



Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

Facultad de Ciencias Empresariales
Escuela Profesional de Administración

**Motivación laboral y calidad de servicio en el Banco Scotiabank
sede Huacho, 2023**

Tesis

Para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración

Autor

Erika Ventocilla Veramendi

Asesor

Dr. Jesús Jacobo Coronado Espinoza

Huacho - Perú

2024



Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Reconocimiento: Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN LICENCIADA

(Resolución de Consejo Directivo N° 092-2024-51/UNEDUCO de fecha 27/01/2024)

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

INFORMACIÓN

DATOS DEL AUTOR:		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	FECHA DE SUSTENTACIÓN
Erika Ventocilla Veramendi	77349744	31 de mayo del 2024
DATOS DEL ASESOR:		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CÓDIGO ORCID:
Jesús Jacobo Coronado Espinoza	15591398	0009-0008-7555-0409
DATOS DE LOS MIEMBROS DE JURADOS - PREGRADO		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CÓDIGO ORCID:
Manuel Alberto Patroni Bazalar	15594061	0000-0001-9386-7946
Damaris Faviola Medina Palma	47463656	0000-0001-9398-2039
Miguel Fernando Ramos Romero	43437043	0000-0002-8531-9576

MOTIVACIÓN LABORAL Y CALIDAD DE SERVICIO EN EL BANCO SCOTIABANK SEDE HUACHO, 2023

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

13%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

2%

★ repositorio.uwiener.edu.pe

Internet Source

Exclude quotes Off

Exclude matches < 10 words

Exclude bibliography Off

**Motivación laboral y calidad de servicio en el banco Scotiabank
sede Huacho, 2023**

Dr. Jesús Jacobo Coronado Espinoza

ASESOR

Dr. Manuel Alberto Patroni Bazalar

PRESIDENTE

M(a) Damaris Faviola Medina Palma

SECRETARIO

M(o) Miguel Fernando Ramos Romero

VOCAL

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme salud, fortaleza y ser guía en cada etapa de mi vida.

A mi familia, infinita gratitud por su apoyo, confianza y amor incondicional.

A la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión y a todos los docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales, quienes han brindado su valiosa paciencia y enseñanza, que contribuyeron significativamente a mi progreso profesional.

DEDICATORIA

A mis padres Amadeo y Miriam, quienes son los pilares de mi vida, con su amor, comprensión y apoyo incondicional, me enseñaron a nunca rendirme y seguir logrando mis metas.

INDICE

AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	I
INDICE DE TABLAS	VI
INDICE DE TABLAS DE FIGURA	VII
RESUMEN	VIII
ABSTRACT.....	IX
INTRODUCCIÓN	X
CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Descripción de la realidad problemática.....	1
1.2 Formulación del Problema.....	3
1.2.1. Problema general	3
1.2.2. Problemas específicos ...	3
1.3 Objetivos de la investigación	4
1.3.1. Objetivo general	4
1.3.2. Objetivos específicos	4
1.4 Justificación de la investigación	5
1.4.1 Justificación práctica	5
1.4.2 Justificación teórica	5
1.4.3 Justificación Social	5

1.5	Delimitaciones del estudio.....	6
1.6	Viabilidad del estudio	6
CAPITULO II. MARCO TEORICO		7
2.1.	Antecedentes de la investigación	7
2.1.1.	Investigaciones internacionales	7
2.1.2.	Investigaciones nacionales	9
2.2.	Bases teóricas	12
2.3.	Bases Filosóficas	23
2.4.	Definición de términos básicos	24
2.5.	Hipótesis de investigación.....	26
2.5.1.	Hipótesis general	26
2.5.2.	Hipótesis específicas	26
2.6.	Operacionalización de las variables e indicadores	27
CAPITULO III. METODOLOGÍA		28
3.1	Diseño metodológico	28
3.2	Población y muestra.....	28
3.3	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	29
3.4	Instrumento para el procesamiento de la información	29
CAPITULO IV. RESULTADOS.....		31
4.1	Análisis de resultados.....	31

4.1.1. Datos generales de los encuestados	31
4.1.2. Variable Motivación Laboral y sus dimensiones	36
4.1.3. Variable Calidad de Servicio y sus dimensiones	41
4.2 Supuesto de normalidad	46
4.3 Contrastación de hipótesis.....	47
CAPITULO V. DISCUSIÓN.....	52
5.1 Discusión.....	52
CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	54
6.1 Conclusiones	54
6.2 Recomendaciones.....	55
CAPITULO VII. REFERENCIAS	57
7.1 Fuentes documentales	57
7.2 Fuentes bibliográficas	59
ANEXO.....	67
ANEXO 1. ENCUESTA: MOTIVACIÓN LABORAL Y CALIDAD DE SERVICIO	68
ANEXO 2. IMÁGENES DE LOS COLABORADORES ENCUESTADOS.....	71
ANEXO 3. BASE DE DATOS SPPS.....	72

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Género de los encuestados</i>	31
Tabla 2 <i>Rango de edad de los encuestados</i>	32
Tabla 3 <i>Estado civil de los encuestados</i>	33
Tabla 4 <i>Grado de estudio de los encuestados</i>	34
Tabla 5 <i>Ingreso económico de los encuestados</i>	35
Tabla 6 <i>Motivación Laboral</i>	36
Tabla 7 <i>Percepción laboral</i>	37
Tabla 8 <i>Incentivos</i>	38
Tabla 9 <i>Reconocimiento laboral</i>	39
Tabla 10 <i>Satisfacción laboral</i>	40
Tabla 11 <i>Calidad de servicio</i>	41
Tabla 12 <i>Tipos de clientes</i>	42
Tabla 13 <i>Expectativas del cliente</i>	43
Tabla 14 <i>Satisfacción del cliente</i>	44
Tabla 15 <i>Fidelidad del cliente</i>	45
Tabla 16 <i>Resultado de la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk</i>	46
Tabla 17 <i>Correlación entre la motivación laboral y la calidad de servicio</i>	47
Tabla 17 <i>Correlación entre la percepción laboral y la calidad de servicio</i>	48
Tabla 19 <i>Correlación entre los incentivos y la calidad de servicio</i>	49
Tabla 20 <i>Correlación entre el reconocimiento laboral y la calidad de servicio</i>	50
Tabla 21 <i>Correlación entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio</i>	51

INDICE DE TABLAS DE FIGURA

<i>Figura 1.</i> Género de los encuestados	31
<i>Figura 2.</i> Rango de edad de los encuestados	32
<i>Figura 3.</i> Estado civil de los encuestados	33
<i>Figura 4.</i> Grado de estudio de los encuestados	34
<i>Figura 5.</i> Ingreso económico de los encuestados	35
<i>Figura 6.</i> Motivación Laboral.....	36
<i>Figura 7.</i> Percepción laboral.....	37
<i>Figura 8.</i> Incentivos.....	38
<i>Figura 9.</i> Reconocimiento laboral	39
<i>Figura 10.</i> Satisfacción laboral.....	40
<i>Figura 11.</i> Calidad de servicio.....	41
<i>Figura 12.</i> Tipos de clientes	42
<i>Figura 13.</i> Expectativas del cliente	43
<i>Figura 14.</i> Satisfacción del cliente	44
<i>Figura 15.</i> Fidelidad del cliente.....	45

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo principal demostrar la relación entre la motivación laboral y la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

La metodología aplicada en la investigación, tuvo un enfoque cuantitativo de diseño no experimental – transaccional, de tipo correlacional. Teniendo una población de 25 trabajadores a quienes se les aplicó un cuestionario para recabar la información necesaria para la investigación.

Llegando a la conclusión general donde se menciona que existe relación entre la motivación laboral y la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023. Además, la correlación de Rho de Spearman es de 0.650, que de acuerdo a la escala de Bisquerra tiene una relación positiva y alta. Por tal motivo, se recomienda al gerente de la entidad bancaria ofrecer reconocimientos mensuales a los trabajadores que logren un desempeño excelente en su área y así motivar al grupo humano con el que cuenta la entidad.

Palabras claves: Motivación laboral, calidad de servicio, clima laboral, reconocimiento laboral, satisfacción laboral.

ABSTRACT

The main objective of the research was to demonstrate the relationship between work motivation and service quality at Banco Scotiabank headquarters Huacho, 2023.

The methodology applied in the research had a quantitative approach with a non-experimental – transactional, correlational design. Having a population of 25 workers to whom a questionnaire was applied to collect the necessary information for the investigation.

Reaching the general conclusion where it is mentioned that there is a relationship between work motivation and service quality at Banco Scotiabank headquarters Huacho, 2023. In addition, the Spearman Rho correlation is 0.650, which according to the Bisquerra scale has a positive and high relationship. For this reason, it is recommended that the manager of the banking entity offer monthly recognition to workers who achieve excellent performance in their area and thus motivate the human group that the entity has.

Keywords: Work motivation, service quality, work environment, job recognition, job satisfaction.

INTRODUCCIÓN

Lograr hoy en día, que los trabajadores se sientan motivados dentro de las empresas es algo importante debido al gran impacto que esto tiene dentro de sus funciones o tareas asignadas, un trabajador motivado se sentirá comprometido con el logro de los objetivos de la organización y buscara la manera de integrar a sus compañeros de trabajo para que entre todos se logre el objetivo, alcanzando así un beneficio colectivo. Además de brindar una excelente calidad de servicio en cuanto a la atención del cliente.

Es por ello, que en la presente investigación se tuvo como objetivo demostrar la relación entre la motivación laboral y la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023. Donde la investigación se divide en siete capítulos, los cuales tienen el siguiente orden:

Capítulo I: Se presenta el planteamiento del problema, la realidad problemática, se plantea el problema general y los problemas específicos, se asigna los objetivos generales y específicos de la investigación, se formula la justificación de la investigación, las delimitaciones y la viabilidad de estudio.

Capítulo II: Se explica el marco teórico donde se menciona antecedentes de investigaciones internacionales y nacionales, se sustenta la investigación con bases teóricas de las variables y dimensiones, se fundamenta las definiciones conceptuales, se menciona las hipótesis de la investigación general y específica, se plasma la operacionalización de las variables.

Capítulo III: Se establece la metodológica de investigación, con el tipo de investigación, se establece la población de estudio, las técnicas e instrumentos utilizados, y del instrumento para procesar la información obtenida.

Capítulo IV: Se presenta los resultados que fueron obtenidos del cuestionario que se realizó a los trabajadores del banco para conocer su apreciación con respecto a las variables y dimensiones.

Capítulo V: Se presenta la discusión de investigación.

Capítulo VI: Se fundamenta las conclusiones y recomendaciones.

Capítulo VII: Se menciona todas las referencias que se utilizaron en la investigación.

CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

A nivel global, se logra observar que la competencia empresarial ha crecido enormemente a comparación de las décadas pasadas aún más en el plano del sector bancario, esto no solo trae cambios en el aspecto tecnológico sino también trae consigo cambios en el aspecto de factor humano, esto haciendo hincapié en todas las personas involucradas que participan a la funcionabilidad correcta e idónea de cualquier empresa de cualquier país del mundo, las empresas no podrían surgir si no cuentan con un personal que se sienta comprometido con sus labores. Es por ello que siempre se tiene que contar con motivación para el personal de la empresa, para que este pueda desempeñarse de una forma más optimista en sus labores cotidianas y con lo cual brindan un buen servicio si se encuentra en cercanía al cliente, esto significa trabajar sin presión teniendo en cuenta la voluntad de querer hacer las cosas bien y para el beneficio de la empresa u organización; es por ello que un personal motivado podrá incluso doblar sus esfuerzos siempre para poder alcanzar los objetivos trazados hasta en algunos casos sobrepasarlos. Bohórquez, Pérez, Caiche, & Benavides (2020)

En Latinoamérica, se pudo notar que el brindar una adecuada calidad de servicio hacia los clientes era símbolo de crecimiento empresarial bancario, ya que hoy en día las empresas del sector financiero buscan sobrepasar las expectativas que tienen los demandantes y así obtener su reconocimiento y posterior lealtad, para que esto se logre no solo se tiene que contar con una adecuada línea de producto ya sea tangibles o intangibles sino que el cliente interno que en estos casos son los colaboradores de la empresa tienen que estar siempre motivados para poder realizar sus actividades de buenos ánimos y de la manera excelente. Terán, Gonzáles, Ramirez, & Palomino (2021, p.5).

En el Perú, las empresas bancarias y financieras luchan por siempre querer brindar lo mejor de sus servicios a todos sus cliente, pero no todas lo consiguen pese a que invierten una fuerte suma de dinero en publicidad, pero no se dan cuenta de que el factor humano que son sus trabajadores son quienes van a permitir esa llegada de un servicio financiero eficiente hacia el cliente, para que esto pueda ser posible se tiene contar con herramientas de motivación al personal para que transite siempre motivado en horarios laborales, ofreciendo una excelente calidad de servicio, ya que si nos damos cuenta todos los clientes tienen el acercamiento con los trabajadores del banco para lograr un acceso a un crédito, pero casi todas ofrecen el mismo porcentaje de interés; pero cambia esto de acuerdo a cada asesor tenga el poder del convencimiento para lograr cerrar ese préstamo, para que esto pase el trabajador tiene que estar inspirado y siempre optimista en pocas palabras, se encuentre siempre motivado. Ayala & Moreno (2021)

En el Perú, de acuerdo al BCR en el país existen 17 entidades bancarias que luchan constantemente para captar la mayor cantidad de clientes y así crecer dentro del mercado bancario, por lo cual no solo permiten brindar una adecuada calidad de sus servicios sino que también luchan por tener a los mejores trabajadores dentro de sus filas, para poder tener un excelente talento humano, además de que ahora se enfocan en siempre conseguir de que sus colaboradores se desempeñen de la manera más eficiente debido a la cercanía que tienen con los clientes, pero no todas cuentan con estrategias para conseguir esa buena productividad por parte del trabajador, por lo que no logran tener esa fidelidad por parte del cliente. El banco Scotiabank, es una institución muy reconocida a nivel nacional que cuenta con más de 180 agencias dentro de todo el territorio peruano, por ello se posiciona como uno de los mejores dentro del sector bancario.

A nivel local, se cuenta con 9 bancos dentro del distrito de Huacho y múltiples entidades financieras como cajas y empresas, donde todos compiten para poder obtener la mayor cantidad de clientes y ser posicionadas como las mejores dentro del sector en el distrito.

En el banco Scotiabank con respecto a la motivación laboral se ha podido observar que los colaboradores no cuentan con buen estado emocional, por cuanto no cuenta con incentivos de reconocimiento, ausencia de reconocimiento por logro de metas, por presentar iniciativas, los horarios de trabajo son inflexibles, los directivos del banco no se involucran con los roles familiares, dentro de las políticas de personal no existe escalas de promoción de personal, de continuar con este estilo de dirección, el banco Scotiabank, se verá perjudicado porque los trabajadores progresivamente disminuirá su rendimiento y los clientes optaran por concurrir a bancos de la competencia, situación que nos anima proponer la implementación de técnicas de motivación para el personal, por lo que formulamos el siguiente planteamiento del problema de investigación.

1.2 Formulación del Problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre la motivación laboral y la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023?

1.2.2. Problemas específicos

¿En qué medida la percepción salarial se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023?

¿Cuál es la relación de los incentivos en la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023?

¿Cuál es el nivel de relación del reconocimiento laboral en la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023?

¿En qué medida la satisfacción laboral se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Demostrar la relación entre la motivación laboral y la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

1.3.2. Objetivos específicos

Establecer la relación entre la percepción salarial y la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

Identificar la relación entre los incentivos y la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

Determinar la relación entre el reconocimiento laboral y la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

Demostrar la relación entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Justificación práctica

La presente investigación tendrá una justificación práctica puesto que buscara conocer la relación que se tiene entre ambas variables de estudio, con lo cual se podrá saber la importancia que tiene la motivación laboral en el servicio que brinda en este caso una entidad bancaria. Donde contribuirá a darle mejoras si en caso los resultados muestren alguna deficiencia.

1.4.2 Justificación teórica

La investigación se basara en una justificación teórica puesto que se recabo información de diferentes autores para la elaboración del proyecto, además que se elaborará conclusiones y recomendaciones que servirán para futuros investigadores como un antecedente de investigación.

1.4.3 Justificación Social

El presente estudio tendrá un impacto a la sociedad por que contribuirá a que otras entidades bancarias puedan conocer la relación que guarda el aplicar una buena motivación a sus trabajadores para que estos puedan brindar una buena calidad de servicio al cliente, logrando así grandes beneficios para la entidad.

1.5 Delimitaciones del estudio

1.5.1 Delimitación geográfica

La delimitación geográfica del banco a ser estudiado se encuentra ubicado en la Avenida 28 de Julio 296 en el distrito de Huacho, provincia de Huaura y departamento de Lima.

1.5.2 Delimitación temporal

Se desarrollará en el año 2023.

1.5.3 Delimitación organizacional

La organización a ser estudiada será el Banco Scotiabank de la sede Huacho.

1.5.4 Delimitación social

Serán los colaboradores encuestados.

1.5.5 Delimitación temática

Motivación Laboral y Calidad de Servicio.

1.6 Viabilidad del estudio

El estudio será viable puesto que se cuenta con la aprobación de las personas que serán encuestadas para recabar sus datos para recopilar toda la información para el sustento de esta investigación. De igual manera se realizó con todos los procedimientos establecidos por la UNJFSC para la investigación de una tesis de pre grado.

CAPITULO II. MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Investigaciones internacionales

Muñoz (2021). Presento su trabajo de investigación titulado: “Estudio de las relaciones entre clima laboral, fuerza de clima y los factores motivacionales: estudio de caso en la empresa Flexiplast en el año 2021” que fue sustentado en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. El objetivo de su investigación fue establecer la relación que existe entre las variables de estudio que son clima laboral, fuerza de clima y factores motivacionales dentro de dicha empresa de plásticos. Es una investigación cuantitativa, no experimental de tipo descriptiva correlacional. Además, aplico una encuesta a 80 colaboradores para recabar los datos para la investigación. Donde concluye que efectivamente existe relación entre las variables de estudio, donde se evidencio altos índices de una buena percepción del clima laboral, y de que los trabajadores por ende se sienten motivados dentro del entorno laboral logrando así desenvolverse de la mejor manera.

Pérez, Bohórquez, Caiche, & Benavides (2020). Presentaron su trabajo de investigación titulado: “La motivación y el desempeño laboral: el capital humano como factor clave en una organización” que fue sustentado en la Universidad Península de Santa Elena, Ecuador. El objetivo de su investigación fue analizar la relación que existe entre las dos variables de estudio que son motivación y su desempeño dentro de dicha entidad. Es una investigación cuantitativa de tipo descriptiva. Además, aplico una encuesta a 31 colaboradores para recabar los datos

para la investigación. Donde concluyen que los resultados obtenidos muestran que existe relación entre las dos variables y de que cuenta con bajos porcentajes de motivación dentro de la organización por lo que los colaboradores de la entidad se sienten insatisfechos, con lo cual no se van a desempeñar de la manera más eficiente.

Cadena (2019). Presento su trabajo de investigación titulado: “La motivación y su relación con el desempeño laboral en la empresa Envatub S.A. de la provincia de Pichincha” que fue sustentado en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. El objetivo de su investigación fue establecer la relación que existe entre las variables de estudio que son motivación y desempeño laboral dentro de la empresa Envatub. Es una investigación cuantitativa, no experimental de tipo descriptiva. Además, aplico una encuesta a 50 colaboradores para recabar datos para la investigación. Donde concluye que efectivamente existe una ligera relación entre la motivación con el desempeño laboral, teniendo porcentajes que mejorar debido a que se evidencio bajos indicadores de una ineficiente motivación por parte de los colaboradores por lo cual no se están desempeñando de la mejor manera.

Castañeda & Soto (2019). Presento su trabajo de investigación titulado: “Factores que influyen en la motivación laboral de los colaboradores del área comercial de la entidad financiera Banco W zona centro de la ciudad de Palmira en el año 2018” que fue sustentado en la Universidad del Valle. El objetivo de su investigación fue identificar los factores que influyen en la motivación de los colaboradores de la entidad. Es una investigación cuantitativa de tipo descriptiva. Además, aplico un cuestionario a los colaboradores para recabar datos para la

investigación. Donde concluye que no existe una adecuada motivación por parte del líder de la entidad financiera puesto que él considera que el colaborador se sienta motivado por el sueldo que percibe y los beneficios que se le dan, pero gracias los datos obtenidos se muestra que no es visto de esa manera por parte de los trabajadores de la entidad financiera.

Salazar (2018). Presento su trabajo de investigación titulado: “La motivación laboral y su incidencia en la calidad del servicio en el sector Micro empresarial” que fue sustentado en la Universidad Estatal de Milagro. El objetivo de su investigación fue determinar la relación que existe entre las dos variables de estudio que son motivación laboral y calidad de servicio dentro de dicho sector. Es una investigación no experimental, descriptiva. Además, aplico una encuesta para poder recabar la información requerida para su investigación. Donde concluye que si los trabajadores se encuentran motivados, estos brindan una excelente calidad de servicio a los clientes, donde se consigue la satisfacción de los clientes y con lo cual querrán volver a comprar en una próxima oportunidad.

2.1.2. Investigaciones nacionales

Acero (2021). Presento su trabajo de investigación titulado: “La motivación laboral y la calidad de servicio en la caja municipal de ahorro y crédito Cuzco, Tacna, 2021” que fue sustentado en la Universidad Privada de Tacna. El objetivo de su investigación fue determinar la relación que existe entre las dos variables de estudio que son Motivación Laboral y Calidad de Servicio dentro de dicha entidad. Es una investigación básica, de tipo correlacional. Además, aplico una encuesta a

80 colaboradores para recabar los datos para la investigación. Donde concluye que la Motivación Laboral, tiene relación directa y con alta intensidad con la Calidad de Servicio de la empresa ($p=0.00$; $r=.740$), por lo cual es necesario tener motivado al personal para que brinde un buen servicio.

Simon (2021). Presento su trabajo de investigación titulado: “Motivación laboral y su influencia en la calidad de servicio en la empresa Mendoza & Tapia SAC, Lima, 2021” que fue sustentado en la Universidad Peruana de las Américas. El objetivo de su investigación fue determinar la influencia que existe entre las dos variables de estudio que son Motivación Laboral y Calidad de Servicio dentro de dicha empresa. Es una investigación básica, no experimental y de tipo correlacional. Además, aplico una encuesta a 20 colaboradores de la empresa para recabar los datos para la investigación. Donde concluye que efectivamente existe influencia entre ambas variables de estudio, además de que el personal considera que existe un alto grado de motivación en la empresa y solo se muestra una regular calidad de servicio, por lo que se tiene que implantar otras estrategias para mejorar el porcentaje de la calidad de servicio ofrecido.

Aguilar (2020). Presento su trabajo de investigación titulado: “La motivación y su relación con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera CrediScotia sede Lima” que fue sustentado en la Universidad Ricardo Palma. El objetivo de su investigación fue determinar la relación que existe entre las dos variables de estudio que son motivación y el desempeño laboral dentro de dicha entidad. Es una investigación no experimental de tipo descriptivo correlacional. Además, aplico una encuesta a 210 trabajadores de la entidad para

recabar los datos para la investigación. Donde concluye que no existe relación entre las variables de estudio; es decir, que la motivación no está relacionado con el desempeño que tiene los trabajadores de la financiera, razón por la que se tiene que replantear las políticas de compensación para que estas dos variables guarden relación.

Simeon (2020). Presento su trabajo de investigación titulado: “La motivación y desempeño laboral de los trabajadores de la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo en la agencia la Oroya 2020” que fue sustentado en la Universidad Alas Peruanas. El objetivo de su investigación fue determinar la relación que existe entre las dos variables de estudio que son motivación y desempeño laboral dentro de dicha entidad. Es una investigación no experimental, de tipo descriptivo correlacional. Además, aplico una encuesta a 20 colaboradores para recabar datos para la investigación. Donde concluye que existe relación significativa entre ambas variables de estudio por lo que se menciona que teniendo motivados a los trabajadores, estos podrán desempeñarse de la mejor manera en el contexto laboral.

Arango (2018). Presento su trabajo de investigación titulado: “Motivación y su influencia en el desempeño laboral de los trabajadores de MiBanco, agencia Lima este, 2018” que fue sustentado en la Universidad Inca Garcilaso de la Vega. El objetivo de su investigación fue demostrar la influencia que existe entre las dos variables de estudio que son Motivación y desempeño de los trabajadores dentro de este banco. Es una investigación básica, no experimental descriptiva. Además, aplico una encuesta a 81 colaboradores del banco para recabar datos para la investigación. Donde concluye que la motivación influye en el desempeño que

tienen los colaboradores de MiBanco de la agencia Lima este, por lo que menciona que es necesario implantar mejoras dentro de la entidad para que el colaborador se encuentre más motivado y con ello su desempeño pueda ser más eficiente.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Motivación Laboral

Definiciones

Para definir ampliamente la primera variable, es necesario desglosar el primer término; motivación es el impulso que logran adquirir las personas que le permiten hacer un esfuerzo extra para conseguir un objetivo o meta que tiene trazado, este impulso puede deberse a varios factores que según cada persona le dé un grado de importancia para que pueda percibirlo y se motive a alcanzar su objetivo. Además de que es necesario por el plano psicológico para que una persona se encuentre siempre alegre y con energía para realizar sus actividades cotidianas, puesto que una persona desmotivada realiza sus acciones sin ponerle ganas y lo hace simplemente por obligación o necesidad. Santander (2021)

Existen dos tipos de motivación según Cox (2008):

- La primera que es la motivación intrínseca o también conocida como motivación interna que es como su mismo nombre indica un tipo de motivación que nace por la voluntad o el instinto mismo de la persona donde él se siente satisfecho por realizar alguna acción sin la necesidad de tener la obligación de hacerlo por presión de terceros, por ejemplo realizar cosas deportivas como jugar

el fútbol que algunas personas lo hacen por la simple voluntad de que se sienten bien haciendo dicho deporte.

- Mientras que el otro es la motivación extrínseca o también denominada motivación externa, en este tipo de motivación la persona realiza el trabajo o una acción bajo presión para conseguir alguna recompensa que es ofrecido por un tercero, en el caso de trabajadores de ventas este tipo de motivación tiene relación con los incentivos por superación de ventas establecidas. (p.120)

Es por ello que la motivación en el plano laboral, se refiere a ese impulso que le dan las empresas a sus trabajadores para conseguir su mejor desenvolvimiento y puedan poner su mejor esfuerzo para conseguir los objetivos trazados por la empresa; es por ello que hoy en día las organizaciones buscan la manera más idónea de incentivar a sus trabajadores para que estos puedan estar siempre motivados y mejorar también su productividad laboral logrando así obtener múltiples beneficios para las empresas.

Dimensiones

❖ Percepción laboral

De acuerdo a Euroinnova (2019), se trata de una impresión que tienen los trabajadores entorno a su centro laboral, donde influye varios aspectos como el clima que se percibe, el grupo de compañeros con los que cuenta, el ambiente físico o incluso hasta la misma expectativa que tenga el colaborador acerca de la empresa, ya que para el trabajador si todos estos factores

mencionados no cumplen con su expectativa, es evidente que el trabajador se sentirá insatisfecho y desmotivado.

Además Robaina (2022), para que un trabajador se sienta motivado es necesario que dentro del entorno laboral se cuente con una buena base de comunicación para que todo el grupo se pueda integrar, ya que si nos damos cuenta las empresas son la segunda familia que tiene cualquier trabajador debido a tantas horas laborales que permanece en una empresa. Por ello, es necesario que los jefes inmediatos traten de instituir una buena comunicación dentro del entorno para que todos los trabajadores involucrados puedan comprometerse a lograr los objetivos que se tiene trazado. (p.4)

Por lo cual es de gran importancia que el colaborador tenga una buena perspectiva laboral para que se sienta cómodo y pueda desempeñarse de la mejor manera, logrando así tener una buena productividad lo cual será beneficioso para la empresa, aparte de que apoyara a generar un buen clima laboral y tener todo el grupo humano comprometido para alcanzar los objetivos trazados. Muñoz (2016)

❖ **Incentivos**

Cruelles (2013). Es un tipo de motivación que ayuda a la persona a realizar una acción de una forma más eficaz y productiva, esto en el plano laboral es algo muy cotidiano que ofrecen hoy en día las empresas debido a que este tipo de motivación establece una meta que debe ser alcanzada o superada por los trabajadores, un claro ejemplo es el tema de trabajadores de ventas o

producción quienes tienen un mejor incentivo salarial si logran sobrepasar una meta que ellos previamente ya han trazado; pero en muchos de los casos esto es percibido por el trabajador de diferentes maneras ya que en algunos aspectos se realiza por obligación, es decir que si no se cumple dicha meta puede ser despedido y en otro aspecto con fines motivacionales donde el empleado lo ve como una buena manera de esforzarse poniéndole más dedicación y voluntad. (p.8)

Es por ello que existen dos tipos de incentivos, según Ruiz & Parreño (2013), los:

- Incentivos monetarios: Son aquellos donde se relaciona el tema del dinero de por medio, para tratar de conseguir el máximo esfuerzo del trabajador para lograr dicha meta establecida, como por ejemplo si el trabajador logra superar una cierta cantidad de ventas mensuales recibe un porcentaje de dinero extra a su sueldo normal, con lo cual cualquier persona pone su máximo esfuerzo para lograr dicho objetivo.

- Incentivos no monetarios: Son aquellos incentivos que también buscan alcanzar una motivación al trabajador para que este pueda esforzarse en conseguir una meta trazada, pero a comparación de la anterior esta no será otorgado en dinero directo sino será como una recompensa como días libres de trabajo o un mejor puesto laboral, esto dependerá mucho de cada trabajador de como sea percibido por él si le parece suficiente o no para lograr dicha motivación; en ambos de los casos la empresa busca que sus trabajadores puedan comprometerse más con su desempeño laboral. (p.204)

❖ **Reconocimiento laboral**

De acuerdo a Martínez (2003), es un tipo de estrategia que realizan las empresas para resaltar el trabajo o esfuerzo realizado por sus trabajadores para que estos puedan sentirse reconocidos como pieza importante de la organización, donde se busca que el colaborador pueda sentirse valorado por la empresa y este pueda desempeñarse de la mejor manera en su ámbito laboral, ya que si esto no se lleva a cabo puede que el trabajador sienta que dentro de la empresa no lo consideran como una pieza importante para el funcionamiento y además que el trabajo que realiza no tiene mayor trascendencia por lo que se puede desmotivar, siendo así algo perjudicial para el buen funcionamiento de la empresa. (p.59)

Mientras que da Silva (2021), establece que existen tres tipos de reconocimiento, los cuales son:

- Reconocimiento formal: Como su mismo nombre indica, es un reconocimiento que se realiza en un ámbito ceremonial donde se reúne a todo un grupo de trabajadores para hacer distinción y premiar el trabajo de algún trabajador que siempre sea muy productivo en la empresa.

- Reconocimiento informal: Es un tipo de reconocimiento que se realiza con menor relevancia al anterior, donde en este caso solo se puede reunir a cierto grupo de trabajadores para reconocer el trabajo realizado de un colaborador sin la necesidad de hacer una ceremonia más especial.

- Bonos: Es un tipo de reconocimiento que se le da a aquellos trabajadores que están relacionado a las ventas directas con los clientes, en este tipo de reconocimiento prima el tema monetario de por medio para tratar de incentivar el buen trabajo realizado por algún trabajador en específico.

❖ **Satisfacción laboral**

Ruiz, Alcalde, & Landa (2006), mencionan que la satisfacción laboral se refiere a la postura que tienen los trabajadores de los resultados que desea obtener por su esfuerzo laboral que ellos ponen en relación con lo que al final logran conseguir; es decir, si el trabajador no logra alcanzar los objetivos que tiene trazado su grado de satisfacción será débil debido a que se va a frustrar por no haber alcanzado lo que él se esperaba, con lo cual su productividad será menor y se sentirá desmotivado ya que no va a confiar en su potencial para poder alcanzar o incluso superar las expectativas que ellos tienen sobre alguna tarea en específica. (p.613)

De igual manera, de acuerdo a Bizneo (2020), menciona que la satisfacción laboral está estrechamente relacionado con el concepto de la motivación ya que sin un trabajador se encuentra satisfecho, éste se sentirá motivado para desempeñarse de la mejor manera en sus actividades laborales. Es por ello, que para que esto pueda ser posible existen varios factores que inciden que el colaborador se pueda sentir satisfecho, estos factores son:

- El clima laboral; contar con una buena confraternidad de compañerismo dentro de las empresas y con un adecuado ambiente físico, permitirá en una

parte que el trabajador se sienta cómodo para ejercer sus funciones con lo cual se podrá sentir satisfecho en dicho aspecto.

- El puesto; dependerá de qué posición tenga el trabajador dentro de la empresa, si este se encuentra en un área más “reconocida” como ejecutivo o jefe de área el colaborador se sentirá más admirado por el cargo que tiene.

- Cultura organizacional; las políticas que tengan implantadas las empresas influirán en el comportamiento del colaborador ya que estos verán si dichas políticas afectan de forma positiva o negativa, por ejemplo si la empresa tiene una política de descontarte media jornada del día laboral si llegas tarde el trabajador se sentirá muy presionado de asistir antes de la hora a la empresa.

2.2.2. Calidad de servicio

Definiciones

Para Cardozo (2021), la calidad de servicio es un tipo de estrategia que tienen las organizaciones para mejorar el trato al cliente ofreciéndole una buena atención y de hacerle llegar una buena experiencia en el proceso de compra que ellos realicen con lo cual los clientes querrán venir nuevamente porque se sentirán satisfechos por la buena experiencia que ha tenido previamente con la empresa. Es por ello, que es importante que todas las empresas puedan establecer un panorama claro para brindar una eficiente calidad de sus servicios a todos sus clientes para poder así incrementar sus ventas y crear un lazo perdurable con los clientes, además que con

ello la imagen de la empresa se verá más prestigiada y apreciada dentro del sector empresarial.

En tanto para Editorial Vértice (2008), la calidad hace mención a diferentes tipos de clientes y hacia quien estará dirigido dichas estrategias para convencerlo logrando que tenga una buena experiencia, un ejemplo claro es un estudiante que quieran permanecer en un hotel de 3 estrellas para que pueda descansar, con que se cuente con los servicios básicos él se sentirá satisfecho y podrá mencionar que es de calidad de hotel; pero si se tiene otro cliente más exigente como un empresario reconocido el querrá que el servicio sea lo mejor sino para él la calidad de servicio de dicho hotel será la peor que el haya experimentado. Por ello es necesario saber hacia qué público objetivo estará enfocado la calidad de los servicios de una empresa para que se pueda entablar una buena experiencia al cliente y este se sienta satisfecho con lo cual quizás quede fidelizado. (p.1)

Dimensiones

❖ Tipos de clientes

Antes de definir los tipos de clientes, tenemos que definir el concepto de “cliente”, que de acuerdo a Freemantle (1998), se trata de aquella persona o empresa quien tendrá una necesidad de compra y hacia quien ira dirigido el servicio o producto final, en este caso se puede tener clientes directos que son aquellos que demandaran o consumirán nuestro producto y el otro son los clientes indirectos quienes harán el pago pero no serán ellos los beneficiados por el producto o servicio, tenemos el caso de aquellos padres que compran

productos para sus hijos ellos son los que harán el pago correspondiente pero no serán quienes consuman los productos. (p.28)

Con esto conocemos que el cliente es aquel que siempre tendrá una necesidad de comprar que va a querer ser satisfecha, pero de acuerdo a Krajewski & Ritzman (2000), dentro de las empresas existen dos tipos de clientes que en ambos deben de ser satisfechas las necesidades que ellos presenten, ellos los define como:

- Cliente externo: Son todas aquellas personas o empresas quien demandan un producto o servicio en específico y quien tiene la interacción de compra.

- Cliente interno: Se le denomina de esa manera a todas las personas que integran una empresa u organización, y quienes participan en el logro de objetivos. (p.217)

❖ **Expectativas del cliente**

Para Rodríguez (2022), son todas aquellas experiencias que el cliente va a compartir en un determinado proceso de compra, lo que espera recibir el cliente no solo del producto sino también de la experiencia misma de la compra, por lo que es necesario que se le ofrezca una adecuada calidad de servicio para que el cliente pueda sentirse complacido con la empresa, por lo cual el servicio al cliente es una de las fuentes más cercanas que tienen las personas con la empresa. Todo esto traerá grandes beneficios para la empresa, debido a que si el cliente logra conseguir o superar las expectativas

que tiene, ellos se verán fidelizados y querrán nuevamente regresar en una posterior compra por la experiencia buena que ya tuvo con anterioridad además que va a reconocer a la empresa como una de las mejores y donde recomendará a terceros a que también vivan esta experiencia.

❖ **Satisfacción del cliente**

Hayes (2002), lo define como la sensación que tienen los consumidores o compradores luego de haber experimentado un proceso de compra, por lo que han obtenido una buena experiencia cumpliendo o sobrepasándola, y hoy en día con un mundo tan globalizado donde la competencia empresarial es constante, las empresas buscan ofrecer el mejor servicio a sus clientes para que estos no se marchen en una próxima compra, es por ello que se tiene que medir la satisfacción de los clientes para lograr múltiples beneficios para la empresa como es el caso de un reconocimiento dentro del sector y además de aumentar las ventas logrando así mayor ingreso.(p.18)

Es por ello que las empresas deben buscar algunos métodos para medir en qué grado está la satisfacción de los clientes, son las siguientes de acuerdo a Asociación Española para la Calidad (2003):

- Por medio de las quejas y sugerencias, esto es un claro ejemplo de que las empresas deben poner en marcha un libro de reclamaciones y un buzón de quejas para conocer si dentro de la empresa se está brindando un buen servicio, con lo cual si no se está brindando una adecuada calidad, los clientes

se sentirán incómodos e insatisfechos por lo que querrán mostrar esa molestia mediante quejas.

- Mediante encuestas ya sea escritas u orales, para conocer su punto de apreciación ya que algunos no son de expresar directamente su incomodidad por lo que este tipo de medición es muy apto en las empresas para conocer el grado de satisfacción del cliente.

- Mediante el promedio de ventas mensuales, vamos a conocer si las ventas disminuyen es porque no están llegando los clientes a adquirir los productos lo cual puede ser una señal de insatisfacción. (p.17)

❖ **Fidelidad del cliente**

Para que un comprador pueda volver en otras oportunidades a realizar una compra ya sea de un producto o un servicio, este tiene que serle fiel a dicha empresa para que esto suceda con reiteración. Es por ello que de acuerdo a Bastos (2007), la fidelidad del cliente se trata del comportamiento que tendrán los consumidores de nuestros productos o servicios de retornar en una próxima eventualidad, para ello se crea un lazo amical con la empresa debido a la satisfacción que ellos tienen al vivir esta experiencia de compra, lo cual resultara muy beneficioso para la organización que logre alcanzar dicha fidelidad por parte de sus clientes.

Mientras que Setó (2004), menciona que es difícil lograr que la totalidad de los consumidores puedan ser fidelizados dentro de una empresa cuando no se cuenta con estrategias o planes de fidelización debido a que en algunos

de los casos esto tiene que ser vista por el área de marketing, debido a que la lealtad del cliente se basara en las experiencias que esta puedan tener con la empresa no solo en el proceso de compra que hayan realizado sino en un proceso posterior a la compra para conocer su apreciación del cliente para saber si le está sirviendo el producto o servicio adquirido o si tiene alguna duda que pueda ser resuelta por parte de los trabajadores de la empresa. (p.11)

2.3. Bases Filosóficas

Para la primera variable se tomó como referencia a Fischman (2014), en su libro presentado “Motivación 360° Cómo implementarla en la vida y en la empresa”.

Define a la motivación laboral como la fuerza o impulso que van a percibir los trabajadores de una empresa para poder desenvolverse de una forma más productiva en sus funciones estableciendo un buen clima laboral. Es por ello, que las organizaciones incentiven a sus trabajadores para conocer si estos se encuentran cómodos en todos los aspectos de la empresa además de brindarle una adecuada infraestructura física para que ellos se sientan satisfechos. Además esto dependerá de la personalidad de cada trabajador, ya que todas las personas no tienen el mismo modo de percibir las cosas, esto en mención de que no todas se van a adecuar para ser motivadas, por ejemplo si para algunos trabajadores la forma de reconocer sus trabajo mediante una distinción le genere un fuerte estímulo de motivación para otros puede que no lo sea y tal vez sea los beneficios económicos como aumento o gratificación que les genere una mayor motivación.

Mientras que para la segunda variable se tomó a Salvador (2008), quien en su libro “Calidad de servicios: el camino hacia la fidelidad del consumidor”, nos menciona que la

calidad de servicio se trata de ofrecerle una satisfacción a los clientes para que estos puedan superar las expectativas que ellos tengan, brindando una atención personalizada para su comodidad y de que además lleven una buena experiencia en su proceso de adquisición ya sea de un bien o un servicio. Esto permitirá posicionarse a la empresa como una de las mejores dentro del sector, con lo cual va a traer consigo grandes beneficios no solo económicos sino de posicionamiento elevando su prestigio y teniendo la premisa de crecer empresarialmente.

2.4. Definición de términos básicos

➤ Marketing relacional

“Es una estrategia del marketing que busca crear lazos estables con los clientes, este con el fin de lograr su fidelización y tener un mejor reconocimiento empresarial dentro del sector” (Burgos, 2007).

➤ Trabajo en equipo

“Hace referencia a la conformación de un grupo de trabajadores que comparten metas y objetivos en común, donde comparten una secuencia de actividades para alcanzar dicho objetivo” (Katzenbach & Smith, 2015).

➤ Estrés laboral

“Es una reacción anímica que tendrán los trabajadores debido a la sobrecarga laboral que tienen y lo cual complica su desenvolvimiento en sus funciones laborales” (Vidal, 2019).

➤ **Bonos**

“Son aquellas compensaciones extras que se le entregan a los trabajadores fuera de su sueldo establecido, en como una compensación añadida por su buen desempeño o por haber pasado una meta establecida por la empresa” (Cruelles, 2013).

➤ **CrM**

“Gestión de Relaciones con el Cliente, hace referencia a las estrategias que tienen las empresas para tener una relación más cercana y amena con el cliente” (Valle, 2015).

➤ **Ambiente laboral**

“Hace referencia a todo lo que rodea al trabajador dentro de la empresa; es decir su espacio físico, sus compañeros y las políticas de la empresa” (Jacobs & Homburger, 1992, p.156).

➤ **Promociones**

“Es una estrategia de campaña publicitaria que se realiza durante un tiempo limitado, ofreciendo beneficios a los clientes como descuentos o 2x1 en sus compras” (Bastos, 2007).

➤ **Comunicación asertiva**

“Es un tipo de comunicación que permite ser amables con la otra persona poniéndonos en su lugar para poder expresarnos sin poder lastimarlo o herirlo” (Presley, 2022).

➤ **Compromiso**

“Es una obligación que tiene en este caso ya sea el trabajador con la empresa o viceversa, esto puede ser por ejemplo un contrato de trabajo que es un compromiso entre ambas partes” (Paglia, 2009).

2.5. Hipótesis de investigación

2.5.1. Hipótesis general

Existe relación entre la motivación laboral y la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

2.5.2. Hipótesis específicas

La percepción laboral se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

Los incentivos se relacionan con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

El reconocimiento laboral se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

La satisfacción laboral se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

2.6. Operacionalización de las variables e indicadores

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
VARIABLE 1 Motivación laboral	Fischman (2014), señala que es la fuerza o impulso que van a percibir los trabajadores de una empresa para poder desenvolverse de una forma más productiva en sus funciones o tareas laborales.	Percepción laboral	- Puesto de trabajo. - Trabajo en equipo. - Ambiente laboral.	1-3
		Incentivos	- Monetarios. - No monetarios.	4-5
		Reconocimiento laboral	- Reconocimiento formal. - Reconocimiento informal. - Bonos.	6-7
		Satisfacción laboral	- Clima laboral. - Cultura organizacional. - Estrés.	8-9
VARIABLE 2 Calidad de Servicio	Salvador (2008), menciona que la calidad de servicio se trata de ofrecerles una satisfacción a los clientes para que estos puedan superar las expectativas que ellos tengan.	Tipos de clientes	- Clientes internos - Clientes Externos - Comportamiento del cliente.	10-11
		Expectativas del cliente	- Cumplir lo ofrecido. - Atención personalizada. - Eficiencia de servicio.	12-13
		Satisfacción del cliente	- Experiencia de compra. - Calidad de atención. - Respuesta post-compra.	14-15
		Fidelidad del cliente	- Promociones y descuentos. - Marketing relacional. - CMR.	16-18

CAPITULO III. METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

“La presente investigación es de enfoque cuantitativo puesto que se tendrá el apoyo de datos numéricos para recabar datos para la refutación de resultados, que gracias a la estadística será establecido con gráficos de barra y tablas” Gómez (2006).

“Además será de tipo básica, puesto que busca mejorar los conocimientos ya existentes con el apoyo de fundamentos teóricos, con la finalidad de saber la verdad” Burns & Grove (2005).

“De diseño no experimental, puesto que no se manipularan las variables de estudio y solo se prestara observarlos en su naturaleza” Gómez (2006).

“Con un nivel correlacional, donde se estudia dos variables de estudio para conocer la influencia que tiene una variable sobre la otra y el grado de relación que tienen” (Bernal, 2006, p.113).

3.2 Población y muestra

“La población estudiada comprenderá a todos los individuos que comprendan a un sector en específico, mientras que la muestra será una pequeña parte de toda la población esto con el fin de reducir para ser mejor estudiada” (Burns & Grove, 2005).

Es por ello que en la actual investigación la población estudiada será de 25 trabajadores del Banco Scotiabank sede Huacho, 2023. Esto al no ser una población muy extensa no será necesario realizar una muestra y se optara para trabajar con la totalidad de la población.

3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica utilizada para esta investigación será la encuesta para recoger los datos necesarios para la presente tesis.

Para la presente investigación será necesario contar con un modelo de cuestionario para obtener los datos para el presente estudio. El cuestionario está compuesto por dos dimensiones: "Motivación Laboral", que está compuesta por 9 ítems que se dividen en 4 dimensiones; "Calidad de Servicio", que está compuesta también por 9 ítems que se dividen en 4 dimensiones. Estos ítems apoyaran en medir el nivel de motivación laboral con respecto a la calidad de servicio que se brinda en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023. La escala de medición es de 1= Nunca, 2= Casi nunca, 3= A veces, 4= Casi siempre, y 5= Siempre.

3.4 Instrumento para el procesamiento de la información

Para vaciar los datos extraídos se utilizó el software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versión 29. Además, se necesitó del Microsoft Excel versión 2013 para configurar los gráficos de barras y circulares en 3D.

3.5. Matriz de Consistencia

	PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
P R I N C I P A L	¿Cuál es la relación entre la motivación laboral y la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023?	Demostrar la relación entre la motivación laboral y la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.	Existe relación entre la motivación laboral y la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.	VARIABLE 1 Motivación laboral	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Percepción laboral ▪ Incentivos ▪ Reconocimiento laboral ▪ Satisfacción laboral 	1. Enfoque de la Investigación: Cuantitativo 2. Tipo de Investigación: Básica 3. Diseño de Investigación No experimental 4. Nivel de Investigación Correlacional 5. Población y muestra Los 25 trabajadores del banco Scotiabank sede Huacho, 2023. 6. Técnicas de recolección de datos: - Encuestas 7. Análisis interpretación de la información - Tablas - Figuras - Software spss - Excel 2013
	¿En qué medida la percepción salarial se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023?	Establecer la relación entre la percepción salarial y la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.	La percepción laboral se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.	VARIABLE 2 Calidad de Servicio	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tipos de clientes ▪ Expectativas del cliente ▪ Satisfacción del cliente ▪ Fidelidad del cliente 	
	¿Cuál es la relación de los incentivos en la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023?	Identificar la relación entre los incentivos y la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.	Los incentivos se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.			
	¿Cuál es el nivel de relación del reconocimiento laboral en la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023?	Determinar la relación entre el reconocimiento laboral y la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.	El reconocimiento laboral se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.			
¿En qué medida la satisfacción laboral se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023?	Demostrar la relación entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.	La satisfacción laboral se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.				
E S P E C Í F I C O S						

CAPITULO IV. RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados

4.1.1. Datos generales de los encuestados

Tabla 1
Género de los encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	14	56,0	56,0	56,0
	Masculino	11	44,0	44,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Datos extraídos de la encuesta efectuada a los trabajadores del banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

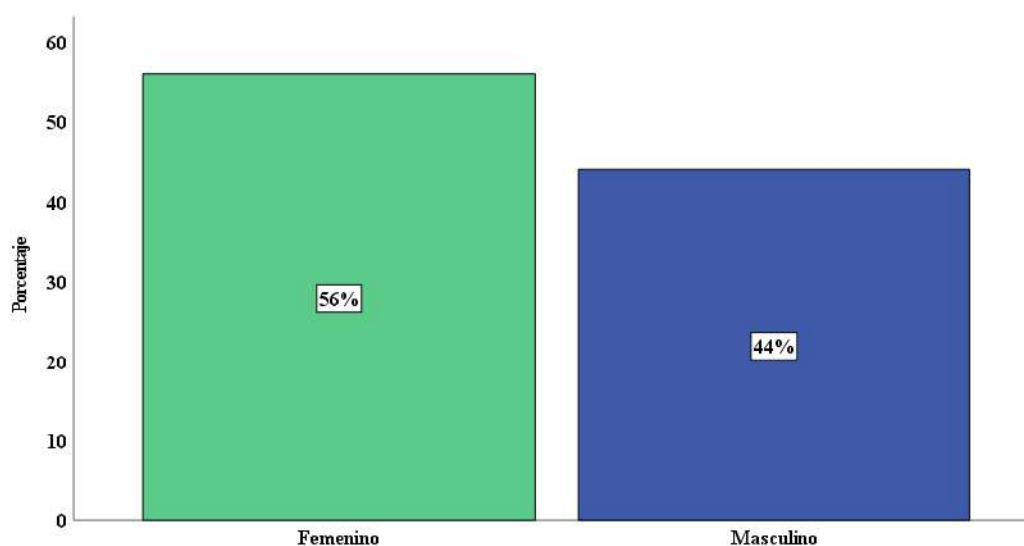


Figura 1. Género de los encuestados

Se aprecia en la tabla y figura 1, que el 56% de los trabajadores encuestados del banco Scotiabank sede Huacho, 2023 son de género femenino y el 44% son de género masculino.

Tabla 2
Rango de edad de los encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 22 hasta los 27 años	13	52,0	52,0	52,0
	De 28 hasta los 33 años	2	8,0	8,0	60,0
	De 34 hasta los 39 años	5	20,0	20,0	80,0
	De 40 hasta los 42 años	5	20,0	20,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Datos extraídos de la encuesta efectuada a los trabajadores del banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

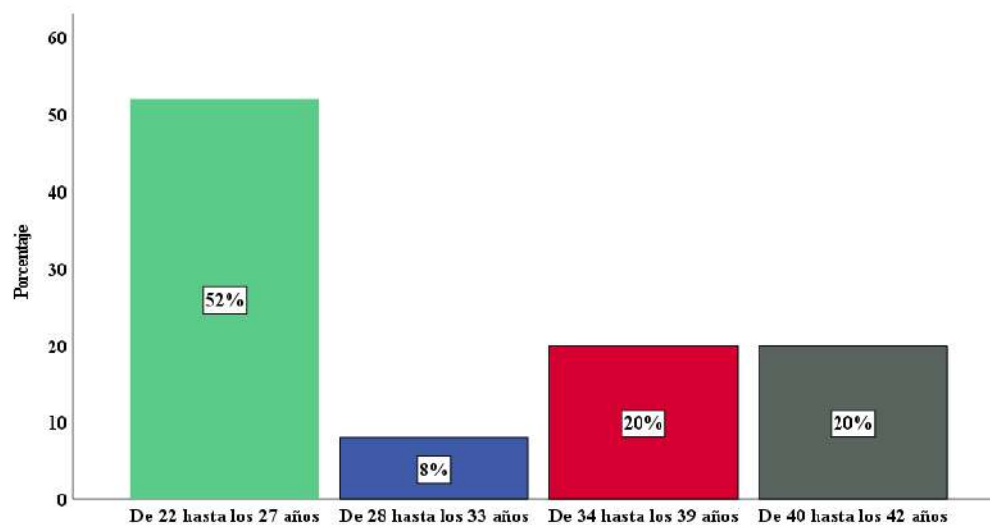


Figura 2. Rango de edad de los encuestados

Se aprecia en la tabla y figura 2, de los trabajadores encuestados del banco Scotiabank sede Huacho, 2023. El 52% tienen una edad de 22 hasta los 27 años, un 8% tienen entre 28 hasta los 33 años, en tanto el 20% tiene de 34 hasta los 39 años y finalmente el 20% tiene entre 40 hasta los 42 años de edad.

Tabla 3
Estado civil de los encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casado	2	8,0	8,0	8,0
	Divorciado	4	16,0	16,0	24,0
	Soltero	19	76,0	76,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Datos extraídos de la encuesta efectuada a los trabajadores del banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

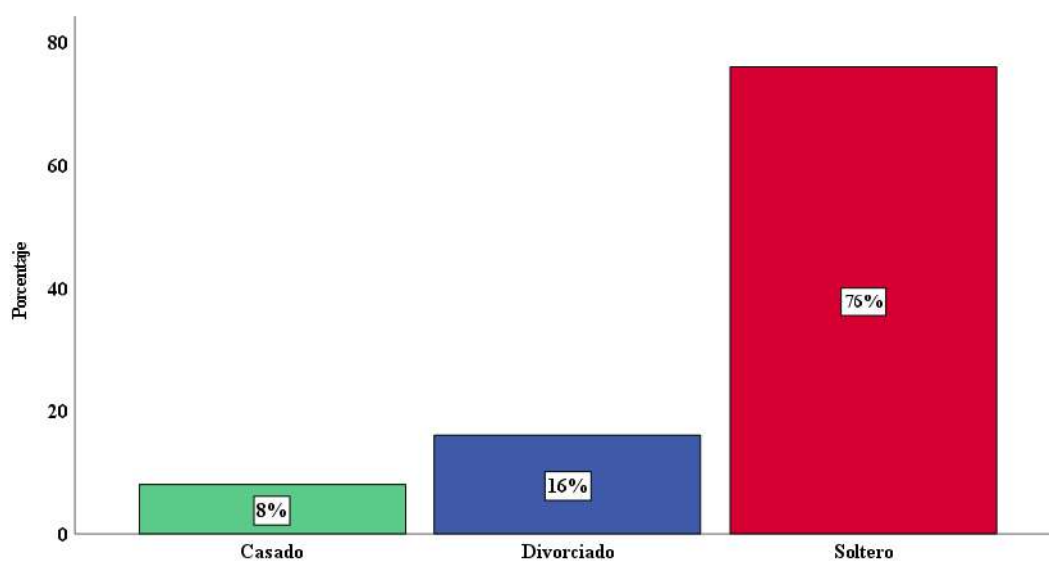


Figura 3. Estado civil de los encuestados

Se aprecia en la tabla y figura 3, de los trabajadores encuestados del banco Scotiabank sede Huacho, 2023. El 8% tienen un estado civil de casado, en tanto el 16% son divorciados y finalmente el 76% es de estado civil soltero.

Tabla 4
Grado de estudio de los encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Maestro o doctor	3	12,0	12,0	12,0
	Técnico	4	16,0	16,0	28,0
	Universitario	18	72,0	72,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Datos extraídos de la encuesta efectuada a los trabajadores del banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

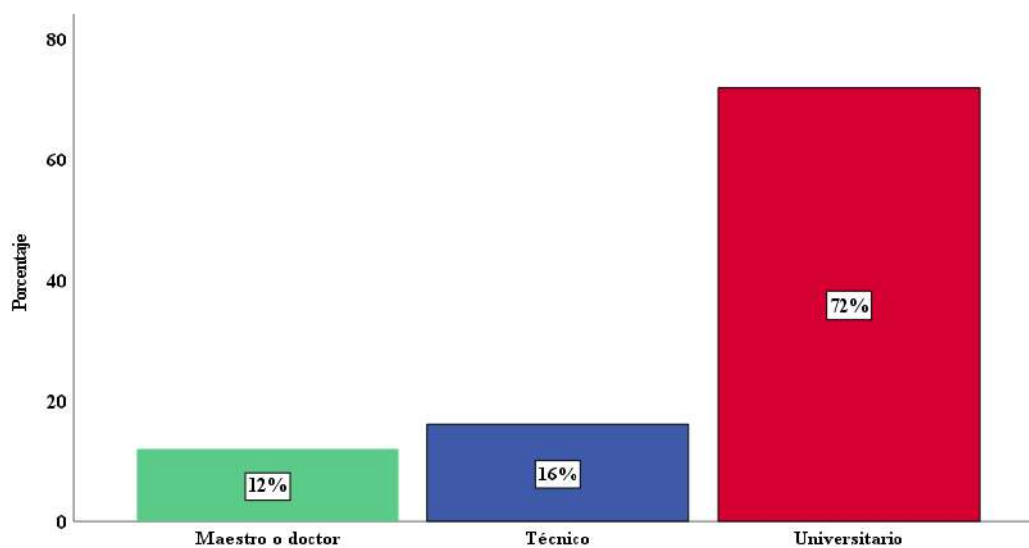


Figura 4. Grado de estudio de los encuestados

Se aprecia en la tabla y figura 4, de los trabajadores encuestados del banco Scotiabank sede Huacho, 2023. El 12% de los trabajadores poseen un grado de maestro o doctor, el 16% poseen estudios técnicos y en tanto el 72% cuenta con estudios universitarios, entendiendo que todos los trabajadores son profesionales.

Tabla 5
Ingreso económico de los encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	S/. 1 026 a S/. 1800	5	20,0	20,0	20,0
	S/. 1801.00 a S/. 2600	9	36,0	36,0	56,0
	S/. 2601.00 a S/. 3500	6	24,0	24,0	80,0
	S/. 3501.00 a más.	4	16,0	16,0	96,0
	Sueldo básico S/. 1 025	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Datos extraídos de la encuesta efectuada a los trabajadores del banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

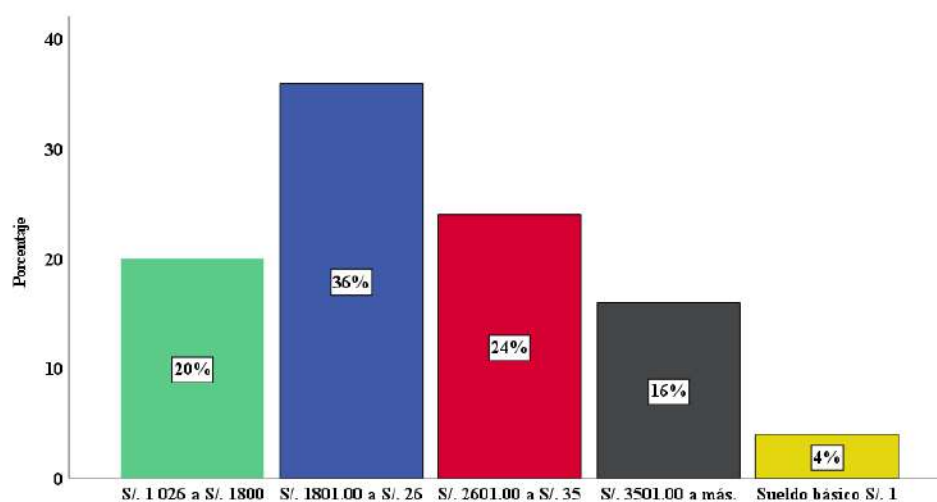


Figura 5. Ingreso económico de los encuestados

Se aprecia en la tabla y figura 4, de los trabajadores encuestados del banco Scotiabank sede Huacho, 2023. El 20% de los trabajadores poseen un ingreso de S/.1 026 a S/.1800, un 36 % poseen un ingreso de S/.1 801.00 a S/.2 600, un 24% poseen un ingreso de S/.2 601.00 a S/.3 500, en tanto que el 16% poseen un ingreso de S/. 3501.00 a más y finalmente el 4% poseen un ingreso de sueldo básico S/.1 025.

4.1.2. Variable Motivación Laboral y sus dimensiones

Tabla 6
Motivación Laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	6	24,0	24,0	24,0
	Regular	12	48,0	48,0	72,0
	Bueno	7	28,0	28,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Datos extraídos de la encuesta efectuada a los trabajadores del banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

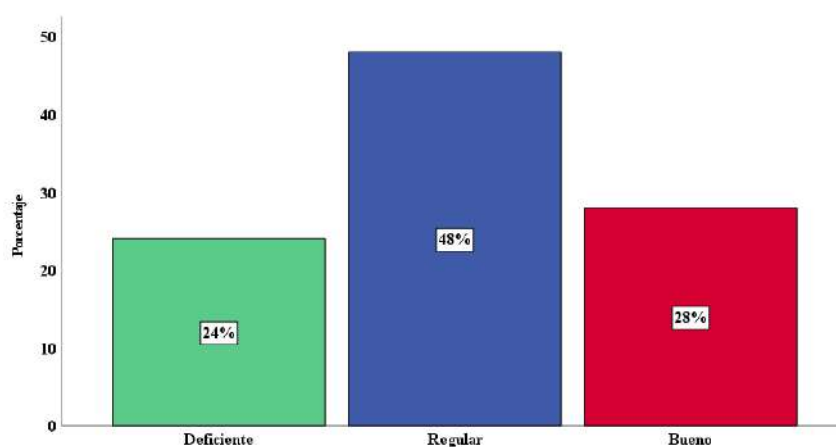


Figura 6. Motivación Laboral

Se aprecia en la tabla y figura 6, de los trabajadores encuestados del banco Scotiabank sede Huacho, 2023. El 24% de ellos consideran como deficiente la motivación laboral dentro del banco, el 48% lo considera como regular, mientras que un 28% lo considera como Bueno. Por lo cual, es necesario mejorar dicho indicador para que los trabajadores puedan sentirse motivados para así poder realizar sus funciones de la mejor manera.

Tabla 7
Percepción laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	10	40,0	40,0	40,0
	Regular	15	60,0	60,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Datos extraídos de la encuesta efectuada a los trabajadores del banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

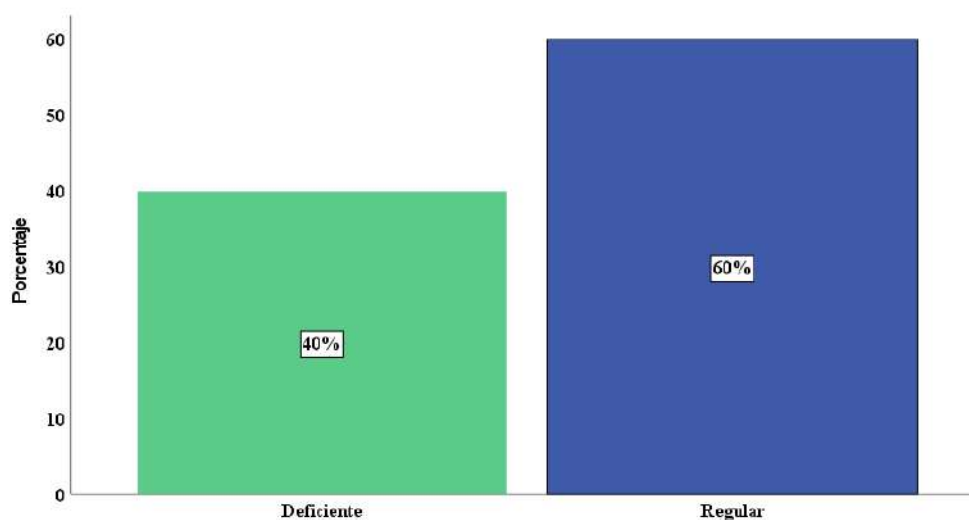


Figura 7. Percepción laboral

Se aprecia en la tabla y figura 7, de los trabajadores encuestados del banco Scotiabank sede Huacho, 2023. El 40% consideran como deficiente la percepción laboral, mientras que el 60% lo considera como regular, mientras que ninguno lo considera como bueno. Por lo cual, es necesario mejorar dicho indicador para que los trabajadores puedan tener una mejor percepción con respecto a las labores que desempeñan dentro del banco.

Tabla 8
Incentivos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	4	16,0	16,0	16,0
	Regular	15	60,0	60,0	76,0
	Bueno	6	24,0	24,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Datos extraídos de la encuesta efectuada a los trabajadores del banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

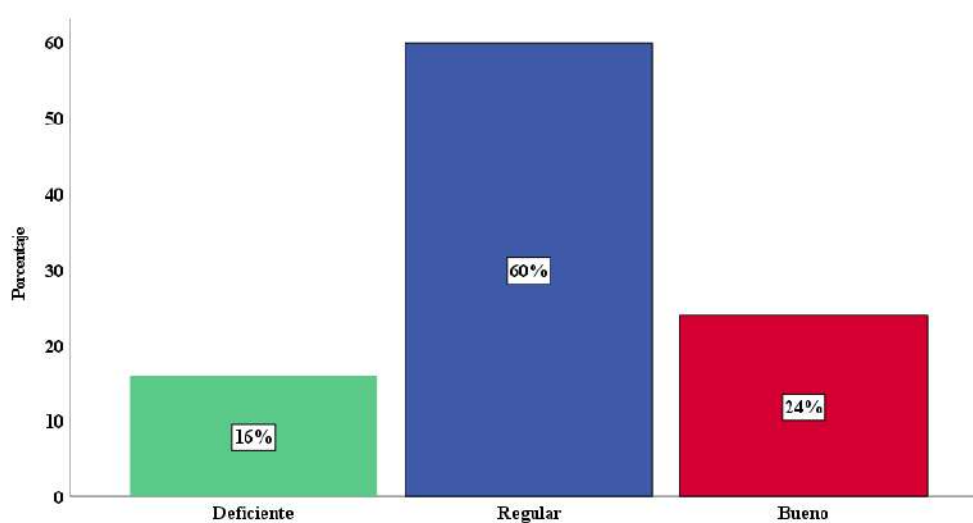


Figura 8. Incentivos

Se aprecia en la tabla y figura 8, de los trabajadores encuestados del banco Scotiabank sede Huacho, 2023. El 16% consideran como deficiente los incentivos que se brinda dentro del banco, en tanto el 60% lo considera como regular, mientras que un 24% lo considera como Bueno. Por lo cual, es necesario mejorar dicho indicador de incentivos para tratar de alcanzar una mejor motivación a sus trabajadores.

Tabla 9
Reconocimiento laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	13	52,0	52,0	52,0
	Regular	12	48,0	48,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Datos extraídos de la encuesta efectuada a los trabajadores del banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

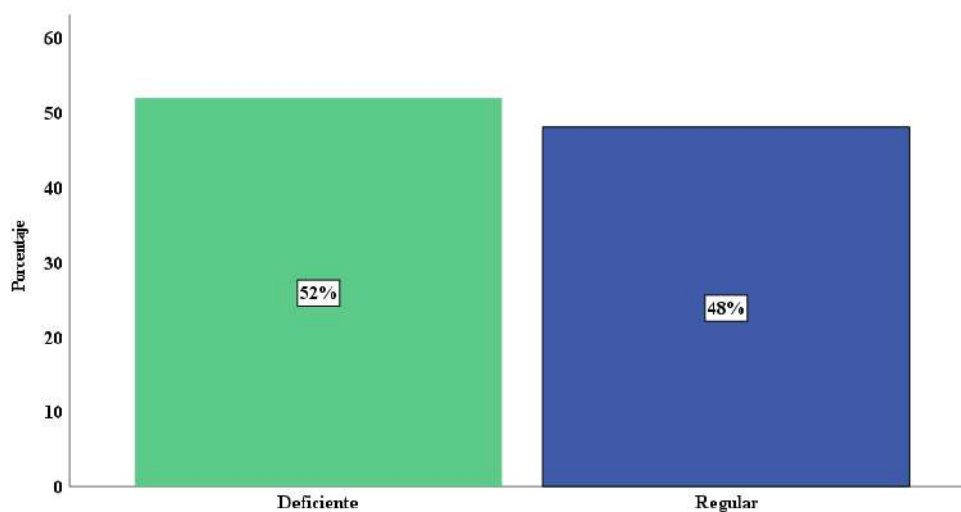


Figura 9. Reconocimiento laboral

Se aprecia en la tabla y figura 9, de los trabajadores encuestados del banco Scotiabank sede Huacho, 2023. El 52% de ellos consideran como deficiente el reconocimiento laboral que se brinda dentro del banco, en tanto el 48% lo considera como regular, mientras ningún trabajador lo considera como Bueno. Por lo cual, es necesario que se mejore dicho indicador para que los trabajadores se sientan más identificados con el banco y se sientan satisfechos.

Tabla 10
Satisfacción laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	22	88,0	88,0	88,0
	Regular	3	12,0	12,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Datos extraídos de la encuesta efectuada a los trabajadores del banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

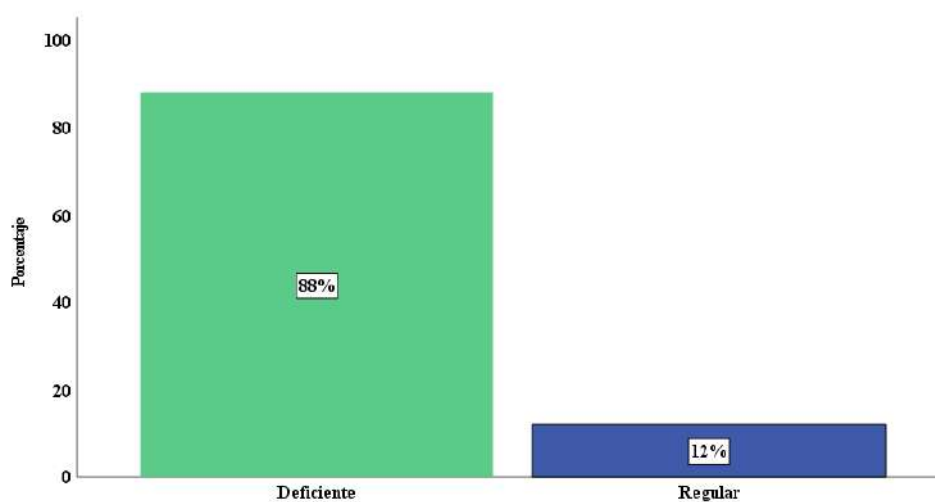


Figura 10. Satisfacción laboral

Se aprecia en la tabla y figura 10, de los trabajadores encuestados del banco Scotiabank sede Huacho, 2023. El 88% de ellos consideran como deficiente la satisfacción laboral que se brinda en el banco, en tanto solo el 12% lo considera como regular, mientras ningún trabajador lo considera como Bueno. Por lo cual, es necesario que se mejore dicho indicador, ya que al contar con trabajadores satisfechos estos podrán trabajar comprometidos con el logro de los objetivos.

4.1.3. Variable Calidad de Servicio y sus dimensiones

Tabla 11
Calidad de servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	8	32,0	32,0	32,0
	Regular	10	40,0	40,0	72,0
	Bueno	7	28,0	28,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Datos extraídos de la encuesta efectuada a los trabajadores del banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

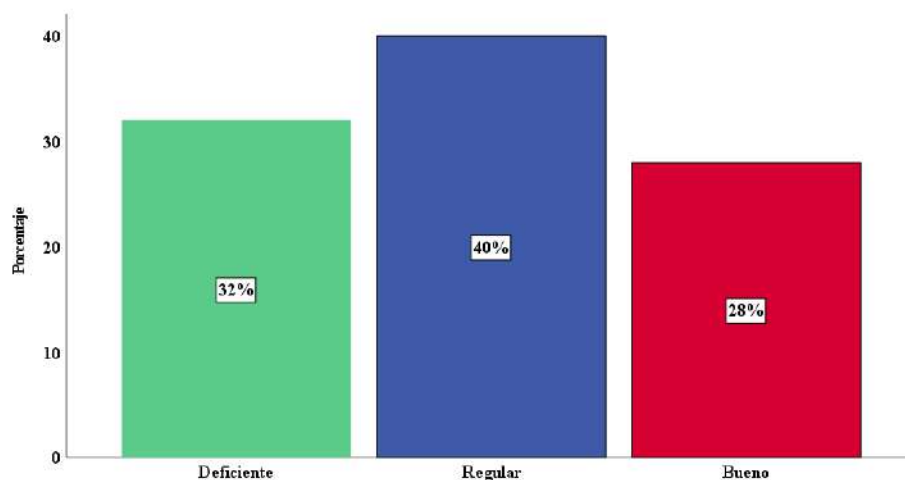


Figura 11. Calidad de servicio

Se aprecia en la tabla y figura 11, de los trabajadores encuestados del banco Scotiabank sede Huacho, 2023. El 32% consideran como deficiente la calidad de servicio que se brinda a los clientes, en tanto el 40% lo considera como regular, mientras que el 28% lo considera como Bueno. Por lo cual, es necesario mejorar dicho indicador y analizar capacitaciones para que los trabajadores puedan brindar un excelente servicio.

Tabla 12
Tipos de clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	9	36,0	36,0	36,0
	Regular	16	64,0	64,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Datos extraídos de la encuesta efectuada a los trabajadores del banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

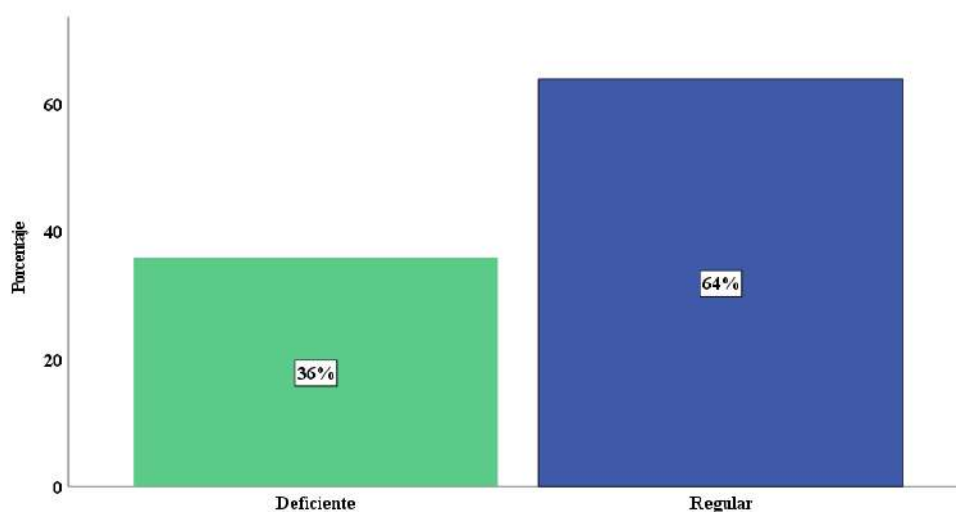


Figura 12. Tipos de clientes

Se aprecia en la tabla y figura 12, de los trabajadores encuestados del banco Scotiabank sede Huacho, 2023. El 36% de ellos consideran como deficiente a los tipos de clientes que asisten al banco, en tanto el 64% lo considera como regular, mientras ningún trabajador lo considera como Bueno.

Tabla 13
Expectativas del cliente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	2	8,0	8,0	8,0
	Regular	23	92,0	92,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Datos extraídos de la encuesta efectuada a los trabajadores del banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

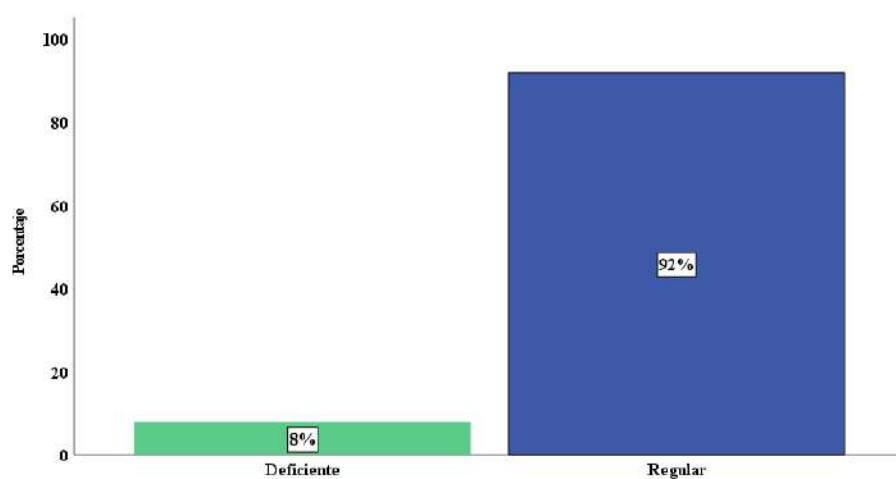


Figura 13. Expectativas del cliente

Se aprecia en la tabla y figura 13, de los trabajadores encuestados del banco Scotiabank sede Huacho, 2023. El 8% de ellos consideran como deficiente las expectativas que tienen del cliente del banco, en tanto un considerable 92% lo considera como regular, mientras ningún trabajador lo considera como Bueno. Por lo cual, es necesario que implemente mejoras para que el personal del banco pueda tener una mejor cercanía con los clientes.

Tabla 14
Satisfacción del cliente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	14	56,0	56,0	56,0
	Regular	11	44,0	44,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Datos extraídos de la encuesta efectuada a los trabajadores del banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

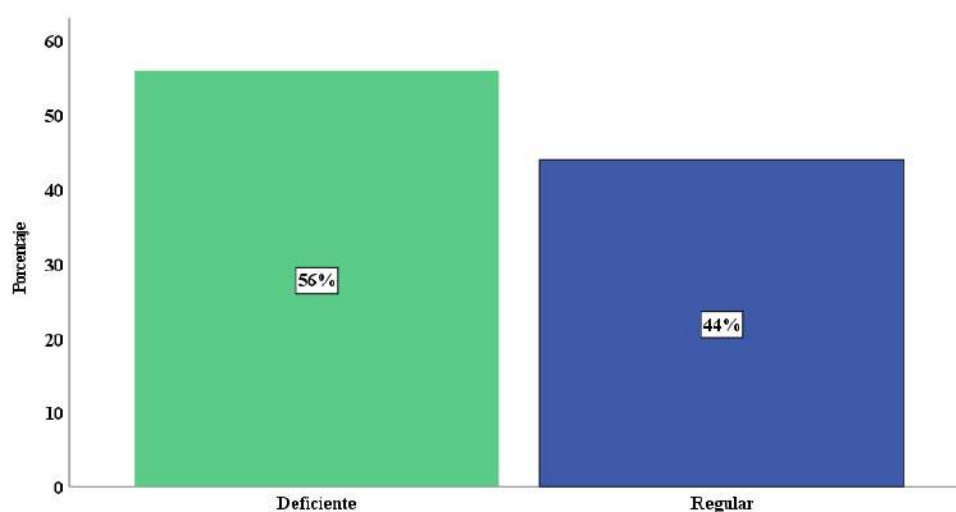


Figura 14. Satisfacción del cliente

Se aprecia en la tabla y figura 14, de los trabajadores encuestados del banco Scotiabank sede Huacho, 2023. El 56% de ellos consideran como deficiente la satisfacción que tienen los clientes, en tanto el 44% lo considera como regular, mientras ningún trabajador lo considera como Bueno. Por lo cual, es necesario que se mejore dicho indicador debido a que refiere que no se le está brindando una adecuada atención a los clientes por lo que se percibe su insatisfacción.

Tabla 15
Fidelidad del cliente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	12	48,0	48,0	48,0
	Regular	11	44,0	44,0	92,0
	Bueno	2	8,0	8,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Fuente: Datos extraídos de la encuesta efectuada a los trabajadores del banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

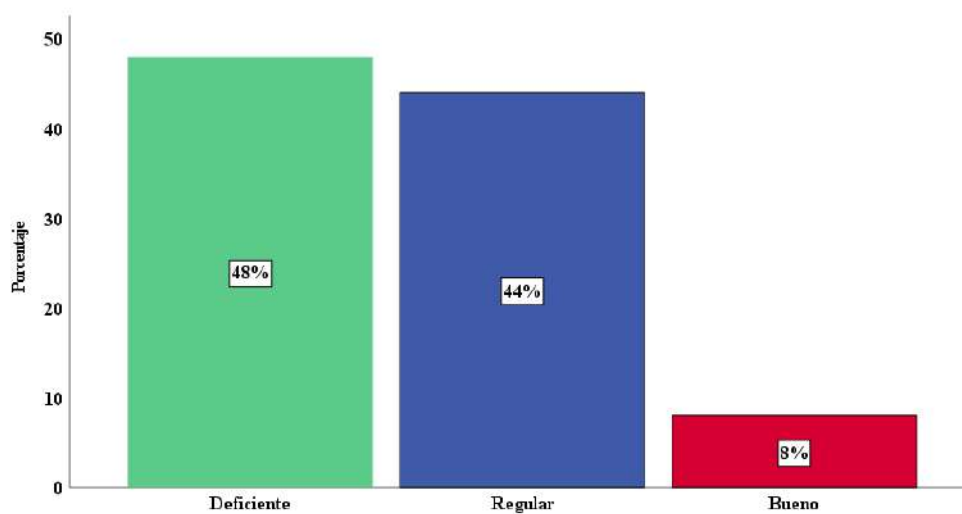


Figura 15. Fidelidad del cliente

Se aprecia en la tabla y figura 15, de los trabajadores encuestados del banco Scotiabank sede Huacho, 2023. El 48% consideran como deficiente la fidelidad que tienen los clientes al banco, en tanto el 44% lo considera como regular, mientras que solo el 8% lo considera como Bueno. Por lo cual, es necesario implantar estrategias para lograr la fidelidad de los clientes que asisten al banco.

4.2 Supuesto de normalidad

Tabla 16
Resultado de la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
MOTIVACIÓN LABORAL	,813	25	,001
Percepción laboral	,625	25	,001
Incentivos	,786	25	,001
Reconocimiento laboral	,639	25	,001
Satisfacción laboral	,384	25	,001
CALIDAD DE SERVICIO	,809	25	,001
Tipos de clientes	,610	25	,001
Expectativas del cliente	,308	25	,001
Satisfacción del cliente	,634	25	,001
Fidelidad del cliente	,756	25	,001

Fuente: Datos extraídos de la encuesta efectuada a los trabajadores del banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

APRECIACIÓN:

Se aprecia en la tabla 16, al ser una muestra <50 se va a aplicar la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk. Además, se aprecia que entre las variables y dimensiones tienen un nivel de significancia ($p < 0.05$), al no tener una distribución normal se utilizará la prueba de Rho Spearman para medir la correlación las hipótesis planteadas.

4.3 Contrastación de hipótesis

Hipótesis General

H₀: No existe relación entre la motivación laboral y la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

H₁: Existe relación entre la motivación laboral y la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

Tabla 17

Correlación entre la motivación laboral y la calidad de servicio

			MOTIVACIÓN LABORAL	CALIDAD DE SERVICIO
Rho de Spearman	MOTIVACIÓN LABORAL	Coefficiente de correlación	1,000	,650**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	25	25
	CALIDAD DE SERVICIO	Coefficiente de correlación	,650**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	25	25

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

Interpretación:

Se aprecia en la tabla 17 que la significancia asintótica (p-valor= 0,000) es inferior al nivel de significancia (p-valor= 0,05), con lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, que existe relación entre la motivación laboral y la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023. Además, la correlación de Rho de Spearman es de **0.650**, de acuerdo a la escala de Bisquerra tiene una relación positiva y alta.

Hipótesis Específica 01

H₀: La percepción laboral no se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

H₁: La percepción laboral se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

Tabla 18

Correlación entre la percepción laboral y la calidad de servicio

		Percepción laboral	CALIDAD DE SERVICIO
Rho de Spearman	Percepción laboral	1,000	,807**
	Coefficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	.	,001
	N	25	25
	CALIDAD DE SERVICIO	,807**	1,000
	Coefficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	,001	.
	N	25	25

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

Interpretación:

Se aprecia en la tabla 18 que la significancia asintótica (p-valor= 0,000) es inferior al nivel de significancia (p-valor= 0,05), con lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, donde la percepción laboral se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023. Además, la correlación de Rho de Spearman es de **0.807**, de acuerdo a la escala de Bisquerra tiene una relación positiva y muy alta.

Hipótesis Específica 02

H₀: Los incentivos no se relacionan con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

H₁: Los incentivos se relacionan con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

Tabla 19
Correlación entre los incentivos y la calidad de servicio

		CALIDAD DE		
			Incentivos	SERVICIO
Rho de Spearman	Incentivos	Coefficiente de correlación	1,000	,748**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	25	25
	CALIDAD DE	Coefficiente de correlación	,748**	1,000
	SERVICIO	Sig. (bilateral)	,001	.
		N	25	25

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

Interpretación:

Se aprecia en la tabla 19 que la significancia asintótica (p-valor= 0,000) es inferior al nivel de significancia (p-valor= 0,05), con lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, donde los incentivos se relacionan con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023. Además, la correlación de Rho de Spearman es de **0.748**, de acuerdo a la escala de Bisquerra tiene una relación positiva y alta.

Hipótesis Específica 03

H₀: El reconocimiento laboral no se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

H₁: El reconocimiento laboral se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

Tabla 20

Correlación entre el reconocimiento laboral y la calidad de servicio

			Reconocimiento laboral	CALIDAD DE SERVICIO
Rho de Spearman	Reconocimiento laboral	Coefficiente de correlación	1,000	,460
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	25	25
	CALIDAD DE SERVICIO	Coefficiente de correlación	,460	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	25	25

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

Interpretación:

Se aprecia en la tabla 20 que la significancia asintótica (p-valor= 0,000) es inferior al nivel de significancia (p-valor= 0,05), con lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, donde el reconocimiento laboral se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023. Además, la correlación de Rho de Spearman es de **0.460**, de acuerdo a la escala de Bisquerra tiene una relación positiva y moderada.

Hipótesis Específica 04

H₀: La satisfacción laboral no se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

H₁: La satisfacción laboral se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023.

Tabla 21

Correlación entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio

		Satisfacción laboral	CALIDAD DE SERVICIO
Rho de Spearman	Satisfacción laboral	1,000	,536
	Coeficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	.	,001
	N	25	25
	CALIDAD DE SERVICIO	,536	1,000
	Coeficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	,001	.
	N	25	25

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

Interpretación:

Se aprecia en la tabla 21 que la significancia asintótica (p-valor= 0,000) es inferior al nivel de significancia (p-valor= 0,05), con lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, donde la satisfacción laboral se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023. Además, la correlación de Rho de Spearman es de **0.536**, de acuerdo a la escala de Bisquerra tiene una relación positiva y moderada.

CAPITULO V. DISCUSIÓN

5.1 Discusión

- Con respecto al objetivo general, se logró demostrar en la hipótesis general que existe relación entre la motivación laboral y la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023. Esto guarda relación con lo mencionado por Acero (2021), quien en su investigación concluye que la Motivación Laboral, tiene relación directa y con alta intensidad con la Calidad de Servicio de la empresa ($p=0.00$; $r=.740$), por lo cual menciona que es necesario tener motivado al personal para que brinde un buen servicio.
- Con respecto al objetivo específico N^a1, se logró demostrar en la hipótesis específica N^a1 que la percepción laboral se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023. Esto guarda relación con lo mencionado por Aguilar (2020), quien en su investigación concluye que no existe relación entre las variables de estudio; es decir, que la motivación no está relacionado con el desempeño que tiene los trabajadores de la financiera, razón por la que se tiene que replantear las políticas de compensación para que estas dos variables guarden relación.
- Con respecto al objetivo específico N^a2, se logró demostrar en la hipótesis específica N^a2 que los incentivos se relacionan con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023. Esto guarda relación con lo mencionado por Castañeda & Soto (2019), quien en su investigación menciona que no existe una adecuada motivación por parte del

líder de la entidad financiera puesto que él considera que el colaborador no se siente motivado por el sueldo que percibe y los beneficios que se le dan.

- Con respecto al objetivo específico N^o3, se logró demostrar en la hipótesis específica N^o3 que el reconocimiento laboral se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023. Esto guarda relación con lo mencionado por Cadena (2019), quien en su investigación concluye que efectivamente existe una ligera relación entre la motivación con el desempeño laboral, teniendo porcentajes que mejorar debido a que se evidencio bajos indicadores de una ineficiente motivación por parte de los colaboradores por lo cual no se están desempeñando de la mejor manera.
- Con respecto al objetivo específico N^o4, se logró demostrar en la hipótesis específica N^o4 que la percepción laboral se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023. Esto guarda relación con lo mencionado por Muñoz (2021), quien en su investigación concluye que efectivamente existe relación entre las variables de estudio, donde se evidencio altos índices de una buena percepción del clima laboral, y de que los trabajadores por ende se sienten motivados dentro del entorno laboral logrando así desenvolverse de la mejor manera.

CAPITULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- Existe relación entre la motivación laboral y la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023. Además, la correlación de Rho de Spearman es de 0.650, de acuerdo a la escala de Bisquerra tiene una relación positiva y alta.
- La percepción laboral se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023. Además, la correlación de Rho de Spearman es de 0.807, de acuerdo a la escala de Bisquerra tiene una relación positiva y muy alta.
- Los incentivos se relacionan con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023. Además, la correlación de Rho de Spearman es de 0.748, de acuerdo a la escala de Bisquerra tiene una relación positiva y alta.
- El reconocimiento laboral se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023. Además, la correlación de Rho de Spearman es de 0.460, de acuerdo a la escala de Bisquerra tiene una relación positiva y moderada.
- La satisfacción laboral se relaciona con la calidad de servicio en el Banco Scotiabank sede Huacho, 2023. Además, la correlación de Rho de Spearman es de 0.536, de acuerdo a la escala de Bisquerra tiene una relación positiva y moderada.

6.2 Recomendaciones

- Se recomienda al gerente de recursos humanos, ofrecer reconocimientos a los colaboradores por el cumplimiento de las metas alcanzadas o por el buen desempeño en la atención brindada a los clientes en el día a día, o de manera mensual realizar reuniones por inicio de mes donde se reconozca dicho logro al colaborador para que esté se sienta valorado por la entidad. Dicho reconocimiento, puede ser acompañado de un incentivo económico a dicho colaborador o al equipo que logre sobrepasar las metas previstas, ya que esto traerá beneficios a la entidad bancaria.
- Se recomienda al gerente de recursos humanos, realizar pausas activas en el trabajo para que los trabajadores puedan realizar actividades físicas momentáneas y se puedan desestresar por toda la carga física y mental que trae el trabajo. De igual manera, se puede recibir las opiniones de cualquier colaborador si algo no está marchando de buena manera según su parecer, para poder corregir los problemas que puedan existir dentro de la identidad y como gerente no las conozca.
- Se recomienda al gerente de recursos humanos, celebrar los cumpleaños de los colaboradores y fechas festivas al finalizar el horario laboral para fomentar la integración de todos los colaboradores de la entidad bancaria para que se familiaricen y puedan entablar una amistad que permitirá tener un buen clima laboral, así como de campeonatos deportivos para entablar más la confraternidad entre compañeros de trabajo.

- Se recomienda al gerente de recursos humanos, conocer la percepción del trabajador con respecto a las políticas y valores que tiene en la entidad bancaria para poder conocer si les agrada o les incomoda, ya que dicha percepción puede traer consigo una falta de identidad del trabajador con la entidad y como resultado una desmotivación laboral. Además, de ofrecer un crecimiento profesional a los colaboradores para poder subir de área dentro de la entidad, por ejemplo si se lanza una convocatoria sobre un cargo superior dentro de la entidad, los trabajadores del banco tendrían también la posibilidad de postular a dicho cargo y podrían asumirlo.
- Por último, se recomienda al gerente de recursos humanos para conocer la percepción de la calidad de servicio que se brinda dentro de la entidad, será necesario realizar una encuesta a los clientes para medir su apreciación y conocer si es una buena calidad de servicio que brindan los colaboradores o no es la adecuada, para implementar nuevas estrategias para mejorar dicho indicador.

CAPITULO VII. REFERENCIAS

7.1 Fuentes documentales

Acero, D. (2021). La motivación laboral y la calidad de servicio en la caja municipal de ahorro y crédito Cuzco, Tacna, 2021. Para optar el título profesional. Universidad privada de tacna, Tacna, Perú. Obtenido de <https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/2115/Acero-Romero-Dante.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Aguilar, M. (2020). La motivación y su relación con el desempeño del equipo de asesores de ventas del área comercial de la financiera CrediScotia sede Lima. Tesis para obtención de título. Universidad Ricardo Palma, Lima, Perú. Obtenido de https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/3613/ADM-T030_46885074_T%20%20%20AGUILAR%20ROJAS%20MARGOHT.pdf?sequence=1

Arango, H. (2018). Motivación y su influencia en el desempeño laboral de los trabajadores de MiBanco, agencia Lima este, Lima, 2018. Tesis para obtención de título. Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima, Perú. Obtenido de http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2430/MOTIVACI%C3%92N%20Y%20SU%20INFLUENCIA%20EN%20EL%20DESEMPE%C3%91O%20LABORAL%20DE%20LOS%20TRABAJADORES%20DE%20MI%20BANCO%2C%20AGENCIA%20LIMA%20ESTE%2C%20Lima%2C%202018_.pdf?sequence=1&isAllow

- Ayala, K., & Moreno, L. (2021). LA MOTIVACIÓN LABORAL Y LA PRODUCTIVIDAD DE. Tesis de licenciatura. Universidad Privada del Norte, Lima, Perú. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/28566/Ayala%20Moriano%20Katherinne%20Lissbeth%20-%20Moreno%20Del%20Rio%20Luz%20Esperanza.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Bohórquez, E., Pérez, M., Caiche, W., & Benavides, A. (2 de 6 de 2020). La motivación y el desempeño laboral: el capital humano como factor clave en una organización. scielo, 3. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000300385
- Cadena, E. (2019). La motivación y su relación con el desempeño laboral en la empresa Envatub S.A. de la provincia de Pichincha. Proyecto de investigación. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ambato, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2877/1/77044.pdf>
- Salazar, C. (2018). La motivación laboral y su incidencia en la calidad del servicio en el sector Micro empresarial. Investigación documental. Universidad estatal de milagro, Milagro, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4416/1/LA%20MOTIVACION%20Y%20SU%20INCIDENCIA%20EN%20LA%20CALIDAD%20DEL%20SERVICIO%20EN%20EL%20SECTOR%20MICROEMPRESARIAL.pdf>
- Simeon, A. (2020). La motivación y desempeño laboral de los trabajadores de la caja municipal de ahorro y crédito Huancayo en la agencia la Oroya 2020. Tesis para

obtener título. Universidad, Huancayo, Perú. Obtenido de https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/10382/Tesis_Motivaci%C3%B3n_Desempe%C3%B1oLaboral_Caja%20Municipal.Ahorro.Cr%C3%A9dito%20Huancayo_agencia%20La%20Oroya.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Simon, M. (2021). Motivación laboral y su influencia en la calidad de servicio en la empresa Mendoza & Tapia SAC, Lima, 2021. Tesis para optar título profesional. Universidad peruana las américas, Lima, Perú. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2992/1.EJEMPLAR%20EN%20DIGITAL%20TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

7.2 Fuentes bibliográficas

Asociación Española para la Calidad. (2003). Cómo medir la satisfacción del cliente. Valencia, España: Asociación Española para la Calidad. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/C%C3%B3mo_medir_la_satisfacci%C3%B3n_del_cliente/5_aHCogvwyEC?hl=es-419&gbpv=1

Bastos, A. (2007). Fidelización Del Cliente. Barcelona, España: Ideaspropias. Obtenido de https://www.google.com/books/edition/Fidelizaci%C3%B3n_Del_Cliente/8nj-kruWt1gC?kptab=editions&sa=X&ved=2ahUKEwimrP_sibeBAxXXIrkGHW1HBR1QmBZ6BAgIEAc

Bernal, C. (2006). Metodología de la investigación. Naucalpan, México: Pearson Educación. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Metodolog_a_de_la_investigaci_n/h4X_e

Fai59oC?hl=es-

419&gbpv=1&dq=nivel+correlacional&pg=PA113&printsec=frontcover

Bizneo. (2020). 5 factores que influyen en la satisfacción laboral. Santiago: Bizneo. Obtenido de <https://www.bizneo.com/blog/satisfaccion-laboral/>

Burgos, E. (2007). Marketing Relacional. La Coruña, España: Netbiblo. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Marketing_Relacional/HN-ouMHamIAC?hl=es-419&gbpv=1&dq=marketing+relacional&printsec=frontcover

Burns, N., & Grove, S. (2005). Investigación en enfermería. Madrid, España: El Sevier. Obtenido de

[https://www.google.com.pe/books/edition/Investigacion_en_Enfermeria/5UNB9ZknC84C?hl=es-](https://www.google.com.pe/books/edition/Investigacion_en_Enfermeria/5UNB9ZknC84C?hl=es-419&gbpv=1&dq=investigacion+basica&pg=PA31&printsec=frontcover)

419&gbpv=1&dq=investigacion+basica&pg=PA31&printsec=frontcover

Cardozo, L. (2021). Calidad del servicio: qué es, su importancia y los 5 pilares fundamentales. Zenvia, 5. Obtenido de <https://www.zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/>

Castañeda, I., & Soto, L. (2019). Factores que influyen en la motivación laboral de los colaboradores del área comercial de la entidad financiera Banco W zona centro de la ciudad de Palmira en el año 2018. Trabajo de grado. Universidad del Valle, Quito, Ecuador. Obtenido de

<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/server/api/core/bitstreams/c1da8a05-8d5a-4f64-b151-99ea4fc29d10/content>

Cox, R. (2008). Psicología del deporte. Madrid, España: Médica Panamericana S.A. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Psicolog%C3%ADa_del_deporte/Kd-gACAIW0IC?hl=es-419&gbpv=1

Cruelles, J. (2013). Productividad e incentivos. Barcelona, España: Marcombo. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Productividad_e_incentivos/keXDrXAU5YYC?hl=es-419&gbpv=1&dq=incentivos&printsec=frontcover

da Silva, D. (23 de 07 de 2021). Reconocimiento laboral: el poder de los empleados felices. Blog de Zendesk, 5. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/reconocimiento-laboral/>

Editorial Vértice. (2008). La calidad en el servicio al cliente. Madrid, España: Vértice SL. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/La_calidad_en_el_servicio_al_cliente/M5yGtQ5m4yAC?hl=es-419&gbpv=0

Euroinnova. (2019). que es una percepción laboral. Buenos aires: Euroinnova. Obtenido de <https://www.euroinnova.pe/blog/que-es-una-percepcion-laboral>

Fischman, D. (2014). Motivación 360° Cómo implementarla en la vida y en la empresa. Santiago, Chile: Penguin Random House. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Motivaci%C3%B3n_360/aAlHCgAAQB-AJ?hl=es-419&gbpv=1

Freemantle, D. (1998). Lo que les gusta a los clientes de su marca. Barcelona, España: Deusto. Obtenido de

https://www.google.com.pe/books/edition/Lo_que_les_gusta_a_los_clientes_de_su_ma/C63Xwot6jg0C?hl=es-419&gbpv=1

Gómez, M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica. Buenos Aires, Argentina: Brujas. Obtenido de

https://www.google.com.pe/books/edition/Introducci%C3%B3n_a_la_metodolog%C3%ADa_de_la_in/9UDXPe4U7aMC?hl=es-419&gbpv=1&dq=enfoque+cuantitativo&pg=PA59&printsec=frontcover

Hayes, B. (2002). Cómo medir la satisfacción del cliente. Barcelona, España: Gestión 2000. Obtenido de

https://www.google.com.pe/books/edition/C%C3%B3mo_medir_la_satisfacci%C3%B3n_del_cliente/dicScdBb6IcC?hl=es-419&gbpv=1&dq=satisfaccion+del+cliente&printsec=frontcover

Jacobs, D., & Homburger, A. (1992). Cómo hacer que su empresa sea competitiva. Madrid, España: diaz de santos. Obtenido de 1992

Katzenbach, J., & Smith, D. (2015). La sabiduría de los equipos. Harvard, Estados Unidos:

Prensa de revisión de negocios de Harvard. Obtenido de [https://www.google.com.pe/books/edition/The_Wisdom_of_Teams/qVpkCQAAQB-AJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=Katzenbach,+J.+R.+and+Smith,+D.K.+\(1993\),+The+Wisdom+of+Teams:+Creating+the+High-](https://www.google.com.pe/books/edition/The_Wisdom_of_Teams/qVpkCQAAQB-AJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=Katzenbach,+J.+R.+and+Smith,+D.K.+(1993),+The+Wisdom+of+Teams:+Creating+the+High-performance+Organisation,+Harvard+Business+School,+Boston&printsec=frontcover)

[performance+Organisation,+Harvard+Business+School,+Boston&printsec=frontcover](https://www.google.com.pe/books/edition/The_Wisdom_of_Teams/qVpkCQAAQB-AJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=Katzenbach,+J.+R.+and+Smith,+D.K.+(1993),+The+Wisdom+of+Teams:+Creating+the+High-performance+Organisation,+Harvard+Business+School,+Boston&printsec=frontcover)

- Krajewski, L., & Ritzman, L. (2000). Administración de operaciones. Ciudad de México, México: Pearson. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Administraci%C3%B3n_de_operaciones/B6LAqCoPSeoC?hl=es-419&gbpv=1
- Martínez, I. (2003). Condiciones de trabajo e identidad laboral en el sector hotelero de la Comunidad Valenciana. Valencia, España: Universitat de València. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Condiciones_de_trabajo_e_identidad_labor/h_Lw4NqYe-cC?hl=es-419&gbpv=1
- Muñoz, A. (19 de 08 de 2016). Percepciones En El Área Laboral. Obtenido de Psicometricas: <https://psicometricas.mx/blog/percepciones-en-area-laboral/#:~:text=Los%20empleados%20que%20perciben%20que,situaciones%20y%20estos%20dos%20efectos.>
- Muñoz, M. (2021). Estudio de las relaciones entre clima laboral, fuerza de clima y los factores motivacionales: estudio de caso en la empresa Flexiplast en el año 2021. Informe de investigación. Pontifica Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador. Obtenido de http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/19858/Informe%20de%20Investigaci%C3%B3n%20Relaciones%20Clima%20y%20Motivaci%C3%B3n_Andr%C3%A9s%20Mu%C3%B1oz.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Paglia, V. (2009). De la compasión al compromiso. Madrid, España: Narcea, S.A. Obtenido de

https://www.google.com.pe/books/edition/De_la_compasi%C3%B3n_al_compromiso/xALPiKtaj0QC?hl=es-419&gbpv=1

Pérez, M., Bohórquez, E., Caiche, W., & Benavides, A. (02 de 06 de 2020). La motivación y el desempeño laboral: el capital humano como factor clave en una organización. Scielo, 3. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000300385

Presley, T. (2022). Comunicación Asertiva. Presley, Estados Unidos: Timothy Presley.

Robaina, J. (2022). La percepción del Trabajo Significativo, la Satisfacción Laboral y la Satisfacción con la Vida. Trabajo de grado. Universidad de la Laguna, San Cristóbal. Obtenido de <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/28404/La%20percepcion%20del%20Trabajo%20Significativo%2C%20la%20Satisfaccion%20Laboral%20y%20la%20Satisfaccion%20con%20la%20Vida..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rodríguez, H. (21 de 02 de 2022). ¿Qué son las expectativas del cliente? Satisface sus necesidades y mejora su experiencia. Crehana, 3. Obtenido de <https://www.crehana.com/blog/negocios/que-son-expectativas-cliente/>

Ruiz, E., & Parreño, J. (2013). Dirección de Marketing: variables comerciales. San Vicente, España: Club Universitario. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Direcci%C3%B3n_de_Marketing_variabl es_comerc/z_q-xIc6gZsC?hl=es-419&gbpv=1

Ruiz, P., Alcalde, J., & Landa, J. (2006). Gestión clínica en cirugía. Madrid, España: Aran. Obtenido de

https://www.google.com.pe/books/edition/Gesti%C3%B3n_cl%C3%ADnica_en_cirug%C3%ADa/Ix9JR2LkZSkC?hl=es-419&gbpv=1&dq=satisfaccion+laboral&pg=PA613&printsec=frontcover

Salvador, C. (2008). *Calidad de servicios: el camino hacia la fidelidad del consumidor*. Almería, España: Editorial Universidad de Almería. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Calidad_de_servicios_el_camino_hacia_la/CoNuAIj2X3oC?hl=es-419&gbpv=1&dq=calidad+de+servicio&printsec=frontcover

Santander. (13 de 04 de 2021). *Becas Santander*. Obtenido de *Becas Santander*: <https://www.becas-santander.com/es/blog/motivacion-intrinseca-y-extrinseca.html>

Setó, D. (2004). *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente*. Madrid: Esic. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/De_la_calidad_de_servicio_a_la_fidelidad/9Nk8sWMjoBcC?hl=es-419&gbpv=1&dq=Fidelidad+del+cliente&printsec=frontcover

Terán, N., Gonzáles, J., Ramirez, R., & Palomino, G. (03 de 09 de 2021). *Calidad de servicio en las organizaciones de Latinoamérica*. *Ciencia Latina*, 5. Obtenido de https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i1.320

Valle, A. (2015). *Estrategias para el Uso de un CRM*. Barcelona, España: Antonio Valle Cali. Obtenido de https://www.google.com.pe/books/edition/Estrategias_para_el_Uso_de_un_CRM/0WjOCgAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=crm&printsec=frontcover

Vidal, V. (2019). El estrés laboral. Zaragoza, España: Prensas Universitarias de Zaragoza.

Obtenido

de

https://www.google.com.pe/books/edition/El_estr%C3%A9s_laboral/AvKRDwAAQ

[BAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=estres+laboral&printsec=frontcover](https://www.google.com.pe/books/edition/El_estr%C3%A9s_laboral/AvKRDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=estres+laboral&printsec=frontcover)

ANEXO



UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ANEXO 1. ENCUESTA: MOTIVACIÓN LABORAL Y CALIDAD DE
SERVICIO**

Buen día, la presente encuesta tiene como finalidad conocer su apreciación respecto a la motivación y la calidad de servicio del Banco Scotiabank sede Huacho, 2023. Se hace de conocimiento que las respuestas que usted brinde será de manera anónima puesto que no se le está pidiendo su nombre; es por ello que se le pide sea respondido de la manera más sincera y transparente

Gracias por su colaboración a esta investigación!

I. DATOS DEL ENCUESTADO

1. Genero.

- a) Femenino.
- b) Masculino.

2. Edad

_____ años

3. Estado civil

- a) Soltero.
- b) Casado.
- c) Viudo.
- d) Divorciado.

4. Grado de estudios

- a) Estudios básicos.
- b) Técnico.
- c) Universitario.
- d) Maestro o doctor.

5. Indique el intervalo en que se encuentra sus ingresos mensuales actual:

- a) Sueldo básico S/. 1 025.00
- b) S/. 1 026 a S/. 1800.00
- c) S/. 1801.00 a S/. 2600.00
- d) S/. 2601.00 a S/. 3500.00
- e) S/. 3501.00 a más.

INSTRUCCIONES

Todas los ítems tienen cinco opciones de respuesta, marque la que usted considere la adecuada, marque con claridad la opción elegida con un aspa “X” solo una opción.

1=Nunca; 2= Casi Nunca; 3=A veces; 4=Casi siempre; 5=Siempre

MOTIVACIÓN LABORAL									
I. Percepción laboral. (Marcar con una “X”)					Puntuación				
					1	2	3	4	5
1.	Usted se siente satisfecho con su puesto de trabajo.								
2.	Usted considera que tiene buenos compañeros de trabajo.								
3.	Usted considera que percibe un buen ambiente de trabajo dentro del banco.								
II. Incentivos. (Marcar con una “X”)					Puntuación				
					1	2	3	4	5
4.	Usted ha recibido algún incentivo extra a tu sueldo de trabajo en alguna oportunidad por superar una meta del Banco.								
5.	Usted ha recibido un incentivo que no sea monetario luego de superar una meta laboral, como felicitaciones de parte de su jefe superior.								
III. Reconocimiento laboral. (Marcar con una “X” en)					Puntuación				
					1	2	3	4	5
6.	Usted alguna vez ha recibido un reconocimiento por su desempeño brindado dentro del banco.								
7.	Usted afirma que realizan ceremonias de premiación aunque sea una vez al año en el banco.								
IV. Satisfacción laboral. (Marcar con una “X”)					Puntuación				
					1	2	3	4	5

8.	Usted considera que la política del banco es buena para los trabajadores.					
9.	Alguna vez te han sobrecargado de trabajo que luego te ha llevado a tener estrés.					
CALIDAD DE SERVICIO						
V. Tipos de clientes. (Marcar con una "X")		Puntuación				
		1	2	3	4	5
10.	Usted recibe un buen trato dentro del trabajo por parte de sus jefes superiores.					
11.	Los clientes que vienen al banco son personas tratables.					
VI. Expectativa del cliente. (Marcar con una "X")		Puntuación				
		1	2	3	4	5
12.	Siempre que el cliente viene con alguna duda usted logra resolverla.					
13.	Usted brinda la mejor atención cada vez que llega un cliente.					
VII. Satisfacción del cliente. (Marcar con una "X")		Puntuación				
		1	2	3	4	5
14.	Usted considera que el cliente se va feliz por el trato que le brindas.					
15.	Usted considera que el cliente se siente cómodo con los servicios que le ofrece el banco.					
VIII. Fidelidad del cliente. (Marcar con una "X")		Puntuación				
		1	2	3	4	5
16.	Usted considera que el banco hace un seguimiento a los clientes para saber si desean algún servicio adicional del banco.					
17.	Usted tiene algún tipo amistad con los clientes fuera del banco.					
18.	Consideras que la entidad bancaria brinda ofertas a los clientes que siempre consumen los servicios del Banco.					

ANEXO 2. IMÁGENES DE LOS COLABORADORES ENCUESTADOS



ANEXO 3. BASE DE DATOS SPSS

ERIKA.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

25 : P10 5 Visible: 44 de 44 variables

	GENERO	EDAD	RANGO	ESTAD	ESTUDIOS	Sueldo	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	
1	Masculino	31	De 28 hast...	Casado	Universitario	S/ 2601 0...	Siempre	Siempre	Casi si...	Siempre	Casi si...	Casi si...	Siempre	Casi sie...	Casi si...	Casi s...	Casi s...	Siempre	Siempre	Casi s...
2	Masculino	38	De 34 hast...	Casado	Maestro o doctor	S/ 3501 0...	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	A veces	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre
3	Femenino	26	De 22 hast...	Soltero	Universitario	S/ 1801 0...	Siempre	Siempre	Casi si...	Siempre	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Siempre	Casi s...	Siempre	Siempre	Siempre
4	Femenino	28	De 28 hast...	Soltero	Universitario	S/ 3501 0...	Siempre	Casi sie...	Siempre	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Siempre	Casi si...	Casi N...	Siempre	Casi s...	Siempre	Siempre	Siempre
5	Femenino	23	De 22 hast...	Soltero	Universitario	Sueldo bás...	Casi s...	Casi sie...	Casi si...	A veces	Casi si...	A veces	Casi si...	Casi sie...	A veces	Casi s...	A veces	Casi s...	Casi s...	Casi s...
6	Femenino	42	De 40 hast...	Divorciado	Universitario	S/ 2601 0...	Siempre	Casi sie...	Siempre	Siempre	Siempre	Casi si...	Casi si...	Siempre	Casi N...	Siempre	Casi s...	Siempre	Siempre	Siempre
7	Femenino	42	De 40 hast...	Divorciado	Universitario	S/ 2601 0...	Siempre	Casi sie...	Siempre	Siempre	Siempre	Casi si...	Casi si...	Siempre	Casi N...	Siempre	Casi s...	Siempre	Siempre	Siempre
8	Femenino	27	De 22 hast...	Soltero	Universitario	S/ 1 026 a...	Casi s...	Siempre	Casi si...	A veces	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi sie...	A veces	Casi s...	Casi s...	A veces	Casi s...	Casi s...
9	Masculino	40	De 40 hast...	Soltero	Universitario	S/ 2601 0...	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi si...	A veces	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre
10	Femenino	22	De 22 hast...	Soltero	Técnico	S/ 1 026 a...	Casi s...	Casi sie...	Casi si...	A veces	A veces	Casi si...	Casi si...	A veces	Casi s...	Siempre	Casi s...	Siempre	Siempre	Siempre
11	Femenino	23	De 22 hast...	Soltero	Universitario	S/ 1801 0...	Casi s...	Casi sie...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	A veces	Casi s...	A veces	Casi s...	Siempre	Siempre
12	Masculino	25	De 22 hast...	Soltero	Técnico	S/ 1 026 a...	Casi s...	Siempre	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi s...	Casi s...	Casi s...	Siempre	Siempre
13	Masculino	26	De 22 hast...	Soltero	Universitario	S/ 1801 0...	Siempre	Siempre	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	A veces	Siempre	Siempre	Casi s...	Siempre	Siempre
14	Masculino	36	De 34 hast...	Soltero	Universitario	S/ 2601 0...	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi si...	Casi si...	Siempre	Casi sie...	Casi N...	Siempre	Casi s...	Siempre	Siempre	Siempre
15	Femenino	41	De 40 hast...	Divorciado	Universitario	S/ 1801 0...	Siempre	Siempre	Siempre	Casi si...	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi N...	Siempre	Casi s...	Siempre	Siempre	Casi s...
16	Masculino	24	De 22 hast...	Soltero	Universitario	S/ 1801 0...	Casi s...	Casi sie...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Siempre	Casi si...	Casi sie...	A veces	Siempre	A veces	Casi s...	Siempre	Siempre
17	Femenino	36	De 34 hast...	Soltero	Maestro o doctor	S/ 3501 0...	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi N...	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre
18	Femenino	22	De 22 hast...	Soltero	Técnico	S/ 1 026 a...	Casi s...	Casi sie...	Casi si...	A veces	A veces	Casi si...	Casi si...	A veces	Casi s...	Siempre	Casi s...	Siempre	Casi s...	Siempre
19	Femenino	23	De 22 hast...	Soltero	Universitario	S/ 1801 0...	Casi s...	Casi sie...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	A veces	Casi s...	A veces	Casi s...	Siempre	Siempre
20	Masculino	25	De 22 hast...	Soltero	Técnico	S/ 1 026 a...	Casi s...	Siempre	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	A veces	Casi s...	Casi s...	Casi s...	Siempre	Siempre
21	Masculino	26	De 22 hast...	Soltero	Universitario	S/ 1801 0...	Siempre	Siempre	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	A veces	Siempre	Siempre	Casi s...	Siempre	Siempre
22	Masculino	36	De 34 hast...	Soltero	Universitario	S/ 2601 0...	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi si...	Casi si...	Siempre	Casi sie...	Casi N...	Siempre	Casi s...	Siempre	Siempre	Siempre

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ACTIVADO

ERIKA.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

32 : P13 Visible: 44 de 44 variables

	ESTUDIOS	Sueldo	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18
4	niversitario	S/ 3501 0...	Siempre	Casi sie...	Siempre	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Siempre	Casi si...	Casi si...	Siempre	Casi s...	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi s...	Siempre
5	niversitario	Sueldo bás...	Casi s...	Casi sie...	Casi si...	A veces	Casi si...	A veces	Casi si...	Casi si...	A veces	Casi s...	A veces	Casi s...	Casi s...	Casi s...	Casi s...	Casi s...	Nunca	Casi s...
6	niversitario	S/ 2601 0...	Siempre	Casi sie...	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi si...	Casi si...	Siempre	Casi N...	Siempre	Casi s...	Siempre	Casi s...	Siempre	Casi s...	A veces	Siempre
7	niversitario	S/ 2601 0...	Siempre	Casi sie...	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi si...	Casi si...	Siempre	Casi N...	Siempre	Casi s...	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	A veces	Siempre
8	niversitario	S/ 1 026 a...	Casi s...	Siempre	Casi si...	A veces	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	A veces	Casi s...	Casi s...	A veces	Casi s...	Casi s...	Casi s...	Casi s...	Casi s...	Casi s...
9	niversitario	S/ 2601 0...	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi si...	A veces	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi s...	Casi s...
10	écnico	S/ 1 026 a...	Casi s...	Casi sie...	Casi si...	A veces	A veces	A veces	Casi si...	Casi si...	A veces	Casi s...	Siempre	Casi s...	Siempre	Casi s...	A veces	Casi s...	Casi s...	A veces
11	niversitario	S/ 1801 0...	Casi s...	Casi sie...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	A veces	Casi s...	A veces	Casi s...	Siempre	Casi s...	Casi s...	Casi s...	Casi s...	Casi s...
12	écnico	S/ 1 026 a...	Casi s...	Siempre	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	A veces	Casi s...	Casi s...	Siempre	Siempre	Casi s...	Casi s...	Casi s...	Casi s...	A veces
13	niversitario	S/ 1801 0...	Siempre	Siempre	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	A veces	Siempre	Siempre	Casi s...	Siempre	Siempre	Casi s...	Casi s...	Nunca	A veces
14	niversitario	S/ 2601 0...	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi si...	Casi si...	Siempre	Casi sie...	Casi N...	Siempre	Casi s...	Siempre	Siempre	Casi s...	Casi s...	Casi s...	A veces	Casi s...
15	niversitario	S/ 1801 0...	Siempre	Siempre	Siempre	Casi si...	Casi si...	Siempre	Siempre	Siempre	Casi N...	Siempre	Siempre	Siempre	Casi s...	Casi s...	A veces	A veces	A veces	A veces
16	niversitario	S/ 1801 0...	Casi s...	Casi sie...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Siempre	Casi si...	Casi si...	A veces	Siempre	A veces	Casi s...	Siempre	Casi s...	Casi s...	Casi s...	Nunca	A veces
17	laestro o doctor	S/ 3501 0...	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi N...	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi s...	Casi s...	A veces	Casi s...
18	écnico	S/ 1 026 a...	Casi s...	Casi sie...	Casi si...	A veces	A veces	A veces	Casi si...	Casi si...	A veces	Casi s...	Siempre	Casi s...	Siempre	Casi s...	A veces	Casi s...	Casi s...	A veces
19	niversitario	S/ 1801 0...	Casi s...	Casi sie...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	A veces	Casi s...	A veces	Casi s...	Siempre	Casi s...	Casi s...	Casi s...	Casi s...	Casi s...
20	écnico	S/ 1 026 a...	Casi s...	Siempre	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	A veces	Casi s...	Casi s...	Siempre	Siempre	Casi s...	Casi s...	Casi s...	Casi s...	A veces
21	niversitario	S/ 1801 0...	Siempre	Siempre	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	A veces	Siempre	Siempre	Casi s...	Siempre	Siempre	Casi s...	Casi s...	Nunca	A veces
22	niversitario	S/ 2601 0...	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi si...	Casi si...	Siempre	Casi sie...	Casi N...	Siempre	Casi s...	Siempre	Siempre	Casi s...	Casi s...	Casi s...	A veces	Casi s...
23	niversitario	S/ 1801 0...	Siempre	Siempre	Siempre	Casi si...	Casi si...	Siempre	Siempre	Siempre	Casi N...	Siempre	Siempre	Siempre	Casi s...	Casi s...	A veces	A veces	A veces	A veces
24	niversitario	S/ 1801 0...	Casi s...	Casi sie...	Casi si...	Casi si...	Casi si...	Siempre	Casi si...	Casi si...	A veces	Siempre	A veces	Casi s...	Siempre	Casi s...	Casi s...	Casi s...	Nunca	A veces
25	laestro o doctor	S/ 3501 0...	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi N...	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi s...	Casi s...	A veces	Casi s...

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ACTIVADO