

WUNIVERSIDAD PRIVADA “ANTONIO GUILLERMO URRELO”



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**LA SATISFACCIÓN LABORAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE
SERVICIO DE LOS COLABORADORES DEL BANCO DE CRÉDITO DEL
PERÚ-BCP, AGENCIA SUCRE, CAJAMARCA 2021.**

PRESENTADO POR:

Bach. SEGURA PLASENCIA, Leyla

Bach. CABANILLAS VARGAS, Marianela

ASESOR:

Wilmar García Celis

Cajamarca – Perú

Diciembre 2021

UNIVERSIDAD PRIVADA “ANTONIO GUILLERMO URRELO”



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**LA SATISFACCIÓN LABORAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE
SERVICIO DE LOS COLABORADORES DEL BANCO DE CRÉDITO DEL
PERÚ-BCP, AGENCIA SUCRE, CAJAMARCA 2021.**

**TESIS PRESENTADA PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL EN LA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Bach. SEGURA PLASENCIA, Leyla

Bach. CABANILLAS VARGAS, Marianela

ASESOR:

Wilmar García Celis

Cajamarca – Perú

Diciembre 2021

COPYRIGHT @2021 by
SEGURA PLASENCIA, Leyla
CABANILLASVARGAS, Marianela
Todos los derechos reservados

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y

ADMINISTRATIVAS

APROBACIÓN DE LICENCIATURA

**LA SATISFACCIÓN LABORAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE
SERVICIO DE LOS COLABORADORES DEL BANCO DE CRÉDITO DEL
PERÚ-BCP, AGENCIA SUCRE, CAJAMARCA 2021.**

Presidente

Victor Montenegro Díaz

Secretario

Luis Felipe Velasco

Vocal

Anthony Rabanal Soriano

Asesor

Wilmar García Celis

DEDICATORIA

Dedicamos la tesis, en, a Dios por ser la luz que ilumina nuestro sendero de vida.

A nuestros amados padres, por sus consejos y apoyo permanente para lograr nuestros objetivos.

A nuestra familia, por el impulso cotidiano para seguir adelante y lograr buenas personas y buenos profesionales.

SEGURA PLASENCIA, Leyla
CABANILLAS VARGAS, Marianela

AGRADECIMIENTO

A Dios Padre Celestial, por darnos salud y sabiduría para ser buenas personas para ser profesionales exitosos.

A la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo, por permitirnos realizar nuestros estudios universitarios de pregrado para ser Licenciados en Administración.

A todos nuestros docentes que con su invaluable paciencia y sabiduría se preocuparon por formarnos en forma integral para ser excelentes profesionales.

A nuestros queridos padres, por ser permanente fuente motivación en nuestra vida personal.

A la empresa, por permitirnos realizar la investigación.

SEGURA PLASENCIA, Leyla
CABANILLAS VARGAS, Marianela

TABLA DE CONTENIDOS

CARATULA EXTERNA	1
CARATULA INTERNA	2
DERECHOS DE AUTOR	3
APROBACIÓN DE LICENCIATURA	4
DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTOS	6
TABLA DE CONTENIDOS	7
LISTA DE TABLAS	9
LISTA DE FIGURAS	11
RESUMEN	13
ABSTRACT	14
CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	15
1.1. Planteamiento del problema de investigación	16
1.2. Formulación del problema	17
1.3. Justificación de la Investigación	18
1.3.1. Justificación teórica.....	18
1.3.2. Justificación práctica	18
1.3.3. Justificación académica	18
1.4. Objetivos	19
1.4.1. Objetivo General	19
1.4.2. Objetivos Específicos	19
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	20
2.1. Antecedentes de la investigación	21
2.1.1. A Nivel Internacional	21
2.1.2. A Nivel Nacional.....	22
2.1.3. A Nivel Local	23
2.2. Bases teóricas.....	23
2.2.1. Teoría de Herzberg.....	23

2.2.2. Teoría de Carlzon	24
2.2.3. Satisfacción laboral	26
2.2.4. Calidad de servicio.....	28
2.3. Discusión teórica.....	31
2.4. Definición de términos básicos.....	31
2.5. Hipótesis de la investigación	33
2.5.1. Hipótesis	33
2.5.2. Variables	34
2.5.3. Operacionalización de las variables	34
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	36
3.1. Unidad de análisis, Universo y Muestra	37
3.2. Tipo, Nivel y Diseño de investigación	39
3.3. Métodos de investigación.....	40
3.4. Técnicas e instrumentos de investigación	41
3.5. Validez y Confiabilidad	41
3.6. Técnicas de análisis de datos	41
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	42
4.1. Resultados	43
4.1.1. Análisis descriptivo.....	43
4.1.2. Análisis de Correlación	74
4.2. Discusión	76
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	26
CONCLUSIONES	79
RECOMENDACIONES	80
REFERENCIAS	81
APÉNDICES	83
Apéndice1. Matriz de consistencia	<u>84</u>
Apéndice 2. Instrumento sobre satisfacción laboral	85
Apéndice 2. Instrumento sobre calidad de servicio	86

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Factores de Herzberg	24
Tabla 2. Matriz de operacionalización	35
Tabla 3. Resumen población y muestra	39
Tabla 4. Políticas adecuadas	43
Tabla 5. BCP tiene a remuneración justa y equitativa	44
Tabla 6. BCP realiza una supervisión adecuada	45
Tabla 7. BCP otorga condiciones laborales adecuadas	46
Tabla 8. BCP existe relaciones interpersonales adecuadas	47
Tabla 9. BCP reconoce logros del personal	48
Tabla 10. BCP asciende al personal por sus logros	49
Tabla 11. BCP promueve autonomía laboral de su personal	50
Tabla 12. BCP otorga responsabilidades laborales correctamente	51
Tabla 13. Cumplimiento en tiempo prometido	52
Tabla 14. Interés sincero en solucionar problemas	53
Tabla 15. Buen servicio desde la primera vez	54
Tabla 16. Concluye servicio en tiempo prometido	55
Tabla 17. Servicio exento de errores	56
Tabla 18. Cumplir plazos prometidos	57
Tabla 19. Prontitud en el servicio	58
Tabla 20. Disponibilidad para ayudar siempre	59
Tabla 21. Disposición para aclarar dudas	60
Tabla 22. Inspirar confianza	61

Tabla 23. Inspirar seguridad	62
Tabla 24. Cortesía	63
Tabla 25. Conocimiento para responder preguntas	64
Tabla 26. Horarios convenientes	65
Tabla 27. Atención personalizada	66
Tabla 28. Enfocados en el servicio	67
Tabla 29. Interés y preocupación genuina	68
Tabla 30. Compromiso de necesidades	69
Tabla 31. Atracción de instalaciones	70
Tabla 32. Apariencia de equipos	71
Tabla 33. Aspecto del personal	72
Tabla 34. Materiales asociados al servicio	73
Tabla 35. Correlación de Pearson entre variables	74
Tabla 36. Correlación entre F. Extrínsecos y calidad de servicio	75
Tabla 37. Correlación entre F. Extrínsecos y calidad de servicio	75

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Políticas adecuadas	44
Figura 2. BCP tiene a remuneración justa y equitativa	45
Figura 3. BCP realiza una supervisión adecuada	46
Figura 4. BCP otorga condiciones laborales adecuadas	47
Figura 5. BCP existe relaciones interpersonales adecuadas	48
Figura 6. BCP reconoce logros del personal	49
Figura 7. BCP asciende al personal por sus logros	50
Figura 8. BCP promueve autonomía laboral de su personal	51
Figura 9. BCP otorga responsabilidades laborales correctamente	52
Figura 10. Cumplimiento en tiempo prometido	53
Figura 11. Interés sincero en solucionar problemas	54
Figura 12. Buen servicio desde la primera vez	55
Figura 13. Concluye servicio en tiempo prometido	56
Figura 14. Servicio exento de errores	57
Figura 15. Cumplir plazos prometidos	58
Figura 16. Prontitud en el servicio	59
Figura 17. Disponibilidad para ayudar siempre	60
Figura 18. Disposición para aclarar dudas	61
Figura 19. Inspirar confianza	62
Figura 20. Inspirar seguridad	63
Figura 21. Cortesía	64
Figura 22. Conocimiento para responder preguntas	65

Figura 23. Horarios convenientes	66
Figura 24. Atención personalizada	67
Figura 25. Enfocados en el servicio	68
Figura 26. Interés y preocupación genuina	69
Figura 27. Compromiso de necesidades	70
Figura 28. Atracción de instalaciones	71
Figura 29. Apariencia de equipos	72
Figura 30. Aspecto del personal	73
Figura 31. Materiales asociados al servicio	74

RESUMEN

El trabajo de investigación busca determinar la relación que existe entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de Crédito del Perú (BCP), Agencia Sucre, Cajamarca 2021, la misma que a juzgar por los resultados de cada variable y el valor rho de Pearson que tiene un valor de 0,870; significa que existe una correlación alta.

La investigación es de tipo aplicada, de nivel descriptivo-correlacional, es de diseño no experimental y transversal, porque no hizo experimentación y se realizó en un momento determinado del tiempo y aplicó el método inductivo, deductivo, porque partió de teorías generales con la intención de incrementar el cuerpo de las teorías que dan lugar para generar o precisar conocimientos existentes.

La población para la satisfacción laboral fue de 21 colaboradores del BCP y por ser pequeña la muestra también son los 21 a quienes se le aplicó una encuesta compuesta por 09 ítems y 22 ítems bajo el modelo SERVQUAL para la calidad de servicio que se aplicó a una muestra de 306 clientes del BCP.

Palabras clave: Calidad de servicio, expectativas, percepciones, satisfacción laboral.

ABSTRACT

The research work seeks to determine the relationship that exists between job satisfaction and the quality of service of the collaborators of the Banco de Crédito del Perú (BCP), Agency Sucre, Cajamarca 2021, the same as judging by the results of each variable and the Pearson rho value having a value of 0.870; each means that there is a high correlation.

The research is of an applied type, of a descriptive-correlational level, it is of a non-experimental and cross-sectional design, because it did not do experimentation and it was carried out at a certain point in time and applied the inductive, deductive method, because it started from general theories with the intention to increase the body of theories that give place to generate or specify existing knowledge.

The population for job satisfaction was 21 employees of the BCP and because the sample is small, there are also 21 to whom a survey composed of 09 items and 22 items was applied under the SERVQUAL model for the quality of service that was applied to a sample of 306 BCP clients.

Keywords: Quality of service, expectations, perceptions, job satisfaction.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A nivel mundial el fenómeno la globalización ha traído cambios radicales en la sociedad en general, enfrentando a las organizaciones de todo el mundo, con una competencia cada vez más agresiva, con inmensos retos y desafíos, en donde los gerentes tratan de ver estrategias efectivas para contrarrestar las consecuencias, enfatizando la mayoría en sus recursos materiales y económicos.

En el Perú, la situación es similar ya que por pertenecer al grupo de países desarrollados seguimos los lineamientos del contexto internacional presentándose igualmente un conjunto de desaciertos en las decisiones gerenciales porque se preocupan prioritariamente en buscar tecnología de punta y solidez financiera, omitiendo el énfasis en la gente que trabaja en la empresa y en la gente que demande sus productos, lo cual repercute en el desempeño organizacional.

En este contexto dinámico y complejo es clave y estratégico enfatizar en el recurso humano, bien llamado en la actualidad talento humano y muy bien considerado en Japón que ahora lo denominan “socio estratégico” de la organización.

En Cajamarca. La situación sigue la misma tendencia y se observa la misma anomalía, ya que a pesar de la evidente importancia de la actuación de los colaboradores, no hay una atención a este aspecto

fundamental y más bien un descuido total, que se manifiesta en un marcado malestar que se refleja en débiles relaciones humanas, falta de compromiso, y una baja calidad de servicio, lo cual es peligroso para las entidades en general y para las financieras en particular, porque afecta el desempeño individual, grupal y organizacional, que ocasiona un grave perjuicio a los clientes.

Es por esta razón, que se ha creído conveniente realizar la presente investigación, para contribuir a la solución de la problemática existente.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Pregunta principal

¿Qué relación existe entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de Crédito del Perú-BCP, agencia Sucre, Cajamarca 2021?

Preguntas auxiliares

- ¿De qué manera se relacionan los factores extrínsecos en la calidad del servicio de los colaboradores del Banco de Crédito del Perú-BCP, agencia Sucre, Cajamarca 2021?
- ¿De qué manera se relacionan los factores intrínsecos en la calidad del servicio de los colaboradores del Banco de Crédito del Perú-BCP, agencia Sucre, Cajamarca 2021?

1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Justificación teórica y científica:

La investigación contribuirá al incremento del conocimiento científico en cuanto a la satisfacción laboral y la calidad de servicio en una entidad financiera y de este modo mejorar la discusión en la comunidad científica, ya que se basa en teorías científicas que son de uso consensual en el mundo como la teoría de Herzberg para la satisfacción laboral y el modelo SERVQUAL para la calidad de servicio.

Además, servirá de antecedente para futuras investigaciones relacionadas con la temática de éste estudio.

1.3.2. Justificación práctica

La investigación servirá al gerente del Banco de Crédito del Perú- BCP agencia Sucre del distrito de Cajamarca para que identifiquen los factores determinantes de la satisfacción laboral y de la calidad de servicio y así de esta manera se busquen estrategias adecuadas para corregir la problemática para ser más productivos y competitivos.

1.3.3. Justificación Académica

La investigación servirá para que la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo cumpla con uno de los pilares que exige Ley

Universitaria N° 30220 que es la investigación, así como para afianzar nuestros conocimientos académicos sobre la materia.

Asimismo, nos servirá para obtener el Título Profesional de Licenciados en Administración en la Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo General

Determinar la relación que existe entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de Crédito del Perú (BCP), Agencia Sucre, Cajamarca 2021.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Determinar la manera en que se relacionan los factores extrínsecos en la calidad del servicio de los colaboradores del Banco de Crédito del Perú (BCP), agencia Sucre, Cajamarca 2020.
- Determinar la manera en que se relacionan los factores intrínsecos en la calidad del servicio de los colaboradores del Banco de Crédito del Perú-BCP, agencia Sucre, Cajamarca 2020.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. A Nivel Internacional

Santiago (2017), “*la calidad de servicio bancario: Entre la Fidelidad y la Ruptura.*” (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid-España, la investigación buscó identificar la situación de la calidad de servicio, así como, identificar la relación entre la fidelidad y la ruptura para lo cual tomo como población a 1200 clientes y desarrollo la investigación con el método inductivo-deductivo y concluye, que el nivel de cultura financiera de los madrileños ha evolucionado, conllevando a un incremento de los niveles de exigencia respecto de las entidades en aspectos como los relacionados con la calidad de servicio y condiciones económicas de las transacciones y que las entidades han realizado enormes esfuerzos y comprometido cuantiosos recursos en sintonizar con la onda de la clientela, intentando diferenciarse por la calidad del servicio y finalmente que el interés de las entidades se está reorientando hacia otros aspectos como el incremento de los niveles de satisfacción mediante el denominado ‘marketing de relaciones’ (singularización de servicios, venta y promoción personalizadas), aplicación de nuevas tecnologías en el proceso de generación y prestación del servicio bancario, identificación de marcas y consolidación de la imagen corporativa, marcando objetivos estratégicos de claro contenido finalista: la consecución

de beneficios a través del mantenimiento de relaciones duraderas y estables con los clientes a través de políticas de precio, personalización de productos/servicios, de asesoramiento personal y otras acciones dirigidas a elevar los niveles de satisfacción, variable básica de la fidelidad.

2.1.2. A Nivel Nacional

Báez, Esquivel. Núñez, Rojas y Zavaleta (2017). *Influencia del Clima, Motivación y la Satisfacción Laboral en la Rotación Laboral de la Generación “Y” en las Entidades Bancarias de la Ciudad del Cusco*. (Tesis de licenciatura). Pontificia Universidad Católica del Perú, la investigación buscó determinar la influencia del clima, la motivación y la satisfacción laboral en la rotación del personal de la generación “Y” en las entidades bancarias de la ciudad del cusco y desarrollo la investigación con el método inductivo-deductivo con una población de 690 personas y concluyen que el aporte más importante de esta investigación, tras analizar cada uno de los factores y su relación con la rotación laboral, es haber encontrado que la satisfacción laboral tiene mayor relación con la rotación laboral de los individuos de la Generación “Y”, en las cuatro entidades financieras estudiadas.

2.1.3. A Nivel Local

Inocente (2017)]. “*Clima organizacional y satisfacción laboral de los trabajadores de la red de agencias del Banco de la Nación, año 2016*”. (tesis de maestría). Universidad César Vallejo de Cajamarca, la investigación buscó determinar la situación del clima organizacional y la satisfacción laboral de los trabajadores de la red de agencias del Banco de la Nación en el año 2016, para lo cual tomo como población a 800 trabajadores y realizó la investigación con el método inductivo-deductivo y concluye, que existe relación directa y significativa entre el clima organizacional y la satisfacción laboral, lo que demuestra con la prueba de Spearman = 0,561 indicando que hay una relación positiva, con un nivel de correlación moderada y que hay la relación entre la dimensión autonomía, cohesión, confianza y apoyo con la satisfacción laboral de los trabajadores de la Red de Agencias del Banco de la Nación, 2016 que se demuestra con la prueba de Spearman que en todos los casos demuestra que hay una relación positiva, con un nivel de correlación moderada.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. Teoría de la satisfacción laboral de Herzberg

De la Calle y Ortiz (2018), señala que Frederick Irving Herzberg (1923-2000) fue un renombrado psicólogo que se

convirtió en uno de los hombres más influyentes en la gestión administrativa.

Herzberg propuso la «Teoría de los dos factores», también conocida como la «Teoría de la motivación e higiene». Según esta teoría, las personas están influenciadas por dos factores:

Los factores higiénicos o extrínsecos que son incontrolables y los factores intrínsecos están Bajo el control del individuo (persona) ya que se relaciona con lo que él hace y desempeña.

Tabla 1
Factores de la Teoría de Herzberg

Factores motivacionales (De satisfacción)	Factores higiénicos (De insatisfacción)
Contenido del cargo (Como se siente él individuo en relación con su CARGO.	Contexto del cargo (Como se siente el individuo en relación con su Empresa)
1. El trabajo en sí	1. Las condiciones de trabajo
2. Realización	2. Administración de la empresa
3. Reconocimiento	3. Salario
4. Progreso profesional	4. Relaciones con el supervisor
5. Responsabilidad	5. Beneficios y servicios sociales

Nota: Extraído de De la Calle y Ortiz (2018)

2.2.2. Teoría de la Calidad de Jan Carlzon

(Danton, 2011), señala que Carlzon es conocido como uno de los especialistas en calidad más importantes en el área de servicios, es el creador del concepto Momentos de la Verdad, a partir del cual desarrolló un programa de administración de la calidad para empresas de servicios.

Los momentos de la verdad son intervalos que pueden durar tan solo 5 segundos, en los que los empleados de una organización tienen contacto con sus clientes para realizar la entrega de un servicio. En esos momentos la empresa se pone a prueba, pues su imagen depende de la capacidad del empleado para dejar satisfecho al cliente y causarle una grata impresión.

Sus estrategias de calidad consisten en apoyar y hacer de la persona que se encuentra en contacto directo con el cliente, la más poderosa de la organización, para así poderle dar autoridad de pasar por encima de políticas y reglas internas con tal de lograr la satisfacción del cliente.

A esto Carlzon lo llama invertir la pirámide organizacional.

La empresa confía en que el empleado logrará causarle una buena impresión al cliente. Toda la empresa se pone en riesgo y depende de las habilidades que tenga el empleado para con el cliente.

La estrategia de la calidad de Carlzon trata de documentar todos los pasos que el cliente debe seguir para recibir el servicio.

Una persona sin información no es capaz de asumir responsabilidades. Una persona con información tal vez no sea de gran ayuda, pero sirve para asumir responsabilidades.

No importa qué tan grande o importante sea la empresa, todo dependerá de la forma en que el empleado que se encuentra frente al cliente actúe, ya sea libre, o con carisma, o todo lo contrario.

Según Carlzon, es necesario que todos los empleados sientan que son muy importantes dentro de la empresa. Se considera a la motivación una pieza fundamental para lograr la calidad a través de la gente.

Si damos libertades a otras personas para tomar decisiones, saldrán a flote recursos en las personas que nunca hubiéramos conocido y siempre estarían ocultos.

Una de las grandes enseñanzas de Carlzon, que debemos tener en cuenta por su total vigencia es:

A los clientes debemos de tratarlos de una forma distinta, porque a nadie le gusta ser tratado como uno más, sino como alguien distinto, un cliente único diferente a todos los demás. El empleado que se encuentre en algún mostrador deberá de olvidarse de las políticas de que todos los clientes son iguales, porque él mejor que nadie sabrá que cada uno es distinto y tienen distintas necesidades.

2.2.3. Satisfacción laboral

A. Definición

Según Robbins y Coulter (2014), la satisfacción laboral se define como la actitud del trabajador frente a sus labores. Dicha actitud está basada en las creencias y valores que el trabajador desarrolla en su propio trabajo.

Es el grado en el cual un empleado se identifica con una organización en particular, con sus metas y desea mantenerse en ella como uno de sus miembros.

La satisfacción laboral está relacionado al clima organizacional de la empresa y el desempeño laboral.

B. Dimensiones

Según Robbins y Coulter (2014) son:

▪ **Factores motivacionales**

Estos factores están relacionados con la satisfacción en el cargo y con la naturaleza del trabajo que los individuos ejecutan, estos factores están bajo el control del individuo, pues se relacionan con aquello que él hace y desempeña. Entre ellos se encuentran: los logros, el reconocimiento, la independencia laboral, la responsabilidad, la promoción, etc.

▪ **Factores extrínsecos**

Estos factores están relacionados con la insatisfacción, pues se localizan en el ambiente que rodean a las personas y abarcan las condiciones laborales. Son factores de contexto y se sitúan en el ambiente externo que circunda al individuo. Según las investigaciones de Herzberg, cuando los factores higiénicos son óptimos, sólo evitan la insatisfacción de los empleados, pues no consiguen elevar consistentemente la satisfacción, y cuando la elevan, no logran sostenerla por mucho tiempo. Entre estos factores se encuentran: la remuneración y los beneficios empresariales, la política de la empresa y su organización, las relaciones con los compañeros

de trabajo, el ambiente físico, la supervisión, el status y la seguridad laboral.

2.2.3. Calidad de servicio

A. Definición

Riveros (2017), manifiesta que, la calidad es una mezcla de perfección, consistencia, eliminación de desperdicio, rapidez de entrega, cumplimiento de políticas y procedimientos, proporcionar un producto bueno y utilizable, hacerlo bien a la primera, agradar o satisfacer a los clientes, servicio total al cliente.

Según Hernández (2012), calidad de servicio son hechos, actividades o desempeño. Actitud formada por medio de una evaluación general a largo plazo del desempeño de una empresa. La calidad del servicio ofrece una manera de alcanzar el éxito entre los servicios en competencia.

Según Riveros (2007), la calidad del servicio que se brinda a los clientes o usuarios, depende de los métodos utilizados para satisfacer sus necesidades y superar sus expectativas. Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto o servicio en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

B. Dimensiones

Según Bednar & Reeves (2014) citando a Zeithaml que considera en su modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio, a las siguientes dimensiones:

a. Fiabilidad

Es la capacidad de entregar el servicio prometido de forma segura y precisa.

Como indicadores de la Fiabilidad se consideran:

- Cumplimiento
- Sinceridad
- Realizar buen servicio desde la primera vez.
- Brindar servicio en tiempo promedio.
- Servicio sin errores.

b. Capacidad de Respuesta

Se define como la disposición a entregar un servicio expedito y a ayudar a los clientes. En esta dimensión se destaca la atención rápida que se da a los usuarios para responder aquellas solicitudes, quejas, reclamos, problemas y pregunta de los clientes. Como indicadores de la Capacidad de Respuesta están

- Cumplir plazos prometidos.
- Prontitud en el servicio.
- Disponibilidad para ayudar siempre.
- Disposición para aclarar dudas

c. Seguridad

Se define como el conocimiento y cortesía de los trabajadores, y la capacidad de la empresa y sus empleados para inspirar al cliente credibilidad y confianza.

Los indicadores de la Seguridad son:

- Inspirar confianza.
- Inspirar seguridad.
- Cortesía.
- Conocimiento para responder preguntas.

d. Empatía

Se define como la atención individualizada cuidadosa que una organización proporciona a sus clientes o usuario.

Como indicadores de la Empatía están:

- Horarios convenientes.
- Atención personalizada.
- Enfocados en el servicio.
- Interés y preocupación genuina.
- Comprensión de necesidades.

e. Elementos Tangibles

Se define como la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales de comunicación. Como indicadores de los Elementos Tangibles están:

- Atracción visual de instalaciones físicas.

- Apariencia de equipos.
- Aspecto del personal.
- Materiales asociados al servicio.

2.3. DISCUSIÓN TEÓRICA

Las empresas cuando aparecen después de la primera Revolución industrial, conviven con una administración deshumanizada en donde el tema técnico operativo era la principal preocupación, descuidando el factor humano con sus aspectos psicológicos que siempre estuvieron presentes que a partir de los experimentos de Hawthorne salen a luz y comienza a abordarse y a tomarse en cuenta con el propósito de que se trate mejor a las personas porque era evidente una insatisfacción laboral que se manifestaban en reclamos y protestas de los trabajadores.

En este mismo orden de ideas la calidad de servicio que es la otra variable tiene que ver con la atención a los clientes que todo trabajador debe darles en el momento que visitan las instalaciones de la empresa y que debe ser la mejor y que precisamente está muy desatendida y que es necesario medirlo para buscar estrategias de solución y mejorar el servicio de la empresa.

2.4. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

- **Bancos comerciales**

Son instituciones financieras que actúan como intermediario entre la oferta y la demanda entre compradores y vendedores de recursos

económicos. Su función principal es recibir y canalizar el ahorro de particulares y empresas mediante depósitos, plazos fijos, etc., para otorgar préstamos y créditos a otros particulares que necesitan financiación. Blanco (2015)

- **Calidad de servicio**

Es el cumplimiento de las expectativas de los clientes por el servicio recibido. Bednar & Reeves (2014)

- **Competitividad**

Competitividad se refiere a la capacidad que tiene una persona, empresa o país para ser rentabilidad en el mercado. Bednar & Reeves, (2014)

- **Desempeño**

Se refiere al rendimiento de los colaboradores en el centro laboral. Robbins y Coulter (2014)

- **Efectividad**

Es aquella aptitud del ser humano que le permite alcanzar sus objetivos haciendo un uso racional de los recursos disponibles. Chiavenato (2015)

- **Entidades financieras**

Organismos que tienen como objetivo y fin ofrecer servicios de carácter financiero y que van desde la simple intermediación y asesoramiento al mercado de créditos bancarios. Blanco (2015)

- **Rentabilidad**

Es el retorno a la inversión que hacen las entidades financieras.

Blanco (2015)

- **Satisfacción laboral**

Es el estado emocional y mental de las personas de una organización para que desarrollen sus actividades adecuadamente. Brunet (2014)

- **Servicio**

Conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de un cliente mediante un producto que puede ser un bien físico o un servicio como tal. Bednar & Reeves (2014)

- **Talento humano**

Es la capacidad de la persona que entiende y comprende de manera inteligente la forma de resolver una determinada ocupación, aplicando sus habilidades, destrezas y experiencias.

2.5. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.5.1. Hipótesis general

La satisfacción laboral se relaciona significativamente con la calidad del servicio de los colaboradores del Banco de crédito del Perú-BCP, agencia Sucre, Cajamarca 2021.

2.5.2. Hipótesis específicas

Los factores extrínsecos se relacionan significativamente en la calidad del servicio de los colaboradores del Banco de crédito del Perú-BCP, agencia Sucre, Cajamarca 2021.

Los factores intrínsecos se relacionan significativamente en la calidad del servicio de los colaboradores del Banco de crédito del Perú-BCP, agencia Sucre, Cajamarca 2021.

2.5.3. Variables

Variable X

Satisfacción laboral

Variable Y

Calidad de servicio

2.5.4. Operacionalización de las variables

Tabla 2
Operacionalización de las variables

Definición conceptual	Definición operacional	Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos y técnicas
La satisfacción laboral es el sentimiento positivo o negativo, pero real, afectivo respecto del trabajo propio, que resulta de una evaluación de sus características Robbins & Judge (2009)	Grado de complacencia del personal en su centro laboral.	Variable X: Satisfacción laboral	Factores extrínsecos	<ul style="list-style-type: none"> • Factores económicos. • Condiciones laborales. • Seguridad. • Factores sociales • Trabajo estimulante. • Autorrealización. • Reconocimiento. • Logro. • Responsabilidad • Atracción visual de instalación físico. • Apariencia de equipos. • Aspecto del personal. • Materiales asociados al servicio • Cumplimiento. • Sinceridad. • Realizar buen servicio desde la primera vez. • Servicio sin errores • Cumplimiento de plazos establecidos. • Prontitud en el servicio. • Disponibilidad para ayudar siempre. • Disposición para aclarar dudas. • Inspirar confianza. • Inspirar seguridad. • Cortesía. • Conocimiento para responder preguntas. • Horarios convenientes. • Atención personalizada. • Enfocados en el servicio. • Interés y preocupación genuina. • Comprensión de necesidades. 	Instrumentos: Para medir la variable X: satisfacción laboral: Cuestionario tipo escala de Likert Para medir la variable Y: Calidad de servicio Cuestionario tipo escala del modelo SERVQUAL
			Factores intrínsecos		
		Elemento tangibles			
		Fiabilidad_			
La calidad de servicio es el cumplimiento de los compromisos ofrecidos por las organizaciones hacia los usuarios, medidos en tiempo (esperado por el usuario) y la calidad (condiciones pactadas). Quijano (2014).	Grado de satisfacción de las necesidades de los clientes mediante el servicio prestado	Variable Y: Calidad de servicio.	Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad. 	
			• Seguridad.		
			Empatía.		

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. UNIDAD DE ANÁLISIS, UNIVERSO Y MUESTRA

3.1.1. Unidad de análisis

El Banco de Crédito del Perú-BCP Agencia Sucre de Cajamarca.

3.1.2. Universo

La población universal de estudio está conformada de la siguiente manera:

Población: Variable X

21 colaboradores del Banco de crédito del Perú (BCP)

Agencia Sucre-Cajamarca.

Población: Variable Y

1,500 clientes que acuden mensualmente al Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca.

3.1.3. Muestra

La muestra de estudio es probabilística y está conformada de la siguiente manera:

Muestra: Variable X: Satisfacción laboral

21 colaboradores, la muestra es no probabilística y es tipo censo.

Muestra Variable Y; Calidad de servicio

306 clientes.

La muestra de los clientes respecto a la calidad de servicio fue calculada con la fórmula estadística:

$$n = \frac{NZ^2 * p * q}{e^2N + Z^2 * pq}$$

Donde:

N:	Población = 1500
Z: Nivel de confianza	1.96
p: variabilidad positiva	0.5
q: variabilidad negativa	0.5
e: error de muestra	0.05
n:	Muestra = 306 clientes

$$n = \frac{1500 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * 1500 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

n= 306 clientes

Tabla 3

Resumen de Población y Muestra

Variables	Población	Muestra
Satisfacción laboral	21	21
Calidad de servicio	1500	306

3.2. TIPO, NIVEL Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

3.2.1. Tipo de investigación

Las ciencias aplicadas emplean el conocimiento de la ciencia de un área del conocimiento para solucionar problemas pragmáticos.

La investigación es de tipo aplicada, ya que utilizará conocimientos existentes a lo cuales contribuirá en su incremento con sus resultados. Hernández y Mendoza (2018)

3.2.2. Nivel de investigación

investigación es descriptiva y correlacional. Hernández y Mendoza (2018)

Descriptiva porque analiza a las variables para ver su estado situacional en la empresa.

Correlacional porque identifico la correlación entre las variables mediante el coeficiente de Pearson.

3.2.3. Diseño de investigación

La investigación es no experimental y de corte transversal.
Hernández y Mendoza (2018)

Es no experimental, porque es una investigación en la que no existe la manipulación de las variables.

La investigación es de corte transversal; ya que se llevó a cabo en un momento determinado del tiempo y no se manipularon las variables. Hernández y Mendoza (2018)

3.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

La investigación utilizó el método inductivo y deductivo. Hernández y Mendoza (2018)

Deductivo, para la elaboración del marco teórico revisándose teorías existentes relacionadas con la satisfacción laboral y la calidad de servicio.

Inductivo, para la esquematización de las dimensiones e indicadores de las variables de la investigación.

3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Se utilizó la técnica de la encuesta tipo escala de Likert para medir la satisfacción laboral y otra bajo el modelo SERVQUAL para medir la calidad de servicio.

El instrumento utilizado fue el cuestionario con preguntas cerradas.

3.5. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

La investigación hizo la validación y confiabilidad por juicio de tres expertos que firman los cuestionarios que fueron exhaustivamente revisados y luego firmados.

3.6. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Para el procesamiento se utilizó el software Excel versión 2019, con el cual se elaboró las tablas y figuras correspondientes.

La técnica de análisis empleada es en función de los indicadores de las dimensiones de cada variable de la investigación. Dichos resultados se contrastaron con los objetivos específicos, los antecedentes y el marco teórico con lo cual se hizo la discusión de resultados.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

En este apartado se presenta los resultados obtenidos luego de la aplicación las encuestas tanto para el la satisfacción laboral, así como de la calidad de servicio, que fueron analizados e interpretados en función de los indicadores de cada dimensión.

La encuesta para la satisfacción laboral consta de 9 ítems por cada indicador de la variable. Asimismo, la encuesta para la calidad de servicio consta de 22 ítems por cada indicador de las dimensiones.

4.1.1. Análisis descriptivo

4.1.1.1. Satisfacción laboral

A. Factores extrínsecos

Tabla 4

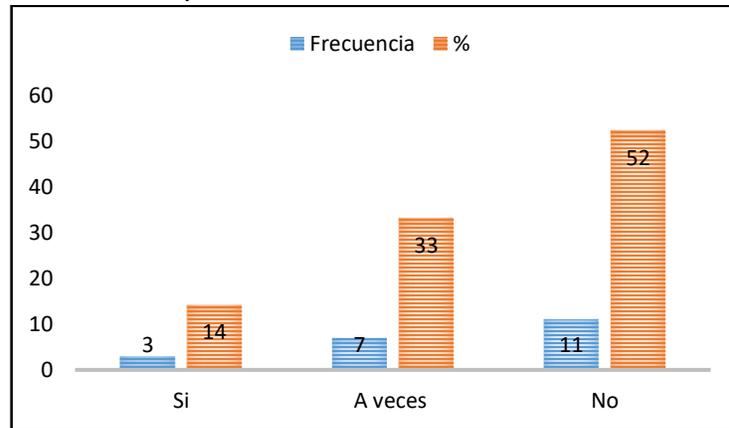
El BCP tiene políticas adecuadas

Alternativas	Frecuencia	%
Si	3	14
A veces	7	33
No	11	52
Total	21	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 1

El BCP tiene políticas adecuadas



Fuente: Tabla 4.

Análisis e interpretación

De los 21 colaboradores del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el BCP tiene políticas adecuadas, 52% manifiestan que "no", mientras que el 33% señala que "a veces". Esta situación denota una insatisfacción laboral evidente que la alta dirección debe corregir para mejorar la calidad de servicio.

Tabla 5

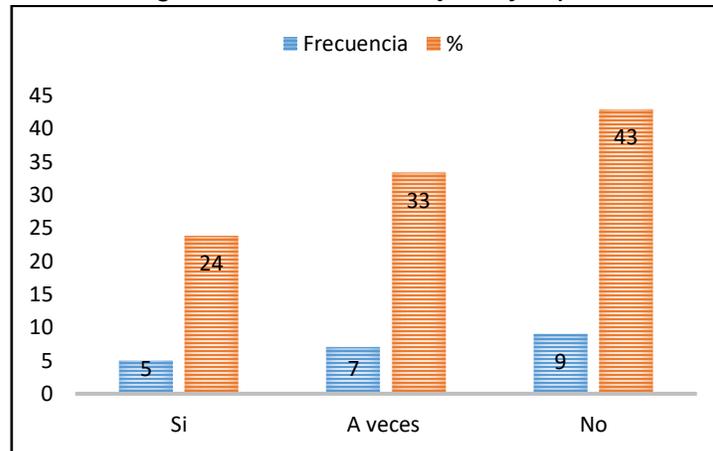
El BCP otorga una remuneración justa y equitativa

Alternativas	Frecuencia	%
Si	5	24
A veces	7	33
No	9	43
Total	21	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 2

El BCP otorga una remuneración justa y equitativa



Fuente: Tabla 5.

Análisis e interpretación

De los 21 colaboradores del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el BCP otorga una remuneración justa y equitativa, 43% manifiestan que "no", mientras que el "33%" señala que a veces. Esta situación denota una insatisfacción laboral evidente que la alta dirección debe corregir para mejorar la calidad de servicio.

Tabla 6

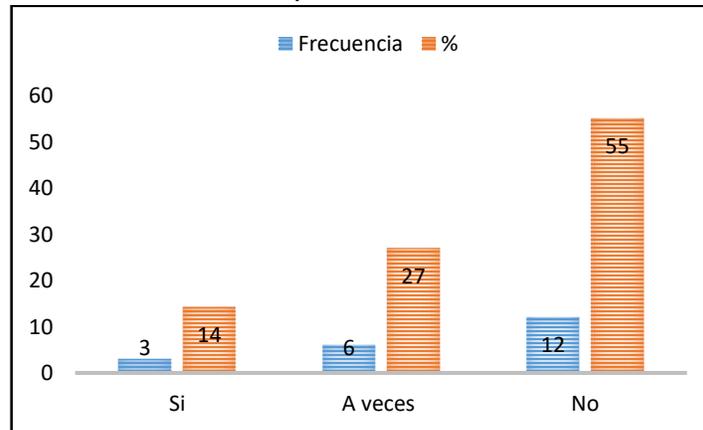
El BCP realiza una supervisión adecuada.

Alternativas	Frecuencia	%
Si	3	14
A veces	6	27
No	12	55
Total	21	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 3

El BCP realiza una supervisión adecuada



Fuente: Tabla 6

Análisis e interpretación

De los 21 colaboradores del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el BCP realiza una supervisión adecuada, el 55% manifiestan que "no", mientras que el 27% señala que "a veces". Esta situación denota una insatisfacción laboral evidente que la alta dirección debe corregir para mejorar la calidad de servicio.

Tabla 7

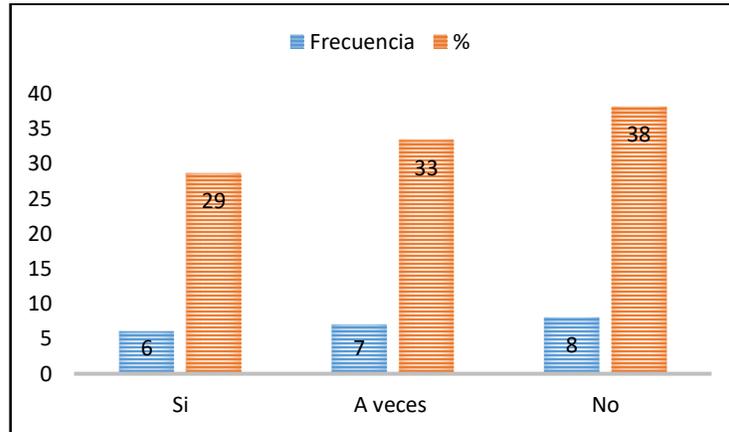
El BCP otorga condiciones laborales adecuadas

Alternativas	Frecuencia	%
Si	6	29
A veces	7	33
No	8	38
Total	21	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 4

El BCP otorga condiciones laborales adecuadas



Fuente: Tabla 7.

Análisis e interpretación

De los 21 colaboradores del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el BCP otorga condiciones laborales adecuadas, 38% manifiestan que "no", mientras que el 33% señala que "a veces". Esta situación denota una insatisfacción laboral evidente.

Tabla 8

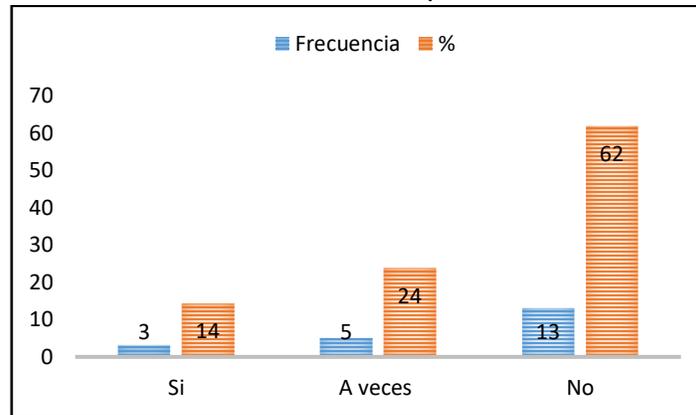
En el BCP existe relaciones interpersonales adecuadas

Alternativas	Frecuencia	%
Si	3	14
A veces	5	24
No	13	62
Total	21	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 5.

En el BCP existe relaciones interpersonales adecuadas



Fuente: Tabla 8.

Análisis e interpretación

De los 21 colaboradores del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el BCP otorga condiciones laborales adecuadas, 38% manifiestan que "no", mientras que el 33% señala que "a veces". Esta situación denota una insatisfacción laboral evidente.

B. Factores intrínsecos

Tabla 9

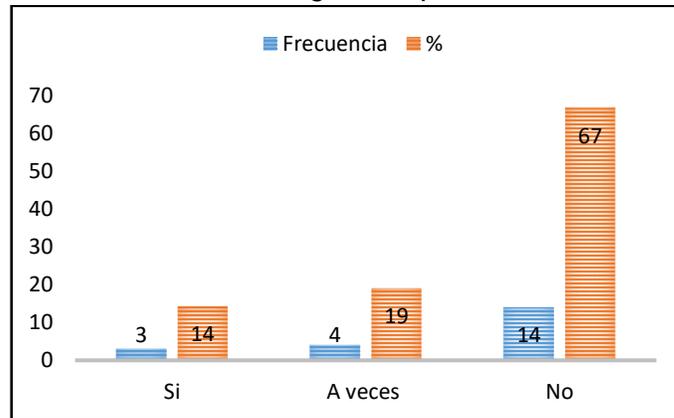
El BCP reconoce los logros del personal

Alternativas	Frecuencia	%
Si	3	14
A veces	4	19
No	14	67
Total	21	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 6

El BCP reconoce los logros del personal



Fuente: Tabla 9.

Análisis e interpretación

De los 21 colaboradores del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el BCP reconoce los logros del personal, 67% manifiestan que "no", mientras que el 19% señala que "a veces". Esta situación denota una insatisfacción laboral evidente.

Tabla 10

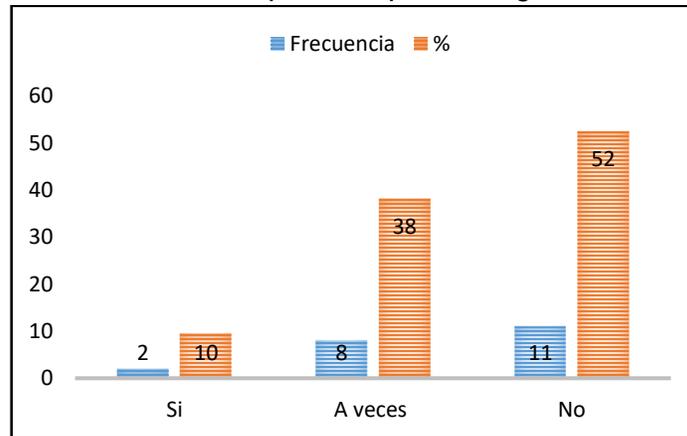
El BCP asciende al personal por sus logros

Alternativas	Frecuencia	%
Si	2	10
A veces	8	38
No	11	52
Total	22	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 7

El BCP asciende al personal por sus logros



Fuente: Tabla 10.

Análisis e interpretación

De los 21 colaboradores del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el BCP asciende al personal por sus logros, 52% manifiestan que "no", mientras que el 38% señala que "a veces". Esta situación denota una insatisfacción laboral evidente.

Tabla 11

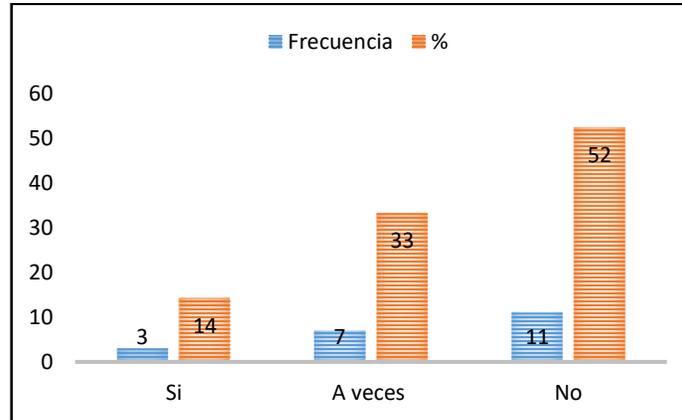
El BCP promueve la autonomía laboral de su personal

Alternativas	Frecuencia	%
Si	3	14
A veces	7	33
No	11	52
Total	21	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 8

El BCP promueve la autonomía laboral de su personal



Fuente: Tabla 11.

Análisis e interpretación

De los 21 colaboradores del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el BCP promueve la autonomía de su personal, 52% manifiestan que "no", mientras que el 33% señala que "a veces". Esta situación denota una insatisfacción laboral evidente.

Tabla 12

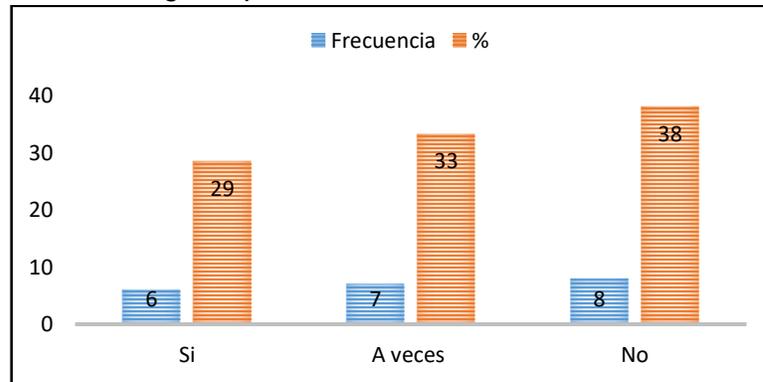
El BCP otorga responsabilidades laborales en forma correcta

Alternativas	Frecuencia	%
Si	6	29
A veces	7	33
No	8	38
Total	21	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 9

El BCP otorga responsabilidades laborales en forma correcta



Fuente: Tabla 12.

Análisis e interpretación

De los 21 colaboradores del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el BCP otorga responsabilidades en forma correcta, 38% indican que "no", mientras que el 33% señala que "a veces". Esta situación denota una insatisfacción.

4.1.1.2. Calidad de servicio

A. Fiabilidad

Tabla 13

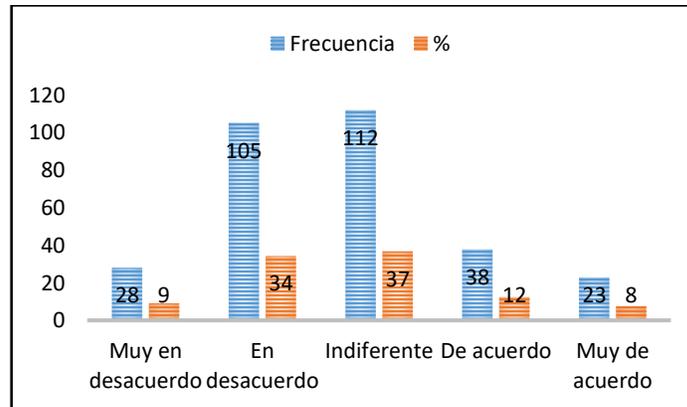
Cumplimiento en el tiempo prometido

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	28	9
En desacuerdo	105	34
Indiferente	112	37
De acuerdo	38	12
Muy de acuerdo	23	8
Total	306	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 10

Cumplimiento en el tiempo prometido



Fuente: Tabla 13.

Análisis e interpretación

De los 306 clientes del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el personal del BCP cumple en el tiempo prometido la prestación del servicio, 37% indican "indiferencia", mientras que el 34% señala que están "en desacuerdo". Esta situación denota un efecto de insatisfacción.

Tabla 14

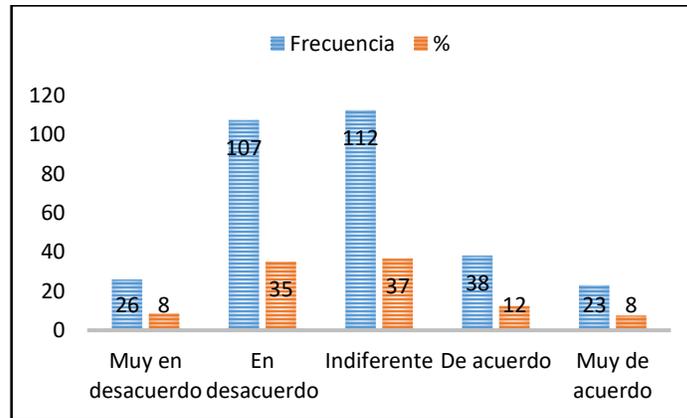
Interés sincero en solucionar problemas

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	26	9
En desacuerdo	107	35
Indiferente	112	37
De acuerdo	38	12
Muy de acuerdo	23	8
Total	306	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 11

Interés sincero en solucionar problemas



Fuente: Tabla 14.

Análisis e interpretación

De los 306 clientes del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el personal del BCP denota un interés sincero en la solución de los problemas que se presentan, 37% indican "indiferencia", mientras que el 35% señala que están "en desacuerdo". Esta situación denota un efecto de insatisfacción.

Tabla 15

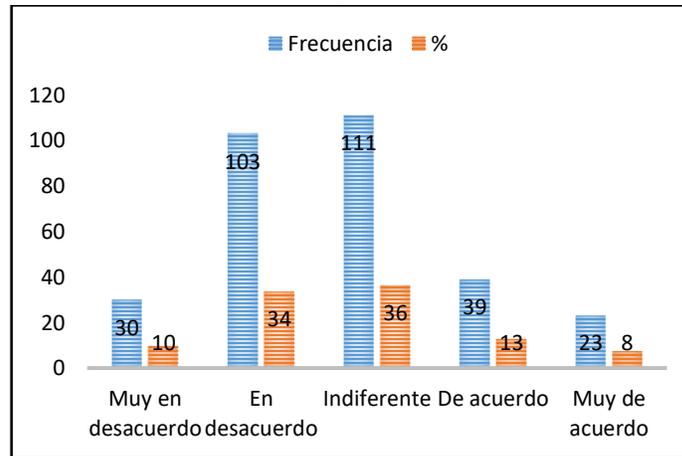
Buen servicio desde la primera vez

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	30	10
En desacuerdo	103	34
Indiferente	111	36
De acuerdo	38	12
Muy de acuerdo	23	8
Total	306	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 12.

Buen servicio desde la primera vez



Fuente: Tabla 15.

Análisis e interpretación

De los 306 clientes del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el personal del BCP presta un buen servicio desde la primera vez, 39% indican "indiferencia", mientras que el 34% señala que están "en desacuerdo". Esta situación denota un efecto de insatisfacción.

Tabla 16.

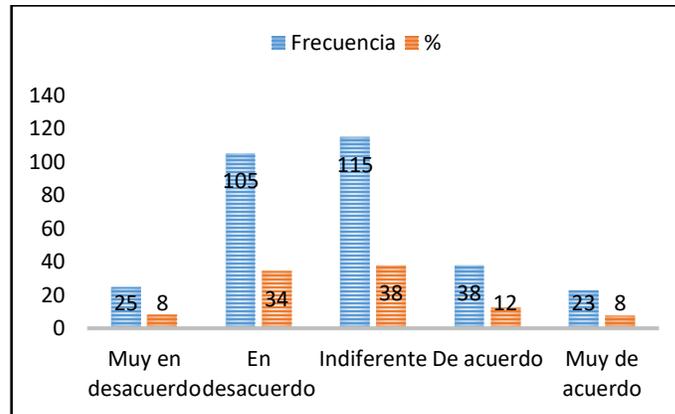
Concluye servicio en tiempo prometido

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	25	8
En desacuerdo	105	34
Indiferente	115	38
De acuerdo	38	12
Muy de acuerdo	23	8
Total	306	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 13.

Concluye servicio en tiempo prometido



Fuente: Tabla 16.

Análisis e interpretación

De los 306 clientes del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el personal del BCP concluye el servicio en el tiempo prometido, 38% indican "indiferencia", mientras que el 34% señala que están "en desacuerdo". Esta situación denota un efecto de insatisfacción.

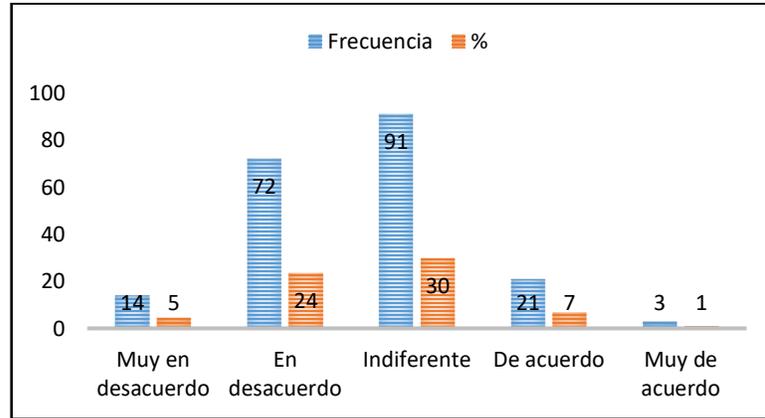
Tabla 17.

Servicio exento de errores

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	14	5
En desacuerdo	72	24
Indiferente	91	30
De acuerdo	21	7
Muy de acuerdo	3	1
Total	201	66

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 14.
Servicio exento de errores



Fuente: Tabla 17.

Análisis e interpretación

De los 306 clientes del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el personal del BCP presta un servicio exento de errores, 30% indican indiferencia, mientras que el 24% señala que están en desacuerdo. Esta situación denota un efecto de insatisfacción.

B. Capacidad de respuesta

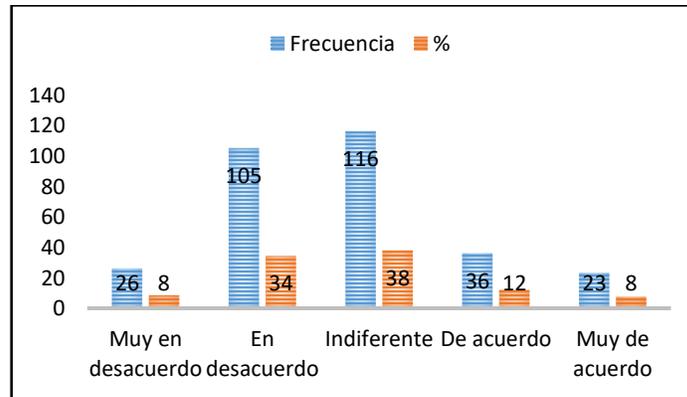
Tabla 18.
Cumplir plazos prometidos

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	26	8
En desacuerdo	105	34
Indiferente	116	38
De acuerdo	36	12
Muy de acuerdo	23	8
Total	306	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 15

Cumplir plazos prometidos



Fuente: Tabla 18.

Análisis e interpretación

De los 306 clientes del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el personal del BCP cumple los plazos prometidos, 38% indican "indiferencia", mientras que el 34% señala que están "en desacuerdo". Esta situación denota un efecto de insatisfacción.

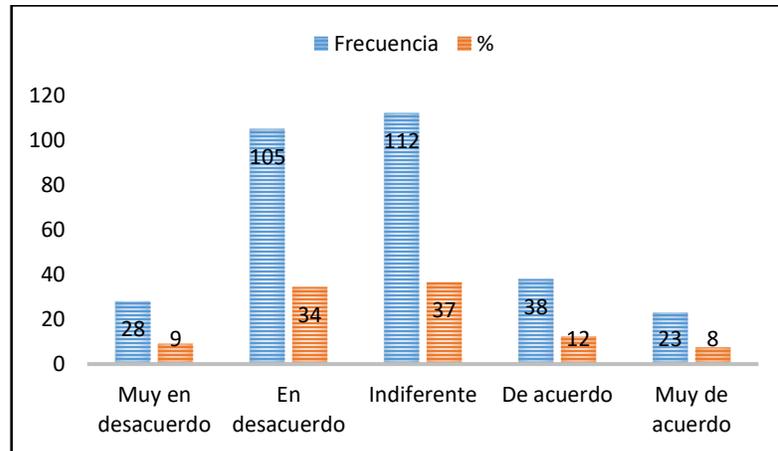
Tabla 19

Prontitud en el servicio

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	28	9
En desacuerdo	105	34
Indiferente	112	37
De acuerdo	38	12
Muy de acuerdo	23	8
Total	306	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 16
Prontitud en el servicio



Fuente: Tabla 19.

Análisis e interpretación

De los 306 clientes del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el personal del BCP presta el servicio con prontitud, 37% indican "indiferencia", mientras que el 34% señala que están "en desacuerdo". Esta situación denota un efecto de insatisfacción.

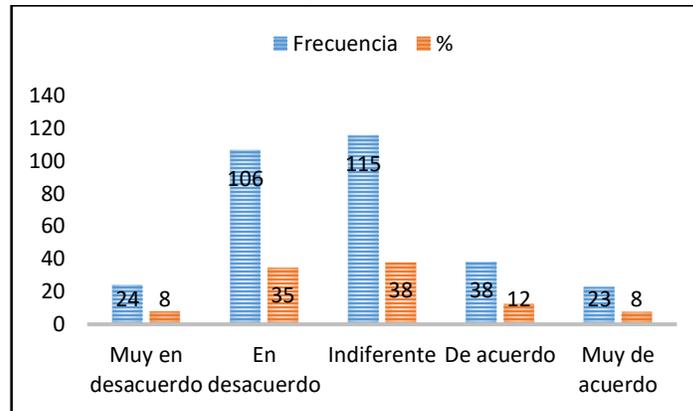
Tabla 20.
Disponibilidad para ayudar siempre

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	24	8
En desacuerdo	106	35
Indiferente	115	38
De acuerdo	38	12
Muy de acuerdo	23	8
Total	306	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 17

Disponibilidad para ayudar siempre



Fuente: Tabla 20.

Análisis e interpretación

De los 306 clientes del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el personal del BCP siempre muestra disponibilidad para ayudar, 38% indican "indiferencia", mientras que el 35% señala que están en desacuerdo. Esta situación denota un efecto de insatisfacción.

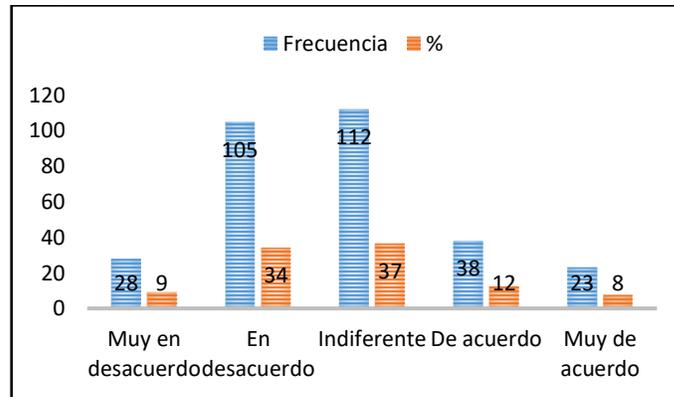
Tabla 21

Disposición para aclarar dudas

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	28	9
En desacuerdo	105	34
Indiferente	114	37
De acuerdo	36	12
Muy de acuerdo	23	8
Total	306	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 18
Disposición para aclarar dudas



Fuente: Tabla 21.

Análisis e interpretación

De los 306 clientes del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el personal del BCP siempre muestra disponibilidad para aclarar dudas, 37% indican "indiferencia", mientras que el 34% señala que están "en desacuerdo". Esta situación denota un efecto de insatisfacción.

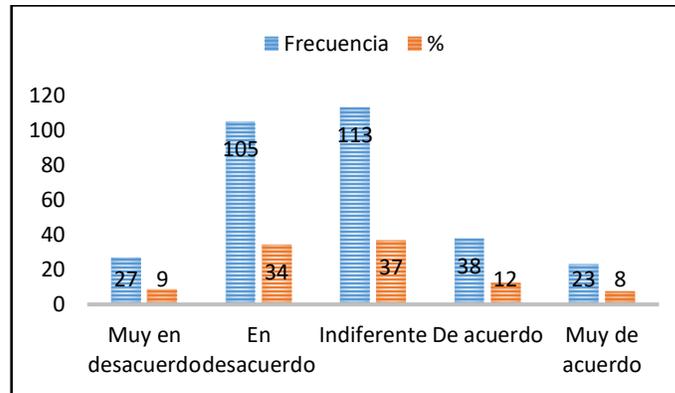
C. Seguridad

Tabla 22
Inspirar confianza

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	27	9
En desacuerdo	105	34
Indiferente	113	37
De acuerdo	38	12
Muy de acuerdo	23	8
Total	306	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 19.
Inspirar confianza



Fuente: Tabla 22.

Análisis e interpretación

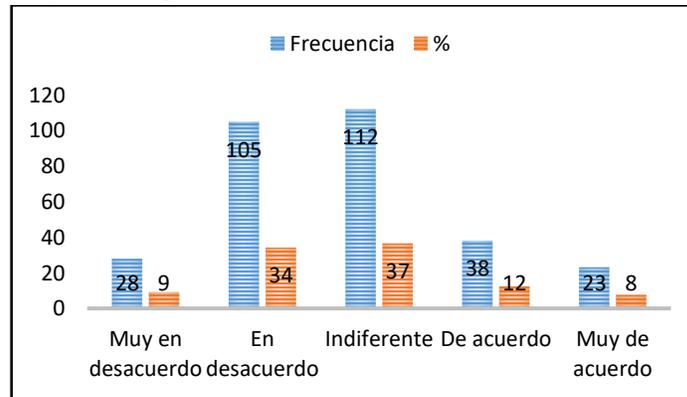
De los 306 clientes del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el personal del BCP inspira confianza, 37% indican "indiferencia", mientras que el 34% señala que están "en desacuerdo". Esta situación denota un efecto de insatisfacción.

Tabla 23
Inspirar seguridad

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	28	9
En desacuerdo	105	34
Indiferente	112	37
De acuerdo	38	12
Muy de acuerdo	23	8
Total	306	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 20
Inspirar seguridad



Fuente: Tabla 23.

Análisis e interpretación

De los 306 clientes del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el personal del BCP inspira seguridad, 37% indican "indiferencia", mientras que el 34% señala que están "en desacuerdo". Esta situación denota un efecto de insatisfacción.

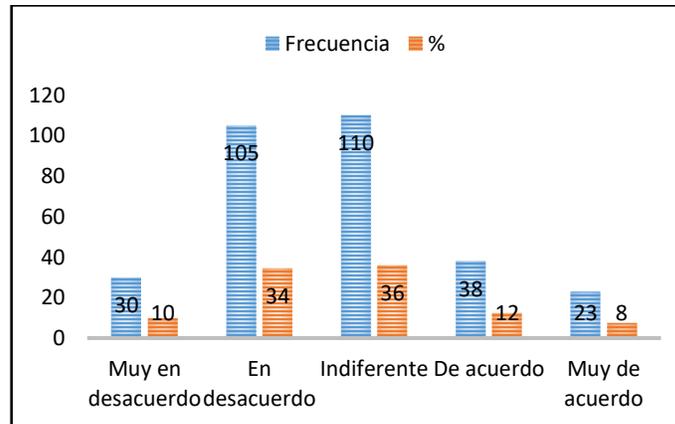
Tabla 24
Cortesía

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	30	10
En desacuerdo	105	34
Indiferente	110	36
De acuerdo	38	12
Muy de acuerdo	23	8
Total	306	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 21

Cortesía



Fuente: Tabla 24.

Análisis e interpretación

De los 306 clientes del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el personal del BCP demuestra cortesía en la atención, 36% indican "indiferencia", mientras que el 34% señala que están "en desacuerdo". Esta situación denota un efecto de insatisfacción.

Tabla 25

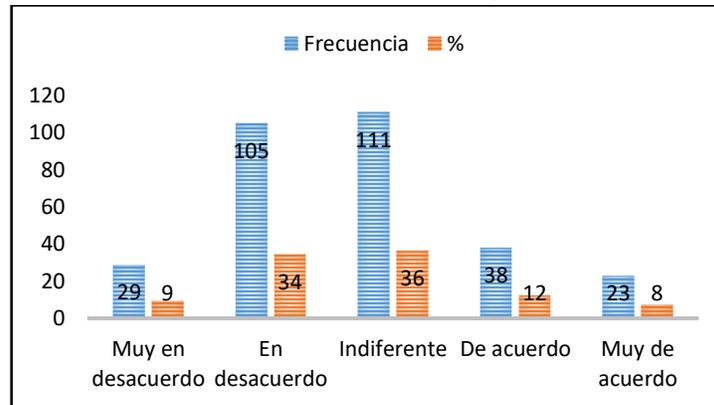
Conocimiento para responder preguntas

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	29	9
En desacuerdo	105	34
Indiferente	111	37
De acuerdo	38	12
Muy de acuerdo	23	8
Total	306	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 22

Conocimiento para responder preguntas



Fuente: Tabla 25.

Análisis e interpretación

De los 306 clientes del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el personal del BCP demuestra conocimiento para responder preguntas, 36% indican "indiferencia", mientras que el 34% señala que están "en desacuerdo". Esta situación denota un efecto de insatisfacción.

D. Empatía

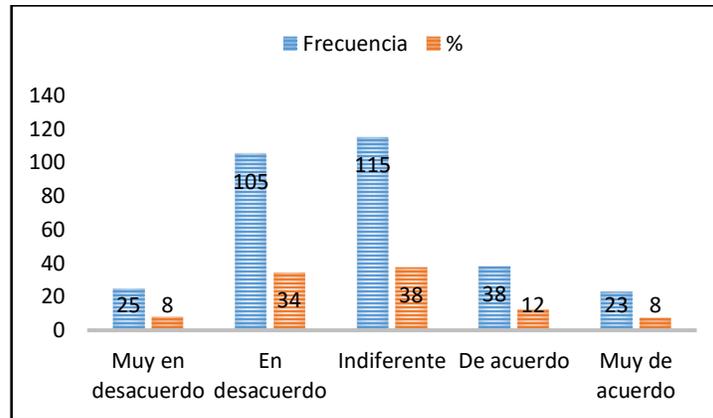
Tabla 26

Horarios convenientes

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	25	8
En desacuerdo	105	34
Indiferente	115	38
De acuerdo	38	12
Muy de acuerdo	23	8
Total	306	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 23
Horarios convenientes



Fuente: Tabla 26.

Análisis e interpretación

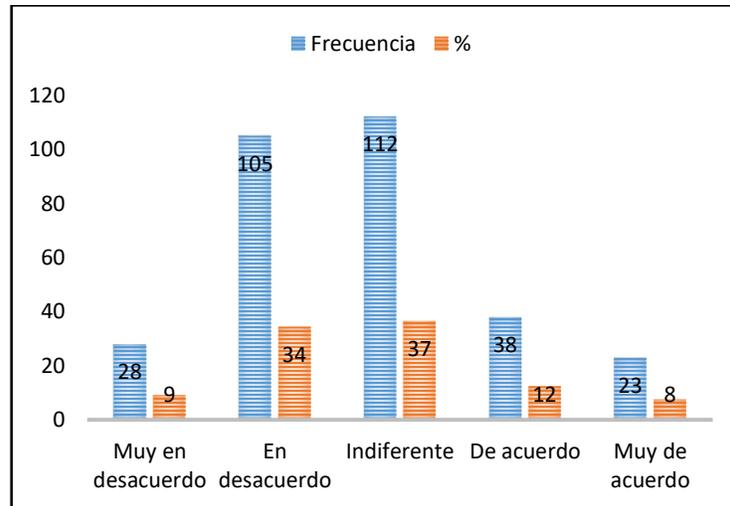
De los 306 clientes del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el BCP tiene horarios convenientes para atender, 38% indican "indiferencia", mientras que el 34% señala que están "en desacuerdo". Esta situación denota un efecto de insatisfacción.

Tabla 27
Atención personalizada

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	28	9
En desacuerdo	105	34
Indiferente	112	37
De acuerdo	38	12
Muy de acuerdo	23	8
Total	306	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 24
Atención personalizada



Fuente: Tabla 27.

Análisis e interpretación

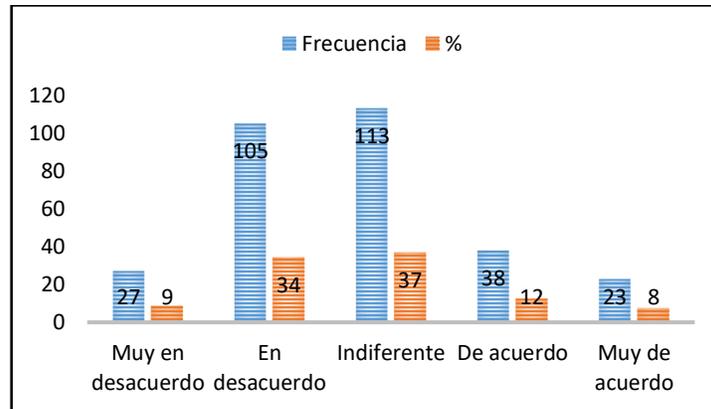
De los 306 clientes del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el BCP tiene atención personalizada, 37% indican "indiferencia", mientras que el 34% señala que están "en desacuerdo". Esta situación denota un efecto de insatisfacción.

Tabla 28
Enfocados en el servicio

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	27	9
En desacuerdo	105	34
Indiferente	113	37
De acuerdo	38	12
Muy de acuerdo	23	8
Total	306	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 25
Enfocados en el servicio



Fuente: Tabla 28.

Análisis e interpretación

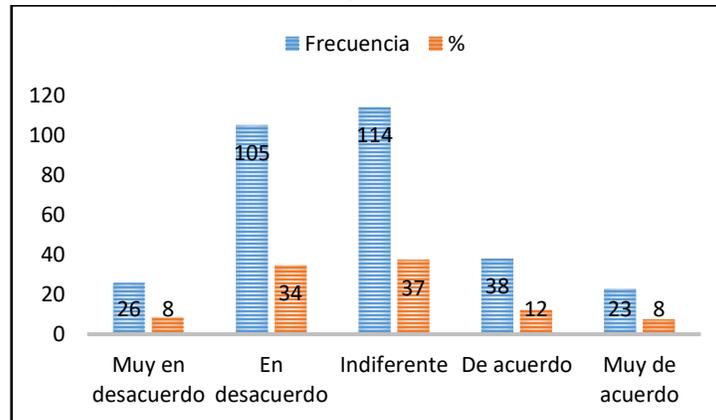
De los 306 clientes del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el personal del BCP está enfocado en el servicio, 37% indican "indiferencia", mientras que el 34% señala que están "en desacuerdo". Esta situación denota un efecto de insatisfacción.

Tabla 29
Interés y preocupación genuina

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	26	9
En desacuerdo	105	34
Indiferente	114	37
De acuerdo	38	12
Muy de acuerdo	23	8
Total	306	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 26
Interés y preocupación genuina



Fuente: Tabla 29.

Análisis e interpretación

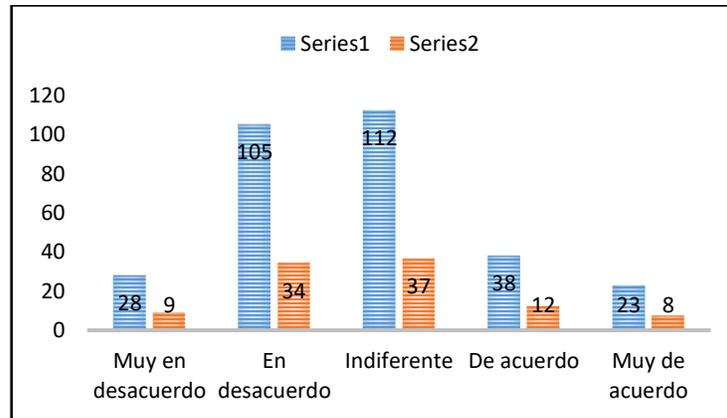
De los 306 clientes del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el personal del BCP manifiesta un interés y preocupación genuina, 37% indican "indiferencia", mientras que el 34% señala que están "en desacuerdo". Esta situación denota un efecto de insatisfacción.

Tabla 30
Compromiso de necesidades

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	28	9
En desacuerdo	105	34
Indiferente	112	37
De acuerdo	38	12
Muy de acuerdo	23	8
Total	306	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 27
Compromiso de necesidades



Fuente: Tabla 30.

Análisis e interpretación

De los 306 clientes del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el personal del BCP manifiesta un compromiso para atender las necesidades, 37% indican "indiferencia", mientras que el 34% señala que están "en desacuerdo". Esta situación denota un efecto de insatisfacción.

E. Elementos tangibles

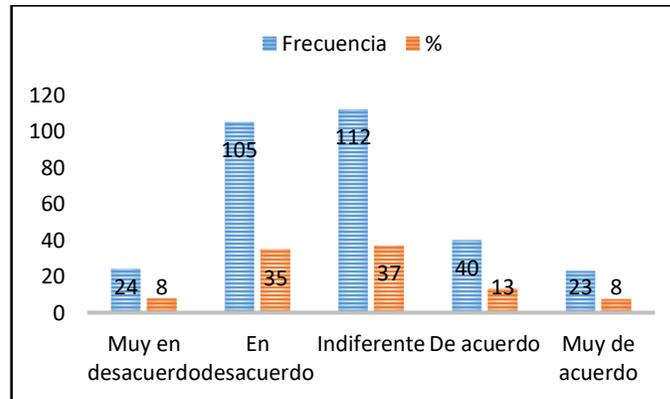
Tabla 31
Atracción de instalaciones

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	24	8
En desacuerdo	105	35
Indiferente	112	37
De acuerdo	40	13
Muy de acuerdo	23	8
Total	306	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 28

Atracción de instalaciones



Fuente: Tabla 31.

Análisis e interpretación

De los 306 clientes del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el BCP cuenta con instalaciones atractivas, 37% indican "indiferencia", mientras que el 35% señala que están "en desacuerdo". Esta situación denota un efecto de insatisfacción.

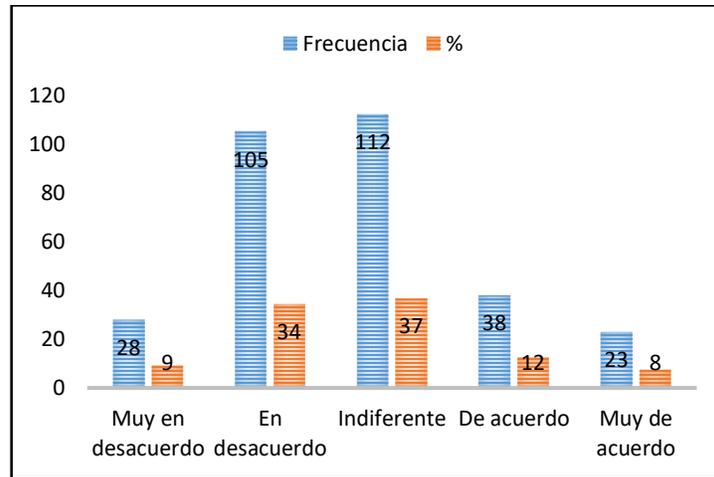
Tabla 32

Apariencia de equipos

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	28	9
En desacuerdo	105	34
Indiferente	112	37
De acuerdo	38	12
Muy de acuerdo	23	8
Total	306	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 29
Apariencia de equipos



Fuente: Tabla 32.

Análisis e interpretación

De los 306 clientes del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si los equipos del BCP tienen buena apariencia, 37% indican "indiferencia", mientras que el 34% señala que están en desacuerdo. Esta situación denota un efecto de insatisfacción.

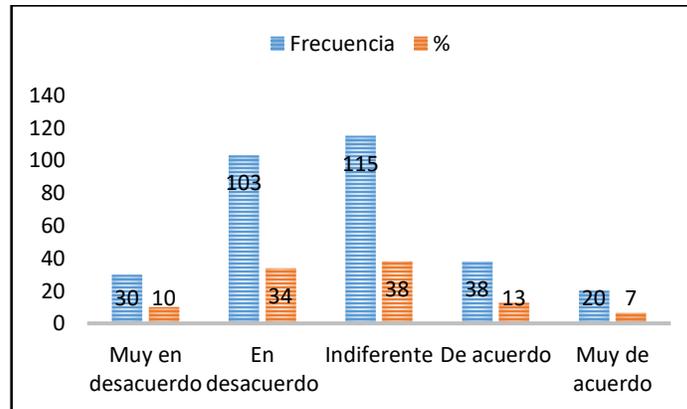
Tabla 33
Aspecto del personal

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	30	9
En desacuerdo	103	34
Indiferente	112	38
De acuerdo	38	13
Muy de acuerdo	20	7
Total	306	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 30

Aspecto del personal



Fuente: Tabla 33.

Análisis e interpretación

De los 306 clientes del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el BCP cuentan con personal con aspecto atractivo, 38% indican "indiferencia", mientras que el 34% señala que están "en desacuerdo". Esta situación denota un efecto de insatisfacción.

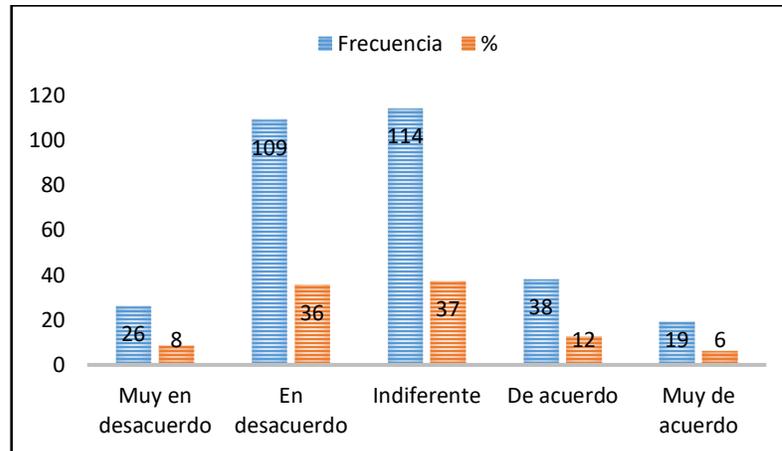
Tabla 34

Materiales asociados al servicio

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	26	8
En desacuerdo	109	36
Indiferente	114	37
De acuerdo	38	12
Muy de acuerdo	19	6
Total	306	100

Fuente: Encuestas aplicadas

Figura 31
Materiales asociados al servicio



Fuente: Tabla 34.

Análisis e interpretación

De los 306 clientes del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca, ante la pregunta que, si el BCP cuenta con materiales asociados al servicio atractivos, 37% indican "indiferencia", mientras que el 36% señala que están "en desacuerdo". Esta situación denota un efecto de insatisfacción.

4.1.2. Análisis de correlación

Tabla 35
Correlación de Pearson entre satisfacción laboral y calidad de servicio

		Satisfacción laboral	Calidad de servicio
Satisfacción laboral	Correlación de Pearson	1	0,870
	Sig. (bilateral)		0,001
	N	21	21
Calidad de servicio	Correlación de Pearson	0,870	1
	Sig. (bilateral)	0,001	
	N	306	306

Tabla 36.*Correlación de Pearson entre factores extrínsecos y calidad de servicio*

		Factores extrínsecos	Calidad de servicio
Factores extrínsecos	Correlación de Pearson	1	0,834**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	21	21
Calidad de servicio	Correlación de Pearson	0,834**	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	306	306

Tabla 37.*Correlación de Pearson entre factores intrínsecos y calidad de servicio*

		Factores intrínsecos	Calidad de servicio
Factores intrínsecos	Correlación de Pearson	1	0,758**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	21	21
Calidad de servicio	Correlación de Pearson	0,758	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	306	306

El análisis de correlación, con el Coeficiente de Correlación de Pearson; demuestra que existe una correlación alta entre la satisfacción laboral (coeficiente de Pearson = 0,870) y de igual modo entre los factores extrínsecos y la calidad de servicio (coeficiente de Pearson = 0,834) y entre los factores intrínsecos y la calidad de servicio (coeficiente de Pearson = 0,758)

4.2. DISCUSIÓN

El estudio planteó como objetivo: determinar de qué manera se relaciona la satisfacción laboral y la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de Crédito del Perú-BCP, Agencia Sucre, Cajamarca 2021, teniendo como resultado que existe una correlación directa y significativa entre la variable satisfacción laboral y la calidad de servicio, con un coeficiente de correlación de 0,870 con un nivel de confianza de 95%.

Dichos resultados coinciden con las investigaciones de:

Santiago (2017), *“la calidad de servicio bancario: Entre la Fidelidad y la Ruptura.”*, en la Universidad Complutense de Madrid-España, la investigación concluye, que el nivel de cultura financiera de los madrileños ha evolucionado, conllevando a un incremento de los niveles de exigencia respecto de las entidades en aspectos como los relacionados con la calidad de servicio y condiciones económicas de las transacciones y que las entidades han realizado enormes esfuerzos y comprometido cuantiosos recursos en sintonizar con la onda de la clientela, intentando diferenciarse por la calidad del servicio y finalmente que el interés de las entidades se está reorientando hacia otros aspectos como el incremento de los niveles de satisfacción mediante el denominado ‘marketing de relaciones’ (singularización de servicios, venta y promoción personalizadas), aplicación de nuevas tecnologías en el proceso de generación y prestación del servicio

bancario, identificación de marcas y consolidación de la imagen corporativa, marcando objetivos estratégicos de claro contenido finalista: la consecución de beneficios a través del mantenimiento de relaciones duraderas y estables con los clientes a través de políticas de precio, personalización de productos/servicios, de asesoramiento personal y otras acciones dirigidas a elevar los niveles de satisfacción, variable básica de la fidelidad.

De igual modo, con la tesis de Báez, Esquivel. Núñez, Rojas y Zavaleta (2017). *Influencia del Clima, Motivación y la Satisfacción Laboral en la Rotación Laboral de la Generación “Y” en las Entidades Bancarias de la Ciudad del Cusco en la Pontificia Universidad Católica del Perú*, la investigación concluye que el aporte más importante de esta investigación, tras analizar cada uno de los factores y su relación con la rotación laboral, es haber encontrado que la satisfacción laboral tiene mayor relación con la rotación laboral de los individuos de la Generación “Y”, en las cuatro entidades financieras estudiadas.

Asimismo, con la tesis de Inocente (2017)]. *“Clima organizacional y satisfacción laboral de los trabajadores de la red de agencias del Banco de la Nación, año 2016”*, en la Universidad César Vallejo de Cajamarca, la investigación concluye, que existe relación directa y significativa entre el clima organizacional y la satisfacción laboral, lo que demuestra con la prueba

de Spearman = 0,561 indicando que hay una relación positiva, con un nivel de correlación moderada y que hay la relación entre la dimensión autonomía, cohesión, confianza y apoyo con la satisfacción laboral de los trabajadores de la Red de Agencias del Banco de la Nación, que se demuestra con la prueba de Spearman que en todos los casos demuestra que hay una relación positiva, con un nivel de correlación moderada.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

La investigación permite señalar en cuanto al objetivo general determinar la relación que existe entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de Crédito del Perú (BCP), Agencia Sucre, Cajamarca 2021; la correlación de Pearson encontró que existe una correlación alta ya que el valor $\rho = 0,870$.

1. Con respecto a los objetivos específicos de la investigación,

- Determinar la manera en que se relacionan los factores extrínsecos en la calidad del servicio de los colaboradores del Banco de Crédito del Perú (BCP), agencia Sucre, Cajamarca 2020, la investigación encontró: que existe una correlación alta a juzgar por el valor Rho de Correlación de Pearson que es igual a 0.834.
- Determinar la manera en que se relacionan los factores intrínsecos en la calidad del servicio de los colaboradores del Banco de Crédito del Perú- BCP, agencia Sucre, Cajamarca 2020, la investigación encontró: que existe una correlación alta a juzgar por el valor Rho de Correlación de Pearson que es igual a 0.798

RECOMENDACIONES

De acuerdo a los resultados hallados, como la existencia de una correlación alta porque el valor del Coeficiente de Correlación de Pearson es igual a 0,870; entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio de los colaboradores del BCP, se sugiere que la empresa busque estrategias para mejorar sus procesos de gestión del talento humano, mediante la capacitación de los colaboradores de la entidad financiera.

- **Para la satisfacción laboral**

Abordar capacitaciones para mejorar la conducta humana de los colaboradores y también el establecimiento de políticas y estrategias para mejorar aspectos de gestión.

- **Para la calidad de servicio**

- Abordar capacitaciones para mejorar el servicio del personal para con sus clientes en cuanto a las 5 dimensiones componentes de la calidad de servicio: fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía, seguridad y elementos tangibles.

REFERENCIAS

- Báez, Esquivel. Núñez, Rojas y Zavaleta (2017). *Influencia del Clima, Motivación y la Satisfacción Laboral en la Rotación Laboral de la Generación “Y” en las Entidades Bancarias de la Ciudad del Cusco*. (Tesis de licenciatura). Pontificia Universidad Católica del Perú-
- Bednar & Reves (2014). *La calidad de servicio y la satisfacción del consumidor*. Mc Graw Hill. México.
- Blanco, (2015). *Gestión de entidades financieras*. Editorial ESIC. España
- De la Calle y Ortiz, (2018). *Fundamentos de recursos humanos*. Editorial Pearson. México.
- Danton (2011) *La calidad de servicio*. Editorial DEUSTUA Madrid España.
- Hernández y Mendoza (2018). *Metodología de la investigación científica*. México: Mc Graw Hill..
- Hernández (2016). *Administración moderna: un enfoque de calidad*. Mc Graw Hill. México
- Inocente (2017)]. *“Clima organizacional y satisfacción laboral de los trabajadores de la red de agencias del Banco de la Nación, año 2016”*. (tesis de maestría). Universidad César Vallejo de Cajamarca.
- Riveros (2007). *Sistema de Gestión*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Robbins y Coulter (2013). *Comportamiento organizacional*. México: Mc Graw Hill.

Santiago (2017). "*La calidad de servicio bancario: Entre la Fidelidad y la Ruptura.*"

(Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid-España

APÉNDICES

Apéndice 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: La satisfacción laboral y su relación con la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de Crédito del Perú-BCP, Agencia Sucre, Cajamarca 2021.

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
<p>Problema general ¿Qué relación existe entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de crédito del Perú-BCP, agencia Sucre, Cajamarca 2021?</p>	<p>Objetivo general Determinar la relación que existe entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio de los colaboradores del Banco de crédito del Perú (BCP), Agencia Sucre, Cajamarca 2021.</p>	<p>Hipótesis general La satisfacción laboral se relaciona significativamente con la calidad del servicio de los colaboradores del Banco de crédito del Perú-BCP, agencia Sucre, Cajamarca 2021.</p>	Satisfacción laboral	<p>Factores extrínsecos</p> <p>Factores intrínsecos</p>	<ul style="list-style-type: none"> Factores económicos. Condiciones laborales. Seguridad. Factores sociales Trabajo estimulante. Autorrealización. Reconocimiento. Logro. Responsabilidad Atracción visual de instalación físico. Apariencia de equipos. Aspecto del personal. Materiales asociados al servicio Cumplimiento. Sinceridad. Realizar buen servicio desde la primera vez. Servicio sin errores Cumplimiento de plazos establecidos. Prontitud en el servicio. Disponibilidad para ayudar siempre. Disposición para aclarar dudas. Inspirar confianza. Inspirar seguridad. Cortesía. Conocimiento para responder preguntas. Horarios convenientes. Atención personalizada. Enfocados en el servicio. Interés y preocupación genuina. Comprensión de necesidades. 	<p>Población: Variable X Colaboradores del Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca. Muestra: Variable X 21 trabajadores Población: Variable Y Clientes que acuden mensualmente al Banco de crédito del Perú (BCP) Agencia Sucre-Cajamarca. Muestra Variable Y 1500 clientes. Tipo de Investigación: Aplicada Método de investigación Método deductivo. Nivel de investigación. Correlacional. Diseño: No experimental Estadístico de prueba: Prueba de correlación de Pearson Instrumentos: Para medir la variable X: satisfacción laboral: Cuestionario tipo escala de Likert Para medir la variable Y: Calidad de servicio Cuestionario tipo escala del modelo SERVQUAL</p>
<p>Problemas específicos ¿De qué manera se relacionan los factores extrínsecos en la calidad del servicio de los colaboradores del Banco de crédito del Perú-BCP, agencia Sucre, Cajamarca 2021?</p>	<p>Objetivos específicos Determinar la manera en que se relacionan los factores extrínsecos en la calidad del servicio de los colaboradores del Banco de crédito del Perú (BCP), agencia Sucre, Cajamarca 2021.</p>	<p>Hipótesis específicas • Los factores extrínsecos se relacionan significativamente en la calidad del servicio de los colaboradores del Banco de crédito del Perú-BCP, agencia Sucre, Cajamarca 2021.</p>		<p>Elemento tangibles</p> <p>Fiabilidad_</p> <p>Capacidad de respuesta</p>	<ul style="list-style-type: none"> Seguridad. 	
<p>¿De qué manera se relacionan los factores intrínsecos en la calidad del servicio de los colaboradores del Banco de crédito del Perú-BCP, agencia Sucre, Cajamarca 2021?</p>	<p>Determinar la manera en que se relacionan los factores intrínsecos en la calidad del servicio de los colaboradores del Banco de crédito del Perú-BCP, agencia Sucre, Cajamarca 2021.</p>	<p>• Los factores intrínsecos se relacionan significativamente en la calidad del servicio de los colaboradores del Banco de crédito del Perú-BCP, agencia Sucre, Cajamarca 2021.</p>	Calidad de servicio.	<p>Empatía.</p>		

Apéndice 2: Instrumento sobre satisfacción laboral



UNIVERSIDAD PRIVADA “ANTONIO GUILLERMO URRELO”

Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas

Carrera Profesional de Administración de empresas

Cuestionario para medir la satisfacción laboral

V.1. “X”: Satisfacción Laboral	Si	A veces	No
Dimensión 1: Factores extrínsecos			
Indicador 1: Políticas			
1. El BCP tiene políticas adecuadas			
Indicador 2: Pago remunerativo			
2. El BCP otorga una remuneración justa y equitativa			
Indicador 3: Supervisión			
3. El BCP realiza una supervisión adecuada			
Indicador 4: Condiciones laborales			
4. El BCP otorga condiciones laborales adecuadas			
Indicador 5: Relaciones interpersonales			
5. En el BCP existe relaciones interpersonales adecuadas			
Dimensión 2: Factores intrínsecos			
Indicador 1: Logros			
6. El BCP reconoce los logros del personal			
Indicador 2: Reconocimiento			
7. El BCP asciende al personal por sus logros			
Indicador 3: Independencia laboral			
8. El BCP promueve la autonomía laboral de su personal			
Indicador 4: Responsabilidad			
9. El BCP otorga responsabilidades laborales en forma correcta			

Apéndice 3: Instrumento sobre calidad de servicio

UNIVERSIDAD PRIVADA “ANTONIO GUILLERMO URRELO”

Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas

Carrera Profesional de Administración de empresas

Cuestionario para medir la calidad de servicio

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

	Variable Y: Calidad de Servicio	1	2	3	4	5
	Dimensión Fiabilidad					
	Indicador: Cumplimiento					
1	Cuando el personal del BCP, promete hacer algo planificado, lo hace en el tiempo prometido.					
	Indicador: Sinceridad					
2	Cuando el cliente tiene un problema, el personal del BCP muestra interés sincero en solucionarlo					
	Indicador: Realizar un buen servicio desde la primera vez					
E	El personal del BCP, brinda un buen servicio desde la primera vez y mantiene éste accionar evitando cometer errores.					
	Indicador: Brindar servicio en tiempo prometido					
4	El personal del BCP, concluye el servicio en el tiempo prometido.					
	Indicador: Servicio sin errores					
5	El personal del BCP, mantiene el servicio exento de errores.					
	Dimensión: Capacidad de respuesta					
	Indicador: Cumplir plazos prometidos					
6	El personal del BCP, promete a sus clientes y brindan los servicios en plazos que ellos son capaces de cumplir					
	Indicador: Prontitud en el servicio					
7	El personal del BCP, está dispuesto y disponible durante la entrega del servicio.					
	Indicador: Disponibilidad para ayudar siempre					
8	El personal del BCP, siempre tiene voluntad sincera en ayudar a sus clientes.					
	Indicador: Disposición para aclarar dudas					

9	El personal del BCP, siempre está dispuesto para aclarar dudas de sus clientes.				
	Dimensión: Seguridad				
	Indicador: Inspirar confianza				
10	El comportamiento del personal del BCP, inspiran confianza en los clientes.				
	Indicador: Inspirar seguridad				
11	Los clientes del BCP, se sienten seguros en sus gestiones y/o transacciones.				
	Indicador: Cortesía				
12	El personal del BCP, trata con cortesía a los clientes				
	Indicador: Conocimiento para responder preguntas				
13	El personal del BCP, tiene información y conocimientos necesarios para responder las preguntas de los clientes.				
	Dimensión: Empatía				
	Indicador: Horarios convenientes				
14	El BCP, ofrece horarios de funcionamiento convenientes para los clientes.				
	Indicador: Atención personalizada				
15	El BCP, tiene personal que brinda atención personalizada a sus clientes cuando es requerida.				
	Indicador: Enfocados en el servicio				
16	El BCP, se esmera en brindar el mejor servicio a sus clientes.				
	Indicador: Interés y preocupación genuina				
17	El BCP, entiende las necesidades específicas de sus clientes.				
	Indicador: Compromiso de necesidades				
18	El BCP, muestra interés en los clientes y los toman en cuenta en las decisiones, actividades y proyectos.				
	Dimensión: Elementos tangibles				
	Indicador: Atracción visual de instalaciones físicas				
19	El BCP, posee instalaciones físicas modernas, cómodas, limpias, agradables y atractivas.				
	Indicador: Apariencia de equipos				
20	El BCP, tiene equipos modernos y actualizados de acuerdo a los servicios que brinda				
	Indicador: Aspecto personal				
21	En el BCP el personal se caracteriza por estar bien vestidos, limpios y aseados de acuerdo a su posición o cargo				
	Indicador: Materiales asociado al servicio				
22	En el BCP los materiales asociados con los servicios que brinda, son actualizados, confiables y de buena apariencia.				