucha diferencia como gran incentivo. (Lorenza, 2016).

De un puntaje mínimo de 1 y uno de máximo 4, se halló que el factor motivacional extrínseco con mayor puntuación obtenida corresponde a condiciones de trabajo (2,98) seguido del factor beneficios económicos (2,05)

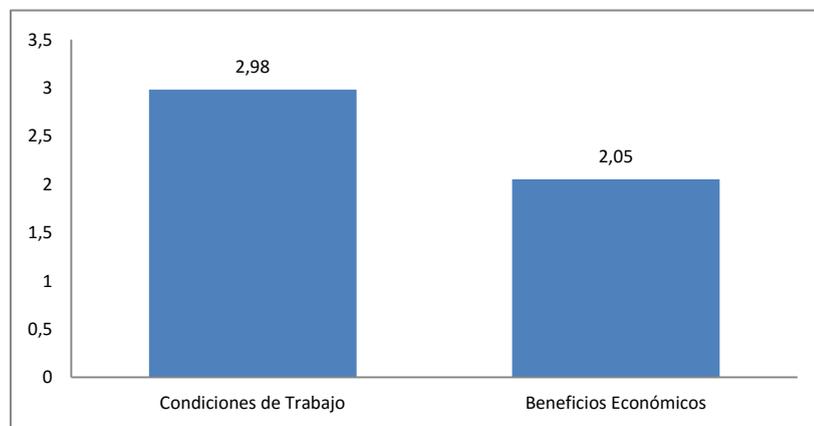


Figura 5: Puntuaciones promedio obtenidos por los colaboradores en los factores extrínsecos de la satisfacción laboral.

4.3 Calidad del Servicio de Atención

El cliente tiene ciertas necesidades y deseos, de los cuales a veces incluso no está consciente. Estas necesidades y deseos deben ser recogidos por la organización para diseñar y prestar (entregar) servicios que logren su satisfacción.

Algunos sistemas son capaces de identificar las necesidades reales del cliente, mientras que otros sólo perciben las necesidades de las cuales el cliente está consciente. Ambas perspectivas son útiles para mejorar la calidad de servicio y

tender a una mayor satisfacción de quien recibe el servicio.

La escala multidimensional SERVQUAL mide y relaciona percepción del cliente y expectativas respecto de calidad de servicio. Esta escala es una herramienta para la medición de la calidad del servicio desarrollada por Valerie A. Zeithaml, A. Parasuraman y Leonard L. Berry, con el auspicio del Marketing Science Institute en 1988. Ha experimentado mejoras y revisiones y ha sido validada en América Latina por Michelsen Consulting, con el apoyo del nuevo Instituto Latinoamericano de Calidad en los Servicios. El Estudio de Validación concluyó en Junio de 1992.

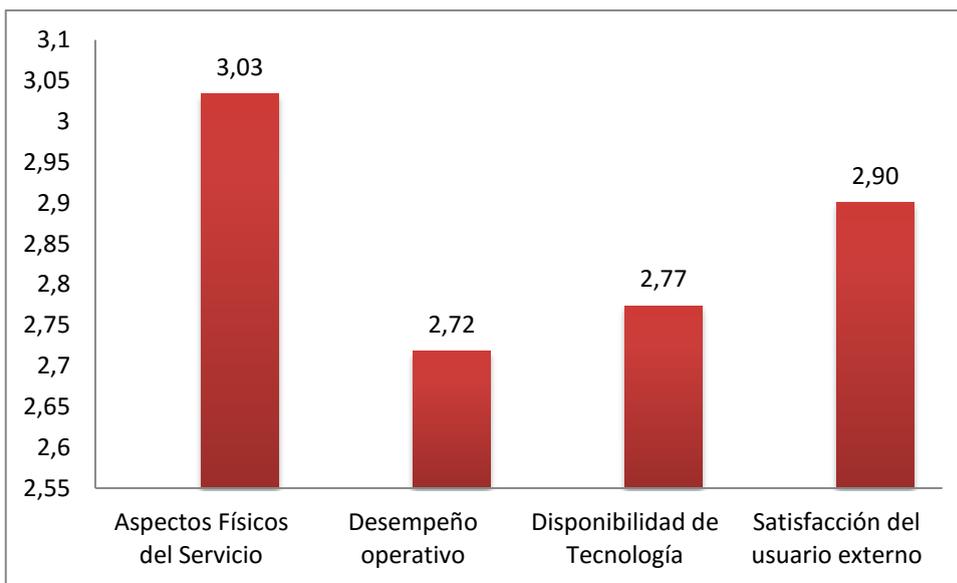


Figura 6: Puntuaciones promedio obtenidos por los clientes externos en la calidad del servicio de atención.

4.4 Correlación entre la Satisfacción Laboral y la calidad de Servicio.

La consultora Hay Group identificó una relación entre estilos de liderazgo, clima laboral y resultados empresariales, concluyendo que hasta un 30% del resultado

podría mejorarse a través de la optimización del liderazgo y del clima, haciendo con ello más competitiva a la empresa.

En este contexto, el turoperador REWE en su “Manual de responsabilidad ecológica y social”, repartido a sus partners hoteleros en noviembre del 2010, afirmaba que “Los empleados satisfechos son empleados productivos...[..] Los clientes notan cuando existe un buen clima de trabajo y se sienten más cómodos..” y trasladaba a los hoteleros una serie de consejos como “..un clima de diálogo abierto, posibilidades de ascender laboralmente, el reconocimiento de propuestas de mejora...empleados bien informados y motivados aportan ideas y asumen compromisos...Integre al personal en la planificación de nuevas medidas, ya que es en la práctica donde aparecen las mejores ideas..”. Si bien no deja de ser curioso que un partner dé consejos de gestión empresarial al otro partner, es significativo como en los consejos del turoperador vemos resumidos una gran parte de los principales factores de la motivación intrínseca (reconocimiento, participación, justicia de procesos, comunicación, integración, desarrollo,..), además de apuntar hacia la formación interna de las empresas y la importancia que tiene la involucración del trabajador en el potencial innovador de la empresa.

En esta perspectiva, la figura 7 y tabla 2 reportan que existe una correlación moderada y significativa ($p < 0.001$) entre la Satisfacción Laboral y la calidad del servicio. Es decir entre mayor es la Satisfacción Laboral, mayor será la Calidad de Servicio.

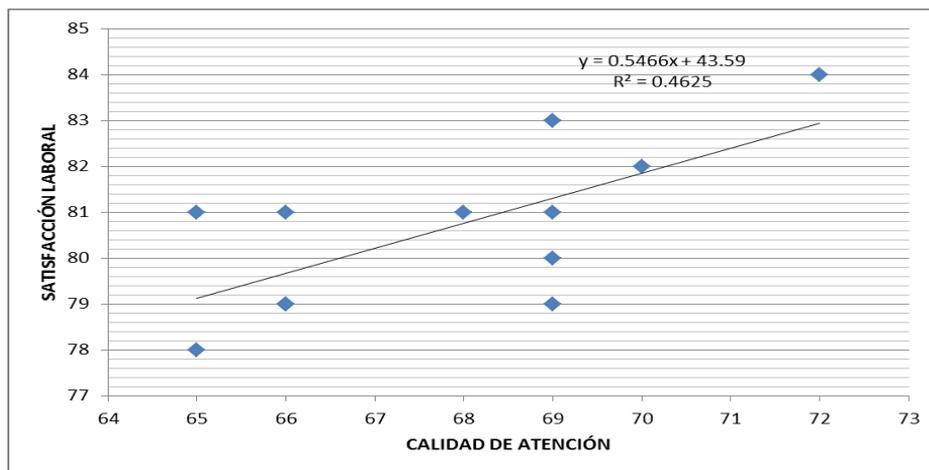


Figura 7: Diagrama de dispersión de la satisfacción laboral y la calidad de atención.

Tabla 3. Correlación entre Satisfacción Laboral y la Calidad de Servicio

		Satisfacción Laboral	Calidad de Servicio
Satisfacción Laboral	Correlación de Pearson	1	0.680**
	Sig. (bilateral)		,000
Calidad de Servicio	Correlación de Pearson	0.680**	1
	Sig. (bilateral)	,000	

Fuente: Elaboración propia sobre la información de la Satisfacción Laboral del cliente Interno y la Calidad del Servicio de Atención al Cliente Externo en el área de Plataforma del Banco de Crédito del Perú 2016.

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

En la tabla 2 se muestra las correlaciones bivariadas entre las dimensiones de Satisfacción Laboral y la Calidad de Servicio. De la data reportada, se puede precisar que la Satisfacción Laboral obtuvo correlación significativa positiva moderada con la Calidad de Servicio ($r = 0.680$)

4.5. Discusión de Resultados:

El primer objetivo específico fue “Identificar los factores intrínsecos y extrínsecos de la satisfacción laboral de los clientes internos que laboran en el área de Plataforma de la Agencia Principal del BCP”.

Respecto a este objetivo los resultados arrojaron para el caso de los factores intrínsecos de la motivación laboral, la mayor puntuación para significación de la tarea (3,12), seguida por el reconocimiento personal y/o social (2,01). El factor significación de la tarea es un factor intrínseco que influye en la satisfacción laboral tal y como menciona (Fuentes, 2012), quien en su tesis denominada “Satisfacción laboral y su influencia en la productividad”, encontró que el 71% de trabajadores considera que siempre se siente satisfecho con el trabajo que realiza el cual ayuda a alcanzar los objetivos institucionales. La satisfacción con el trabajo realizado se compara con la significación de la tarea que se encontró en la presente investigación. Fuentes concluyó que la estabilidad laboral, las relaciones interpersonales, el gusto por el trabajo las condiciones generales y la antigüedad dentro de la empresa, son indicadores que influyen para que los trabajadores estén satisfechos (Fuentes, 2012).

Para el caso de los factores extrínsecos en cambio, se encontró que son las condiciones de trabajo (2,98) seguido del factor beneficios económicos (2,05), los que influyen en la satisfacción; estos resultados indican que las condiciones de trabajo en la Agencia Principal del BCP en Cajamarca, son agradables puesto que se obtuvo el mayor puntaje. Una investigación realizada en México, por (Yañez, 2010) denominada “Condiciones laborales y la satisfacción en el trabajo dentro de una ONG”, encontró también que la satisfacción laboral está relacionada con las condiciones laborales. La Satisfacción Laboral es un factor importante dentro del equipo bancario; si nos

vemos enfrentados a un mal liderazgo entendido según la experiencia, como un líder autoritario, un líder con poca capacidad resolutiva, un líder con insuficiente capacidad para dirigir al equipo, tendremos al frente un líder que en definitiva no será reconocido por el equipo y que por lo tanto afectará el desempeño y motivación para el cumplimiento de los objetivos individuales, y los del Banco.

De acuerdo a lo expresado por (Chiavenato, 2001), se puede indicar que la satisfacción en cada persona es diferente estas pueden ser intrínsecas o extrínsecas, debido, a que las necesidades varían de individuo a individuo y producen diversos patrones de comportamiento. La capacidad individual para alcanzar los objetivos y los valores sociales también son diferentes, donde estos últimos, varían con el tiempo, lo cual, provoca un proceso dinámico en el comportamiento de las personas que en esencia es semejante. Si las suposiciones son correctas, el comportamiento no es espontáneo, ni está exento de una finalidad: siempre habrá un objetivo implícito o visible que lo explique. No sin olvidar que el resultado puede variar indefinidamente, ya que depende de la forma en la cual se perciba el estímulo, podríamos decir que a mayor satisfacción laboral, mejor atención de servicio al cliente externo y si la satisfacción del cliente interno es baja repercute en la baja calidad de atención.

El segundo objetivo específico fue “Diagnosticar si los aspectos físicos, el desempeño operativo y la disponibilidad de tecnologías influyen en la percepción del cliente externo sobre la calidad de servicio que presta el área de Plataforma de la Agencia Principal del BCP”. Al respecto, es importante mencionar que La cultura de servicio al cliente es un factor importante en cualquier organización ya que es éste, el protagonista de la acción comercial, la razón de la existencia y garantía del futuro de la misma y el excelente servicio es y debe ser la misión la principal de

toda empresa y sin importar el servicio o producto que se ofrezca, el cliente debe ser el motivo que impulsa al personal a realizar sus actividades, pensando primordialmente en su satisfacción. Los resultados muestran que los clientes externos perciben que son los aspectos físicos, los que más influyen en la calidad del servicio, seguidos de la satisfacción que sienten éstos al ser atendidos y; la percepción es menor para la disponibilidad de tecnología y el desempeño operativo. Estos resultados pueden ser comparados por los obtenidos en el estudio denominado “Calidad de atención en salud: percepción de los usuarios”, realizado por las autoridades del Hospital Universitario del Valle “Evaristo García” en Cali Colombia, el año 2010 en el cual se concluyó que para los usuarios, los aspectos físicos y personal, son igualmente significativos porque dimensionan un servicio de atención de calidad (Urriago, Viáfara, & Acevedo, 2010).

Según lo mencionado, se puede inferir que los Bancos cada día están expuestos a exigencias mayores; se debe cumplir metas, muchas de las cuales significan cambios de conducta de las personas que por supuesto, son difíciles de lograr a corto plazo; los clientes externos se mantienen bien informados y exigen sus derechos, a veces no de la mejor manera. Existe gran carga de trabajo que no se puede cumplir si la realiza una sola persona, se necesita de un equipo, pero de un equipo efectivo; que funcione cohesionado y comprometido y donde existan lazos afectivos y buenas relaciones interpersonales que hagan sentir a todos que son parte de ese grupo, y por tanto, importantes para el cumplimiento de los objetivos y las metas propuestas.

Por último, y respecto al tercer objetivo específico “Establecer los efectos que ha ocasionado los niveles de satisfacción laboral del cliente interno en la calidad del servicio de atención al cliente externo de la Plataforma de la Agencia Principal del

BCP". Se encontró que la satisfacción laboral del cliente interno influye con el servicio de atención al cliente externo del área de Plataforma de la Agencia Principal del BCP; al evaluar los resultados obtenidos se observa que existe una relación positiva moderada entre ambas variables. Esta relación moderada, es significativa con un valor de $p < .001$; es decir, entre mayor es la satisfacción laboral, mayor será la calidad de atención.

Algunos trabajos mostraron resultados parecidos como el de Milángela del C. Morillo Moreno, Marysela C. Morillo Moreno y Douglas E. Rivas Olivo, quienes en el estudio titulado "Medición de la calidad del servicio en las instituciones financieras a través de la escala de Servqual" encontraron luego del análisis multivariante practicado, que algunos aspectos de la confiabilidad como tiempo de servicio y la seguridad, se encuentran correlacionadas positivamente con aspectos asociados a la responsabilidad, la empatía y la tangibilidad, lo que apunta al seguimiento y fortalecimiento de estos tres últimos aspectos, específicamente del tiempo de servicio, interés del empleado por el usuario y exactitud del servicio (Morillo, Morillo, & Rivas, 2011).

Asimismo, Gómez Limaymanta, César Aurelio; Incio Pasache, Oscar William; y O'Donnell Velásquez, Gonzalo; quienes en su tesis de Posgrado denominada "Niveles de satisfacción laboral en banca comercial: un caso en estudio", investigación presentada en la Universidad Católica del Perú, en el año 2011, señalan que cuando los empleados se sienten satisfechos con el trabajo que realizan se produce un incremento de productividad, lo cual se traduce en un incremento de beneficios económicos para la empresa (Gómez, Incio, & O'Donnell, 2011).

El estudio "Clima organizacional y satisfacción laboral como predictores del desempeño: evaluación de una empresa pública chilena", realizado en Maule Chile,

Rodríguez, Retamal, Lizana y Cornejo (2008) encontraron resultados que indican que existe una relación significativa entre las variables y que el desempeño es predicho de mejor forma por el clima y la satisfacción en conjunto. Considerando las dimensiones del desempeño, sólo el clima predice significativamente el Comportamiento Funcionario y las Condiciones Personales, y sólo la satisfacción predice significativamente el Rendimiento y Productividad. (Rodríguez, Retamal, Lizana, & Cornejo, 2008).

CAPITULO V:
CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

5.1. Conclusiones

- a)** Existen correlación moderada y significativa entre satisfacción laboral y la Calidad de Servicio. Es decir, entre mayor satisfacción laboral, mayor será la calidad del servicio de atención.

- b)** Los factores intrínsecos están ligados a la satisfacción laboral, por ejemplo significación de la tarea y reconocimiento personal y/o social. Para el caso del personal del área de plataforma, la mayor puntuación fue obtenida en el factor significación de la tarea (3,125). De otro lado, el factor beneficios económicos con menor puntuación corresponde al reconocimiento (2,05).

- c)** Los factores extrínsecos están ligados a los aspectos físicos del servicio, desempeño operativo, disponibilidad de tecnologías y satisfacción del cliente externo sobre la calidad de servicio. Para el caso del personal del área de Plataforma del Banco de Crédito, de un puntaje mínimo de 1 y uno de máximo 4, se halló que el factor motivacional extrínseco o higiénicos con mayor puntuación obtenida corresponde al significado de la tarea, seguido del factor condiciones del trabajo (a aproximadamente una puntuación promedio de 3 para cada factor); mientras que el factor con menor puntuación corresponde a reconocimiento personal y beneficios económicos cuya puntuación promedio es de 2 por cada factor.

- d)** La calidad de servicio, la mayor puntuación fue obtenida en el factor percepción del cliente externo sobre los aspectos físicos del servicio

de Plataforma (3,033). De otro lado, el factor el desempeño operativo con menor puntuación corresponde a la percepción del cliente externo sobre el desempeño operativo del cliente interno del servicio de plataforma (2,72).

- e) En la calidad de servicio, los factor con mayor puntuación corresponde a aspectos físicos del servicio y la satisfacción del cliente externo cuya puntuación promedio es de 3 por cada factor, por otro lado los factores desempeño operativo y disponibilidad de tecnologías han obtenido una puntuación promedio de 2,70.

5.2. Sugerencias

- a) Se recomienda al Banco de Crédito del Perú, mejorar la satisfacción laboral de los trabajadores, con la finalidad de promover la calidad de servicio del cliente externo.
- b) Se sugiere al Banco de Crédito del Perú, aplicar diagnósticos situacionales que permitan conocer a los colaboradores sobre qué les interesa, cómo piensan, cómo se sienten en su lugar donde laboran, con qué necesidades cuentan, cuáles son sus expectativas. A partir de ello, podrían delinear planes de mejora continua.
- c) En caso de la calidad de servicio, se sugiere tener check list de control sobre las pautas de calidad que los Asesores deberían tener a fin de poder homogenizar la atención y que se convierta en un hábito de atención.

- d) Se recomienda al Banco de Crédito poder realizar actividades gerenciales que orienten al colaborador a conocer la importancia de las tareas que realizan.
- e) La recomendación que se sugiere al Banco de Crédito es poder implementar su ambiente con nuevos equipos tecnológicos y el empleo de las TICs.

REFERENCIAS

- Agüero, P. (2004). Cargos u ocupaciones y puesto de trabajo. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/cargos-ocupaciones-puesto-trabajo/>
- Alfaro, R., Leyton, S., Meza, A., & Sáenz, I. (2012). *Satisfacción laboral y su relación con algunas variables ocupacionales en tre municipalidades*. Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Álvarez, D. (2007). Satisfacción y fuentes de presión laboral en docentes universitarios de Lima metropolitana. *Persona*(10), 49 - 97.
- Anaya, D., & Suárez, J. (Septiembre - Diciembre de 2007). Satisfacción laboral de los profesores de educación infantil, primaria y secundaria. Un estudio de ámbito nacional. *Educación*, 217 - 243.
- Avelino, J. (2006). Manual para la formación de técnicos de prevención de riesgos laborales.
- Céspedes, C. D. (2014). Satisfacción Laboral del Usuario Interno y Calidad del Servicio de Atención al Usuario Externo en el área de Farmacia del Hospital Militar Central - Lima 2014. Lima.
- Chiang, M., Méndez, G., & Sánchez, G. (2010). Cómo influye la satisfacción laboral sobre el desempeño: caso empresa de retail. *Theoria*, 19(2), 21 - 36.
- Cotes, Z., Tapie, S., Cabrera, E., & Achicanoy, J. (2016). *Calidad de la atención médica en el servicio de consulta externa desde la perspectiva de los usuarios del Hospital Lorencita Villegas de Santos E.S.E. Primer trimestre del 2016*. Trabajo

de investigación para optar el título de especialista en auditoría en salud,
Universidad Ces Medellin - Universidad Mariana Pasto, San Juan de Pasto.

Deming, E. (2009). La Calidad como Filosofía de Gestión. Obtenido de
<http://www.pablogiugni.com.ar/william-edwards-deming/>

Fischman, D. (2014). Motivación 360 ¿Intrínseca o extrínseca?. Gestión. Obtenido de
<http://gestion.pe/empleo-management/motivacion-360-intrinseca-extrinseca-2112680>

Fuentes, S. (2012). *Satisfacción laboral y su influencia en la productividad*. Tesis,
Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango.

Gómez, C., Incio, O., & O'Donnell, G. (2011). *Niveles de satisfacción laboral en banca comercial: un caso de estudio*. Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.

Moreno, Diana (2014). Ensayo importancia del cliente interno y externo en las organizaciones.

Morillo, M., Morillo, M., & Rivas, D. (2011). Medición de la calidad del servicio en las instituciones financieras a través de la escala servqual. *SciELO*(234).

Panak, H. &. (1994). La Excelencia en el Servicio. Colombia.

Pérez, C. (2014). *La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa Restaurante Campestre SAC Chiclayo periodo Enero a Septiembre 2011 y 2012*. Tesis , Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo.

Ryan, E. L. (marzo de 2016). Teoría de la autodeterminación. Obtenido de <http://www.authorstream.com/Presentation/Doris.T-1750037-teoria-de-la-autodeterminaci/>

Rodríguez, A., Retamal, M., Lizana, J., & Cornejo, F. (2008). *Clima organizacional y satisfacción laboral como predictores del desempeño: evaluación en una empresa pública chilena*. Universidad de Talca, Maule.

Urriago, M., Viáfara, L., & Acevedo, M. (2010). *Calidad de atención en salud: percepción de los usuarios*". Cali.

Yañez, L. (2010). *Condiciones laborales y la satisfacción en el trabajo dentro de una ONG*. Tesis de Grado de Maestría en Administración, Queretaro.

Zandomeni. (2004). *Inserción Laboral de los Jóvenes*. Lima.

ANEXOS

INSTRUMENTO N° 1

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



SATISFACCIÓN LABORAL DEL CLIENTE INTERNO EN EL ÁREA PLATAFORMA DEL BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ AGENCIA CAJAMARCA.

FORMULARIO PARA LOS CLIENTE INTERNOS DEL ÁREA DE PLATAFORMA:

**FUNCIONARIOS DE NEGOCIOS BANCA EXCLUSIVA, FUNCIONARIOS DE BANCA PYME,
COBRANZAS, Y PROMOTORES DE SERVICIOS.**

- **INSTRUCCIONES:**

A continuación se le presenta el formulario que ha sido elaborado para establecer los factores intrínsecos y extrínsecos de la satisfacción laboral de los Cliente internos del área de Plataforma del BCP. Usted deberá identificar las respuestas a cada pregunta formulada.

Es preferible carecer de un dato que tener un dato falso.

Agradezco su colaboración y participación.

A. DATOS DESCRIPTIVOS

A continuación encontrará 7 preguntas, las cuales usted deberá de marcar con un aspa donde corresponda y para el caso de cantidades colocar el número que corresponda.

Marque con una X en la alternativa que lo describa:

A.1. ¿Cuál es su ocupación?

- | | |
|-------------------------------|----------------------------------|
| 1. Funcionario de Banca BEX. | 3. Asesor de Ventas y Servicios. |
| 2. Funcionario de Banca PyME. | 4. Promotores de Servicios. |

A.2. Sexo:

- | | |
|----------|----------|
| 1. Varón | 2. Mujer |
|----------|----------|

A.3. Régimen Laboral

1. Contrato a plazo Fijo.
2. Contrato de plazo Indeterminado.

A.4. Antigüedad en el servicio

- | | |
|-------------------|--------------------|
| 1. <de un año. | 3. De 5 a 15 años. |
| 2. De 1 a 5 años. | 4. De 15 a + |

A.6. ¿Qué tipo de jornada tiene usted en su trabajo?

1. Ocho horas diarias o cuarenta horas semanales
2. Doce horas diarias o 72 horas semanales
3. Otros:

A.7. ¿Cuántos turnos cumple usted en su trabajo?

1. Uno a la semana.
2. Dos a la semana
3. Tres a la semana
4. Otros:

A continuación se presenta una serie de opiniones vinculadas al trabajo y a su actividad en la misma. Le agradecemos que responda marcando con un aspa el recuadro que considere usted que exprese mejor su punto de vista. No hay respuesta buena ni mala, ya que todas son opiniones.

TOTAL ACUERDO : TA

DE ACUERDO : DA

INDECISO : I

EN DESACUERDO : ED

TOTAL DESACUERDO : TD

A. MOTIVACIÓN INTRÍNSECA	ESCALA DE VALORACIÓN				
	TA	DA	I	ED	TD
A.1. SIGNIFICACIÓN DE LA TAREA					
A.1.1. ¿Siente que el trabajo que realiza es justo para su manera de ser?					
A.1.2. ¿La tarea que realiza es tan valiosa como cualquier otra?					
A.1.3. ¿Se siente útil con la labor que realiza?					
A.1.4. ¿Le complace los resultados de su trabajo?					
A.1.5. ¿Su trabajo le hace sentir realizado como persona?					
A.1.6. ¿Le gusta el trabajo que realiza?					
A.1.7. ¿Haciendo su trabajo se siente bien consigo mismo?					
A.1.8. ¿Le gusta la actividad que realiza?					
A.2. RECONOCIMIENTO PERSONAL Y/O SOCIAL	ESCALA DE VALORACIÓN				
	TA	DA	I	ED	TD

A.2.1. ¿Se siente que recibió “mal trato” de parte de la organización?					
A.2.2. ¿Prefiere tomar distancia con las personas con quienes trabaja?					
A.2.3. ¿Las tareas que realiza las perciben como algo sin importancia?					
A.2.4. ¿Para usted compartir el trabajo con otros compañeros le resulta aburrido?					
A.2.5. ¿Le desagrada que limiten su trabajo para no reconocerle las horas extras?					
B. MOTIVACIÓN EXTRÍNSECA	ESCALA DE VALORACIÓN				
B.1. CONDICIONES DE TRABAJO					
B.1.1. ¿La distribución física del ambiente de trabajo facilita la realización de sus labores?					
B.1.2. ¿El ambiente donde trabaja es confortable?					
B.1.3. ¿Le disgusta su horario de trabajo?					
B.1.4. ¿Para usted llevarse bien con el jefe beneficia la calidad del trabajo?					
B.1.5. ¿La comodidad del ambiente de trabajo es inigualable?					
B.1.6. ¿El horario de trabajo le resulta incómodo?					
B.1.7. ¿En el ambiente físico en el que labora se siente cómodo?					
B.1.8. ¿Existen las comodidades para un buen desempeño de las labores diarias?					
B.1.9. ¿Su jefe valora el esfuerzo que pone en su trabajo?					
B.2. BENEFICIOS ECONÓMICOS	ESCALA DE VALORACIÓN				
	TA	DA	I	ED	TD
B.2.1. ¿Su sueldo es muy bajo para la labor que realiza?					
B.2.2. ¿Se siente mal con lo que gana?					
B.2.3. ¿El sueldo que percibe es bastante aceptable?					

B.2.4. ¿La sensación que tiene de su trabajo es que le están explotando?					
B.2.5. ¿Su trabajo que realiza le permite cubrir sus expectativas económicas?					

Según la percepción que usted tiene sobre el lugar donde labora, ordene los siguientes factores por orden de importancia, considerando 4 como el más importante y 1 al menos importante.

FACTORES	ORDEN DE IMPORTANCIA
Significación de la Tarea.	
Condiciones de Trabajo.	
Reconocimiento Personal y/o Social.	
Beneficios Económicos.	

Fecha:

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

INSTRUMENTO Nº 2

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



CALIDAD DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EXTERNO EN EL ÁREA PLATAFORMA DEL BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ AGENCIA CAJAMARCA.

FORMULARIO PARA LOS CLIENTE EXTERNOS DEL ÁREA DE PLATAFORMA

- **INSTRUCCIONES:**

A continuación se le presenta el formulario que ha sido elaborado para examinar la percepción de los Clientes externos sobre la satisfacción del servicio que recibe del área de Plataforma del Banco de Crédito. Usted deberá identificar las respuestas a cada pregunta formulada.

Es preferible carecer de un dato que tener un dato falso.

Agradezco su colaboración y participación.

7. Compra de Fondos Mutos.

A continuación se presenta una serie de opiniones vinculadas examinar la percepción de los Cliente externos sobre la satisfacción del servicio que recibe del área de Plataforma. Usted deberá identificar las respuestas a cada pregunta formulada. Le agradecemos que responda marcando con un aspa el recuadro que considere usted que exprese mejor su punto de vista. No hay respuesta buena ni mala, ya que todas son opiniones.

TOTAL ACUERDO : **TA**

DE ACUERDO : **DA**

INDECISO : **I**

EN DESACUERDO : **ED**

TOTAL DESACUERDO : **TD**

A. ASPECTOS FÍSICOS DEL SERVICICO	ESCALA DE VALORACIÓN				
A.1. Percepción del CLIENTE externo sobre los aspectos físicos del servicio de Plataforma del BCP.	TA	DA	I	ED	TD
1. La ubicación del servicio de Plataforma es adecuada.					
2. El ambiente Físico del servicio de Plataforma es atractivo y limpio					
3. El servicio de Plataforma posee un equipamiento tecnológico avanzado.					
4. El servicio de Plataforma tiene la vigilancia adecuada (videocámaras, agentes de seguridad).					
5. Los Cliente internos o trabajadores del servicio de Plataforma, presentan una apariencia aseada y elegante.					
B. DESEMPEÑO OPERATIVO	ESCALA DE VALORACIÓN				
B.1 Percepción del CLIENTE externo sobre el desempeño operativo del CLIENTE interno o trabajador del servicio de Plataforma del BCP.	TA	DA	I	ED	TD
6. Ud. Confía en la honestidad y honradez de los Cliente internos o trabajadores del servicio de Plataforma.					
7. El conocimiento y habilidad que posee los Cliente internos o					

trabajadores del servicio de Plataforma, es la adecuada para la prestación del servicio.					
8. Los Cliente internos o trabajadores del servicio de Plataforma, tienen buena voluntad para ayudar.					
9. La atención personalizada que prestan los Cliente internos o trabajadores del servicio de Plataforma es buena.					
10. Los Cliente internos o trabajadores del servicio de Plataforma tienen amabilidad y cortesía.					
11. El horario de atención al público del servicio de Plataforma es conveniente.					
12. La gama amplia de productos y servicios de PLATAFORMA C, está acorde con las últimas innovaciones.					
13. El área de Plataforma realiza un esfuerzo por mantener la ausencia de errores en el desarrollo del servicio.					
14. La entrega del servicio en el área de Plataforma es corta.					
15. En el área de Plataforma las explicaciones o informaciones dadas son exactas y claras.					
16. El área de Plataforma posee una solvencia financiera y buena reputación.					
17. El ofrecimiento de los diferentes tipos de medicamentos que oferta el área de Plataforma se ajusta a sus necesidades.					
18. El área de Plataforma ofrece productos farmacéuticos de bajo costo con respecto a otras Plataformas.					
C. DISPONIBILIDAD DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN	ESCALA DE VALORACIÓN				
C.1 Percepción del CLIENTE externo sobre la disponibilidad de tecnologías de la información en el servicio de Plataforma del BCP.					
19. En el servicio del área de Plataforma dan la facilidad y el conocimiento para utilizar los servicios de consulta vía telefónica y on line.					
20. Los servicios on line del área de Plataforma son fáciles de utilizar.					
21. La disponibilidad de la información on line del área de Plataforma es buena.					
22. En el servicio on line del área de Plataforma es cortó el tiempo de espera.					
23. La seguridad on line del área de Plataforma es adecuada.					
24. La facilidad para navegar dentro en el sitio Web del área de Plataforma es buena.					
25. En el servicio on-line del área de Plataforma se ahorra tiempo con respecto a la oficina central.					

D. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO SOBRE LA CALIDAD DE SERVICIO.	ESCALA DE VALORACIÓN				
D.1 Percepción del CLIENTE externo sobre la calidad de servicio de Plataforma del BCP.	TA	DA	I	ED	TD
26. Para Ud. la calidad de servicio en general que presta el área de Plataforma es buena.					
27. El área de Plataforma da el servicio que Ud. espera.					
28. El área de Plataforma satisface sus necesidades.					
29. Otras Plataformas del medio brindan el servicio que Ud. Espera.					
30. Considera al área de Plataforma como primera opción para usar servicios de plataforma.					
31. Recomendaría al área de Plataforma a cualquier cliente externo que busca un servicio de plataforma.					

Según la percepción que usted tiene sobre el servicio que recibe por parte del área de Plataforma, ordene los siguientes factores por orden de importancia, considerando 4 como el más importante y 1 al menos importante.

FACTORES	ORDEN DE IMPORTANCIA
Aspectos físicos del servicio de Plataforma	
Desempeño operativo de los Clientes internos que ofrecen el servicio.	
Disponibilidad de tecnologías de la información en el servicio de Plataforma.	
Satisfacción del cliente externo sobre la calidad de servicio de Plataforma.	

Fecha:

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

