

**UNIVERSIDAD DE HUANUCO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**



**TESIS**

---

**“LA SATISFACCIÓN LABORAL Y LA CALIDAD DE SERVICIO  
PERCIBIDA EN LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CRÉDITO  
HUANCAYO - AGENCIA HUÁNUCO, 2020”**

---

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADOA EN  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**AUTORA: Bernardo Albornoz, Melisa Benita**

**ASESOR: Martel Carranza, Christian Paolo**

**HUÁNUCO – PERÚ**

**2021**

# U

### TIPO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:

- Tesis ( X )
- Trabajo de Suficiencia Profesional ( )
- Trabajo de Investigación ( )
- Trabajo Académico ( )

**LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:** Gestión Administrativa  
**AÑO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN** (2020)

### CAMPO DE CONOCIMIENTO OCDE:

**Área:** Ciencias Sociales

**Sub área:** Economía, Negocios

**Disciplina:** Negocios, Administración

### DATOS DEL PROGRAMA:

Nombre del Grado/Título a recibir: Título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas

Código del Programa: P13

Tipo de Financiamiento:

- Propio ( X )
- UDH ( )
- Fondos Concursables ( )

# D

### DATOS DEL AUTOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 48131424

### DATOS DEL ASESOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 41905365

Grado/Título: Doctor en administración de la educación

Código ORCID: 0000-0001-9272-3553

### DATOS DE LOS JURADOS:

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	GRADO	DNI	Código ORCID
1	Carbajal Alvarez, Magaly Haydee	Magister en ciencias administrativas gestión pública	09872196	0000-0002-9489-3588
2	Laurencio Leon, Nisset Dayana	Maestro en gerencia pública	47456290	0000-0002-8796-9927
3	Villena Andrade, Tomas Dali	Magister en gestión y negocios gestión y proyectos	04085862	0000-0002-1290-1434

# H

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**

En la ciudad de Huánuco, siendo las **5:30 pm horas del día 13 del mes de mayo del año 2021**, en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunieron el sustentante y el Jurado Calificador mediante la plataforma virtual Google Meet, integrado por los docentes:

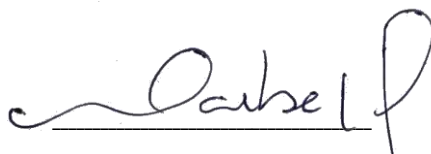
Mtra. Magaly Haydeé Carbajal Álvarez	<b>(Presidente)</b>
Mtra. Nisset Dayana Laurencio Leon	<b>(Secretaria)</b>
Mtro. Tomas Dali Villena Andrade	<b>(Vocal)</b>

Nombrados mediante la Resolución N° 428-2021-D-FCEMP-PAAE-UDH, para evaluar la Tesis intitulada: **“LA SATISFACCIÓN LABORAL Y LA CALIDAD DE SERVICIO PERCIBIDA EN LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CRÉDITO HUANCAYO - AGENCIA HUÁNUCO, 2020”**, presentada por el (la) Bachiller, **BERNARDO ALBORNOZ, Melisa Benita**; para optar el **título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas**.

Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del Jurado.

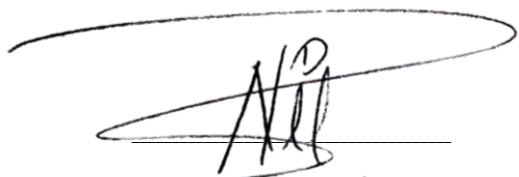
Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándolo (a) **Aprobada** con el calificativo cuantitativo de **14 (catorce)** y cualitativo de **Suficiente** (Art. 47 - Reglamento General de Grados y Títulos).

Siendo las **7:00 pm horas del día 13 del mes de mayo del año 2021**, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.



Mtra. Magaly Haydeé Carbajal Álvarez

**PRESIDENTE**



Mtra. Nisset Dayana Laurencio Leon

**SECRETARIA**



Mtro. Tomas Dali Villena Andrade

**VOCAL**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mis padres, a mi familia y a mi querido hijo, que es mi motor y motivo para seguir creciendo profesionalmente y personalmente.

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, a Dios, porque con su bendición y fortaleza espiritual que me brinda me hizo posible alcanzar uno de mis objetivos propuestos.

A mis Padres, hermanos y Esposo por su apoyo constante e incondicional y porest tiempo robado.

A mi asesor el Dr. MARTEL CARRANZA, Christian Paolo, por su apoyo, orientación y guía que me brindo para hacer posible la realización de la presente tesis.

Al gerente y colaboradores de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, por su colaboración, apoyo y facilidades brindadas permitiéndome realizar la presente investigación.

A los docentes de la Universidad de Huánuco por brindarnos sus conocimientos y enseñanzas a lo largo de nuestro proceso de formación profesional

# ÍNDICE

DEDICATORIA .....	II
AGRADECIMIENTO .....	III
ÍNDICE.....	IV
ÍNDICE DE TABLAS .....	VI
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	IX
RESUMEN.....	XI
ABSTRACT.....	XII
INTRODUCCIÓN.....	XIII
CAPÍTULO I.....	15
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	15
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	15
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	17
1.2.1. PROBLEMA GENERAL .....	17
1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS.....	17
1.3. OBJETIVO GENERAL.....	18
1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	18
1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	18
1.5.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA .....	18
1.5.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	19
1.5.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.....	19
1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN .....	20
1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
CAPÍTULO II.....	21
MARCO TEÓRICO .....	21
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....	21
2.1.1. INTERNACIONAL .....	21
2.1.2. NACIONAL.....	22
2.1.3. LOCAL .....	25
2.2. BASES TEÓRICAS .....	27
2.2.1. SATISFACCIÓN LABORAL (Variable Independiente) .....	27
2.2.2. CALIDAD DE SERVICIO PERCIBIDA (Variable Dependiente).31	
2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES.....	35

2.4. HIPÓTESIS.....	36
2.4.1. HIPÒTESIS GENERAL.....	36
2.4.2. HIPOTESIS ESPECIFICOS.....	36
2.5. VARIABLES.....	37
2.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE.....	37
2.5.2. VARIABLE DEPENDIENTE.....	37
2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES (DIMENSIONES E INDICADORES).....	38
CAPÍTULO III.....	40
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	40
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	40
3.1.1. ENFOQUE.....	40
3.1.2. ALCANCE O NIVEL.....	40
3.1.3. DISEÑO.....	41
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	42
3.2.1. POBLACIÓN.....	42
3.2.2. MUESTRA.....	42
3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS....	43
3.4. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	43
CAPÍTULO IV.....	45
RESULTADOS.....	45
4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS.....	45
4.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS.....	68
CAPÍTULO V.....	75
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	75
CONCLUSIONES.....	79
RECOMENDACIONES.....	81
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	83
ANEXOS.....	86

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 ¿Cuán satisfecho se encuentra con sus habilidades y talentos para desarrollar las actividades de su trabajo?.....	45
Tabla N° 2 ¿Cuán satisfecho se encuentra con el impacto externo que genera el resultado de su trabajo?.....	46
Tabla N° 3 ¿Cuán satisfecho se encuentra con el sistema de salarios y políticas de ascensos que se tiene en la Institución? .....	47
Tabla N° 4 ¿Cuán satisfecho y orgulloso se encuentra de laborar en esta institución? .....	48
Tabla N° 5 ¿Cuán satisfecho se encuentra con el entorno físico y el espacio en que realiza sus tareas? .....	49
Tabla N° 6 ¿Cuán satisfecho se encuentra con los equipos o herramientas de trabajo asignados en su área de trabajo? .....	50
Tabla N° 7 ¿Referente a las relaciones con sus superiores, usted se encuentra? .....	51
Tabla N° 8 ¿Referente a las relaciones con sus colegas de trabajo, usted se encuentra? .....	52
Tabla N° 9 En relación al puesto que desempeña, esté se encuentra acorde con su personalidad y carácter, ¿por lo que usted se encuentra?.....	53
Tabla N° 10 En relación a las posibilidades que le brinda la institución, de hacer las cosas en las que mejor destaca y fue formado, ¿usted se encuentra? .....	54
Tabla N° 11 ¿Cuándo la entidad promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple? .....	55
Tabla N° 12 ¿Cuándo un cliente tiene un problema, la entidad muestra un	



sincero interés en solucionarlo?.....	56
Tabla N° 13 ¿La entidad realiza bien el servicio a la primera vez? .....	57
Tabla N° 14 ¿La entidad concluye el servicio en el tiempo acordado? .....	58
Tabla N° 15 ¿Lo empleados informan de manera puntual y con sinceridad acerca de todas las condiciones del servicio? .....	59
Tabla N° 16 ¿Los empleados ofrecen un servicio rápido y de calidad según sus necesidades? .....	60
Tabla N° 17 ¿Los empleados siempre están dispuestos a ayudar? .....	61
Tabla N° 18 ¿El comportamiento de los empleados transmite confianza a sus clientes a fin de orientarlos en los productos y servicios que ofrece la entidad? .....	62
Tabla N° 19 ¿Los clientes se sienten seguros en sus transacciones? .....	63
Tabla N° 20 ¿Los empleados se muestran siempre amables y corteses con los clientes? .....	64
Tabla N° 21 ¿Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las dudas y preguntas de los clientes? .....	65
Tabla N° 22 ¿La entidad tiene horarios de trabajos flexibles y adaptados a los clientes? .....	66
Tabla N° 23 ¿La entidad tiene empleados que ofrece la atención personalizada?.....	67
Tabla N° 24 Tabla cruzada .....	68
Tabla N° 25 Estadístico de prueba Hipótesis General .....	69
Tabla N° 26 Estadístico de prueba hipótesis específico N° 01 .....	70

Tabla N° 27 Estadístico de prueba hipótesis específico N° 02 .....	71
Tabla N° 28 Estadístico de prueba hipótesis específico N° 03 .....	72
Tabla N° 29 Estadístico de prueba hipótesis específico N° 04 .....	73

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 ¿Cuán satisfecho se encuentra con sus habilidades y talentos para desarrollar las actividades de su trabajo? .....	45
Gráfico N° 2 ¿Cuán satisfecho se encuentra con el impacto externo que genera el resultado de su trabajo? .....	46
Gráfico N° 3 ¿Cuán satisfecho se encuentra con el sistema de salarios y políticas de ascensos que se tiene en la Institución? .....	47
Gráfico N° 4 ¿Cuán satisfecho y orgulloso se encuentra de laborar en esta institución? .....	48
Gráfico N° 5 ¿Cuán satisfecho se encuentra con el entorno físico y el espacio en que realiza sus tareas? .....	49
Gráfico N° 6 ¿Cuán satisfecho se encuentra con los equipos o herramientas de trabajo asignados en su área de trabajo? .....	50
Gráfico N° 7 ¿Referente a las relaciones con sus superiores, usted se encuentra? .....	51
Gráfico N° 8 ¿Referente a las relaciones con sus colegas de trabajo, usted se encuentra? .....	52
Gráfico N° 9 En relación al puesto que desempeña, éste se encuentra acorde con su personalidad y carácter, ¿por lo que usted se encuentra? ....	53
Gráfico N° 10 En relación a las posibilidades que le brinda la institución, de hacer las cosas en las que mejor destaca y fue formado, ¿usted se encuentra? .....	54
Gráfico N° 11 ¿Cuándo la entidad promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple? .....	55
Gráfico N° 12 ¿Cuándo un cliente tiene un problema, la entidad muestra un sincero interés en solucionarlo? .....	56

Gráfico N° 13 ¿La entidad realiza bien el servicio a la primera vez? .....	57
Gráfico N° 14 ¿La entidad concluye el servicio en el tiempo acordado? .....	58
Gráfico N° 15 ¿Lo empleados informan de manera puntual y con sinceridad acerca de todas las condiciones del servicio? .....	59
Gráfico N° 16 ¿Los empleados ofrecen un servicio rápido y de calidad según sus necesidades? .....	60
Gráfico N° 17 ¿Los empleados siempre están dispuestos a ayudar?.....	61
Gráfico N° 18 ¿El comportamiento de los empleados transmite confianza a sus clientes a fin de orientarlos en los productos y servicios que ofrece la entidad? .....	62
Gráfico N° 19 ¿Los clientes se sienten seguros en sus transacciones? .....	63
Gráfico N° 20 ¿Los empleados se muestran siempre amables y corteses con los clientes? .....	64
Gráfico N° 21 ¿Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las dudas y preguntas de los clientes? .....	65
Gráfico N° 22 ¿La entidad tiene horarios de trabajos flexibles y adaptados a los clientes? .....	66
Gráfico N° 23 ¿La entidad tiene empleados que ofrece la atención personalizada?.....	67

## RESUMEN

La presente investigación titulada: "SATISFACCIÓN LABORAL Y CALIDAD DE SERVICIO PERCIBIDA EN LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CRÉDITO HUANCAYO - AGENCIA HUÁNUCO, 2020", tuvo como principal objetivo el estudiar la relación entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio percibida, para lo cual se formuló la siguiente interrogante: ¿En qué medida se relaciona la satisfacción laboral con la calidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020?, como hipótesis se plantea: Existe relación significativa entre la satisfacción laboral con la calidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020. La investigación que se desarrolló es de tipo Descriptivo Correlacional de corte transversal; la muestra se obtuvo a través de muestreo de tipo probabilístico que determinó 171 clientes de Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco y 24 trabajadores de la entidad mencionada; se utilizó el cuestionario de preguntas como instrumentos para la recolección de datos y el método estadístico para el procesamiento y presentación de resultados. Los resultados a los que se llegaron en la presente investigación fueron que con un nivel de significancia del 5%, se determinó que existe relación entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco 2020, siendo una fuerza de asociación leve e inversa, cuyo valor de significación asintótica con un 5% error muestra un valor de 0,006; asimismo el coeficiente de asociación muestra un valor de -0,108 lo cual indica el grado de asociación leve inversa, es decir a mayor satisfacción laboral, menor será la calidad de servicio percibida. Las relaciones entre la fiabilidad, la capacidad de respuesta y la seguridad también tienen relación inversa con la calidad de servicio percibida, mientras que no se pudo hallar relación entre la empatía y la calidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco 2020.

**Palabras clave:** Satisfacción laboral, calidad de servicio

## ABSTRACT

The present investigation entitled: "JOB SATISFACTION AND PERCEIVED QUALITY OF SERVICE IN THE MUNICIPAL SAVINGS AND CREDIT FUND HUANCAYO - AGENCIA HUÁNUCO, 2020", had as its main objective to study the relationship between job satisfaction and the perceived quality of service, for which the following question was formulated, to what extent is job satisfaction related to the quality of service perceived in the Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - Huánuco agency, 2020? As a hypothesis, it is proposed: There is a significant relationship between job satisfaction with quality of service perceived in the Huancayo Municipal Savings and Credit Fund - Huánuco agency, 2020. The research that was developed is of a Descriptive Correlational cross-sectional type; The sample was obtained through probabilistic sampling that determined 171 clients of Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - Huánuco agency and 24 workers of the mentioned entity; The questionnaire of questions was used as instruments for data collection and the statistical method for the processing and presentation of results. The results reached in this research were that with a significance level of 5%, it was determined that there is a relationship between job satisfaction and the quality of service perceived in the Municipal Savings and Credit Huancayo - Huánuco 2020 agency, being a mild and inverse association strength, whose asymptotic significance value with a 5% error shows a value of 0.006; Likewise, the association coefficient shows a value of -0.108, which indicates the degree of slight inverse association, that is, the higher the job satisfaction, the lower the perceived quality of service. The relationships between reliability, responsiveness and security also have an inverse relationship with the perceived quality of service, while no relationship was found between empathy and the perceived quality of service in the Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - Huánuco 2020 agency.

**Keywords:** Job satisfaction, quality of service

## INTRODUCCIÓN

La presente tesis lleva como título “Satisfacción laboral y calidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - Agencia Huánuco, 2020. En toda organización es muy importante conocer cómo está la satisfacción laboral en los trabajadores, y en este caso de los trabajadores de la caja de ahorro y créditos Huancayo y como este repercute en la calidad de servicio, ya sea positivamente o negativamente, en tal sentido es fundamental su diagnóstico para el diseño de instrumentos de gestión empresarial; también es evidente que la existencia de una adecuada satisfacción laboral repercutirá positivamente en la calidad de servicio y por ende en la satisfacción de los clientes en la organización; también se puede mencionar que la satisfacción laboral hoy en día está sufriendo diversos cambios en la institución, ya sea en las recompensas, los retos o metas y otros factores, que están afectando a los trabajadores positivamente y negativamente y esto se ve reflejado en la calidad de servicio que brindan a los clientes; por esta razón es de suma importancia la investigación porque se analizará y se conocerá los diversos factores concernientes a la percepción del personal en torno a su satisfacción laboral y en que medida se relaciona con la otra variable que es la calidad de servicio, que tiene muchos factores que se van analizar como la fiabilidad, capacidad de respuesta del trabajador, la seguridad que brinda al momento de atender al cliente, la empatía y otros más; y así poder obtener conclusiones pertinentes y recomendar para enfrentar este problema de satisfacción laboral y calidad de servicio; es por ello que formulo la pregunta de investigación ¿En qué medida se relaciona la satisfacción laboral con la calidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020?, el objetivo fue de medir la relación entre las variable satisfacción laboral y calidad de servicio, se utilizó la técnica de la encuesta con el instrumento el cuestionario, que se aplicó a los trabajadores y clientes de la Caja de Ahorros y crédito Huancayo, agencia Huánuco.

El presente trabajo de investigación tiene V capítulos:

El capítulo I, describe el problema de investigación, presentando la

problemática que se identificó para el desarrollo de la investigación, asimismo, se formula el problema general y los problemas específicos, también, se detalle cuáles fueron los objetivos a lograr, tanto general como específicos, para ellos se realizó la justificación, las limitaciones y viabilidad de la investigación.

El capítulo II, se encuentra el apartado del marco teórico, siendo este el fundamento teórico de la investigación, presentando antecedentes de la investigación, las bases teóricas, definiciones conceptuales, hipótesis, variables y operacionalización de variables.

El capítulo III, se encuentra el fundamento metodológico por medio del cual se desarrolló la investigación, como el tipo, enfoque, alcance o nivel y diseño de investigación, la población y muestra que fue estudiada, así como las técnicas e instrumentos para recogida de información y las pruebas de confiabilidad y validación de los mismo.

El capítulo IV, comprende los resultados obtenidos de las técnicas empleadas, siendo presentadas mediante figuras y tablas para una mejor visualización, y una adecuada descripción, asimismo, se realizó la contratación de las hipótesis.

El capítulo V, evidencia la discusión de los resultados obtenidos, siendo comparados con los antecedentes y contrastados con las bases teóricas.

Finalmente se encontrará también, las conclusiones a las que se arribó en la investigación y las recomendaciones. Del mismo modo se presenta las referencias bibliográficas que se empleó para sustentar la investigación y los anexos correspondientes



# CAPÍTULO I

## PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Estos últimos años, los gobiernos de diferentes países han dado políticas sobre la globalización y han puesto énfasis en el libre mercado; también los usuarios y clientes ya no son los mismos que décadas pasadas, “los clientes son cada vez más críticos y aun más con la calidad de servicio” (Gayathri, 2005)

Valdunciel Bustos & Flórez Romero, (2016) manifiesta que “las entidades del sector financiero han decidido tomar el camino de adaptarse al entorno competitivo y de orientarse nuevamente a una filosofía para enfocarse en el servicio, con el fin de introducir el concepto de calidad del servicio en la mente sus clientes”

Las empresas y/o organizaciones han cambio de pensamiento de pasar a un pensamiento lineal a uno sistémico, donde las cosas son vistas como procesos integrantes de un todo y no como épocas pasadas donde eran estructuras aisladas; hoy en día los trabajadores forman parte esencial de la empresa, por lo que resulta primordial conocer los sentimientos y emociones de los trabajadores, sean o no favorables, en relación a su trabajo, atendiendo a la realidad laboral, en la que los trabajadores transcurren la mayor parte de su tiempo dentro de las organizaciones.

Es por ello que las personas y/o trabajadores tienen mucha importancia para las organizaciones y reconocer que el trabajador no solo trabaja para la obtención de dinero, sino que también lo hace para satisfacer sus necesidades psicológicas y sociales.

Por consiguiente, el recurso humano constituye uno de los principales motores de una empresa, ya que son las personas en las cuales reside el conocimiento y la creatividad, resultando ser el capital intelectual de toda organización.

A nivel nacional las empresas bancarias deben considerar que una empresa líder no solo busca establecer objetivos regulares de satisfacción del cliente, sino que también forma parte de su cultura organizacional, no solo en el manual

“Para las empresas que se dedican al negocio de banca comercial del país, los empleados en el área operativa son vitales porque son empleados que mantienen contacto directo con los clientes y son responsables de satisfacer las necesidades de los consumidores y hacerlos satisfechos con sus servicios”. (Denton & Keith, 1991)

En la CMAC HUANCAYO, están intentando optar estrategias y metas enfocadas a la satisfacción de cliente y de acuerdo a estos resultados tratan de calificar a sus empleados; pero cómo podrían estos empleados brindar un servicio de calidad si se está notando en ellos que no se sienten muy satisfechos dentro de su puesto de trabajo, se observa una fuerte demanda de personal, sobre todo, para el área de operaciones por su alta rotación.

Dentro de la provincia de Huánuco se cuenta con varias instituciones financieras que ofrecen créditos a las pequeñas y medianas empresas, y una de las intuiciones es la Caja Municipal de Ahorro y crédito Huancayo, que se encuentra en la ciudad de Huánuco, que tiene una participación importante en el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas; en tal sentido la satisfacción laboral en la institución es un factor determinante para obtener una buena calidad en el servicio y así tener mayores índices de productividad y que los trabajadores desempeñen mejor su labor.

Es muy importante conocer cómo está la satisfacción laboral en los trabajadores de la caja de ahorro y créditos Huancayo, porque este influye en la calidad de servicio de los clientes, ya sea positivamente o negativamente, en tal sentido es fundamental su diagnóstico para el diseño de instrumentos de gestión empresarial; también es evidente que la existencia de una adecuada satisfacción laboral repercutirá positivamente en la calidad de servicio y por ende en la satisfacción de los clientes en la institución; también se puede mencionar que la satisfacción laboral hoy en

día está sufriendo diversos cambios en la institución, ya sea en las recompensas, los retos o metas y otros factores, que están afectando a los trabajadores positivamente y negativamente y esto se ve reflejado en la calidad de servicio que brindan a los clientes; por esta razón es de suma importancia la investigación porque se analizará y se conocerá los diversos factores concernientes a la percepción del personal en torno a su satisfacción laboral y en que medida se relaciona con la otra variable que es la calidad de servicio, que tiene muchos factores que se van a analizar como la fiabilidad, capacidad de respuesta del trabajador, la seguridad que brinda al momento de atender al cliente, la empatía y otros más; y así poder obtener conclusiones pertinentes y recomendar para enfrentar este problema de satisfacción laboral y calidad de servicio.

En tal sentido es importante analizar en la CMAC cuáles son los factores que más o menos influyen en los niveles de satisfacción laboral de sus empleados para poder reforzar y mejorar la percepción que tienen y también si los clientes están satisfechos o no están satisfechos con la calidad de servicio percibida.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1. PROBLEMA GENERAL**

¿En qué medida se relaciona la satisfacción laboral con la calidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020?

### **1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS**

- ¿En qué medida se relaciona la satisfacción laboral con la fiabilidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020?
- ¿En qué medida se relaciona la satisfacción laboral con la capacidad de respuesta percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020?

- ¿En qué medida se relaciona la satisfacción laboral y la seguridad percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020?
- ¿En qué medida se relaciona la satisfacción laboral y la empatía percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020?

### **1.3. OBJETIVO GENERAL**

Medir la relación que existe entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020

### **1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Medir la relación que existe entre la satisfacción laboral con la fiabilidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020.
- Medir la relación que existe entre la satisfacción laboral con la capacidad de respuesta percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020.
- Medir la relación que existe entre la satisfacción laboral con la seguridad percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020.
- ¿Medir la relación que existe entre la satisfacción laboral con la empatía percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020?

### **1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.5.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA**

Se tiene bibliografía e investigaciones pertinentes sobre la satisfacción laboral; además las variables, cuyos conceptos se exponen

de manera ordenada dentro del marco teórico, donde a través de diferentes autores y según el propósito del estudio será generar reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente y apoyarse en teorías sobre la satisfacción laboral y la calidad de servicio, para medir el grado de las variables; así como también apoyándonos en los resultados de las investigaciones previas que tomo como antecedentes. El soporte teórico es un intento de explicar la relación entre una variable y otra a nivel científico. Por tanto, esta investigación pretende convertirse en un precedente para futuras investigaciones en este campo. Esta será una contribución a la E.A.P de Administración de Empresas, a la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco y a la comunidad en general.

### **1.5.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA**

Según los resultados de la investigación, el nivel de relación entre dos variables se puede medir para la posterior resolución de problemas de satisfacción laboral y así ayudar a nuestra sociedad, que incluye empresas o instituciones del rubro financiero para proponer cambios para la mejora en lo concerniente a calidad de servicio.

### **1.5.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA**

Para conocer el fenómeno del problema, marco teórico, resultados, conclusiones y sugerencias se cuenta con una metodología investigativa pertinente para resolver el fenómeno del problema. Para lo cual se cuenta con instrumento de medición ideal para medir tanto la satisfacción laboral como la calidad de servicio en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, instrumento que resalta por su confiabilidad y válido para realizar las mediciones de cada variable y establecer su relación.

## **1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN**

Con respecto a la limitación que se tendrá, es el tiempo limitado con el que se cuenta para poder realizar las encuestas y además la disponibilidad de los trabajadores

## **1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

Es viable, porque dispongo de recursos económicos necesarios para la realización del trabajo de investigación y también dispongo de acceso a la entidad para realizar y aplicar las encuestas.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

##### 2.1.1. INTERNACIONAL

Valdunciel & Flores (2016) “Análisis de la calidad del servicio que prestan las entidades bancarias y su repercusión en la satisfacción del cliente y la lealtad hacia la entidad (Tesis para optar grado de Maestro) Universidad de León – España”; Concluye:

- Demuestra cómo los aspectos operativos siempre tienen el valor más alto y pueden afectar más la calidad del servicio. Esto satisface la demanda de servicios porque los clientes tienden a ver la calidad del servicio como una calidad relacionada con el desempeño de las transacciones bancarias, como el horario comercial del banco, la interpretación, el tiempo de espera en la fila, la rentabilidad, etc. Redujo la importancia del aspecto físico de la entidad, la parte visual del empleado y la apariencia, porque lo que realmente les importa son los otros aspectos que son más críticos para ellos.
- En cuanto a calidad y satisfacción, el alto valor obtenido indica que, en gran medida, los clientes que perciban la calidad del servicio estarán satisfechos con la entidad. Por tanto, la calidad del servicio es un requisito previo para la satisfacción del cliente. Si bien la evidencia empírica no puede respaldarlo completamente, podemos concluir que los clientes que están satisfechos con la entidad probablemente sean leales y continúen manteniendo contacto con la entidad.

Santiago, (2014) “La calidad de servicio bancario: entre la fidelidad y la ruptura. (Tesis para optar el grado de Maestro) Universidad Complutense de Madrid – España”; Concluye:

- El juicio de la calidad global del servicio percibido por los usuarios es moderado, con una puntuación media de 3,1 (sobre 5 puntos). Entre los principales elementos de la calidad del servicio bancario, al resumir las diferencias que no se perciben como se esperaban, se observa que los clientes solo se sorprenden por los elementos falsos e irrelevantes en la prestación del servicio (como el mobiliario funcional y la limpieza de las instalaciones) . Por el contrario, las mayores deficiencias son las colas y el tiempo de espera, la información orientada al cliente y la flexibilidad del tiempo de servicio público.
- Como factor explicativo más importante de la calidad, se refiere a los aspectos humanos que intervienen en la prestación de los servicios: profesionalidad, trato, amabilidad y otras actitudes y habilidades relacionadas.

Gonzales, (2015) “Evaluación de La Calidad del Servicio Percibida en Entidades Bancarias a Través de La Escala Servqual (Tesis para optar el Grado de Bachiller) Universidad de Cienfuegos – Cuba”; concluye:

- La opinión del cliente no superó las expectativas y la brecha de índice de calidad más baja estuvo relacionada con el tiempo de servicio. En relación con esto, el Índice Global de Calidad del Servicio utiliza valores negativos tanto para la versión original (-1.27) como para la versión ponderada (-33.1) para indicar una mala calidad del servicio. Las dimensiones más críticas son la confiabilidad y la capacidad de respuesta.

### **2.1.2. NACIONAL**

Rivera (2016) “Influencia de las estrategias de calidad de servicios bancarios en la satisfacción de los clientes de MIBANCO agencia el tambo - Huancayo en el año 2014 (Tesis para optar el grado de Magister) Universidad Nacional del Centro del Perú – Huancayo”;



## Conclusiones:

- Las estadísticas t de Student muestran que la estrategia de calidad de los servicios bancarios tiene un impacto significativo en la satisfacción del cliente de Mibanco Agencia El Tambo-Huancayo en 2014, debido a que  $t = 1.645 \leq t_c = 30.78$
- Antes de aplicar la estrategia de calidad del servicio bancario, la satisfacción del cliente con el servicio de Mibanco Agencia El Tambo era menor que la satisfacción del servicio luego de la aplicación de la estrategia de calidad bancaria ( $\mu_1 = 3.87$ ), y los servicios bancarios ( $\mu_1 = 4.87$ ) también estaban involucrados en la aplicación de la estrategia de calidad del servicio bancario. La satisfacción previa con el producto ( $\mu_1 = 3.74$ ) fue menor que la satisfacción con el producto luego de la aplicación de la estrategia de calidad del servicio bancario ( $\mu_1 = 4.77$ ), y antes de la aplicación de la estrategia de calidad del servicio bancario, la satisfacción del cliente ( $\mu_1 = 3,78$ ) La aplicación de la estrategia de calidad del servicio bancario después de la satisfacción del cliente es menor que ( $\mu_1 = 4,79$ ).

Perez, (2015) "Análisis del clima organizacional y la satisfacción laboral, así como la relación de ambas variables con la satisfacción del cliente de caja de ahorro y crédito, agencia Cayma, Arequipa 2015 (Tesis para optar el título de Licenciado) Universidad Católica de Santa María Arequipa"; concluye:

- Al analizar la relación entre la satisfacción laboral y la satisfacción del cliente, se encuentra que existe cierta relación, porque la percepción de los trabajadores sobre la satisfacción laboral se encuentra en un nivel medio y no están satisfechos laboralmente; también se encuentra en un nivel medio la satisfacción de los clientes
- El nivel de satisfacción laboral de los trabajadores es del 52,4% del nivel medio, y el nivel de insatisfacción es del 25,7%. Existe

una diferencia de género significativa según el género ( $p < 0,05$ ). Entre los hombres, la satisfacción laboral tiene una tendencia en el nivel medio. Entre los hombres, la satisfacción laboral es un nivel promedio que tiende a ser insatisfecho; de igual manera, los ancianos están insatisfechos y muy insatisfechos, mientras que los trabajadores contractuales y estables. La satisfacción es más joven sin diferencia significativa ( $p > 0,05$ ); los trabajadores con años de servicio más largos estarán insatisfechos, mientras que los trabajadores con años de servicio más cortos estarán satisfechos con el lugar de trabajo.

- En cuanto a la satisfacción del cliente, se encuentra que la satisfacción media es del 32%, hay una tendencia de satisfacción (28%), la proporción de clientes insatisfechos es del 18,5% y la evaluación cuantitativa es de 11,14 puntos de 0 a 20. Se encuentra el servicio con menor puntuación. Es la velocidad del servicio al cliente.

Peñaloza (2015) "Calidad de servicio y satisfacción de los clientes en el Banco de la Nación Puno, 2015", (Tesis para optar Título Profesional). Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez. Puno.

- Los resultados mostraron que el 53,1% de los empleados prestaron servicios regulares de alta calidad y el 46,9% de los empleados prestaron servicios de alta calidad. En cuanto al principio de calidad, el 68,8% de los empleados piensa que la delegación es temporal, mientras que el 37% de los empleados piensa que la delegación es temporal.
- Aunque el 84,4% dijo que siempre trabaja en equipo, el 50% casi siempre está en revisión permanente y el 56,3% siempre dice que está en prevención. En cuanto a la satisfacción del cliente, 56,5% de los clientes expresaron satisfacción moderada, 24,6% estaban satisfechos y 18,8% estaban insatisfechos. En cuanto a las dimensiones, encontramos que el 40,8% de los clientes

expresaron satisfacción. Para los elementos tangibles, la tasa de satisfacción de la confiabilidad fue del 35,0% y la tasa de respuesta fue del 32,7%; pero el 40,8% de las personas era indiferente a la seguridad y el 43,2% simpatizaba. Concluyeron que existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de Nacoón Puno Bank ( $r = 0.490$ ) (p. 40-46)

### **2.1.3. LOCAL**

Malpartida, (2015) "La cultura Organizacional y la Motivación del personal en la Agencia del BBVA Banco continental (Tesis para optar título profesional) Universidad de Huánuco"; Concluye:

- Más del 50% de las personas trabaja en el campo de operaciones; además, el 91% de las personas cree que la cultura organizacional sí afecta el entusiasmo del personal, por lo que se insta a las empresas de este campo a implementar programas de entusiasmo y capacitación en la cultura organizacional.
- Solo la mitad de las personas fueron reconocidas por alcanzar sus metas, y la otra mitad recibió descanso y recompensa por su destacado desempeño profesional; en este sentido, los trabajadores trataron de lograr sus metas.

Alva, (2018) "Motivación y desempeño laboral en la Caja Arequipa, agencia Huánuco, 2018 (tesis para optar título) Universidad de Huánuco", concluye:

- La conclusión es que los incentivos tienen un impacto significativo en el desempeño laboral de los trabajadores, y el 60% de los trabajadores no están motivados, por lo que su desempeño laboral es bajo.
- La conclusión es que la compensación económica afectará en gran medida el desempeño laboral de los trabajadores, y el 80%

de los encuestados no están motivados por la compensación económica porque sus salarios son muy bajos y no pueden compensar a los trabajadores por sus horas de trabajo.

- La conclusión es que la capacitación tiene un impacto significativo en el desempeño laboral de los trabajadores, el 60% de los entrevistados no ha recibido capacitación para un buen desempeño laboral, lo que se traduce en baja productividad y baja eficiencia laboral.

Crispín (2019) “Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del cliente de los bancos privados de la ciudad de Huánuco 2019. (Tesis para optar el título profesional) Universidad de Huánuco” ;  
Concluye:

- La calidad del servicio sí afecta la satisfacción de los clientes de banca privada urbana. El valor del coeficiente de correlación es de 0,785, el cual se encuentra dentro de un rango de valoración relativamente alto. Entre ellos, 42,7%, 46% y 33,3% de los clientes BBVA, Interbank y Scotiabank prestan servicios Muy satisfecho, y solo el 22% de los clientes de BCP están al mismo nivel.
- La capacidad de respuesta afecta la satisfacción del cliente; el 48,4%, 58,7%, 44,3 y 34,7% de las personas dijeron estar de acuerdo con la capacidad de respuesta, lo que demuestra que el personal del banco siempre está dispuesto a ayudarlos y brindarles un servicio rápido.
- La empatía sí afecta la satisfacción del cliente; el 41,1%, 54%, 44,3% y 36,1% de los bancos BBVA, Interbank, Scotiabank y BCP mencionaron que están de acuerdo con la personalización y atención personal de los trabajadores, y piensan El banco se ocupa de sus intereses. Clientes y entender cada una de sus necesidades específicas.

- La confiabilidad si afecta a la satisfacción de los clientes de BBVA, Interbank y Scotiabank están de acuerdo. El 44,4% de los clientes del BCP no están de acuerdo; con una atención oportuna y oportuna, también manifestaron que recibieron información sobre cambios en la política de atención del banco y, en general, la atención brindada por el banco fue correcta desde la primera vez.

## **2.2. BASES TEÓRICAS**

### **2.2.1. SATISFACCIÓN LABORAL (Variable Independiente)**

#### **2.2.1.1. Concepto**

Según Scott y Taylor (1985) “La satisfacción es un fenómeno afectado por múltiples variables, por lo que constituye una de las estructuras más estudiadas y medidas en diferentes empresas y comportamientos organizacionales en cualquier ámbito. El interés por la satisfacción laboral se deriva de su relación con otros resultados organizacionales importantes, como el absentismo, la rotación, el compromiso organizacional y el desempeño”.

Robbins, y Coulter (2000) menciona que “La satisfacción laboral es la actitud general de los empleados hacia sus respectivos trabajo, y la actitud son manifestaciones de eventos que evalúan a los empleados o reflejan sentimientos personales sobre el trabajo”.

Mottaz (1988) “se refiere a la satisfacción laboral, como respuesta emocional que se genera luego de evaluar la situación laboral”.

Díez de Castro, García del Junco, Martín Jiménez, y Periañez Cristóbal (2001): manifiestan que “La satisfacción es un sentimiento personal, ya sea positivo o negativo, cuando comparan sus recompensas (externas e internas) con las recompensas que deberían esperar (o incluso las recompensas recibidas por otros), Experimentarán su propia experiencia en la organización. Quieren ser compensados por los esfuerzos realizados en su nombre”

Wright y Davis (2003) mencionan que “La satisfacción laboral se refiere a la interacción entre los empleados y su entorno de trabajo, en este proceso los empleados deben lograr coherencia entre las expectativas y los sentimientos que obtienen de su trabajo”.

Muñoz Adánez, (1990) describe “La satisfacción laboral se refiere a la experiencia agradable o positiva que el sujeto se siente feliz o positivo debido al trabajo de interés dentro del ámbito de la empresa u organización que acoge, en un ambiente que lo hace sentir relajado. Recibir una serie de compensaciones psicológicas, sociales y económicas de acuerdo a sus expectativas”.

Fleishman, (1979) definió la satisfacción laboral como “Los resultados o resultados que experimentan los empleados en el lugar de trabajo están relacionados con sus propios valores, es decir, son iguales a lo que quieren o esperan, y creen que tiene una sensación de placer similar”.

Locke (1976) define a la Satisfacción laboral como “Estado emocional positivo o agradable producido por la percepción subjetiva de la experiencia laboral”.

Peiró (1996) menciona que “Los hechos o condiciones que provocan la satisfacción laboral son la naturaleza intrínseca del puesto, es decir, el salario, la promoción, la seguridad laboral y las condiciones laborales; mientras que los agentes de la satisfacción laboral son las personas, supervisores, compañeros, etc”.

#### **2.2.1.2. Factores Principales de la Satisfacción laboral (Dimensiones variable independiente)**

Robbins, (1998) menciona que “los factores organizacionales que determinan la satisfacción laboral son el reto del trabajo, sistema de recompensas justas, condiciones favorables de trabajo, colegas que brinden apoyo y compatibilidad entre personalidad y puesto de trabajo”

## A) RETO DEL TRABAJO

La naturaleza del trabajo es el principal factor determinante de la satisfacción de los empleados.

- El nivel de requisitos para la realización de diversas actividades para la realización del trabajo hace que los empleados requieran diferentes habilidades y talentos.
- Cada trabajo necesita realizar una tarea o proceso, por lo que debe estar correctamente identificado de principio a fin
- Las tareas realizadas por los empleados tienen un impacto en la vida o el trabajo de otros en la organización inmediata o en el entorno externo.
- El desempeño de las actividades laborales requeridas por el puesto permite a los empleados obtener información clara y directa sobre la efectividad de su desempeño.

## B) SISTEMA DE RECOMPENSAS JUSTAS

- Recompensas extrínsecas: Es otorgado por la organización en base al desempeño y esfuerzo de los empleados, como el sistema de salario y la política de promoción que la organización ha formulado, y el elogio y reconocimiento del jefe
- Recompensas intrínsecas: Es lo que los empleados experimentan internamente: competencia, orgullo y habilidades manuales

## C) CONDICIONES FAVORABLES DEL TRABAJO

Los empleados están interesados en su entorno laboral, que mejora su bienestar personal y promueve un desarrollo laboral eficaz. El entorno físico cómodo y adecuado puede

funcionar mejor, lo que favorece la satisfacción de los empleados; la cultura organizacional también se considera.

#### D) COLEGAS QUE BRINDEN APOYO

El comportamiento del jefe es uno de los principales determinantes de la satisfacción. Cuando el líder es más tolerante y considerado que el jefe autoritario e indiferente, los empleados se sentirán más satisfechos. Para los empleados con baja autoestima o puestos desagradables o frustrantes, puede ser más importante contar con líderes considerados y tolerantes

#### E) COMPATIBILIDAD ENTRE LA PERSONALIDAD Y EL PUESTO

Un alto grado de consenso entre personalidad y ocupación conduce a una mayor satisfacción, porque las personas tendrán suficientes talentos y habilidades para completar todas las actividades en el lugar de trabajo. Es probable que las personas que trabajan en puestos que coincidan con sus habilidades puedan lograr un mejor desempeño en ese puesto, lograr un mayor éxito en el trabajo y generar una mayor satisfacción.

*“Los teóricos de contenido asumen que la satisfacción de necesidades y el logro de valores pueden conducir a la satisfacción laboral (Locke, 1976). La teoría de la jerarquía de necesidades de Maslow (1943) y la de la motivación e higiene (Herzberg, Mausner, y Snyderman, 1959) son ejemplos de teorías de contenido” (Bonilla Muños & Nieto Gonzales, 2015).*

#### **2.2.1.3. Teoría de la jerarquía de necesidades de Maslow**

Con respecto a las necesidades individuales de Maslow (.1943), podemos decir que “existe satisfacción laboral cuando las necesidades del individuo se alcanzan por medio del trabajo y de su entorno. Las



necesidades se pueden estudiar atendiendo a su jerarquía en cinco categorías las cuales con fisiológicas, de seguridad, sociales, de estima, y de autorrealización; que son escalonadas de menor a mayor importancia” Díez de Castro y Redondo (1996), son:

Díez de Castro, García del Junco, Martín Jiménez y Periañez Cristóbal (2001); menciona que estas cinco necesidades se pueden agrupan en dos bloques:

- Necesidades de orden inferior: Son las necesidades básicas para la supervivencia (inmediata y futura) y se cubren fácilmente con medios materiales, como salarios, normas de seguridad y salud, prestaciones de seguridad social, etc. Son fisiológicos y seguros.
- Necesidades de orden superior: “Son inmateriales y nunca pueden satisfacerse por completo. Consisten en social, autoestima y autorrealización. Solo cuando una necesidad esté completamente satisfecha, surgirá otra necesidad de nivel superior y motivará a las personas a hacer algo para satisfacerla. Las necesidades totalmente satisfechas no motivarán” (Díez de Castro, y Redondo López, 1996).

## **2.2.2. CALIDAD DE SERVICIO PERCIBIDA (Variable Dependiente)**

### **2.2.2.1. Marketing de servicios**

“Estudiar el proceso de intercambio entre consumidores y empresas por productos específicos; qué es un servicio para satisfacer las necesidades, deseos y necesidades de los consumidores” (RUIZ, 2002).

Según Zeithaml, Bitner y Gremler, (2009) Los servicios poseen características como:

- a) La intangibilidad: Los servicios son acciones, no objetos, es decir, no se pueden ver, tocar, oler o almacenar como productos. Esta intangibilidad trae algunas deficiencias, como dificultad para exhibir o comunicar, dificultad para fijar el precio e incapacidad para solicitar fácilmente una patente
- b) Heterogeneidad: Así como no hay un cliente con las mismas expectativas, tampoco hay un servicio idéntico. El desempeño de los empleados puede variar de un día a otro, lo que afecta la prestación del servicio y la percepción del cliente del servicio.
- c) Naturaleza perecedera: Estos servicios no van a durar para siempre, una vez producidos y consumidos terminan, es decir, tienen un período de tiempo determinado. El servicio no se puede guardar, almacenar, revender ni devolver
- d) La producción y el consumo de servicios se llevan a cabo al mismo tiempo: en lo que respecta a los productos, los productos deben producirse primero, luego venderse y finalmente consumirse, mientras que los servicios se venden primero y luego se producen y consumen.
- e) La inseparabilidad: El servicio es inseparable de los empleados y clientes de la empresa. La producción y prestación de servicios depende de las operaciones realizadas por los clientes internos y externos de la empresa.

#### **2.2.2.2. Importancia de la Calidad de Servicio**

“En la actualidad, la atención al cliente es una de las armas más poderosas que puede utilizar una empresa para crecer en sus sucursales, por ejemplo, debido a la llegada de anuncios o orientada a atraer clientes a la empresa, tanto que la atención al cliente satisface más El requisito de garantizar que los clientes regresen y que su experiencia de vivir en la empresa siga siendo una carga positiva para

ellos”. (Horovitz, 2014)

“Ahora entendemos mejor que antes, porque los clientes prefieren ciertos servicios y evitan otros, porque es difícil que los clientes prefieran productos o servicios de mala calidad o precios más altos. Los clientes buscan un buen trato, porque esto, junto con el suministro de productos de calidad a precios razonables, les incitará a regresar” (Martin, 2016)

### **2.2.2.3. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

Con respecto al Marketing, medir la satisfacción de un cliente es uno de los factores muy importantes en la actualidad y su medición en las entidades financieras es de mucha importancia; ya que existe muchas entidades de este tipo y compiten entre ellas y una de ellas son las Cajas Municipales de ahorro y crédito.

Existe una variedad de escalas para evaluar y cuantificar esta satisfacción, una de las cuales fue la creada por Parasuraman y Zeithaml y Berry (1987), los iniciadores de la escala SERVQUAL. Se basan en la teoría de la divergencia, pues esta propuso su modelo, Enfatiza que existen mayores problemas con los servicios debido a las tres categorías que son muy diferentes a los productos: intangibilidad, heterogeneidad e inseparabilidad, por lo que se deben evaluar factores clave para medir y comparar el desempeño de la calidad del servicio y Necesidades de calidad del cliente. El modelo mide cinco dimensiones: efectos tangibles que deben cumplirse para satisfacer la satisfacción del cliente, la confianza, la respuesta, la seguridad y la empatía.

### **2.2.2.4. Dimensiones de la calidad de servicio (MODELO SERVQUAL)**

El modelo SERVQUAL en sus inicios se creó para “medir cuando utilice un determinado servicio, mide la desviación entre el servicio percibido y el servicio requerido. La escala intenta explicar los factores clave que afectan las expectativas del cliente. Además de las

necesidades personales, estas expectativas también dependen de posibles experiencias pasadas, información obtenida a través de la comunicación externa (publicidad) y la información que se está informando, el boca a boca conocido". (ZEITHAML, BITNER, & GREMLER, 2009)

Analicemos qué elementos suelen percibir los clientes en el proceso de prestación del servicio, y los elementos que rodean sus deseos o predicciones. Esto nos permite compartir las cinco dimensiones de la calidad del servicio determinadas a través de varias investigaciones “

Estas dimensiones que se plantean son las que mejor conocen los usuarios o clientes y se han convertido en los estándares generales para poder evaluar los servicios” (Denton & Keith, 2015)

Estas dimensiones son:

- **Fiabilidad**

Esta es la capacidad de realizar los servicios prometidos de manera confiable y cuidadosa. Esto significa el cumplimiento de las promesas de servicio y la prestación inconfundible. Las personas han descubierto que una de las principales razones de insatisfacción del cliente son las promesas incumplidas.

- **Capacidad de Respuesta**

Dispuesto y a ayudar a los usuarios y brindar un servicio rápido. Está ansioso por atender a los clientes de manera oportuna. Esto permite a los clientes ver que su negocio es apreciado y amado.

- **Seguridad**

Se refiere al conocimiento, la atención y las habilidades

que muestran los empleados que inspiran credibilidad y confianza.

Los consumidores deben darse cuenta de que los servicios prestados están libres de riesgos y que no hay peligro ni duda sobre los beneficios

- **Empatía**

Es la capacidad de brindar a los clientes una atención personalizada y cuidadosa. Deseoso de comprender las necesidades exactas de los clientes y encontrar la respuesta más adecuada. La empatía también incluye la accesibilidad, la comunicación para mantener a los clientes informados y comprender a los clientes de sus necesidades.

### **2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES**

**Satisfacción laboral:** Es una tendencia laboral relativamente estable o una tendencia laboral basada en las creencias y valores desarrollados por su experiencia profesional.

**Satisfacción en el trabajo:** En un ambiente que lo hace sentir relajado, dentro del ámbito de la empresa u organización que lo hace sentir satisfecho, el sujeto se siente feliz o positivo acerca de la experiencia laboral que le interesa. Serie de compensación.

**Adaptabilidad:** La capacidad de adaptarse física y mentalmente a una persona en diversas situaciones.

**Calidad:** Este es un conjunto de funciones inherentes que cumplen con los requisitos y también significa alcanzar un estándar más alto, en lugar de estar satisfecho con expectativas inferiores a las esperadas.

**Servicio:** Esperamos que nuestra experiencia permita a los clientes vivir. Son funciones que las personas realizan a otras personas con el fin de lograr su satisfacción al aceptarlas.

**Cliente:** Es el receptor de uno o más resultados de procesos específicos. Quién recibe el servicio o determinado producto. **Confiabilidad:** Capaz de realizar el servicio prometido de manera confiable y seria.

**Empatía:** Se refiere a ponerse en el lugar de los demás, experimentar su estado emocional, comprender su situación, ser feliz por su progreso, ser feliz y estar con ellos en momentos difíciles. Las habilidades humanas permiten a la especie progresar moralmente, evitando la discriminación, los insultos y la agresión contra los demás.

## **2.4. HIPÓTESIS**

### **2.4.1. HIPÓTESIS GENERAL**

**H1: Existe relación significativa entre** la satisfacción laboral y la calidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020

**H0: No Existe relación significativa entre** la satisfacción laboral y la calidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020

### **2.4.2. HIPOTESIS ESPECIFICOS.**

- Existe relación significativa entre la satisfacción laboral y la fiabilidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020.
- Existe relación significativa entre la satisfacción laboral y la capacidad de respuesta percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020.
- Existe relación significativa entre la satisfacción laboral y la seguridad percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020.
- Existe relación significativa entre la satisfacción laboral y la empatía percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito

Huancayo - agencia Huánuco, 2020.

## **2.5. VARIABLES**

### **2.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE**

Satisfacción laboral

### **2.5.2. VARIABLE DEPENDIENTE**

Calidad de Servicio

## 2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES (DIMENSIONES E INDICADORES)

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
SATISFACCION LABORAL (VI)	Reto del trabajo	Desarrollo de actividades	¿Cuán satisfecho se encuentra con sus habilidades y talentos para desarrollar las actividades de su trabajo?
		resultados del trabajo	¿Cuán satisfecho se encuentra con el impacto externo que genera el resultado de su trabajo?
	Sistema de recompensas justas	Recompensas extrínsecas	¿Cuán satisfecho se encuentra con el sistema de salarios y políticas de ascensos que se tiene en la entidad?
		Recompensas intrínsecas	¿Cuán satisfecho y orgulloso se encuentra de laborar en esta entidad?
	Condiciones favorables de trabajo	Ambiente físico	¿Cuán satisfecho se encuentra con el entorno físico y el espacio en que realiza sus tareas?
		Equipos de trabajo	¿Cuán satisfecho se encuentra con los equipos de trabajo asignados en su área de trabajo?
	Colegas que brinden apoyo	Relaciones con su superior,	¿Referente a las relaciones con sus superiores, usted de se encuentra?
		Relaciones con sus colegas	¿Referente a las relaciones con sus colegas de trabajo, usted de se encuentra?
	Compatibilidad entre personalidad y puesto de trabajo	Personalidad	En relación al puesto que desempeña, esté se encuentra acorde con su personalidad y carácter, ¿por lo que usted se encuentra?
		Habilidades	En relación a las posibilidades que le brinda la institución, de hacer las cosas en las que mejor destaca y fue formado, ¿usted se encuentra?



<b>CALIDAD DE SERVICIO PERCIBIDA (VD)</b>	<b>Fiabilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promesa</li> <li>• Promesa del servicio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuando la entidad promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple.</li> <li>• Cuando un cliente tiene un problema, la entidad muestra un sincero interés en solucionarlo</li> <li>• La entidad realiza bien el servicio a la primera vez</li> <li>• La entidad concluye el servicio en el tiempo acordado</li> </ul>
	<b>Capacidad de Respuesta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información</li> <li>• Rapidez</li> <li>• Disposición</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los empleados informan todas las condiciones del servicio de manera oportuna y sincera</li> <li>• Los empleados brindan servicios rápidos y de alta calidad de acuerdo a sus necesidades.</li> <li>• Los empleados siempre están dispuestos a ayudar</li> </ul>
	<b>Seguridad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Confianza</li> <li>• Amabilidad</li> <li>• Conocimientos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El comportamiento de los empleados transmite confianza a sus clientes para orientarlos en el uso de los productos y servicios que brinda la entidad</li> <li>• Los clientes se sienten seguros en la transacción bancaria</li> <li>• El personal siempre es amable y educado con los clientes</li> <li>• Los empleados tienen suficiente conocimiento para responder las preguntas de los clientes</li> </ul>
	<b>Empatía</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Horarios</li> <li>• Atención personalizada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La entidad tiene horarios de trabajos flexibles y se adapta a tu necesidad.</li> <li>• El empleado de la entidad ofrece atención personalizada</li> </ul>

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación es de tipo aplicada.

Según Martínez (2004), "La investigación aplicada se denomina "investigación práctica o investigación empírica", la cual se caracteriza porque busca la aplicación o uso de los conocimientos adquiridos luego de implementar y sistematizar la práctica basada en la investigación, mientras se adquieren o adquieren otros conocimientos; en este caso de la investigación se utilizan teorías de satisfacción laboral y calidad de servicio"

##### 3.1.1. ENFOQUE

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo, el enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento; en este caso de la investigación sobre la variable satisfacción laboral en la Institución de la Caja Huancayo y por tanto, "con base en la medición numérica y el análisis estadístico, podemos comprender la relación entre la calidad del servicio y establecer patrones de comportamiento y testear teoría". (Hernández, 2010)

##### 3.1.2. ALCANCE O NIVEL

Esta investigación es de alcance o nivel **Descriptivo Correlacional**.

Es descriptivo porque busca medir sus variables, para describirlos además es correlacional porque busca medir la relación que existe entre las dos variables de investigación.

Hernández, (2010) "Sostiene que los estudios descriptivos por lo general fundamentan las investigaciones correlacionales y esta

proporciona información para llevar a cabo estudios que generan un sentido de entendimiento y son altamente estructurados”. Esta investigación descriptiva - correlacional ayudará a analizar cómo se manifiesta las variables de satisfacción laboral y la calidad de servicio en la Caja Huancayo; para ver la correlación de ambas variables.

### 3.1.3. DISEÑO

El diseño es No Experimental de corte transaccional - correlacional.

El diseño de esta investigación es NO EXPERIMENTAL, “debido a que esta investigación se realizó sin manipulación deliberada de variables, el fenómeno solo puede observarse en el entorno natural y luego analizarse”. (Hernandez, 2015)

Su propósito es describir el tema de investigación y analizar la incidencia de sus interrelaciones dentro de un determinado período de tiempo, por lo que describirá y correlacionará las variables de satisfacción laboral y calidad del servicio.

M1\_\_\_\_\_Ox  
M2\_\_\_\_\_Oy

**Donde:**

M1= Muestra 01

M2 =Muestra 02

O x = variable independiente

O y= variable dependiente

## 3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

### 3.2.1. POBLACIÓN

**La población 01** está compuesta por trabajadores de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco

Puesto	N°
Administrador	1
Área de Créditos	18
Área de operaciones	6
TOTAL	25

Fuente: Oficina. Recursos Humanos

**La población 02 está conformada por los clientes** que asisten a la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, durante el mes de febrero:

Fecha de semana	N° de Clientes
03/02/2020 hasta el 08/02/2020	110
10/02/2020 hasta el 15/02/2020	85
17/02/2020 hasta el 22/02/2020	50
24/02/2020 hasta el 29/02/2020	60
TOTAL	<b>305</b>

Fuente: registro de Transacciones de sistema

### 3.2.2. MUESTRA

**La muestra para la población 01** será no probabilístico – intencional, Se toma este tipo de muestreo por que se conoce bien a la población y por ende solo se tomara los trabajadores del ára de créditos y operaciones, que en totalidad hacen **24 trabajadores** y son los que tienen que responder al cuestionario de satisfacción laboral.

**La muestra para la población 02** será probabilístico – por conveniencia e utilizaremos la siguiente formula

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N - 1) e^2 + p \cdot q \cdot z^2}$$

**Dónde:**

N=162

P=Probabilidad de éxito 50%

Q=Probabilidad de fracaso 50%

E=Nivel de precisión 7%

Z=Límite de confianza 1.699

n=171 - muestra

### 3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para lograr el propósito de esta investigación se utilizarán estas técnicas (encuesta) y herramientas (cuestionario), y las fuentes serán primarias y secundarias.

la encuesta es; “Aplicar o implementar procedimientos estandarizados para recopilar información (oral o escrita) de una gran cantidad de temas. La muestra debe ser representativa de las personas de interés y la información recopilada se limita a la información resumida en las preguntas que constituyen el cuestionario estructurado”. (CEA D’ANCORA, 2016)

Barrera, (2010) manifiesta que el cuestionario “Es una herramienta que puede combinar una serie de preguntas relacionadas con un evento, situación o tema específico, y los investigadores esperan obtener información de él”.

### 3.4. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

**Estadística:** Nos permite clasificar, calcular, analizar y resumir la información digital obtenida de forma sistemática para que describan

con precisión las variables analizadas, de manera que puedan leer e interpretar rápidamente los resultados que se aplicó a la muestra

**Para analizar la información se va usar el programa** el SPSS Statistics25 y Microsoft Excel; para representar los resultados, realizar la prueba de hipótesis y así comprender mejor los resultados.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

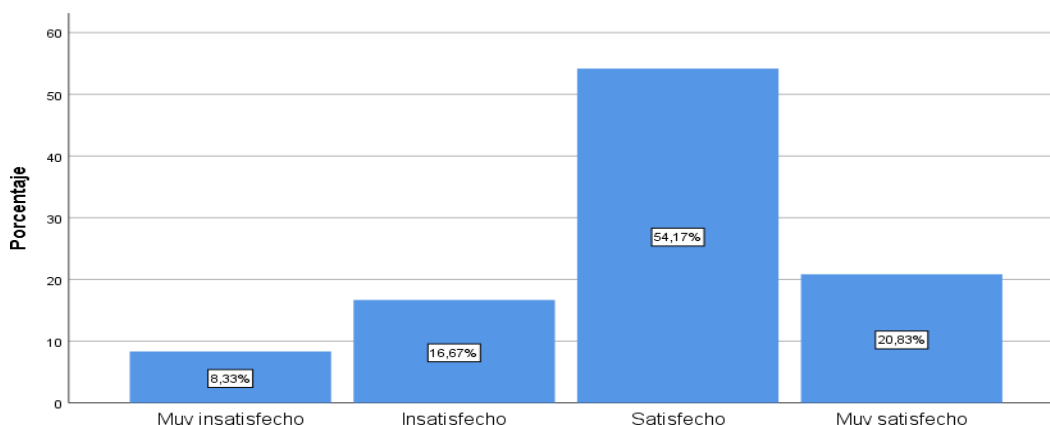
#### 4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS

##### VARIABLE INDEPENDIENTE: SATISFACCIÓN LABORAL

**Tabla N° 1 ¿Cuán satisfecho se encuentra con sus habilidades y talentos para desarrollar las actividades de su trabajo?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy insatisfecho	2	8,3	8,3	8,3
	Insatisfecho	4	16,7	16,7	25,0
	Satisfecho	13	54,2	54,2	79,2
	Muy satisfecho	5	20,8	20,8	100,0
Total		24	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Elaboración: Propia del investigador



Fuente: Tabla N° 1 Elaboración: El Investigador

**Gráfico N° 1 ¿Cuán satisfecho se encuentra con sus habilidades y talentos para desarrollar las actividades de su trabajo?**

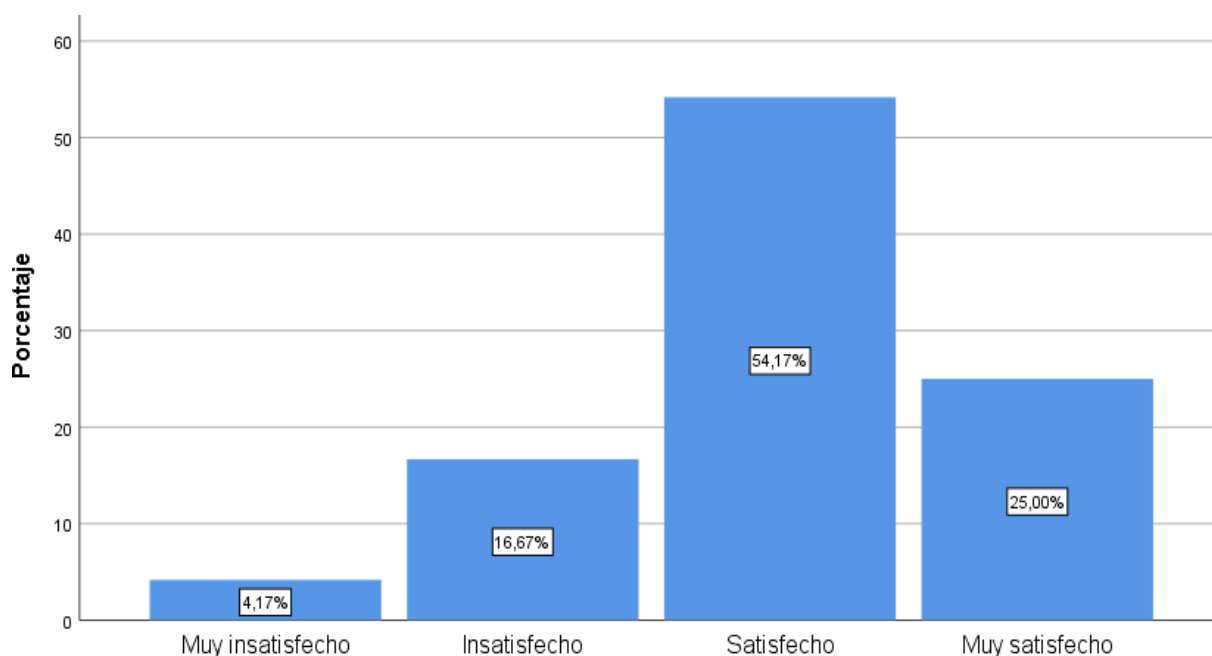
#### **Análisis e interpretación:**

Del gráfico se puede observar que el 54.17% se encuentra satisfecho con sus habilidades y talentos para desarrollar las actividades de su trabajo, el 20.83% muy satisfecho, el 16.67% insatisfecho y el solo 8.33% muy insatisfecho, por ello decimos que en su mayoría los trabajadores se encuentran satisfechos con sus habilidades

**Tabla N° 2 ¿Cuán satisfecho se encuentra con el impacto externo que genera el resultado de su trabajo?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy insatisfecho	1	4,2	4,2	4,2
	Insatisfecho	4	16,7	16,7	20,8
	Satisfecho	13	54,2	54,2	75,0
	Muy satisfecho	6	25,0	25,0	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Elaboración: Propia del investigador



Fuente: Tabla N° 2 Elaboración: El Investigador

**Gráfico N° 2 ¿Cuán satisfecho se encuentra con el impacto externo que genera el resultado de su trabajo?**

**Análisis e interpretación:**

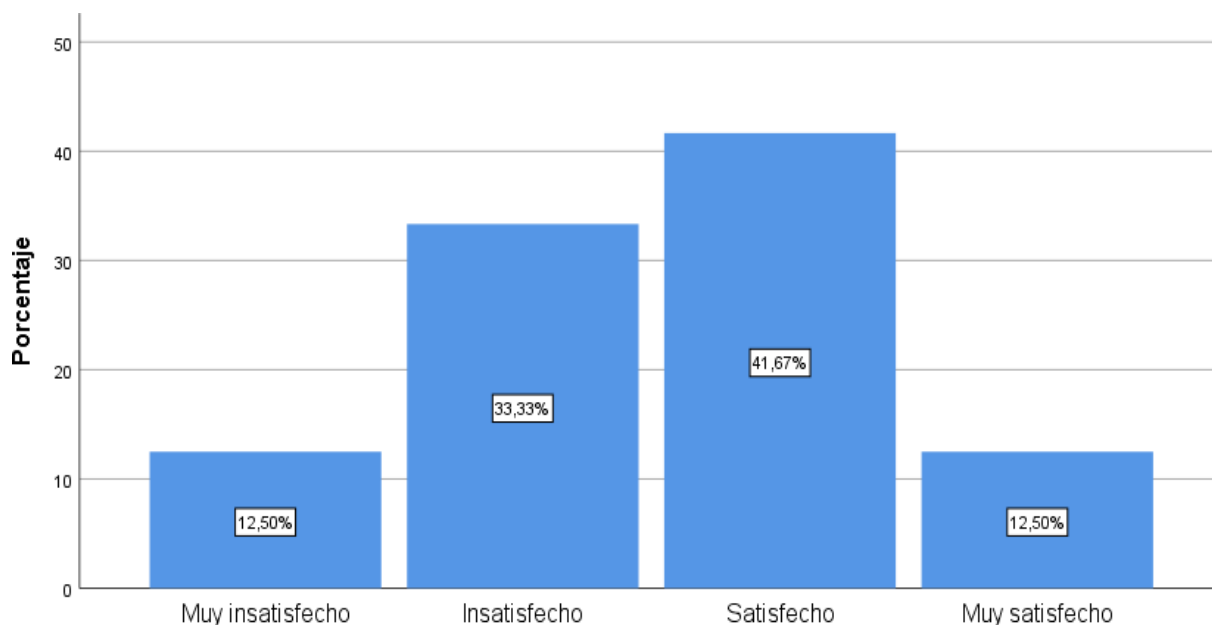
De los resultados se observa que el 54.17% se encuentra satisfecho con el impacto externo que genera el resultado de su trabajo, el 25% se encuentra muy satisfecho, el 16.67 insatisfecho y solo el 4.17% muy insatisfecho; es decir la mayoría de los trabajadores están contentos de brindar un buen apoyo a las personas que brindan el servicio y por ende a la sociedad.



**Tabla N° 3 ¿Cuán satisfecho se encuentra con el sistema de salarios y políticas de ascensos que se tiene en la Institución?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy insatisfecho	3	12,5	12,5	12,5
	Insatisfecho	8	33,3	33,3	45,8
	Satisfecho	10	41,7	41,7	87,5
	Muy satisfecho	3	12,5	12,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Elaboración: Propia del investigador



Fuente: Tabla N° 3 Elaboración: El Investigador

**Gráfico N° 3 ¿Cuán satisfecho se encuentra con el sistema de salarios y políticas de ascensos que se tiene en la Institución?**

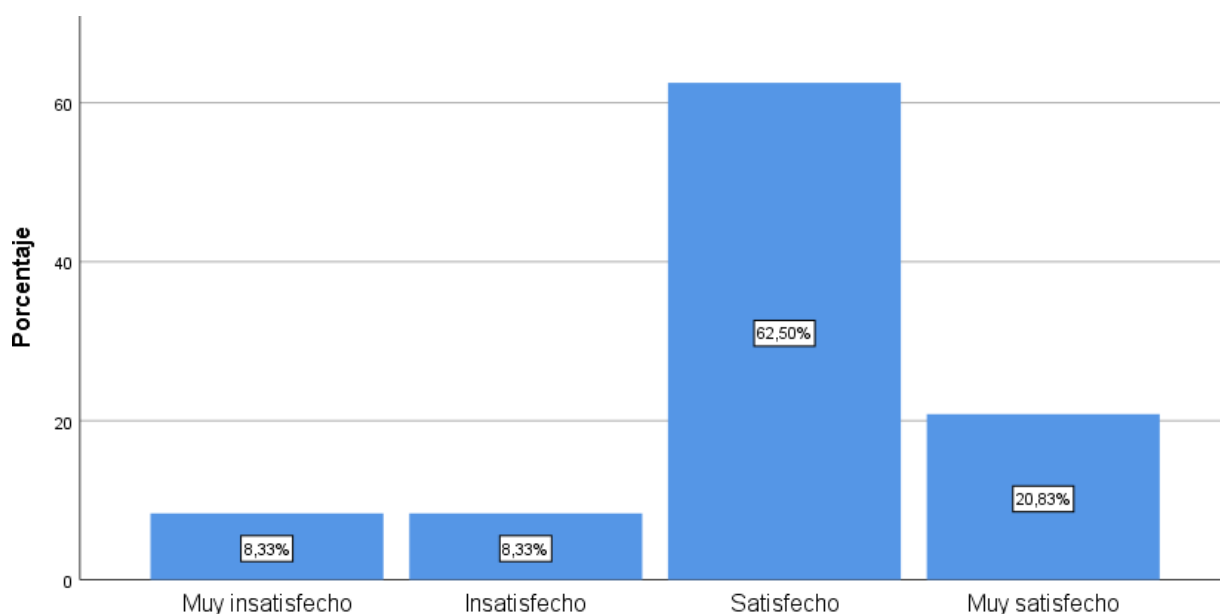
**Análisis e interpretación:**

De estos resultados podemos observar que el 41.67% se encuentra satisfecho con el sistema de salarios y políticas de ascensos que se tiene en la Institución, el 33.33% se encuentra insatisfecho y el 12.50% se encuentra muy insatisfecho y satisfecho; es decir casi la mitad de los trabajadores se encuentra insatisfecho y la otra mitad satisfecho

**Tabla N° 4 ¿Cuán satisfecho y orgulloso se encuentra de laborar en esta institución?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy insatisfecho	2	8,3	8,3	8,3
	Insatisfecho	2	8,3	8,3	16,7
	Satisfecho	15	62,5	62,5	79,2
	Muy satisfecho	5	20,8	20,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Elaboración: Propia del investigador



Fuente: Tabla N° 4 Elaboración: El Investigador

**Gráfico N° 4 ¿Cuán satisfecho y orgulloso se encuentra de laborar en esta institución?**

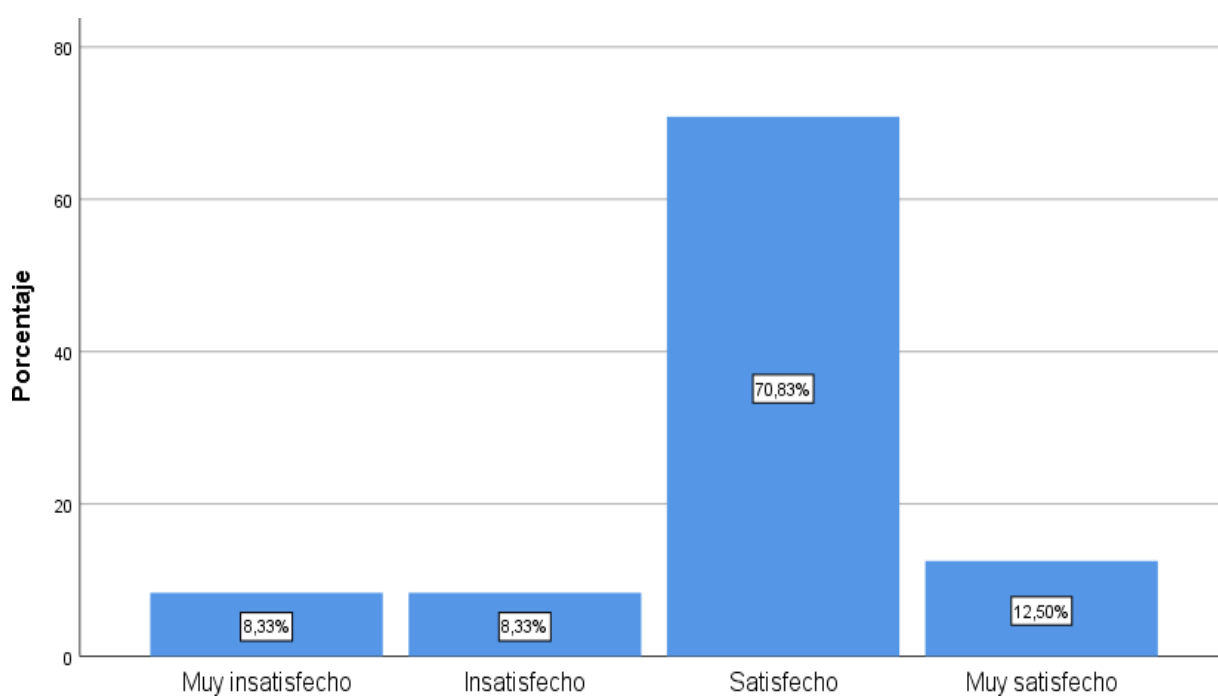
**Análisis e interpretación:**

En los resultados se puede observar que el 62.50% se siente satisfecho y orgulloso de laborar en la institución el 20.83% se encuentra muy satisfecho, el 8.33% se encuentra insatisfecho y el 8.33% muy insatisfecho; en tal sentido decimos que la mayoría se encuentra satisfecho y orgullo de laborar en la caja de ahorro y crédito y un menor porcentaje no lo está

**Tabla N° 5 ¿Cuán satisfecho se encuentra con el entorno físico y el espacio en que realiza sus tareas?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy insatisfecho	2	8,3	8,3	8,3
	Insatisfecho	2	8,3	8,3	16,7
	Satisfecho	17	70,8	70,8	87,5
	Muy satisfecho	3	12,5	12,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Elaboración: Propia del investigador



Fuente: Tabla N° 5 Elaboración: El Investigador

**Gráfico N° 5 ¿Cuán satisfecho se encuentra con el entorno físico y el espacio en que realiza sus tareas?**

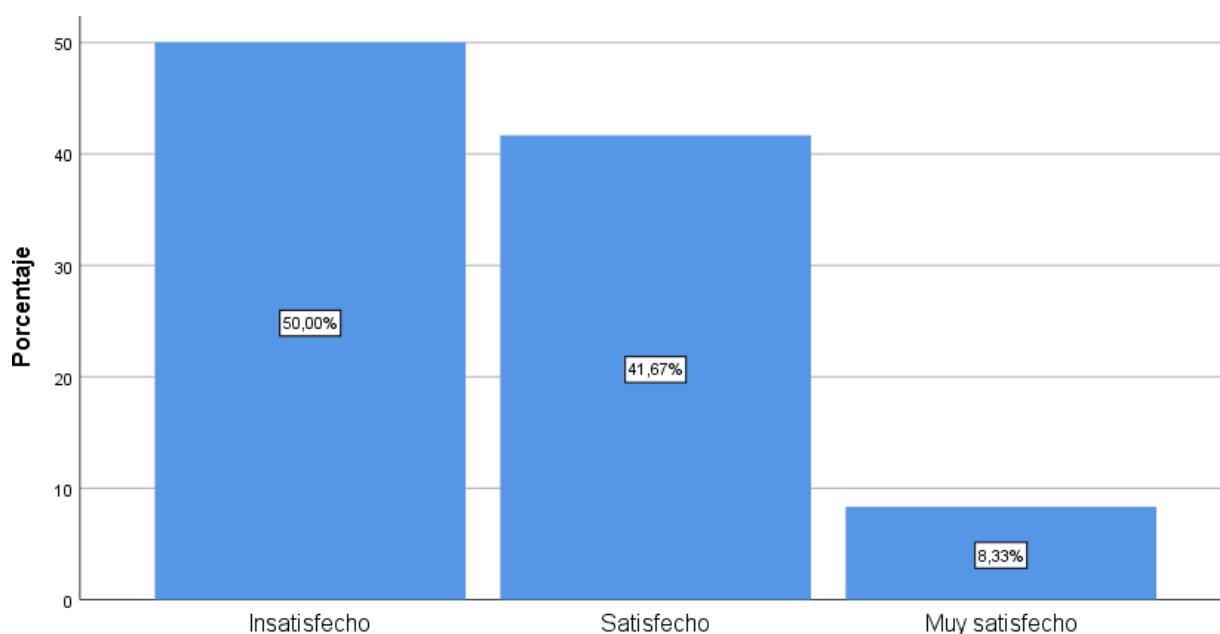
**Análisis e interpretación:**

Los resultados nos muestran que el 7.83% se encuentra satisfecho con el entorno físico y el espacio en que realiza sus tareas, el 12.50% muy satisfecho, el 8.33% insatisfecho y el 8.33% muy insatisfecho; es decir que la mayoría está contento con el ambiente físico y solo una minoría no lo está.

**Tabla N° 6 ¿Cuán satisfecho se encuentra con los equipos o herramientas de trabajo asignados en su área de trabajo?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Insatisfecho	12	50,0	50,0	50,0
	Satisfecho	10	41,7	41,7	91,7
	Muy satisfecho	2	8,3	8,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Elaboración: Propia del investigador



Fuente: Tabla N° 6 Elaboración: El Investigador

**Gráfico N° 6 ¿Cuán satisfecho se encuentra con los equipos o herramientas de trabajo asignados en su área de trabajo?**

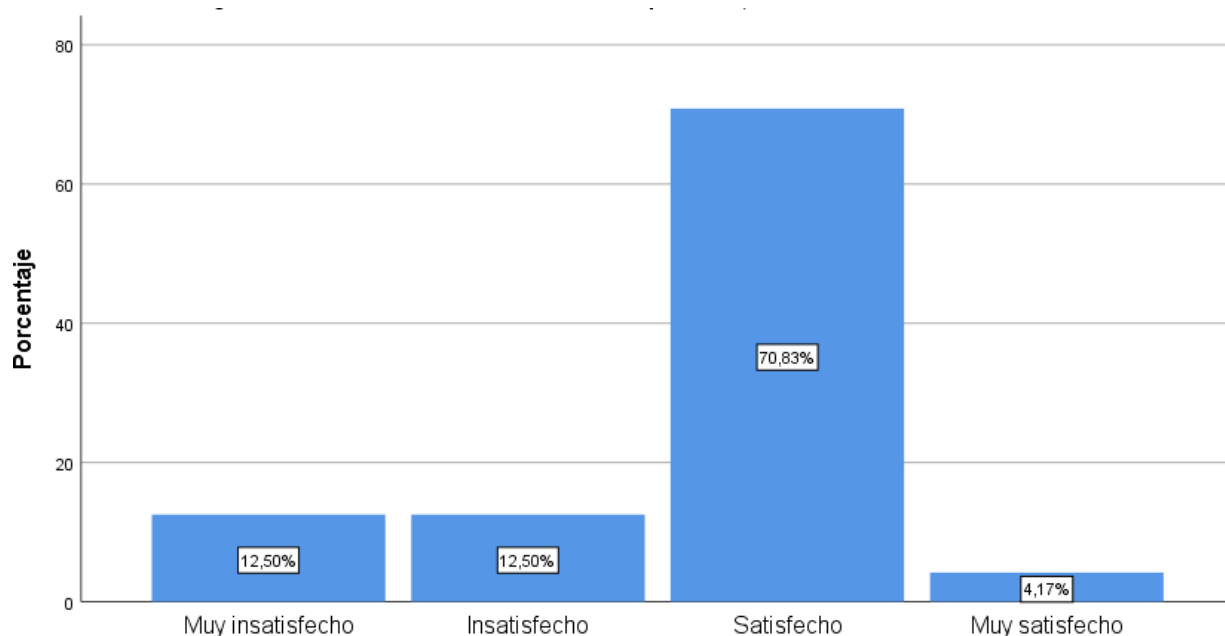
**Análisis e interpretación:**

Según los resultados se puede observar que el 50% se encuentra insatisfecho con los equipos o herramientas de trabajo que les asignan, el 41.67% se encuentra satisfecho, solo el 8.33% está muy satisfecho; entonces decimos que la mayoría no está muy contenta con las herramientas que le asignan y esto puede repercutir en la calidad de servicio.

**Tabla N° 7 ¿Referente a las relaciones con sus superiores, usted de se encuentra?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy insatisfecho	3	12,5	12,5	12,5
	Insatisfecho	3	12,5	12,5	25,0
	Satisfecho	17	70,8	70,8	95,8
	Muy satisfecho	1	4,2	4,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Elaboración: Propia del investigador



Fuente: Tabla N° 7 Elaboración: El Investigador

**Gráfico N° 7 ¿Referente a las relaciones con sus superiores, usted de se encuentra?**

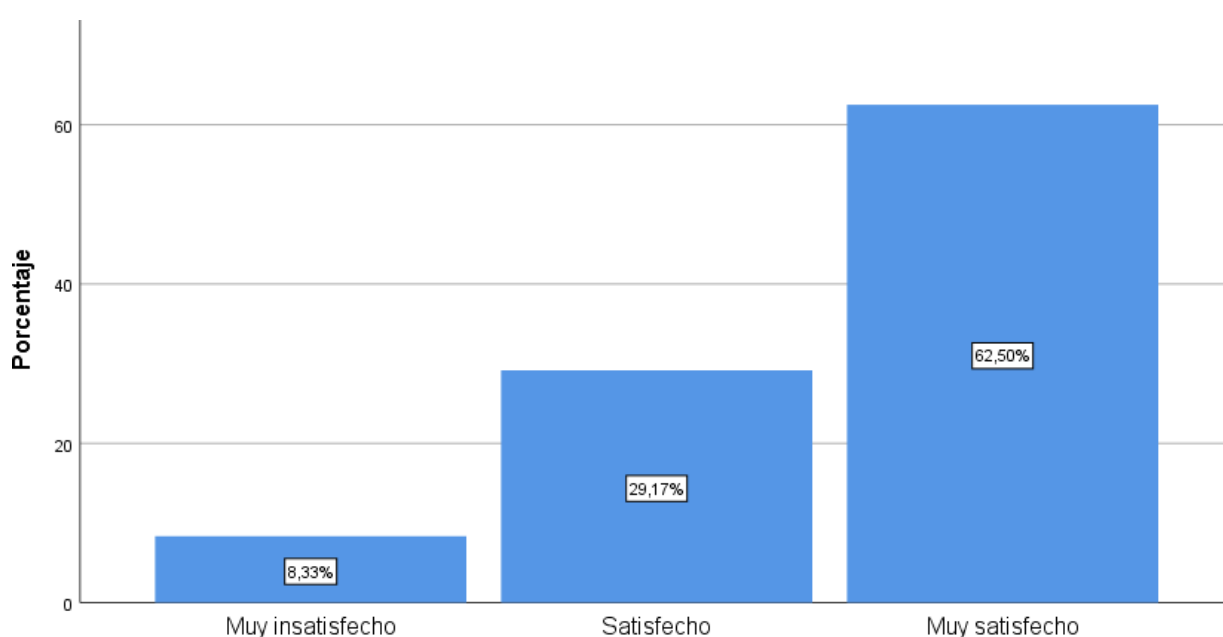
**Análisis e interpretación:**

En tabla N° 7 se observa que el 70% está satisfecho con referencia a las relaciones con sus superiores, el 12.50% está insatisfecho, el 12.50% está muy insatisfecho y solo el 4.17% está muy satisfecho; es decir que el clima laboral entre los superiores y trabajos es buena y esto siempre repercute al momento de brindar un buen servicio al cliente

**Tabla N° 8 ¿Referente a las relaciones con sus colegas de trabajo, usted se encuentra?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy insatisfecho	2	8,3	8,3	8,3
	Satisfecho	7	29,2	29,2	37,5
	Muy satisfecho	15	62,5	62,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Elaboración: Propia del investigador



Fuente: Tabla N° 8 Elaboración: El Investigador

**Gráfico N° 8 ¿Referente a las relaciones con sus colegas de trabajo, usted se encuentra?**

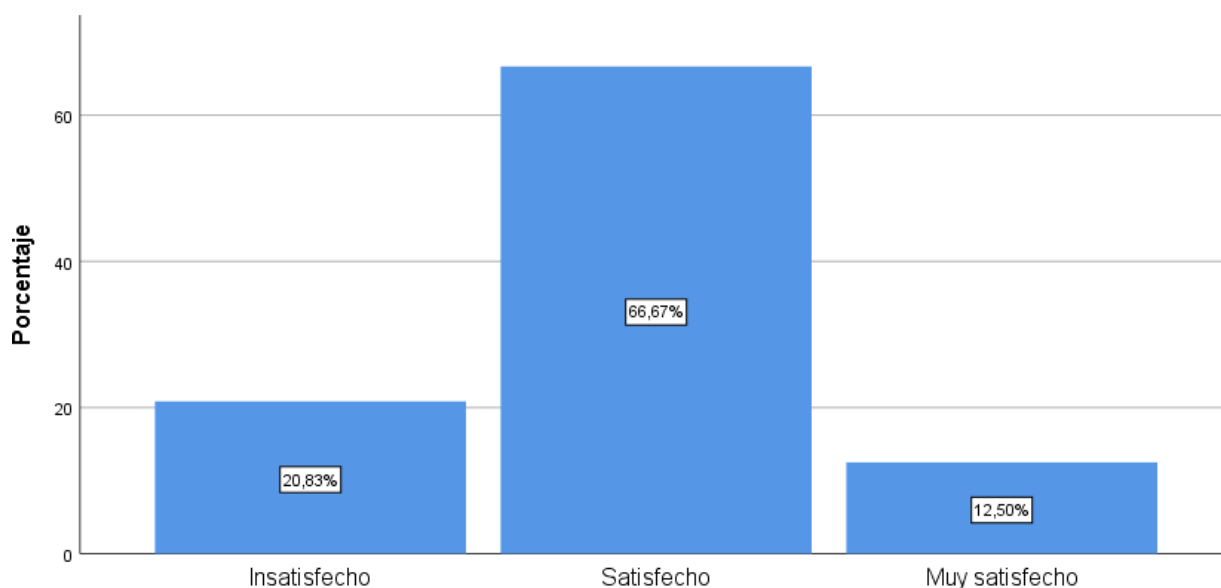
**Análisis e interpretación:**

En la figura N° 8 se muestra que un 62.50% se encuentra satisfecho con referente a las relaciones con sus colegas de trabajo, el 29.17% se encuentra satisfecho y solo el 8.33% está muy satisfecho, por ello decimos que el personal de la Caja Huancayo, trabaja en un clima laboral bueno y esto de seguro repercute en las atenciones y la calidad de servicio que brindan.

**Tabla N° 9 En relación al puesto que desempeña, éste se encuentra acorde con su personalidad y carácter, ¿por lo que usted se encuentra?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Insatisfecho	5	20,8	20,8	20,8
	Satisfecho	16	66,7	66,7	87,5
	Muy satisfecho	3	12,5	12,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Elaboración: Propia del investigador



Fuente: Tabla N° 9 Elaboración: El Investigador

**Gráfico N° 9 En relación al puesto que desempeña, éste se encuentra acorde con su personalidad y carácter, ¿por lo que usted se encuentra?**

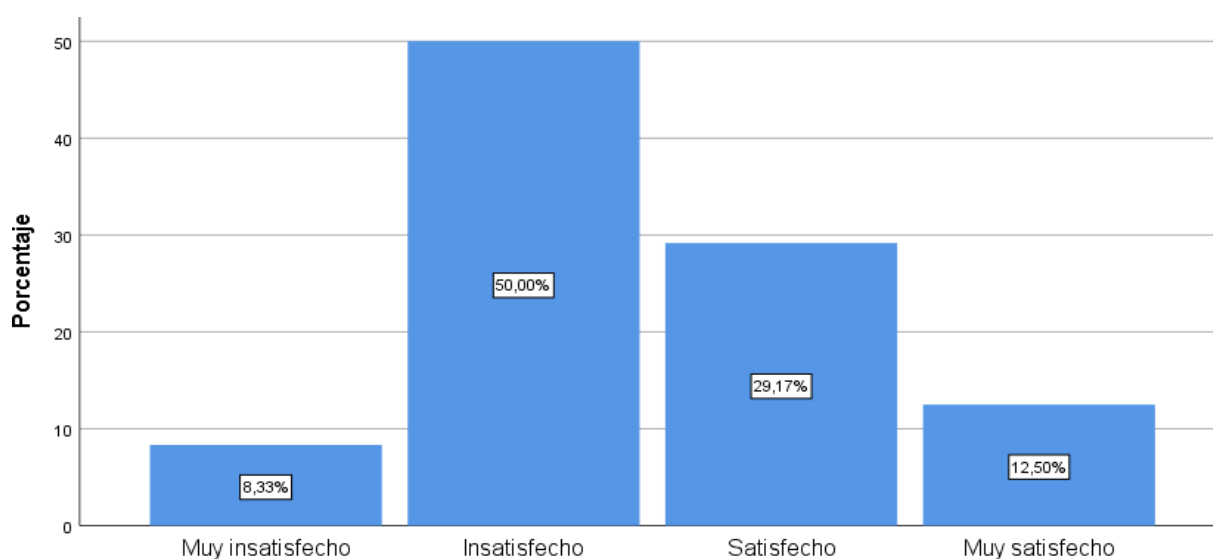
**Análisis e interpretación:**

En la tabla N° 09 se observa que el 66.67% se encuentra satisfecho en relación al puesto que desempeña y éste se encuentra acorde con su personalidad y carácter, el 20.63% está insatisfecho y solo el 12.50% muy satisfecho, por ello la mayoría de los trabajadores está contento en su puesto de trabajo y solo una minoría está descontenta, esto va repercutir mucho en la calidad de servicio que le brindan al cliente.

**Tabla N° 10 En relación a las posibilidades que le brinda la institución, de hacer las cosas en las que mejor destaca y fue formado, ¿usted se encuentra?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy insatisfecho	2	8,3	8,3	8,3
	Insatisfecho	12	50,0	50,0	58,3
	Satisfecho	7	29,2	29,2	87,5
	Muy satisfecho	3	12,5	12,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Elaboración: Propia del investigador



Fuente: Tabla N° 10 Elaboración: El Investigador

**Gráfico N° 10 En relación a las posibilidades que le brinda la institución, de hacer las cosas en las que mejor destaca y fue formado, ¿usted se encuentra?**

#### **Análisis e interpretación:**

De estos resultados se observa que el 50% se encuentra insatisfecho en relación a las posibilidades que le brinda la institución, de hacer las cosas en las que mejor destaca y fue formado, el 29.17% se encuentra satisfecho, el 12.50% muy satisfecho y solo el 8.33% muy insatisfecho; es decir que la mitad de los trabajadores no se encuentra muy contento con las posibilidades que les brinda la institución en hacer cosas que fueron formados o en sus habilidades, esto de todas maneras repercute a la satisfacción laboral

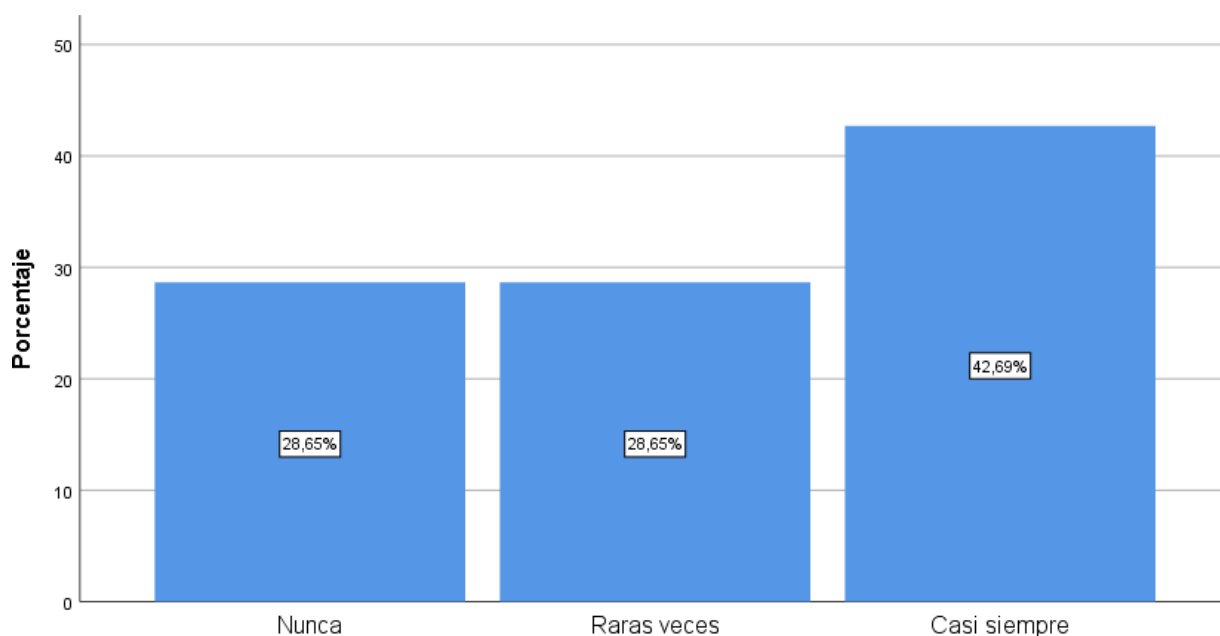


## VARIABLE DEPENDIENTE: CALIDAD DE SERVICIO

**Tabla N° 11 ¿Cuándo la entidad promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	49	28,7	28,7	28,7
	Raras veces	49	28,7	28,7	57,3
	Casi siempre	73	42,7	42,7	100,0
	Total	171	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Elaboración: Propia del investigador



Fuente: Tabla N° 11 Elaboración: El Investigador

**Gráfico N° 11 ¿Cuándo la entidad promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple?**

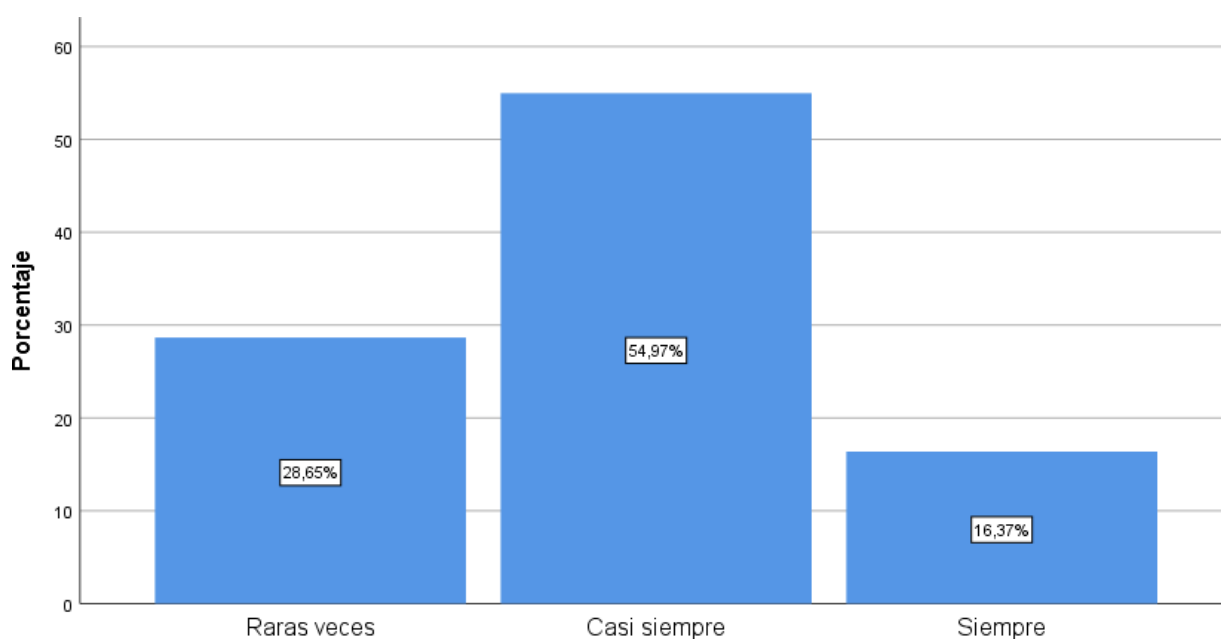
### **Análisis e interpretación:**

De los usuarios encuestados el 42.69% respondió que, cuándo la entidad promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple; el 28.65 % raras veces lo cumple y en un mismo porcentaje respondieron que nunca lo cumplen; es decir la mitad de los clientes esta medianamente satisfecho con las promesas que la entidad ofrece.

**Tabla N° 12 ¿Cuándo un cliente tiene un problema, la entidad muestra un sincero interés en solucionarlo?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Raras veces	49	28,7	28,7	28,7
	Casi siempre	94	55,0	55,0	83,6
	Siempre	28	16,4	16,4	100,0
	Total	171	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Elaboración: Propia del investigador



Fuente: Tabla N° 12 Elaboración: El Investigador

**Gráfico N° 12 ¿Cuándo un cliente tiene un problema, la entidad muestra un sincero interés en solucionarlo?**

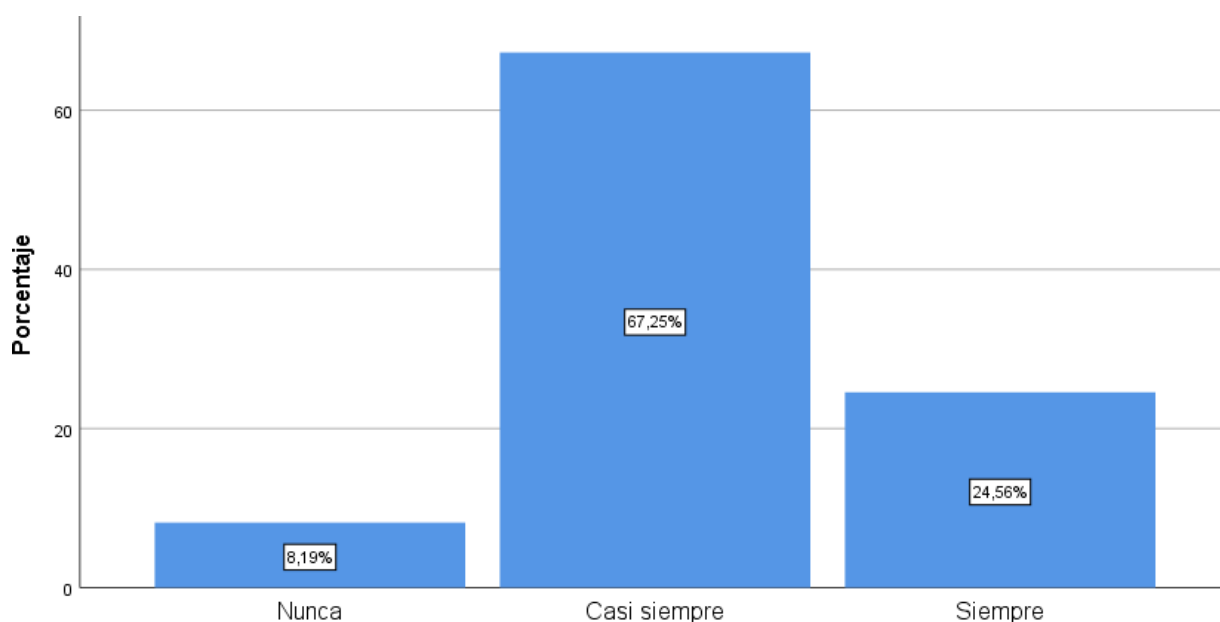
**Análisis e interpretación:**

De los encuestados el 28.65% manifiesta que, raras veces, cuándo se tiene un problema, la entidad muestra un sincero interés en solucionarlo, el 54.97% manifiesta que casi siempre y solo el 16.37% menciona que siempre; es decir que solo la mitad de los clientes recibe soluciones a sus problemas por parte de los trabajadores.

**Tabla N° 13 ¿La entidad realiza bien el servicio a la primera vez?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	14	8,2	8,2	8,2
	Casi siempre	115	67,3	67,3	75,4
	Siempre	42	24,6	24,6	100,0
	Total	171	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Elaboración: Propia del investigador



Fuente: Tabla N° 13 Elaboración: El Investigador

**Gráfico N° 13 ¿La entidad realiza bien el servicio a la primera vez?**

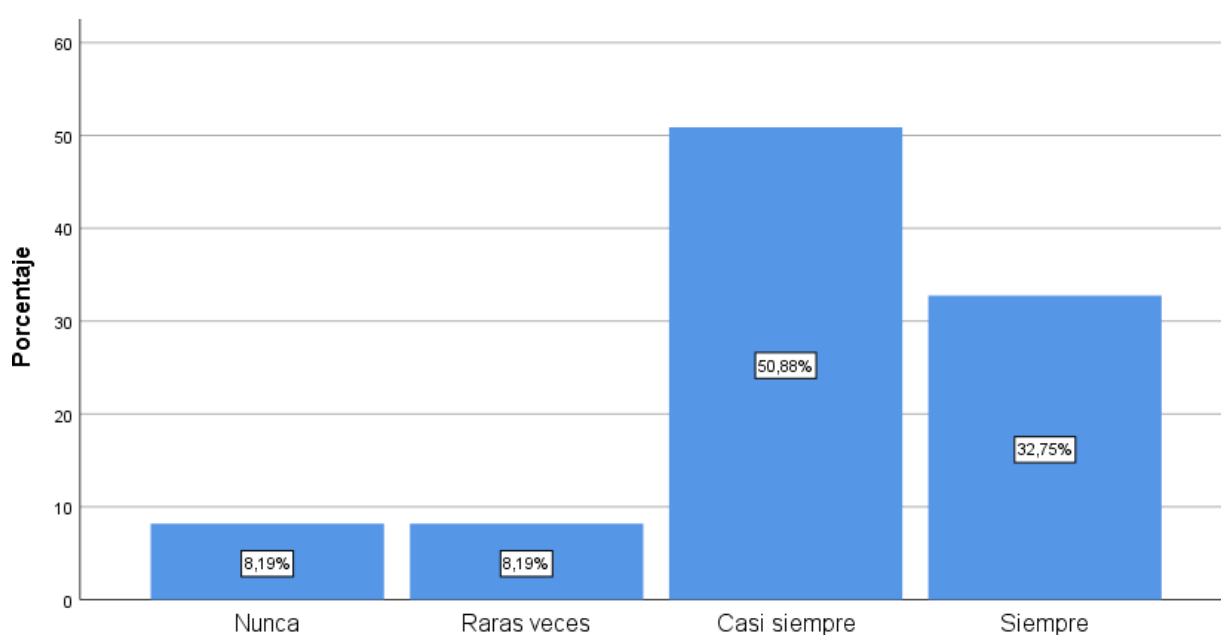
**Análisis e interpretación:**

De los resultados obtenidos se puede observar que el 67.25% de los clientes encuestados manifiesta que casi siempre la entidad realiza bien el servicio a la primera vez, el 24.56% manifiesta que siempre y solo el 6.19% manifiesta que nunca; por ello decimos que la mayoría de los usuarios están está conforme con el servicio brindado a la primera vez

**Tabla N° 14 ¿La entidad concluye el servicio en el tiempo acordado?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	14	8,2	8,2	8,2
	Raras veces	14	8,2	8,2	16,4
	Casi siempre	87	50,9	50,9	67,3
	Siempre	56	32,7	32,7	100,0
	Total	171	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Elaboración: Propia del investigador



Fuente: Tabla N° 14 Elaboración: El Investigador

**Gráfico N° 14 ¿La entidad concluye el servicio en el tiempo acordado?**

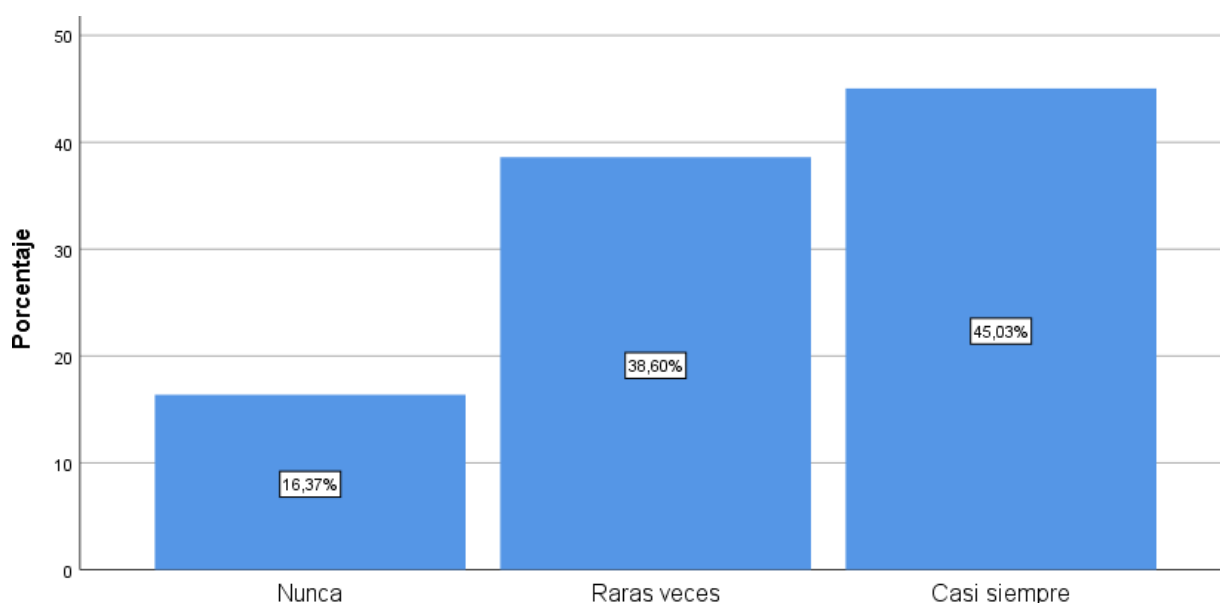
**Análisis e interpretación:**

En la tabla N° 14 se puede observar que el 50.66% manifiesta que casi siempre la entidad concluye el servicio en el tiempo acordado, el 32.75% manifiesta que siempre, el 8.19% raras veces y con el mismo porcentaje manifiestan que nunca; es decir que la mitad de los clientes está conforme con el tiempo que le demora en brindar el servicio.

**Tabla N° 15 ¿Lo empleados informan de manera puntual y con sinceridad acerca de todas las condiciones del servicio?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	28	16,4	16,4	16,4
	Raras veces	66	38,6	38,6	55,0
	Casi siempre	77	45,0	45,0	100,0
	Total	171	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Elaboración: Propia del investigador



Fuente: Tabla N° 15 Elaboración: El Investigador

**Gráfico N° 15 ¿Lo empleados informan de manera puntual y con sinceridad acerca de todas las condiciones del servicio?**

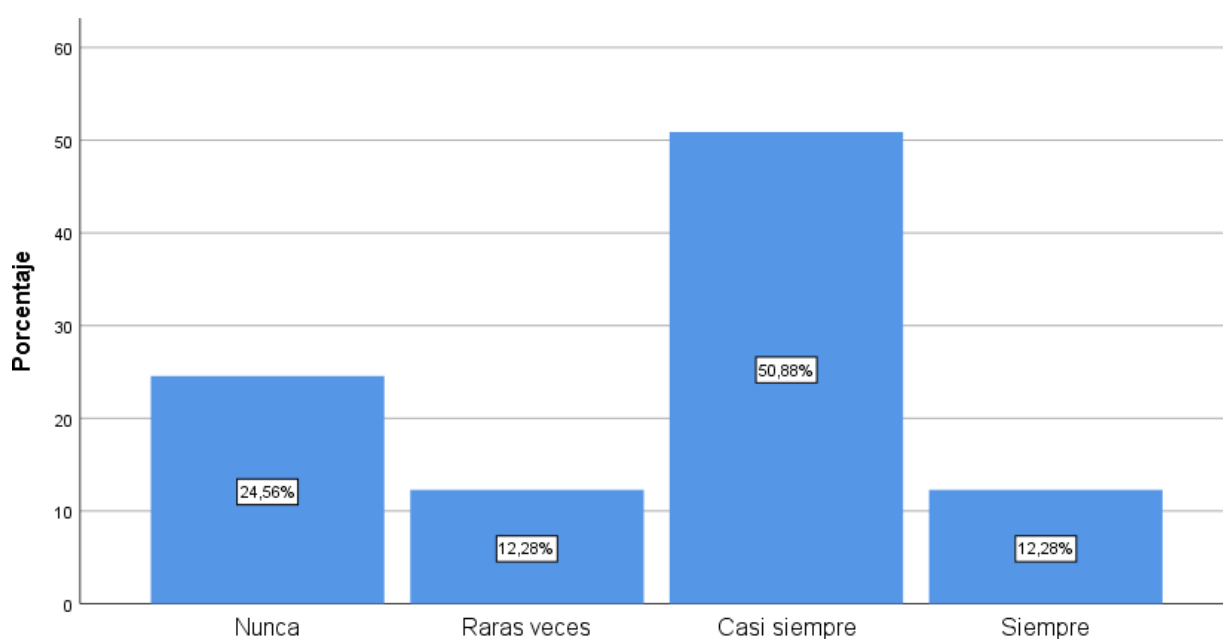
#### **Análisis e interpretación:**

De los resultados se observa que el 45.03% manifestaron que casi siempre los empleados informan de manera puntual y con sinceridad acerca de todas las condiciones del servicio, el 38.60% manifestó que raras veces y solo el 16.37% nunca; es decir un poco menos de la mitad de los clientes está casi conforme con la información que les brinda los trabajadores acerca de las condiciones del servicio.

**Tabla N° 16 ¿Los empleados ofrecen un servicio rápido y de calidad según sus necesidades?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	42	24,6	24,6	24,6
	Raras veces	21	12,3	12,3	36,8
	Casi siempre	87	50,9	50,9	87,7
	Siempre	21	12,3	12,3	100,0
	Total	171	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Elaboración: Propia del investigador



Fuente: Tabla N° 16 Elaboración: El Investigador

**Gráfico N° 16 ¿Los empleados ofrecen un servicio rápido y de calidad según sus necesidades?**

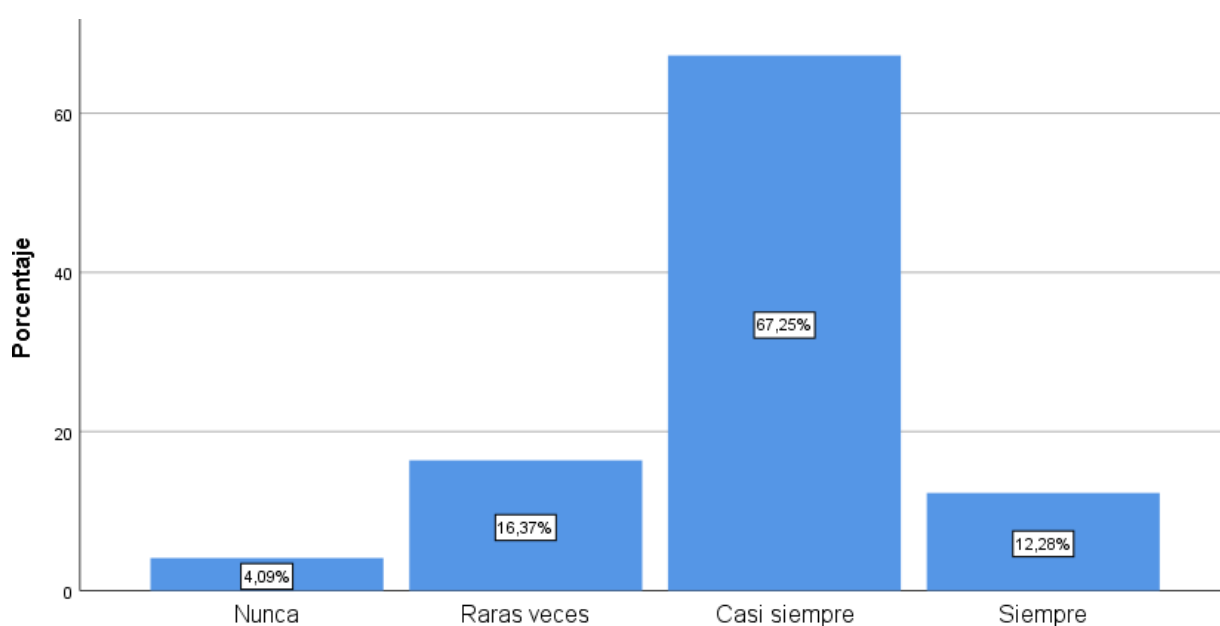
**Análisis e interpretación:**

En el gráfico 16 se muestra los resultados de las encuestas, teniendo que el 50.88% manifiesta que casi siempre los empleados ofrecen un servicio rápido y de calidad según sus necesidades, el 24.56% manifiesta que nunca, el 12.28% raras veces y con el mismo porcentaje mencionan que siempre, es decir que la mitad de los usuarios se sienten contentos con la rapidez del servicio que les brinda los trabajadores de la caja Municipal.

**Tabla N° 17 ¿Los empleados siempre están dispuestos a ayudar?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	4,1	4,1	4,1
	Raras veces	28	16,4	16,4	20,5
	Casi siempre	115	67,3	67,3	87,7
	Siempre	21	12,3	12,3	100,0
	Total	171	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Elaboración: Propia del investigador



Fuente: Tabla N° 17 Elaboración: El Investigador

**Gráfico N° 17 ¿Los empleados siempre están dispuestos a ayudar?**

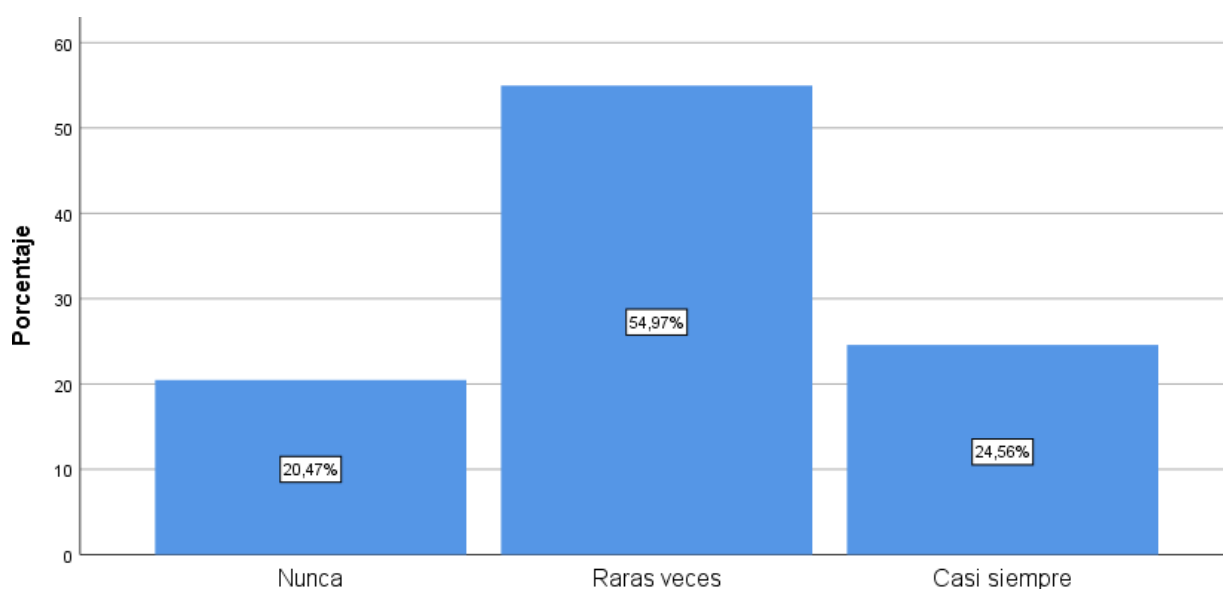
### **Análisis e interpretación:**

En el gráfico N° 17 se muestra que el 67.25% manifestaron que casi siempre los empleados están dispuestos a ayudar, el 16.37% contestaron que raras veces, el 12.28% siempre y solo el 4.09 nunca, es decir que más de la mitad de los clientes sienten que los empleados están dispuestos a ayudar y esto de seguro es debido a un clima organizacional bueno.

**Tabla N° 18 ¿El comportamiento de los empleados transmite confianza a sus clientes a fin de orientarlos en los productos y servicios que ofrece la entidad?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	35	20,5	20,5	20,5
	Raras veces	94	55,0	55,0	75,4
	Casi siempre	42	24,6	24,6	100,0
	Total	171	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Elaboración: Propia del investigador



Fuente: Tabla N° 18 Elaboración: El Investigador

**Gráfico N° 18 ¿El comportamiento de los empleados transmite confianza a sus clientes a fin de orientarlos en los productos y servicios que ofrece la entidad?**

**Análisis e interpretación:**

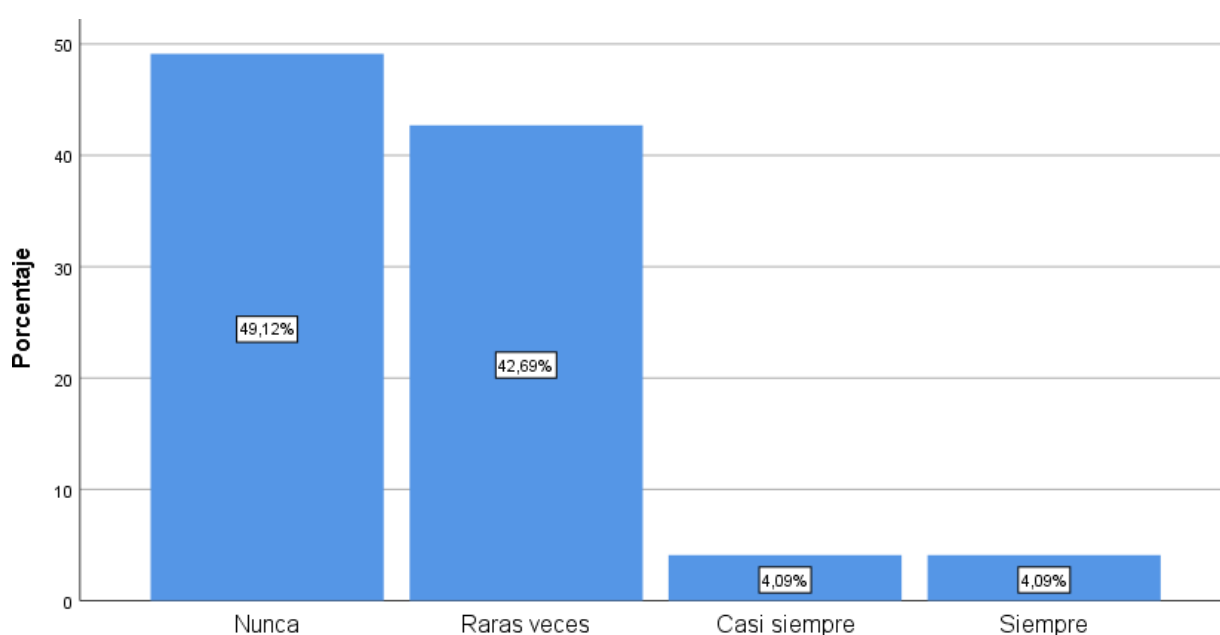
En el gráfico N° 08 se muestra que el 54.97% manifiesta que raras veces el comportamiento de los empleados transmite confianza para orientarlos en los productos y servicios que ofrece la entidad; el 24.56% menciona que casi siempre y el 20.47% nunca; en tal sentido se puede ver que la mitad de los usuarios no están muy contentos con la confianza al momento de hacer sus transacciones.



**Tabla N° 19 ¿Los clientes se sienten seguros en sus transacciones?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	84	49,1	49,1	49,1
	Raras veces	73	42,7	42,7	91,8
	Casi siempre	7	4,1	4,1	95,9
	Siempre	7	4,1	4,1	100,0
	Total	171	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Elaboración: Propia del investigador



Fuente: Tabla N° 19 Elaboración: El Investigador

**Gráfico N° 19 ¿Los clientes se sienten seguros en sus transacciones?**

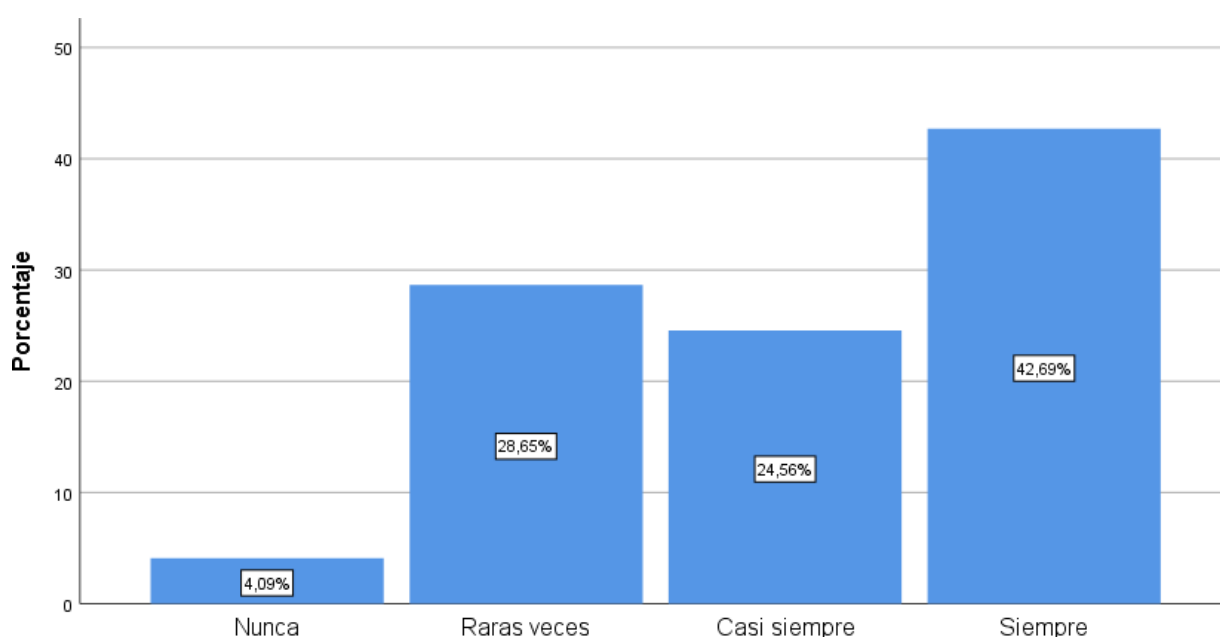
**Análisis e interpretación:**

En la figura N° 19 se muestra que el 42.69% de los clientes raras veces se sienten seguros en sus transacciones, el 49.12% manifiesta que nunca, el 4.09% casi siempre y con el mismo porcentaje manifiestan que siempre; estos resultados muestran que los clientes casi es su totalidad no están seguros al momento de hacer sus transacciones, esto debido a que en los últimos años la delincuencia ha ido creciendo.

**Tabla N° 20 ¿Los empleados se muestran siempre amables y corteses con los clientes?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	4,1	4,1	4,1
	Raras veces	49	28,7	28,7	32,7
	Casi siempre	42	24,6	24,6	57,3
	Siempre	73	42,7	42,7	100,0
	Total	171	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Elaboración: Propia del investigador



Fuente: Tabla N° 20 Elaboración: El Investigador

**Gráfico N° 20 ¿Los empleados se muestran siempre amables y corteses con los clientes?**

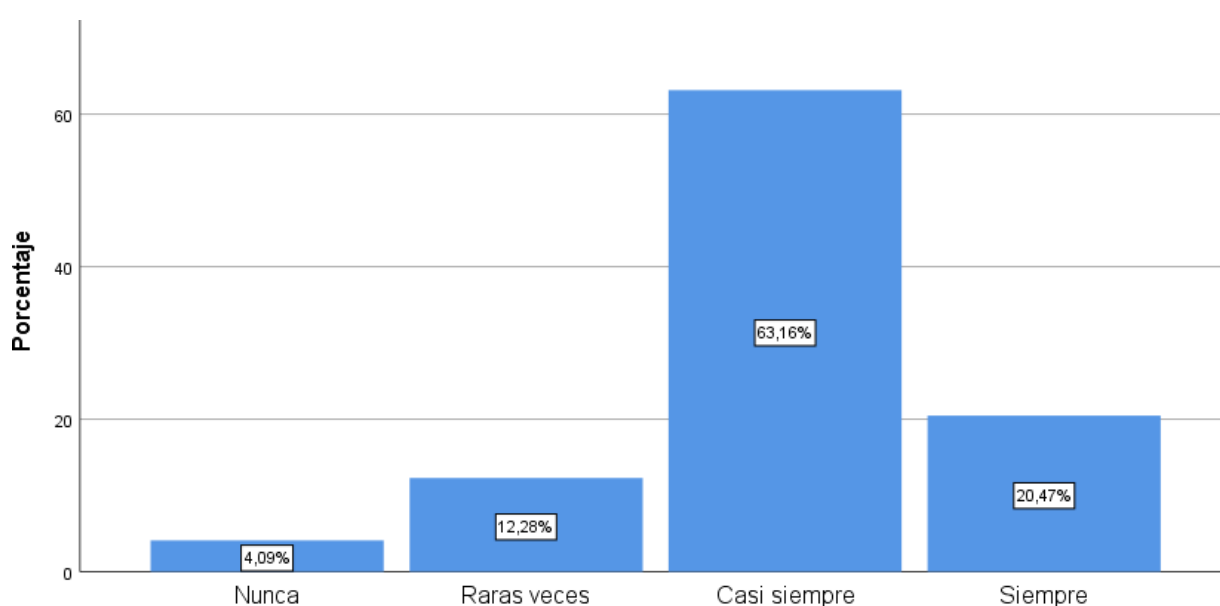
#### **Análisis e interpretación:**

De estos resultados se puede observar que el 42.69% de los clientes manifiesta que siempre los empleados se muestran amables y corteses, el 24.56% manifiesta que casi siempre, el 26.65 manifiesta que raras veces y solo el 4.09 nunca; en líneas generales los usuarios en su mayoría están contentos con la atención brindada

**Tabla N° 21 ¿Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las dudas y preguntas de los clientes?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	4,1	4,1	4,1
	Raras veces	21	12,3	12,3	16,4
	Casi siempre	108	63,2	63,2	79,5
	Siempre	35	20,5	20,5	100,0
	Total	171	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Elaboración: Propia del investigador



Fuente: Tabla N° 21 Elaboración: El Investigador

**Gráfico N° 21 ¿Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las dudas y preguntas de los clientes?**

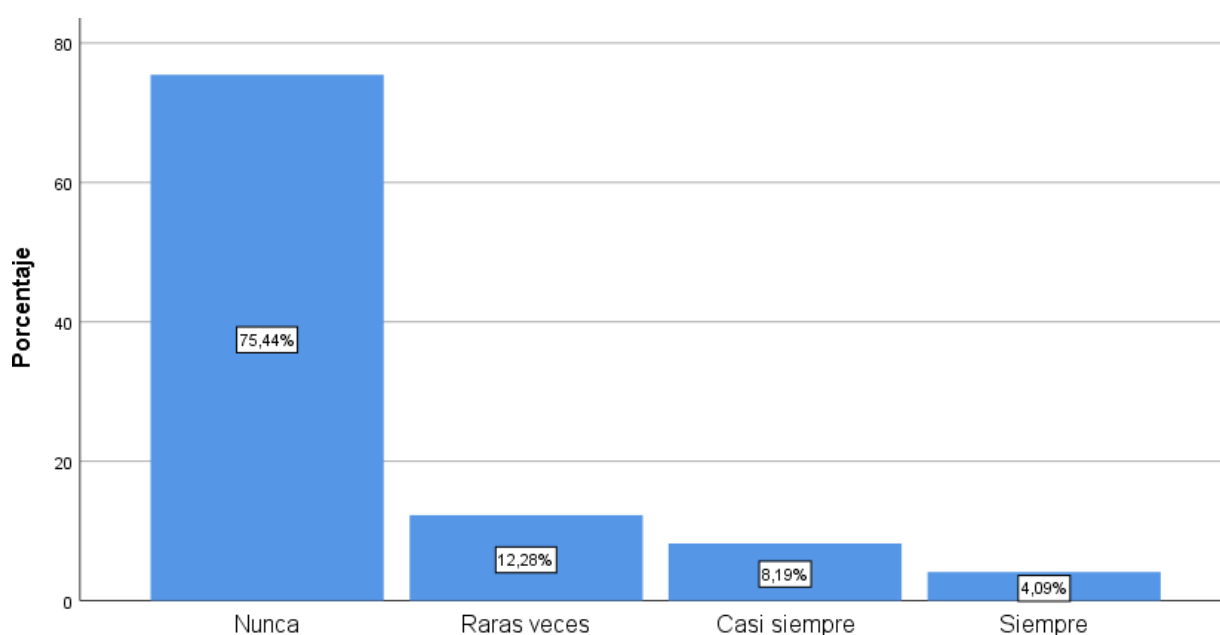
#### **Análisis e interpretación:**

En la tabla N° 21 se muestra que el 63.16% de los clientes manifiestan que casi siempre los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las dudas y preguntas, el 20.47% manifiesta que siempre, el 12.28% raras veces y solo el 4.09% nunca, es decir; los empleados están capacitados para desempeñarse bien en su trabajo y dar un buen servicio a los usuarios.

**Tabla N° 22 ¿La entidad tiene horarios de trabajos flexibles y adaptados a los clientes?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	129	75,4	75,4	75,4
	Raras veces	21	12,3	12,3	87,7
	Casi siempre	14	8,2	8,2	95,9
	Siempre	7	4,1	4,1	100,0
	Total	171	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Elaboración: Propia del investigador



Fuente: Tabla N° 22 Elaboración: El Investigador

**Gráfico N° 22 ¿La entidad tiene horarios de trabajos flexibles y adaptados a los clientes?**

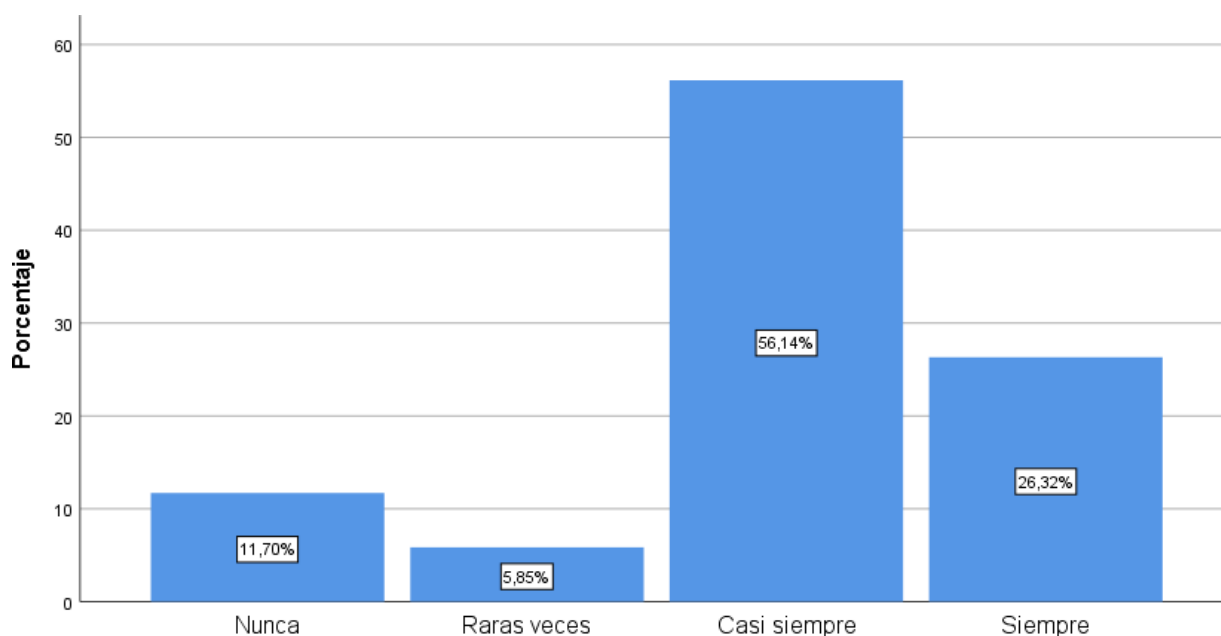
**Análisis e interpretación:**

La figura N° 22 nos muestra que el 75.44% de los clientes manifestaron que nunca la entidad tiene horarios de trabajos flexibles y adaptados a los clientes, el 12.28% manifestó que raras veces, el 8.19% casi siempre, y solo el 4.09% manifestó que siempre; de estos resultado se observa que la mayoría esta descontento con los horarios de atención y esto repercute es la satisfacción del usuario

**Tabla N° 23 ¿La entidad tiene empleados que ofrece la atención personalizada?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	20	11,7	11,7	11,7
	Raras veces	10	5,8	5,8	17,5
	Casi siempre	96	56,1	56,1	73,7
	Siempre	45	26,3	26,3	100,0
	Total	171	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario Aplicado Elaboración: Propia del investigador



Fuente: Tabla N° 23 Elaboración: El Investigador

**Gráfico N° 23 ¿La entidad tiene empleados que ofrece la atención personalizada?**

**Análisis e interpretación:**

En la figura N° 23 se muestra que el 56.14% manifestaron que casi siempre la entidad tiene empleados que ofrece la atención personalizada, el 26.32% manifestó que siempre, el 5.85% raras veces y el 11.70% Nunca; es decir que más de la mitad de los clientes se sienten contentos con la atención personalizada, para poder resolver sus dudas o problemas al momento de hacer una transacción o usar cualquier servicio.

## 4.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

### HIPÓTESIS GENERAL

**H1: Existe relación significativa entre** la satisfacción laboral y la calidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020

**H0: No Existe relación significativa entre** la satisfacción laboral y la calidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020

**Tabla N° 24 Tabla cruzada**

		Escala				Total	
		My insatisfecho	Insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho		
Variables	Satisfacción	% dentro de Variables		16,7%	70,8%	12,5%	100,0%
	laboral	% dentro de Escala		36,4%	12,3%	25,0%	12,3%
		% del total		2,1%	8,7%	1,5%	12,3%
Variables	Calidad de	% dentro de Variables	19,9%	4,1%	70,8%	5,3%	100,0%
	servicio	% dentro de Escala	100,0%	63,6%	87,7%	75,0%	87,7%
	percibida	% del total	17,4%	3,6%	62,1%	4,6%	87,7%
Total		% dentro de Variables	17,4%	5,6%	70,8%	6,2%	100,0%
		% dentro de Escala	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% del total	17,4%	5,6%	70,8%	6,2%	100,0%

Fuente: Encuesta dirigida Elaboración: El Investigador

### Análisis e interpretación:

La tabla N° 24 nos muestran los resultados de la tabulación cruzada, en donde la satisfacción laboral de los trabajadores quienes mencionan estar satisfechos son un 70,8%, un 16,7% insatisfecho y un 12,5% muy satisfecho, referente a la calidad de servicio que perciben los clientes un 19,9% menciona estar muy insatisfecho, un 4,1% insatisfecho, un 70,8% satisfecho y un 5,3% muy satisfecho con respecto a la calidad de servicio que presta la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - Agencia Huánuco.

**Tabla N° 25 Estadístico de prueba Hipótesis General**

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,461 <sup>a</sup>	3	,006
Razón de verosimilitud	14,546	3	,002
Asociación lineal por lineal	3,559	1	,059
N de casos válidos	195		
D de Somers	-0,10		

Fuente: Tabla 24 Elaboración: El Investigador

### **Análisis e interpretación:**

La tabla N° 25 nos muestran los resultados del estadístico de prueba la prueba para la prueba de hipótesis General en la que el investigador menciona la existencia de una relación significativa entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco 2020, mediante la prueba Chicuadrado con 3 grados de libertad y un 95% de confianza; en la que se muestra el estadístico de prueba, cuyo valor de significación asintótica muestra un valor de 0,006 con lo que  $0,006 < 0,05$ , asimismo el coeficiente de asociación d de somers muestra un valor de -0,108 lo cual indica el grado de asociación inversa entre ambas variables; por lo tanto rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa con la que en efecto existe relación entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco 2020, siendo una fuerza de asociación leve e inverso.

## CONTRASTE DE HIPÓTESIS PRUEBAS ESPECÍFICAS

### HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 1

**H1:** Existe relación significativa entre la satisfacción laboral y la fiabilidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020

**H0:** No Existe relación significativa entre la satisfacción laboral y la fiabilidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020

**Tabla N° 26 Estadístico de prueba hipótesis específico N° 01**

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	27,675 <sup>a</sup>	3	,000
Razón de verosimilitud	27,859	3	,000
Asociación lineal por lineal	16,404	1	,000
N de casos válidos	195		
D de Somers	-0,27		

Fuente: Encuesta dirigida Elaboración: El Investigador

### Análisis e interpretación:

La tabla N° 26 nos muestran los resultados del estadístico de prueba la prueba para la prueba de hipótesis específica N° 1, en la que el investigador supone la existencia de una relación significativa entre la satisfacción laboral y la fiabilidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco 2020, mediante la prueba Chi-cuadrado con 3 grados de libertad y un 95% de confianza; en la que se muestra el estadístico de prueba, cuyo valor de significación asintótica muestra un valor de 0,000 con lo que  $0,000 < 0,05$ , asimismo el coeficiente de asociación d de somers muestra un valor de -0,266 lo cual indica el grado de asociación inversa entre ambas variables; por lo tanto rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa con la que en efecto existe relación entre



la satisfacción laboral y la fiabilidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco 2020, siendo una fuerza de asociación leve e inverso.

## HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 2

**H1: Existe relación significativa entre la satisfacción laboral y la capacidad de respuesta percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020**

**H0: No Existe relación significativa entre la satisfacción laboral y la capacidad de respuesta percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020**

**Tabla N° 27 Estadístico de prueba hipótesis específico N° 02**

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	36,374 <sup>a</sup>	3	,000
Razón de verosimilitud	35,152	3	,000
Asociación lineal por lineal	26,104	1	,000
d de Somers	-0,351		
N de casos válidos	195		

Fuente: Encuesta dirigida Elaboración: El Investigador

### **Análisis e interpretación:**

La tabla N° 27 nos muestran los resultados del estadístico de prueba la prueba para la prueba de hipótesis específica N° 2, en la que el investigador presupone la existencia de una relación significativa entre la satisfacción laboral y la capacidad de respuesta percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco 2020, mediante la prueba Chi-cuadrado con 3 grados de libertad y un 95% de confianza; en la que se muestra el estadístico de prueba, cuyo valor de significación asintótica muestra un valor de 0,000 con lo que  $0,000 < 0,05$ , asimismo el coeficiente de asociación de Somers muestra un valor de -0,351 lo cual indica el grado

de asociación inversa entre ambas variables; por lo tanto rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa con la que en efecto existe relación entre la satisfacción laboral y la capacidad de respuesta percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco 2020, siendo una fuerza de asociación leve e inverso.

### HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 3

**HI:** Existe relación significativa entre la satisfacción laboral y la seguridad percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020

**H0:** No Existe relación significativa entre la satisfacción laboral y la seguridad percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020

**Tabla N° 28 Estadístico de prueba hipótesis específico N° 03**

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,568 <sup>a</sup>	3	,005
Razón de verosimilitud	13,393	3	,004
Asociación lineal por lineal	5,127	1	,024
N de casos válidos	195		
d de Somers	-0,137		

Fuente: Encuesta dirigida Elaboración: El Investigador

### **Análisis e interpretación:**

La tabla N° 28 nos muestran los resultados del estadístico de prueba la prueba para la prueba de hipótesis específica N° 3, en la que el investigador supone la existencia de una relación significativa entre la satisfacción laboral y la seguridad percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco 2020, mediante la prueba Chi-cuadrado con 3 grados de libertad y un 95% de confianza; en la que se muestra el estadístico de

prueba, cuyo valor de significación asintótica muestra un valor de 0,005 con lo que  $0,000 < 0,05$ , asimismo el coeficiente de asociación d de somers muestra un valor de -0,137 lo cual indica el grado de asociación inversa entre ambas variables; por lo tanto rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternativa con la que en efecto existe relación entre la satisfacción laboral y la seguridad percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco 2020, siendo una fuerza de asociación leve e inverso.

#### **HIPÒTESIS ESPECÍFICA N° 4**

**HI:** Existe relación significativa entre la satisfacción laboral y la empatía percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo agencia Huánuco, 2020

**H0:** No Existe relación significativa entre la satisfacción laboral y la empatía percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo agencia Huánuco, 2020

**Tabla N° 29 Estadístico de prueba hipótesis específico N° 04**

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5,923 <sup>a</sup>	3	,115
Razón de verosimilitud	7,689	3	,053
Asociación lineal por lineal	4,765	1	,029
N de casos válidos	195		
d de Somers	-0,133		

Fuente: Encuesta dirigida Elaboración: El Investigador

#### **Análisis e interpretación:**

La tabla N° 29 nos muestran los resultados del estadístico de prueba la prueba para la prueba de hipótesis específica N° 4, en la que el investigador menciona la existencia de una relación significativa entre la satisfacción laboral y la empatía percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito

Huancayo - agencia Huánuco 2020, mediante la prueba Chicuadrado con 3 grados de libertad y un 95% de confianza; en la que se muestra el estadístico de prueba, cuyo valor de significación asintótica muestra un valor de 0,115 con lo que  $0,115 > 0,05$ ; por lo tanto aceptamos la hipótesis nula y rechazamos la hipótesis alternativa con la que se comprueba que no existe relación entre la satisfacción laboral y la empatía percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco 2020.

## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN DE RESULTADOS

A partir de los resultados encontrados y de la aplicación de la prueba estadística, concluimos en que aceptamos la hipótesis alterna general que establece que el existe relación entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco 2020, siendo una fuerza de asociación leve e inverso, bajo estos resultados se procede a la discusión con investigaciones relacionados a la presente investigación.

En la investigación llevada a cabo por Crispín (2019) titulado “Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del cliente de los bancos privados de la ciudad de Huánuco 2019. Una de las conclusiones que llega el tesista es que La calidad del servicio sí afecta la satisfacción de los clientes de banca privada urbana. En este tipo de variables la tesiat ha encontrado una relación directa pero en los resultados obtenidos en la presente investigación también se ha encontrado una relación positiva entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco durante el año 2020. Asimismo el autor menciona que tanto la capacidad de respuesta, como la empatía y la confiabilidad afectan la satisfacción del cliente en la que muestra porcentajes de aceptabilidad superiores a un 40%. A diferencia de lo Hallado por Crispín en los resultados tomando como referencia las dimensiones de seguridad, capacidad de respuesta y la fiabilidad se muestran relacionados con la calidad de servicio, siendo todas las mencionadas una relación bastante baja a comparación de los encontradas por Crispín que se muestran muy significantes; mientras que la dimensión empatía en la presente investigación no está relacionada con la calidad de servicio, esta dimensión no ha sido considerada en el modelo dimensional que uso Crispín.

Perez, (2015) en su investigación titulada “Análisis del clima organizacional y la satisfacción laboral, así como la relación de ambas variables con la satisfacción del cliente de caja de ahorro y crédito, agencia

Cayma, Arequipa 2015 menciona que se encontró que existe cierta relación entre el clima organizacional y la satisfacción laboral, esto debido la percepción de los trabajadores sobre la satisfacción laboral se encuentra en un nivel medio, mientras que en los resultados de la presente investigación la satisfacción se muestra entre una escala valorativa de satisfecho y muy satisfecho lo que puede ser un indicador positivo de que la cultura organizacional se esté desarrollando en un ambiente que permita que los colaboradores se sientan a gusto, de la misma manera haciendo comparación entre los resultados referentes a satisfacción laboral obtenidos por Perez (2015) y Alva (2018), se muestran en niveles medios y niveles superiores no encontrándose insatisfacción en los trabajadores, por ello podemos decir que en el sector financiero los índices de satisfacción laboral son buenos, éstos indicadores pueden tener muchas otras afectaciones tal como lo menciona Perez (2015) que pueden ser por la edad por ejemplo por la edad, por la modalidad de trabajo (contractuales y estables) por el tiempo de servicio entre otras características.

En cuanto a la satisfacción del cliente Perez(2015) encontró que la satisfacción media es del 32%, habiendo una tendencia de satisfacción (28%), la proporción de clientes insatisfechos es del 18,5% en contra a los resultados obtenidos en esta Caja Huancayo los porcentajes no han sido similares, encontrándose mayores niveles de satisfacción más de 35% de clientes que se muestran satisfechos con la calidad de servicio brindada, este valor debemos recordar que ha sido basada únicamente en las percepciones post servicio, pues puede existir una brecha entre las expectativas del cliente y la calidad percibida como en el caso que aplico Gonzales(2015) el modelo SERVQUAL para efectuar la medición de la calidad de servicio.

Los autores Valdunciel & Flores (2016) en su investigación titulada: Análisis de la calidad del servicio que prestan las entidades bancarias y su repercusión en la satisfacción del cliente y la lealtad hacia la entidad encontró que los aspectos operativos siempre tienen el valor más alto y pueden afectar más la calidad del servicio. Esto satisface la demanda de

servicios porque los clientes tienden a ver la calidad del servicio como una calidad relacionada con el desempeño de las transacciones bancarias, como el horario comercial del banco, la interpretación, el tiempo de espera en la fila, la rentabilidad, etc. En efecto bajo la metodología que se aplicó en la investigación la percepción se muestra bajo dimensiones muy similares por ejemplo la empatía que tengan los empleados con sus clientes, la capacidad de respuesta ante algunas dudas referente a sus operaciones bancarias, algún tipo de orientación, el tiempo en la demora que demandan los clientes entre otras situaciones, Robbins, S. P., & Coulter, M.(2000). En su libro Administración, también nos da la idea que la calidad pues comprende una serie de características o atributos que el cliente reconoce como beneficioso para el de allí menciona también que no todas las organizaciones tienen, brindan o implementan procesos, estructuras, sistemas bastante iguales, por el contrario las organizaciones son las que de acuerdo a sus necesidades las van adecuando, en cuanto a calidad y satisfacción se refiere un buen indicador bastante positivo nos dará la idea de que, en gran medida, los clientes que perciban la calidad del servicio estarán satisfechos con la entidad. Por tanto, la calidad del servicio es un requisito previo para la satisfacción del cliente. Si bien la evidencia empírica no puede respaldarlo completamente, podemos concluir que los clientes que están satisfechos con la entidad probablemente sean leales y continúen manteniendo contacto con la entidad.

Santiago, (2014) en su investigación que lleva por nombre "*La calidad de servicio bancario: entre la fidelidad y la ruptura*" concluye en que el juicio de la calidad global del servicio percibido por los usuarios es moderado, esto corrobora una vez mas lo mencionado anteriormente que no necesariamente las organizaciones que pertenecen al sector banca y finanzas obtiene valoraciones bastante positivas a la calidad de servicio, tiene que analizarse tomando la mayor cantidad de criterios para lograr efectivizar y detectar posibles puntos muertos en el servicio prestado para proponer soluciones. Santiago, (2014) también menciona que al resumir las diferencias que no se perciben como se esperaban, se observa que los clientes solo se sorprenden por los elementos falsos e irrelevantes en la prestación del

servicio (como el mobiliario funcional y la limpieza de las instalaciones). Por el contrario, las mayores deficiencias son las colas y el tiempo de espera, la información orientada al cliente y la flexibilidad del tiempo de servicio público. Al respecto la presente investigación concuerda con lo hallado por Santiago (2014) pues el tiempo de atención muestra un nivel bastante bajo de satisfacción por lo que constituye una desventaja para la organización que entre al mercado en la que hay muchas otras entidades que tratan siempre de captar más clientes; el tiempo de espera por ejemplo resultó también ser uno de las tareas que más insatisfacción causa a los clientes, en caso de la Caja Huancayo agencia Huánuco bajo los resultados obtenidos mas del 60% de clientes afirman que los tiempos de atención son los más adecuados, existiendo un poco porcentaje de insatisfechos que puede darse en días donde la concurrencia pueda ser superior a otros días.



## CONCLUSIONES

1. Se determinó que existe relación entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco 2020, siendo una fuerza de asociación leve e inverso, cuyo valor de significación asintótica con un 5% error muestra un valor de 0,006; asimismo el coeficiente de asociación muestra un valor de -0,108 lo cual indica el grado de asociación leve inversa entre ambas variables.
2. Se determinó que existe relación entre la satisfacción laboral y la fiabilidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - Agencia Huánuco 2020, siendo una fuerza de asociación leve e inverso, cuyo valor de significación asintótica con un 95% confianza muestra un valor de 0,000, asimismo el coeficiente de asociación muestra un valor de - 0,266 lo cual indica el grado de asociación leve inversa entre ambas variables.
3. Se determinó que existe relación entre la satisfacción laboral y la capacidad de respuesta percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - Agencia Huánuco 2020, cuyo valor de significación asintótica con un 95% confianza muestra un valor de 0,000, asimismo el coeficiente de asociación muestra un valor de - 0,351 lo cual indica el grado de asociación leve inversa entre ambas variables.
4. Se determinó que existe relación entre la existe relación entre la satisfacción laboral y la seguridad percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - Agencia Huánuco 2020, cuyo valor de significación asintótica muestra un valor de 0,000, asimismo el coeficiente de asociación muestra un valor de -0,137 lo cual indica el grado de asociación leve inversa entre ambas variables
5. Se determinó que no existe relación no existe relación entre la

satisfacción laboral y la empatía percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - Agencia Huánuco 2020, cuyo valor de significación asintótica muestra un valor de 0,115.

## RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la alta gerencia y al administrador implementar programas o actividades que conlleven a mejorar el clima organizacional, en todos los aspectos, como reuniones de confraternidad, implementar horarios para actividades de recreación, charlas de motivación y coaching; también implementar programas de reconocimiento al personal carismático; para ello también debe ir de la mano con un sistema de calificación por parte de los usuarios de la Caja Municipal de ahorro y crédito, para evaluar la atención percibida.
2. Se recomienda a la alta gerencia y al administrador, al momento de contratar al personal realizar una evaluación más exhaustiva, y así poder ver si el personal cuenta con las competencias necesarias para brindar el servicio de forma confiable y sea muy cuidadoso en sus cosas y así no genere errores en las transacciones; también es necesario implementar estadísticas de atenciones que han sido erróneas o han generado problemas, para que se pueda hacer una retroalimentación y no se vuelva a cometer los errores.
3. A la alta gerencia y el administrador se recomienda capacitación constante en temas tecnológicos e implementar softwares, que permitan facilitar y agilizar las diferentes transacciones que realizan los usuarios y realizarlo en el menor tiempo, para así puedan satisfacer las necesidades de los usuarios.
4. A la alta gerencia y al administrador se le recomienda implementar protocolos de seguridad cuando se haga cada transacción y también implementar cámaras de seguridad y un monitoreo constante, para que los usuarios se sientan más seguros al momento de hacer las transacciones o hacer uso de cualquier servicio; También se recomienda evaluar minuciosamente al personal al momento de contratar al personal, solicitándole documentos que acrediten su buena reputación y su credibilidad.
5. Se recomienda a la alta gerencia que inste a sus trabajadores, que

sean más empáticos con los clientes y para esto es necesario generar un buen ambiente laboral, con buen trato a sus trabajadores y motivándolos en el cumplimiento de sus labores y metas y este se verá reflejado en la satisfacción del usuario; también se recomienda que los trabajadores sigan atendiendo de buena manera y con mucha paciencia hasta absolver sus consultas y así brindar un buen servicio.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barrera, J. H. (2016). Metodología de la Investigación. Guía para la comprensión holística de la ciencia. Bogotá, Caracas: Quiron Ediciones.
- Bonilla Muños, D., & Nieto Gonzales, F. J. (2015). LA SATISFACCIÓN LABORAL COMO ELEMENTO MOTIVADOR DEL EMPLEADO. España: Universidad de Almería.
- CEA D'ANCORA, M. (2016). Metodología Cuantitativa: Estrategias y Técnicas de investigación social. Madrid.
- Denton, D., & Keith. (2015). CALIDAD EN EL SERVICIO A LOS CLIENTES. Madrid: Ediciones Diaz de Santos S.A.
- Díez de Castro, E. P., García del Junco,, J., Martín Jiménez, F., & Periañez Cristóbal, R. (2016). Administración y Dirección. Madrid: McGraw-Hill.
- Díez de Castro, E., García del Junco, J., Martín Jimenez, F., & Periañez Cristobal, R. (2014). Administración y Dirección. Madrid: McGraw-Hill.
- Díez de Castro, J., & Redondo López, C. (2013). Administración de Empresas. Madrid: Pirámide.
- Fleishman, E. A. (1979). Estudios de psicología Industrial. Mexico: Trillas.
- Gayathri , H. (2017). A Pilot Study on the service Quality of Insurance Companies,. Journal Of Services Research.
- Hernandez, F. B. (2015). Metodología de la Investigación (Quinta Edición). México: Mc Graw Hill.
- Horovitz, J. (2014). LA CALIDAD DEL SERVICIO. España: McGraw-Hill.
- kinnear, T., & Taylor, J. (2015). Investigación de Mercados: Un enfoque aplicado. McGraw-Hill.
- Locke, E. A. (1976). La naturaleza y las causas de satisfacción en el

trabajo. Chicago: Mc Nally college.

Malpartida Pinedo, M. W. (2015). La cultura Organizacional y la Motivación del personal en la agencia del BBVA Banco Continental - Huánuco. Huánuco: Universidad de Huánuco.

Martin, W. (2016). SERVICIOS DE CALIDAD AL CLIENTE LA CORTESIA EN EL TRABAJO. Mexico: Edicion Trillas.

Mottaz, C. (2015). Work satisfaction among hospital nurses. Hospital and Health: Services Administration.

Muños, A. (2014). Satisfacción e insatisfacción en el trabajo, Tesis doctoral inédita, Facultad de. Madrid: Universidad Complutense.

Parasuraman, A., Berry, L., & Zeithaml, V. (1993). CALIDAD TOTAL EN LA GESTION DE SERVICIO. Madrid: Editorial Diaz de Santos.

Peiro, J. (1996). Psicología de la Organización. Madrid: UNED.

Perez Paredes, G. S. (2015). ANÁLISIS DEL CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA SATISFACCIÓN LABORAL, ASI COMO LA RELACIÓN DE AMBAS VARIABLES CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE CAJA DE AHORRO Y CRÉDITO, AGENCIA CAYMA, AREQUIPA 2015". Arequipa: UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARIA.

Robbins, S. P. (2015). Comportamiento Organizacional. México: Pearson Educación.

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2000). Administración. Mexico: Pearson Education.

Ruíz Moya, C. (2002). Marketing de servicios e Investigación comercial. Madrid: Universidad de Alicante.

Scott, K., & Taylor, G. (1985). An examination of conflicting findings on the relationship between job satisfaction and absentism: a meta-analysis. Academy of Management, journal.

Valdunciel Bustos, L., & Flórez Romero, M. (2016). ANÁLISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTAN LAS ENTIDADES BANCARIAS. SEVILLA: REVISTA ASTURIANA DE ECONOMÍA - Universidad de León.

Wright, T., & Davis, B. (7 de Abril de 2017). Job satisfaction in the public sector. Obtenido de The role of the work environment: [www.Arp.sagepub.com/content/33/1/70](http://www.Arp.sagepub.com/content/33/1/70)

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. (1992). Calidad Total en la Gestión de Servicios. Madrid: Díaz de Santos.

ZEITHAML, V., BITNER, M., & GREMLER. (2009). Marketing de servicios. México: Mc Graw Hill.

# **ANEXOS**



MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	OPERACIONALIZACION	TIPO DE INVESTIGACIÓN, POBLACIÓN Y MUESTRA
<p><b>PROBLEMA GENERAL</b> ¿Cuál es la relación que existe entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020?</p> <p><b>PROBLEMA ESPECIFICO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es la relación que existe entre la satisfacción laboral y la fiabilidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020?</li> <li>• ¿Cuál es la relación que existe entre la satisfacción laboral y la capacidad de respuesta percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020?</li> <li>• ¿Cuál es la relación que existe entre la satisfacción laboral y la seguridad percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020?</li> <li>• ¿Cuál es la relación que existe entre la satisfacción</li> </ul>	<p><b>OBJETIVO GENERAL</b> Determinar la relación que existe entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar la relación que existe entre la satisfacción laboral y la fiabilidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020?</li> <li>• Determinar la relación que existe entre la satisfacción laboral y la capacidad de respuesta percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020?</li> <li>• Determinar la relación que existe entre la satisfacción laboral y la seguridad percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020?</li> <li>• Determinar la relación que existe entre la satisfacción laboral y la empatía percibida en la Caja Municipal de</li> </ul>	<p><b>HIPÓTESIS GENERAL</b></p> <p>HI: Existe relación significativa entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020</p> <p>H0: No Existe relación significativa entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020</p> <p><b>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe relación significativa entre la satisfacción laboral y la fiabilidad de servicio percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020</li> <li>• Existe relación significativa entre la satisfacción laboral y la capacidad de respuesta percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020</li> <li>• Existe relación significativa entre la satisfacción laboral y la seguridad percibida en</li> </ul>	<p><b>VARIABLES</b></p> <p><u>Variable independiente</u> Satisfacción laboral</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reto en el trabajo</li> <li>• Sistema de recompensas justas</li> <li>• Condiciones favorables de trabajo</li> <li>• Colegas que brinden su apoyo</li> <li>• Compatibilidad entre personalidad y puesto de trabajo</li> </ul> <p><u>Variable dependiente</u> Calidad de servicio</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fiabilidad</li> <li>• Capacidad de respuesta</li> <li>• Seguridad</li> <li>• Empatía</li> </ul>	<p><b>TIPO DE INVESTIGACION Aplicada</b></p> <p><b>Enfoque: Cuantitativo</b> <b>Nivel: descriptivo – Correlacional</b></p> <p><b>Diseño:</b> No experimental de corte transversal</p> <p><b>Población</b> <b>Población 01:</b> 25 Trabajadores de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco.</p> <p><b>Población 02:</b> 305 Clientes de la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco.</p> <p><b>Muestra</b></p> <p><b>Muestra 01:</b> No probabilístico por conveniencia - 24 trabajadores</p> <p><b>Muestra 02:</b> Probabilístico por conveniencia - 171 clientes</p>

<p>laboral y la empatía percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020?</p>	<p>Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020?</p>	<p>la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe relación significativa entre la satisfacción laboral y la empatía percibida en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Huancayo - agencia Huánuco, 2020</li> </ul>		
--	---	--	--	--



## ENCUESTA AL PERSONAL DE LA CAJA MUNICIPAL DE AHORRO Y CRÉDITO HUANCAYO - AGENCIA HUÁNUCO, 2020

Estimado encuestado: deseo invitarlo a responder la presente encuesta. Sus respuestas son confidenciales y anónimas, tienen por objeto recoger su opinión respecto a la satisfacción laboral.

**INSTRUCCIONES:** escriba el número 1, 2, 3 o 4, según corresponda el caso

Indique si es Muy Insatisfecho **(1)**, insatisfecho **(2)**, Satisfecho **(3)**, y si es Muy satisfecho **(4)** en cada una de las afirmaciones a continuación mostradas.

	Muy insatisfecho	insatisfecho	Satisfecho	Muy Insatisfecho
1. ¿Cuán satisfecho se encuentra con sus habilidades y talentos para desarrollar las actividades de su trabajo?				
2. ¿Cuán satisfecho se encuentra con el impacto externo que genera el resultado de su trabajo?				
3. ¿Cuán satisfecho se encuentra con el sistema de salarios y políticas de ascensos que se tiene en la Institución?				
4. ¿Cuán satisfecho y orgulloso se encuentra de laborar en esta institución?				
5. ¿Cuán satisfecho se encuentra con el entorno físico y el espacio en que realiza sus tareas?				
6. ¿Cuán satisfecho se encuentra con los equipos de trabajo asignados en su área de trabajo?				
7. ¿Referente a las relaciones con sus superiores, usted se encuentra?				
8. ¿Referente a las relaciones con sus colegas de trabajo, usted de se encuentra?				
9. En relación al puesto que desempeña, éste se encuentra acorde con su personalidad y carácter, ¿por lo que usted se encuentra?				

10. En relación a las posibilidades que le brinda la institución, de hacer las cosas en las que mejor destaca y fue formado, ¿usted se encuentra?				
---	--	--	--	--



**ENCUESTA A LOS CLIENTES DE LA CAJA MUNICIPAL DE  
AHORRO Y CRÉDITO HUANCAYO -  
AGENCIA HUÁNUCO, 2020**

Estimado encuestado: deseo invitarlo a responder la presente encuesta. Sus respuestas son confidenciales y anónimas, tienen por objeto recoger su opinión respecto a la calidad de servicio percibida.

**INSTRUCCIONES:** escriba el número 1, 2, 3 o 4, según corresponda el caso

Indique si es Nunca **(1)**, Raras veces **(2)**, Casi siempre **(3)**, y Siempre **(4)** en cada una de las afirmaciones a continuación mostradas.

	Siempre	Casi siempre	Raras veces	Nunca
1. ¿Cuándo la entidad promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple?				
2. ¿Cuándo un cliente tiene un problema, la entidad muestra un sincero interés en solucionarlo?				
3. ¿La entidad realiza bien el servicio a la primera vez?				
4. ¿La entidad concluye el servicio en el tiempo acordado?				
5. ¿Los empleados informan de manera puntual y con sinceridad acerca de todas las condiciones del servicio?				
6. ¿Los empleados ofrecen un servicio rápido y de calidad según sus necesidades?				
7. ¿Los empleados siempre están dispuestos a ayudar?				
8. ¿El comportamiento de los empleados transmite confianza a sus clientes a fin de orientarlos en los productos y servicios que ofrece la entidad?				
9. ¿Los clientes se sienten seguros en sus transacciones?				
10. ¿Los empleados se muestran siempre amables y corteses con los clientes?				
11. ¿Los empleados tienen conocimientos suficientes para responder a las dudas y preguntas de los clientes?				
12. ¿La entidad tiene horarios de trabajos flexibles y adaptados a los clientes?				
13. ¿La entidad tiene empleados que ofrece la atención personalizada?				