



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“LA BANCA ELECTRÓNICA Y LA SATISFACCIÓN DEL
CLIENTE EN EL BANCO SCOTIABANK, DISTRITO DEL
RÍMAC, 2019”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado (a) en Administración

Autores:

Jimmy Dante Cjahuá Taco

Mirella Gisella Valdez Valderrama

Asesor:

Mg. Oscar Guillermo Chiccon Mendoza

Lima - Perú

2020

DEDICATORIA

Para ti, Papá, gracias por todo lo que me diste, tus sabios consejos, tu paciencia y tu amor infinito a la familia. Siempre serás el ángel que nos cuide.

Jimmy Dante Cjahua Taco

A mis padres, por todo el apoyo y porque siempre estuvieron a mi lado para hacer de mí una mejor persona.

Mirella Gisella Valdez Valderrama

AGRADECIMIENTO

A mi madre, gracias por todo el apoyo, la confianza y el amor que has depositado en mí hasta el día de hoy. Gracias por todo, mamá.

Jimmy Dante Cjahuá Taco

A Dios por fortalecerme en los momentos más difíciles y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte desde el primer día de estudio.

Mirella Gisella Valdez Valderrama.

Tabla de contenidos

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS.....	5
ÍNDICE DE FIGURAS.....	6
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	8
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	23
CAPÍTULO III. RESULTADOS.....	29
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	40
REFERENCIAS.....	47
ANEXOS.....	51

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Expertos considerados para la Validación.....	25
Tabla 2. Análisis de validación del instrumento por juicio de expertos.....	25
Tabla 3. Matriz de Operacionalización de variables.....	28
Tabla 4. Prueba de Alfa de Cronbach	29
Tabla 5. Correlación de variables: Banca electrónica y Satisfacción del cliente.....	30
Tabla 6. Correlación de dimensiones: Accesibilidad y Expectativas.....	31
Tabla 7. Correlación de dimensiones: Rapidez y Percepción.....	32
Tabla 8. Correlación de dimensiones: Seguridad y Calidad percibida.....	33
Tabla 9. Disponibilidad de acceso.....	34
Tabla 10. Rapidez de operaciones.....	35
Tabla 11. Garantía operacional.....	36
Tabla 12. Resultados útiles.....	37
Tabla 13. Cobertura de necesidades.....	38
Tabla 14. Cumplimiento de calidad	39

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Disponibilidad de acceso	34
Figura 2. Rapidez de operaciones	35
Figura 3. Garantía operacional.....	36
Figura 4. Resultados útiles.....	37
Figura 5. Cobertura de necesidades	38
Figura 6. Cumplimiento de calidad.....	39

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo analizar la relación entre la banca electrónica y la satisfacción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019. La metodología de esta investigación cuenta con un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo correlacional, diseño no experimental y corte transversal. La técnica de recopilación de información usada es la encuesta, la cual es aplicada a 250 clientes de la entidad en mención que forman parte de la muestra no probabilística por conveniencia que se ha escogido. En el análisis de confiabilidad del instrumento, el valor del índice Alfa de Cronbach es de 0.967, indicando consistencia interna con tendencia alta, mientras en el análisis inferencial, para la hipótesis general, el coeficiente Rho Spearman encontrado es de 0.902 indicando una relación positiva y alta. Asimismo, ya que la significancia bilateral 0.000 es menor a 0.05, se rechaza la hipótesis general nula (H_0). Las conclusiones de la investigación señalan una fuerte relación existente entre las variables de estudio, más aun, las dimensiones expectativas, percepción y calidad percibida de los clientes muestran una clara relación dependiente del servicio que se ofrece a través de la banca electrónica en el que se involucra la accesibilidad, rapidez y seguridad.

Palabras clave: “Banca electrónica”, “Satisfacción del cliente”, “Calidad percibida”.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En la actualidad, la revolución tecnológica ha incidido significativamente en la economía mundial, es por ello que representa una ventaja competitiva e innovadora que las empresas utilicen sus beneficios como una forma de acercamiento a sus clientes; sin embargo, esto exige que las empresas cuenten con una adecuada gestión del riesgo informático para proteger la información e incentivar la confianza de sus clientes, siendo un ejemplo de ello, la banca electrónica o banca digital que permite realizar múltiples operaciones a través de servidores personales, equipos móviles y dispositivos electrónicos, además de desarrollar nuevas funcionalidades que permitan acceder a nuevos y mejores productos elevando las expectativas de compra y atención de los consumidores.

En Perú, para el banco Scotiabank, la propuesta de convertir a sus clientes actuales y futuros en clientes digitales inicia con la afiliación para acceder a la banca en línea a través de su página web y una moderna aplicación que entró en vigencia en el año 2018 y que sumó más de 350 000 usuarios en los primeros tres meses, esperando a mediano plazo que dos de cada tres clientes interactúen con la entidad a través de los medios digitales; se contraten más de la mitad de los servicios financieros de forma digital y solo una de cada diez operaciones de efectivo se realicen de manera presencial en sus oficinas. Para el 2019, después de un año de su lanzamiento, son más de 640 000 cliente los que usan la nueva app.

La agencia Caquetá, llamada así por encontrarse en el corazón del emporio comercial del mismo nombre en el distrito del Rímac, tiene entre sus objetivos, fomentar en sus actuales y nuevos clientes, el uso de la banca electrónica como parte de su cultura financiera, logrando así elevar los niveles de satisfacción en relación al servicio que brinda el banco, a través de los diferentes beneficios que conlleva. Además, se espera que esto influya en la percepción que tienen los clientes sobre la atención de los colaboradores de la agencia a través de las encuestas

de calidad que son enviadas a sus correos personales, siendo que en promedio se dan un total de 20 encuestas mensuales en esta agencia a diferencia de otras que reciben un mayor volumen.

Respecto al problema hallado y materia de nuestra investigación, se encontró, que a diferencia de las encuestas enviadas aleatoriamente vía email a los clientes donde se evalúa la atención recibida por el personal del banco, es posible conocer los errores en la interacción, como se relaciona con su satisfacción personal y realizar las correcciones respectivas, pero en el caso de la banca electrónica no se da una evaluación presencial similar que nos indique como la banca en línea se relaciona con su satisfacción, por lo que se busca conocer a través de su participación, cuál es la relación que tienen con este medio de atención digital, para sugerir y mejorar la continuidad de la propuesta del banco.

Al revisar la literatura tanto nacional como internacional, en tesis o publicaciones científicas de los últimos cuatro años, podemos encontrar distintos antecedentes relacionados al tema de nuestra investigación en países con un nivel socio económico distinto al nuestro debido a la legislación del país o por la misma cultura de sus habitantes. Asimismo, en diferentes regiones de nuestro ámbito nacional se hallan estudios que contrastan y coinciden también con nuestro estudio.

Lévy, J., Bourgault, N., Calvo, C., y Trudel, M. (2020) en su publicación “*La influencia de la confianza y satisfacción del cliente en la intención de uso de los servicios bancarios por internet: un modelo estructural*” analizan como la confianza y la satisfacción de los clientes influyen en la intención de uso de los servicios financieros en internet en un estudio con un enfoque cuantitativo de nivel descriptivo, aplicando un cuestionario a 118 clientes que dispongan de una cuenta bancaria y utilizan los servicios en línea, el cual fue desarrollado en la provincia de Quebec - Canadá, considerado uno de los países con uno de los mayores índices de aceptación y uso del internet.

Los resultados de su investigación mostraron los efectos indirectos de la satisfacción donde los valores más altos están dados por las dimensiones seguridad (0.165), la competencia (0.095) y la utilidad (0.062) y para la intención de uso, los valores más altos se dan en la confianza en línea (0.180), la facilidad de uso (0.164) y el diseño (0.142). La confianza en línea es la variable con mayor influencia en la satisfacción del cliente al momento de usar los servicios financieros en línea. Las dimensiones que influyen en la confianza del usuario son la seguridad del sistema, la utilidad percibida y la competencia, por ende, la satisfacción del usuario si influye en la intención de uso de los servicios financieros en línea.

Domínguez, J. (2018) en su tesis titulada *“Análisis de la calidad de los servicios en línea y la satisfacción de los clientes del Banco Internacional de la ciudad de Guayaquil”* analiza la relación de la calidad de los servicios en línea y la satisfacción de los clientes del Banco Internacional en Guayaquil, para la presentación de una propuesta de mejora de ambos factores, realizando un estudio de tipo descriptivo con un enfoque cuantitativo. Para esta investigación se usaron fuentes primarias (encuesta) y secundarias (estudios realizados, bases de datos). El instrumento de recolección de datos es la encuesta, aplicado a través de un cuestionario de 29 ítems a 373 clientes de la banca en línea de las diferentes agencias del Banco de Guayaquil.

En el análisis a través del uso del modelo Servqual, se miden diferentes aspectos divididos en 7 dimensiones sobre la percepción de la calidad del servicio: interfaz web, interacción, fiabilidad, visibilidad, seguridad, empatía y experiencia. Del total de los 29 componentes analizados en la varianza total explicada, solo 9 de ellos se mantuvieron con auto valores mayores a 1, lo que representa el 67.75 % del total. Las conclusiones indicaron que la experiencia interviene directamente sobre la percepción de la calidad del servicio, mas no sobre las expectativas que se mantienen. Asimismo, la confidencialidad es considerada a lo largo del

análisis como uno de las dimensiones predominantes debido a los temores de parte de los clientes al usar la banca en línea.

Huete, M. (2017) en su tesis titulada *“Incidencia en el uso de los canales de servicios alternos - Agentes Banpro, en la zona urbana del municipio de Matagalpa, durante el periodo 2017”* analiza los factores que influyen en el uso de los canales de servicios alternos (agentes Banpro) con una investigación de tipo explicativa, un enfoque mixto (elementos cuantitativos y cualitativos), diseño no experimental y corte transversal. Se calculó una muestra probabilística aleatoria simple de 68 clientes de las sucursales Banpro para las encuestas y 37 propietarios de agentes Banpro para las entrevistas.

Los 4 factores responsables de la reducción del uso de agentes son: la falta de dinero en las cajas del establecimiento y la falta de fondos disponibles en las cuentas que representan el 50 % y 34 % respectivamente (factor económico), la inseguridad en la ejecución de las operaciones con 53 % (factor técnico), la caída del sistema con 75 % (factor tecnológico) y la desmotivación del personal de los agentes al brindar el servicio con 47 % (factor organizacional).

Las acciones estratégicas propuestas para mejorar la productividad están basados en implementar programas de publicidad que muestren los beneficios y las ubicaciones de los agentes Banpro, realizar capacitaciones individuales y grupales a los comerciantes dueños de los agentes, motivación y orientación a los clientes por parte del personal de agentes, supervisión estricta de los agentes para lograr los objetivos planteados o determinar nuevos comercios potenciales e implementar estrategias que motiven al personal a ser más productivos, eficientes y brindar una mejor atención a los clientes.

Figueredo, P. (2016) en su tesis *“Análisis de un modelo de confianza hacia la banca en internet, en un país de baja adopción”* propone un modelo fiablemente aceptable que permita reconocer las variables relevantes que generen confianza en el cliente para poder elegir los

servicios de la banca por internet en un país de Latinoamérica con baja aceptación. La investigación es de tipo descriptivo con un enfoque cuantitativo sobre una muestra no probabilística, realizando una encuesta a 325 clientes en la ciudad de La Paz, Bolivia, que realicen operaciones a través de la página web de su banco, donde el grupo más representativo son jóvenes entre 25 y 34 años (43 %) con una preferencia de uso del dispositivo celular o Tablet del 42 %.

Para el análisis de las variables reputación, riesgo, oportunismo, involucramiento, familiaridad y satisfacción se utilizó el test Anova para examinar si más de dos grupos difieren entre sí respecto a sus medias y varianzas, además del uso del modelo de análisis causal para determinar sus relaciones. La adopción de la banca en línea en Bolivia es más baja en comparación a otros países de la región. La reputación del sitio web, el nivel del involucramiento, la satisfacción del cliente y el riesgo percibido poseen una influencia positiva, directa y más fuerte para generar confianza, por lo que las entidades financieras deben percatarse que una correcta gestión de estos factores permitirá alcanzar mayores y mejores niveles de adopción de la banca en línea.

Alcívar, J., y Franco, J. (2016) en su tesis “*Análisis del uso de la banca electrónica en personas mayores a 40 años en la ciudad de Guayaquil: caso de estudio página web y app móvil*” tienen como objetivo, analizar el uso de la banca electrónica por parte de personas mayores de 40 años en la ciudad de Guayaquil, Ecuador. La metodología aplicada es de tipo exploratoria, concluyente y descriptiva con un enfoque mixto, aplicando encuestas, entrevistas y focus group. El estudio se enfocó en un segmento de personas con edades comprendidas entre 40 y 64 años, donde se aplicó un muestreo probabilístico estratificado simple y se entrevistó a 384 clientes.

Los resultados de la investigación indicaron que el 76 % de clientes si utiliza la banca electrónica, el promedio de operaciones que realiza una persona es de 6 por mes y los mayores

beneficios que encuentran en su uso son la comodidad (28 %), el servicio 24/7 (26 %), la rapidez (18 %) y la facilidad (18 %); sin embargo, existen inconvenientes como la caída del sistema (39 %) y la dificultad por la cantidad de pasos necesarios para acceder y realizar una transacción (26 %).

Las personas entre 40 a 64 años si se adaptan al uso de las tecnologías existentes, pero existen inconvenientes, como la aceptación al cambio, la incomodidad de ingresar información personal a través de estos medios debido a un factor cultural y la mala información que brindan los bancos sobre sus productos, lo que les genera inseguridad. Además, se identificó que la credibilidad y aceptación de los productos y servicios que el banco ofrece nace de la identificación con la trayectoria del banco al que pertenecen.

Además de los estudios encontrados en otros países acerca del tema de nuestra investigación, se cuenta con antecedentes en nuestro ámbito nacional.

Saravia, E. (2018) en su publicación titulada “*Adopción de Tecnología en Servicios de Banca Electrónica*” busca reconocer las variables que expliquen el uso de la banca electrónica por parte de los clientes. La metodología aplicada es de tipo descriptivo con un enfoque cuantitativo realizada sobre una muestra no probabilística por conveniencia de 204 personas, mayores de 18 años que provengan convenientemente de un nivel socioeconómico A o B y que fueran egresados, profesionales o alumnos universitarios de los últimos ciclos en una universidad prestigiosa en Lima que se encontraran trabajando para la realización de una encuesta en línea.

El 97 % de los encuestados tiene preferencia por alguno de los 4 principales bancos en Lima, predominando el género masculino con 58 %. Se evaluaron distintas variables agrupadas en diferentes dimensiones donde la dimensión que mantuvo el valor más alto a lo largo de los distintos análisis incluido el factorial fue la utilidad percibida de la página web del banco y en menor proporción, la eficiencia de la web que ayudo a levantar la imagen, seguridad y garantía

que los banco proyectan. Al mismo tiempo, la imagen, seguridad y garantía del banco fomentan la intención de uso de la banca en línea.

Las conclusiones del estudio indicaron que la utilidad percibida de la página web del banco es la mejor explicación de la intención de uso de la banca electrónica por parte de los usuarios, pero aun así se requiere que el uso de la web sea más fácil. Además, los aspectos a considerar para la mejora de las páginas web deben ser la seguridad, información rápida y concreta de las operaciones y el aseguramiento de respuestas rápidas para la corrección de errores en caso se detectara.

Yauri, J. y Tomas, F. (2018) en su tesis *“Las TIC y su influencia en la cobertura de los canales de atención del BCP agencia Pasco-2018”* señalan como objetivo determinar si las tecnologías de información (TIC) impactan en la cobertura de los canales de atención del banco BCP en la agencia Cerro de Pasco. La metodología aplicada es de tipo descriptivo, explicativo y correlacional, de diseño no experimental transeccional, aplicando una encuesta a 144 clientes del banco, además del análisis documental y la observación.

Los resultados del estudio indicaron que el 80% de los clientes si tiene conocimiento de los diferentes canales de atención que posee el banco, el 82 % percibe que la televisión es el mejor medio de comunicación que tiene el banco para difundir sus canales de atención, siendo las ventanillas de atención en oficinas, el canal con mayor frecuencia de uso y satisfacción (39 %), mientras que la banca por internet es el canal con menor frecuencia de uso (6.3 %). Además, en la comparación final acerca de la preferencia del canal convencional (ventanillas) frente los canales alternativos, el 53 % de encuestados prefiere los canales alternos.

El estudio concluyó que los clientes no muestran gran interés por el uso de la banca en línea ya que prefieren el canal tradicional por la confianza que brinda, además, se evidencio

que los clientes si conocen los canales de atención que tiene el banco, mismos que se enteran mayormente por medio de la publicidad en televisión considerándola buena y muy buena.

Valdiviezo, Z. (2017) en su tesis “*Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el área de operaciones del Banco de Crédito del Perú, Agencia Piura 2016*” analiza la relación que existe entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la agencia Piura del Banco de Crédito. La metodología aplicada en este estudio es de tipo descriptivo con un diseño no experimental y corte transversal correlacional, en la cual se determinó por un muestreo probabilístico la participación de 363 clientes para evaluar la calidad del servicio a través del cuestionario del modelo Servqual en sus 5 dimensiones, compuesto por 22 indicadores de calidad de servicio y 4 indicadores de satisfacción.

El 65.3 % de clientes considera que el área de operaciones del banco brinda un servicio de buena calidad debiéndose a su infraestructura, la imagen de sus instalaciones y de su personal (77.4 %) y la seguridad que se proyecta a través de sus empleados que les genera confianza (66.4 %). Respecto al nivel de satisfacción de los clientes por el servicio ofrecido de parte del área de operaciones, el 53.2 % se considera satisfecho. Sobre los aspectos tangibles, lo más valorado es la correcta apariencia de sus empleados y lo menos valorado es la apariencia de sus equipos y materiales. Sobre la capacidad de respuesta, lo más valorado es la aptitud de los empleados a ayudar a los clientes y lo menos valorado es la ausencia de información respecto al tiempo de atención.

Finalmente, respecto a la satisfacción del cliente, la valoración más alta proviene de la seguridad que emite el banco al realizar las operaciones y el trato de su personal, mientras que lo menos valorado son las comisiones, tasas y altos interés a comparación de otras entidades financieras. Después de lo indicado se puede concluir que existe una fuerte relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

Gonzales, A. (2017) en su tesis *“El desarrollo de la banca electrónica y la aceptación de los clientes de Lima Metropolitana de los 4 principales bancos del Perú”* tiene como objetivo estudiar la relación entre el desarrollo de la banca electrónica y la aprobación de los clientes de los 4 principales bancos de Perú en Lima. La metodología aplicada es de tipo explicativa con un enfoque cuantitativo de diseño no experimental y transversal, realizando una encuesta a una muestra probabilística de 385 clientes pertenecientes a los 4 principales bancos del Perú en Lima, entre edades de 25 a 64 años y comprendidos en los sectores socio económicos A, B y C.

Los resultados del estudio indicaron que el 76% de clientes está informado de los servicios que su banco brinda a través de la banca electrónica, pero solo el 48 % de ellos los usa y el 65 % se declara satisfecho con ello, luego se considera los resultados de 185 clientes que usan la banca electrónica y que se definieron como satisfechos y muy satisfechos. El mayor promedio de operaciones en banca electrónica es de 8 veces por mes, pero al mismo tiempo es el menor porcentaje de frecuencia de uso (22.8 %) en relación al total y solamente 22.3 % de ellos considera como factor de decisión que la banca electrónica tenga un eficiente servicio.

La transformación digital es un reto difícil para las personas que están acostumbradas a la banca tradicional (38.2 %), además de no considerar que exista una cultura financiera para la utilización de los servicios por banca electrónica (66.5 %). El estudio concluyó que la implementación de la banca electrónica es una estrategia en común que comparten las 4 principales entidades bancarias del Perú, pero que aún no tiene una aceptación mayoritaria de parte de sus clientes y que la principal razón de que los clientes sean renuentes es por el hecho de una preferencia de atención personalizada, probablemente debido a una característica sociocultural de los limeños que la distancia aun no puede vencer.

Cabrera, L., Morante, D. y Pacherres, A. (2016) en su tesis *“El conocimiento de beneficios de canales alternativos y la satisfacción de los clientes de la agencia Benavides*

filial Chincha del Banco de Crédito del Perú” señalan como objetivo, estudiar la repercusión de conocer los beneficios de los canales alternativos para mejorar la satisfacción de los clientes. La metodología aplicada es de tipo descriptivo correlacional con un enfoque cuantitativo, diseño experimental y corte transversal, eligiendo un muestreo aleatorio simple para la aplicación de encuestas, entrevistas y observación directa a 285 clientes.

Respecto a los beneficios de los canales alternativos, el 62 % de los encuestados cree que los agentes si tienen un buen nivel de garantía y son accesibles para realizar sus operaciones (84 %). Respecto a la banca por internet, consideran que les permite ahorrar tiempo (76 %) con un buen nivel de garantía (55 %) y accesibilidad al realizar sus operaciones (65 %). Respecto a la satisfacción del cliente sobre los canales alternativos, el 21 % percibe que siempre se brinda información necesaria en los agentes para la realización de sus operaciones, el 32 % siente que sus expectativas de atención siempre son cubiertas y el 33 % que estos canales son siempre confiables para realizar operaciones.

La conclusión del estudio nos muestra que si existe una relación directa entre el conocimiento de los beneficios de los canales alternativos y la satisfacción de los clientes, mientras más conocimiento obtengan los clientes de los beneficios que ofrecen los canales alternativos y se mejore su práctica e incremente el grado de motivación, habrá mayores niveles de satisfacción en ellos.

Para la valoración del estudio propuesto se consideran los siguientes criterios:

1) Metodológico: el problema planteado de la banca electrónica en la satisfacción del cliente se ha buscado explicar desde un estudio metodológico descriptivo correlacional, lo cual mediante ello permite generar una alternativa más a las ya existentes, como también mayor sustento metodológico científico que explique la realidad problemática sobre la base de los resultados obtenidos.

2) Teórico: este estudio servirá como una fuente de consulta y referencia para futuros estudios que analicen la relación existente entre la banca electrónica como un medio de atención digital creciente y la satisfacción de los clientes a través de las evaluaciones y análisis aquí comprendidos.

3) Práctico: la presente investigación es una medición y análisis de datos provenientes de la opinión de los propios clientes, lo que favorecerá conocer las necesidades reales que tienen en cuanto al uso de la banca electrónica y como mejorar los aspectos que influyen en su satisfacción.

Los avances en tecnología han permitido que muchos de los giros empresariales ya sea en la actividad industrial, comercial o de servicios se renueven o crezcan para estar un paso adelante de sus competidores. Los bancos pertenecientes al sistema financiero vienen apostando desde hace tiempo por una propuesta que hoy en día permite adaptar los servicios que se brindan de manera tradicional a través de medios digitales como las páginas web o las aplicaciones móviles. La banca electrónica permite a los clientes acceder a servicios tradicionales de manera digital en una plataforma de fácil acceso, segura y de rápida interacción con resultados en tiempo real que desplaza de esta manera las viejas tendencias de asistir presencialmente a una oficina.

Banca electrónica

La fundamentación teórica del estudio de la variable independiente (banca electrónica) se encuentra en lo señalado por Aibar (2017), donde en su libro *Finanzas personales: planificación control y gestión*, define la banca electrónica como todas las operaciones factibles de ejecutar por medios informáticos o de comunicación sin la necesidad de asistir presencialmente a alguna oficina de atención. En opinión de Moro y Rodés (2014) en su libro *Marketing digital: Comercio y marketing*, nos dicen que la banca electrónica se refiere a todos los servicios que brinda el banco y a los cuales se pueden acceder a través de internet.

Tras el análisis de las definiciones de la banca electrónica, podemos encontrar elementos que forman parte importante de esta variable de estudio, como las dimensiones accesibilidad, rapidez y seguridad. Para explorar estas dimensiones, Alvares, Hernández y López (2007) en su publicación “*Servicios financieros accesibles para todas las personas*”, definen la accesibilidad como una propiedad de las aplicaciones en informática y la electrónica, por la cual las personas pueden acceder a través de la red para usar sus servicios y productos de forma indiferente a su estado o condición personal.

Suriaga, Bonilla y Sánchez (2016) en su publicación “*Banca electrónica*”, nos hablan de la dimensión rapidez como uno de los beneficios que encontramos en la banca por internet ya que a través de ella podemos realizar operaciones bancarias con prontitud sin la necesidad de asistir a una oficina, permitiendo un ahorro de tiempo y sobre la dimensión seguridad al respecto, Córdoba, Calero y Marhuenda (2007) en su publicación “*Modelo de calidad para portales bancarios*” nos señalan que es una facultad que previene el acceso no autorizado a datos y programas, ya sea de manera intencional o no.

Satisfacción del cliente

Existen diferentes teorías relacionadas a la satisfacción del cliente, el cual es un tema de investigación constante en el que resulta claro relacionar la percepción que se tiene sobre un producto o servicio y obtener el resultado esperado cubriendo las expectativas que se tengan. La fundamentación teórica del estudio de la variable dependiente (satisfacción del cliente) se encuentra en lo señalado por Kotler y Keller (2012) donde en su libro *Dirección de Marketing*, definen la satisfacción como el resultado de comparar las expectativas contra el valor percibido por el uso de un producto o servicio, el cual se ve reflejado en el gusto o en la desilusión del cliente.

En opinión de Lefcovich (2009) en su libro *Satisfacción del Consumidor*, la satisfacción o insatisfacción del cliente depende del trato que reciba y como lo perciba haciendo que sus

expectativas y percepciones se vean afectados por temas que van desde el proceder de los empleados hasta temas relacionados a las propiedades del producto como imagen, precio, diseño, etc. Por su parte Gosso (2008) en su libro *Híper Satisfacción del Cliente* nos señala que es frecuente que las empresas reduzcan con el tiempo el deseo de brindar un servicio destacado y que aplicar la garantía de satisfacción como una política de venta, puede asegurar el nivel de calidad del servicio prestado.

Durante las definiciones de la satisfacción del cliente, podemos encontrar elementos que forman parte de esta variable de estudio como las dimensiones expectativas; percepción y calidad percibida. Al explorar estas dimensiones, en su publicación “*La satisfacción del Cliente*”, Thompson (2005) define las expectativas como la esperanza o ilusión que tienen los clientes al querer cumplir un determinado propósito o conseguir algo.

Pérez, Lagunes, Vázquez y Barahona (2015) en su publicación “*Las percepciones de la satisfacción del cliente en entidades financieras: evidencia de Puebla, México*” afirman que la percepción es un proceso a través del cual nuestro cerebro selecciona, organiza e interpreta los estímulos que recoge del entorno que nos rodea para crear una imagen consciente de la realidad. Finalmente, Miranda, Chamorro y Rubio (2007), en su libro *Introducción a la gestión de la calidad*, se refieren a la “calidad percibida” como la calidad que el cliente espera sentir y una vez ocurrido, satisface sus expectativas, por ello, la calidad percibida no está determinada completamente por la calidad técnica que es la que podemos medir.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿En qué medida la banca electrónica se relaciona con la satisfacción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿De qué manera la accesibilidad de la banca electrónica se relaciona con las expectativas del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019?
- ¿Cómo se relaciona la rapidez de la banca electrónica con la percepción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019?
- ¿De qué manera la seguridad de la banca electrónica se relaciona con la calidad percibida del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Analizar la relación de la banca electrónica con la satisfacción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar la relación de la accesibilidad de la banca electrónica con las expectativas del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019.
- Determinar la relación de la rapidez de la banca electrónica con la percepción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019.
- Determinar la relación de la seguridad de la banca electrónica con la calidad percibida del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

Existe relación entre la banca electrónica y la satisfacción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019.

1.4.2. Hipótesis específicas

- Existe relación entre la accesibilidad de la banca electrónica y las expectativas del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019.

- Existe relación entre la rapidez de la banca electrónica y la percepción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019.
- Existe relación entre la seguridad de la banca electrónica y la calidad percibida del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

Esta investigación cuenta con un enfoque cuantitativo como lo señala Guerrero (2014): “La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede” (p. 47).

El estudio es de tipo descriptivo y correlacional, ya que se busca detallar las características de la situación que se analiza y dar a conocer la relación que existe entre sus variables. Según Lara (2013), la investigación descriptiva: “Trabaja sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Esta puede incluir los siguientes tipos de estudios: encuestas, casos exploratorios, causales, de desarrollo, predictivos, de conjuntos, de correlación” (p. 91). Asimismo, Lara (2013) manifiesta también que la “Investigación correlacional tiene como propósito mostrar o examinar la relación entre variables o resultados de variables. Uno de los puntos importantes en este tipo de investigación es examinar relaciones entre variables o sus resultados” (p. 91).

El diseño de esta investigación es no experimental, siendo que Hernández, Fernández y Baptista (2014) la definen como: “La investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables” (p. 152). Asimismo, el estudio es de corte transversal o transeccional ya que los datos son recolectados en un solo tiempo para poder especificar las variables y examinar su repercusión e interrelación en un momento, siendo de tipo correlacional (Hernández et al., 2014).

2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

La unidad de análisis es un cliente de la agencia Caquetá del Banco Scotiabank, la población de estudio está compuesta por todos los clientes de la agencia Caquetá en el distrito

del Rímac, quienes cuentan con algún tipo de producto o servicio financiero, siendo un total de 5912. Respecto a las técnicas de muestreo, Otzen y Manterola (2017) afirman que el muestreo no probabilístico por conveniencia nos permite seleccionar casos asequibles, por lo que el investigador realiza una selección de manera más conveniente. En base a ello, los criterios aplicados para la selección de la muestra están dirigidos a clientes en el rango de edades de 18 hasta los 75 años para tener una visión más amplia del uso de la banca en línea tanto por parte de jóvenes, adultos o mayores y no solo de un rango específico para notar que tan escalable entre los clientes es el uso de la banca en línea.

Otro de los criterios aplicables a la selección de la muestra es que la condición laboral de los clientes sea dependiente o independiente, así también la selección estaría dirigida de manera proporcional tanto al género masculino como femenino que pertenecen a los sectores socioeconómicos B y C, por lo tanto, el tamaño de la muestra tomada es de 250 clientes. La selección de la muestra se aplicó de manera aleatoria durante todo el mes de diciembre de 2019, en fechas de actividad o jornada completa (lunes a viernes) y en diferentes horarios de atención donde se concentrase la mayor afluencia de público.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

A través de una encuesta es factible aplicar un cuestionario a un grupo importante del total de un universo que se estudie, como nos explica Baena (2017), por ello la técnica aplicada a esta investigación es la encuesta, a través de la cual, se indica de manera sencilla a los clientes, responder a un cuestionario con afirmaciones propuestas para que sean calificadas según su criterio. Esta técnica es elegida debido a la comodidad de su implementación y por la eficiencia en el tiempo para llevar a cabo la investigación.

El instrumento de recolección de datos aplicado es un cuestionario compuesto de 24 ítems con proposiciones en las que el encuestado valoriza su opinión sobre la banca electrónica y su satisfacción como cliente a través de 5 niveles (escala de Likert) en base a su acuerdo o

desacuerdo. Además, se usan hojas de cálculo en Excel para verter la información obtenida de las encuestas y aplicar el programa estadístico SPSS para el tratamiento de datos a mostrar en el análisis descriptivo e inferencial.

2.4. Procedimiento

Para proceder a aplicar el instrumento de esta investigación, se consideró indispensable su validación a través del juicio de expertos representado por tres docentes de la Universidad Privada del Norte. Se presenta un cuestionario conformado por 24 ítems, una matriz de consistencia y matriz de operacionalización de las variables para su análisis. Dentro de la matriz de validación del instrumento se consideran criterios de evaluación tales como objetividad, coherencia y consistencia, entre otros, obteniéndose la validez necesaria para su ejecución.

Tabla 1

Expertos considerados para la validación

Validador	Grado	Resultado
(J1) Bacigalupo Lago, Raúl Santiago	Magister	Aplicable
(J2) Cárdenas Torres, Luis Ricardo	Magister	Aplicable
(J3) Negreiros Mora, Nancy Alfonsina	Magister	Aplicable
	Total	Aplicable

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2

Análisis de validación del instrumento por juicio de expertos

ASPECTOS DE VALIDACIÓN		JUECES			ESCALA
INDICADORES DE EVALUACIÓN	CRITERIOS	J1	J2	J3	
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.	5	4	5	5= EXCELENTE 4= BUENA 3= REGULAR 2= INSUFICIENTE 1= MALA
OBJETIVIDAD	Está expresado en lo observado bajo metodología científica.	5	5	5	
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.	5	5	4	
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.	5	4	5	
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.	5	5	5	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de las variables a estudiar.	5	5	5	

COHERENCIA	Entre los problemas, objetivos e hipótesis.	5	5	5
CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos y científicos.	5	4	5
CONVENIENCIA	Adecuado para resolver el problema.	5	4	5
METODOLOGÍA	Cumple con los procedimientos adecuados para alcanzar los objetivos.	5	4	5
TOTAL		50	45	49

PUNTUACIÓN

De 10 a 20:

No válido, reformular

De 21 a 30:

No válido, modificar

De 31 a 40:

Validar, mejorar

De 41 a 50:

Válido, aplicar

Habiendo tomado la valorización de las opiniones de los clientes, se traslada la información a una hoja de cálculo Excel para su exportación y procesamiento en el programa estadístico SPSS. Se procede al análisis de confiabilidad del instrumento de medición a través del coeficiente Alfa de Cronbach, luego, a través de la prueba no paramétrica Rho de Spearman se determina el grado de correlación y la significancia bilateral de las variables en la hipótesis general, igualmente para sus respectivas dimensiones en las tres pruebas de hipótesis específicas y mostrar los resultados de la encuesta por dimensiones en el análisis descriptivo a través de la presentación de tablas y figuras.

Presentados los resultados en el análisis inferencial y descriptivo, se procede a la discusión de los resultados obtenidos en la prueba de hipótesis general y específicas con las publicaciones de los antecedentes hallados en la literatura para luego emitir las conclusiones de lo que se ha logrado demostrar en cumplimiento de los objetivos trazados. Finalmente se indican las recomendaciones por cada una de las discusiones generadas y de acuerdo a lo que se ha concluido.

2.5. Aspectos éticos

Para la presente investigación, se ha visto cumplir con los estándares éticos, ya que en primer lugar, se considera el derecho de autoría de las fuentes mencionadas a lo largo de la investigación, respetando así la propiedad intelectual de los autores. En segundo lugar, se ha considerado el respeto al derecho de los encuestados quienes han participado en esta investigación de manera voluntaria a través de sus opiniones, con el debido conocimiento del propósito de la investigación y teniendo hacia ellos un trato digno y respetuoso, manteniendo su información de manera confidencial y solo con los fines indicados.

Se cumplió con ejercer un instrumento de investigación que cuente con la debida claridad, objetividad, coherencia y consistencia para recabar la información necesaria con datos verdaderos y actuales a través de la validación del juicio de expertos para resultados fidedignos. Finalmente se cumplió con obtener las debidas autorizaciones para el uso de las instalaciones donde se encontraban los clientes, manteniendo un trato respetuoso y cooperativo tanto con los trabajadores internos y externos de la agencia.

Tabla 3. *Matriz de Operacionalización de variables.*

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS (PREGUNTAS)	ALTERNATIVAS DE RESPUESTA
<p>Variable 1 (V1) Banca electrónica</p> <p>Aibar (2017) define la banca electrónica "como todas aquellas operaciones que se realizan a través tanto de medios informáticos como de comunicación, sin que el cliente acuda físicamente a la oficina de la entidad" (p. 60).</p>	<p>Accesibilidad</p> <p>Alvares, Hernández y López (2007) lo definen: Como la característica que permite el acceso de cualquier persona, independientemente de su estado o condición de salud, a los productos, entorno y servicios que utilizan, se crean o están relacionados con la transmisión de datos (imágenes, archivos...) a través de la red y mediante las más diversas aplicaciones de la informática y de la electrónica. (p. 23)</p>	Disponibilidad	Tengo acceso a la banca electrónica en cualquier momento	<p>Escala Likert</p> <ul style="list-style-type: none"> • Siempre • Casi siempre • A veces • Casi nunca • Nunca
	<p>Rapidez</p> <p>Suriaga, Bonilla y Sánchez (2016) afirman: "Los beneficios de la banca por internet tiene beneficios tangibles de ahorrar el tiempo, rapidez en las operaciones, evitar ir a las ventanillas del banco, comodidad en el traspaso a las cuentas de inversión" (p. 3).</p>	Consulta de funciones	Puedo acceder a todas las funciones de la banca electrónica	
		Consulta de productos	Puedo acceder a consultar todos mis productos bancarios	
		Simplicidad	Accedo a la banca electrónica con sencillez	
		Interacción	La interacción en la banca electrónica es rápida	
		Difusión	Puedo revisar información de interés de manera más rápida a través de la banca electrónica	
		Velocidad	Mis operaciones las realizo con rapidez	
		Receptividad	Recibo propuestas de interés de manera más rápida a través de la banca electrónica	
	<p>Seguridad</p> <p>Córdoba, Calero y Marhuenda (2007) nos dicen que "representa la capacidad del producto software para lograr prevenir el acceso no autorizado, bien sea accidental o deliberado, a programas y datos" (p. 4).</p>	Confidencialidad	Mi información personal es tratada con total confidencialidad	
		Privacidad	Recibo información financiera con total seguridad	
		Garantía	Realizo mis operaciones con la debida seguridad	
		Conectividad	La conexión a la banca electrónica es segura	
		Utilidad	La banca electrónica me ofrece resultados útiles	
Transparencia		Las operaciones en banca electrónica se realizan con transparencia		
<p>Variable 2 (V2) Satisfacción del cliente</p> <p>Kotler y Keller (2012) definen la satisfacción "como el conjunto de sentimientos de placer o decepción que se genera en una persona como consecuencia de comparar el valor percibido en el uso de un producto (o resultado) contra las expectativas que se tenían" (p.128).</p>	<p>Expectativas</p> <p>Thompson (2005) refiere: "Las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo" (p. 2).</p>	Ahorro	Ahorro tiempo al usar la banca electrónica	
	<p>Percepción</p> <p>Pérez, Lagunes, Vázquez y Barahona (2015) afirman que la percepción esta "definida como el proceso de selección, organización e interpretación de los estímulos para formar una imagen significativa y coherente del mundo" (p. 30).</p>	Cobertura	Los productos y servicios ofrecidos cubren mis necesidades	
		Desempeño	Por medio de la banca electrónica puedo realizar diversas funciones y operaciones	
		Flexibilidad	La banca electrónica me brinda soluciones flexibles que se ajustan a mis necesidades	
		Eficiencia	El servicio es eficiente en comparación a otros bancos	
	<p>Calidad Percibida</p> <p>Miranda, Chamorro y Rubio (2007) afirman que: La calidad total percibida se obtiene cuando la calidad experimentada satisface las expectativas del cliente, es decir, la calidad esperada. Por tanto, la calidad percibida no solo está determinada por la calidad técnica, sino que depende de la imagen de la empresa prestadora del servicio y de las expectativas de los clientes. (p. 245)</p>	Recomendación	Recomendaría usar la banca electrónica por la calidad de mi experiencia	
		Comparación	Considero que la banca electrónica tiene diferentes beneficios que la banca tradicional	
		Personalización	A través de la banca electrónica puedo personalizar mis operaciones	
		Cumplimiento	La banca electrónica cumple con la calidad del servicio ofrecido	

CAPÍTULO III. RESULTADOS

3.1. Análisis de confiabilidad del instrumento

Tabla 4

Prueba de Alfa de Cronbach

Resumen de procesamiento de casos				Estadísticas de fiabilidad	
		N	%	Alfa de Cronbach	N de elementos
Casos	Válido	250	100,0	0,967	24
	Excluido ^a	0	,0		
	Total	250	100,0		

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Para medir el nivel de confiabilidad del instrumento de medición recurrimos a la prueba de coeficiente Alfa de Cronbach donde de acuerdo al resultado del análisis que es 0.967, se puede indicar que el instrumento de medición es de consistencia interna con tendencia muy alta.

3.2 Análisis Inferencial

Para el análisis de la hipótesis general e hipótesis específicas es importante señalar que el coeficiente de correlación Rho de Spearman es una medida de correlación de variables usado en estadística para escalas de tipo Likert como lo señalan Hernández, Fernández y Baptista (2014), además se valora la asociación de variables cuantitativas, cuantificando su relación entre valores comprendidos entre -1 (correlación negativa perfecta) y 1 (correlación positiva perfecta). Para nuestro análisis, tomaremos los siguientes valores como referencia:

Si el coeficiente de correlación es 0, no existe correlación entre las variables.

Si el coeficiente de correlación es + 0.25, existe una correlación positiva débil o baja.

Si el coeficiente de correlación es + 0.50, existe una correlación positiva media o moderada.

Si el coeficiente de correlación es + 0.75, existe una correlación positiva considerable o alta.

Si el coeficiente de correlación es + 0.90, existe una correlación positiva muy fuerte.

En el proceso de análisis inferencial se formulan dos hipótesis contrarias con un nivel de confianza al 95% donde el valor sig.: $\alpha=0.05$, por ende:

- Si en el nivel de significancia “p” es menor a 0.05 se rechaza HO
- Si en el nivel de significancia “p” es mayor a 0.05 se acepta HO

Hipótesis general

- HI: Existe relación entre la banca electrónica y la satisfacción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019.
- HO: No existe relación entre la banca electrónica y la satisfacción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019.

Tabla 5

Correlación de variables: Banca electrónica y Satisfacción del cliente

		Correlaciones		
			Banca Electrónica	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Banca Electrónica	Coeficiente de correlación	1,000	,902**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Satisfacción del cliente	N	250	250
		Coeficiente de correlación	,902**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	250	250

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En cuanto a la hipótesis general, para medir el grado de correlación se obtiene el valor del coeficiente de correlación Rho Spearman de 0.902, siendo una relación positiva y muy fuerte, con un nivel de significancia de $p=0.000 < 0.05$, por lo que se rechaza la hipótesis nula (HO), por ende existe relación entre la banca electrónica y la satisfacción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019.

Hipótesis Específica 1

- H1: Existe relación entre la accesibilidad de la banca electrónica y las expectativas del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019.
- HO: No existe relación entre la accesibilidad de la banca electrónica y las expectativas del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019.

Tabla 6

Correlación de dimensiones: Accesibilidad y Expectativas

Correlaciones				
		Accesibilidad		Expectativas
Rho de Spearman	Accesibilidad	Coeficiente de correlación	1,000	,681**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	250	250
	Expectativas	Coeficiente de correlación	,681**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	250	250

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la hipótesis específica 1, para medir el grado de correlación se obtiene el valor del coeficiente de correlación Rho Spearman de 0.681, siendo una relación positiva y moderada, con un nivel de significancia de $p=0.000 < 0.05$, por lo que se rechaza la hipótesis nula (HO), por ende existe relación entre la accesibilidad de la banca electrónica y las expectativas del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019.

Hipótesis Específica 2

- H2: Existe relación entre la rapidez de la banca electrónica y la percepción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019.
- HO: No existe relación entre la rapidez de la banca electrónica y la percepción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019.

Tabla 7

Correlación de dimensiones: Rapidez y Percepción

		Correlaciones		
			Rapidez	Percepción
Rho de Spearman	Rapidez	Coeficiente de correlación	1,000	,792**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	250	250
	Percepción	Coeficiente de correlación	,792**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	250	250

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la hipótesis específica 2, se obtiene el valor del coeficiente de correlación Rho Spearman de 0.792, siendo una relación positiva y alta, con un nivel de significancia de $p=0.000 < 0.05$, por lo que se rechaza la hipótesis nula (HO), por ende existe relación entre la rapidez de la banca electrónica y la percepción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019.

Hipótesis Específica 3

- H3: Existe relación entre la seguridad de la banca electrónica y la calidad percibida del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019.
- HO: No existe relación entre la seguridad de la banca electrónica y la calidad percibida del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019.

Tabla 8

Correlación de dimensiones: Seguridad y Calidad percibida

		Correlaciones		
			Seguridad	Calidad percibida
Rho de Spearman	Seguridad	Coefficiente de correlación	1,000	,883**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	250	250
	Calidad percibida	Coefficiente de correlación	,883**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	250	250

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Se obtiene el valor del coeficiente de correlación Rho Spearman de 0.883, siendo una relación positiva y alta, con un nivel de significancia de $p=0.000 < 0.05$, por lo que se rechaza la hipótesis nula (HO), por ende existe relación entre la seguridad de la banca electrónica y la calidad percibida del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019.

3.3 Análisis descriptivo

Variable 1: Banca electrónica - analizando la dimensión accesibilidad

1) ¿Tengo acceso a la banca electrónica en cualquier momento?

Tabla 9

Disponibilidad de acceso

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	4	1,6	1,6	1,6
	A veces	54	21,6	21,6	23,2
	Casi siempre	163	65,2	65,2	88,4
	Siempre	29	11,6	11,6	100,0
	Total	250	100,0	100,0	

Fuente: Datos obtenidos a través del procesamiento de software SPSS.

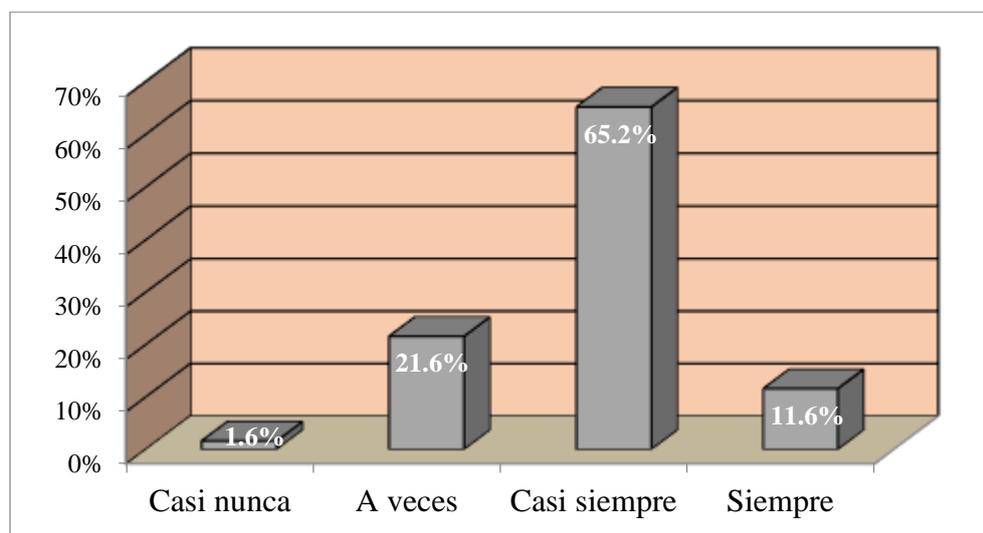


Figura 1. Disponibilidad de acceso.

El 76 % de clientes, entre casi siempre y siempre, indican que pueden acceder a la banca electrónica en el momento que deseen, sin restricciones de horario u otro condicionamiento. El 21 % de clientes indica que solo a veces es posible ingresar en cualquier momento. Las posibles causas que originen este inconveniente pueden deberse a la saturación de la red por alta demanda, problemas técnicos de conexión o mantenimiento y actualizaciones por parte del banco que interrumpen el acceso fluido al servicio.

Variable 1: Banca electrónica - analizando la dimensión rapidez

2) ¿Mis operaciones las realizo con rapidez?

Tabla 10

Rapidez de operaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	4	1,6	1,6	1,6
	A veces	66	26,4	26,4	28,0
	Casi siempre	132	52,8	52,8	80,8
	Siempre	48	19,2	19,2	100,0
	Total	250	100,0	100,0	

Fuente: Datos obtenidos a través del procesamiento de software SPSS.

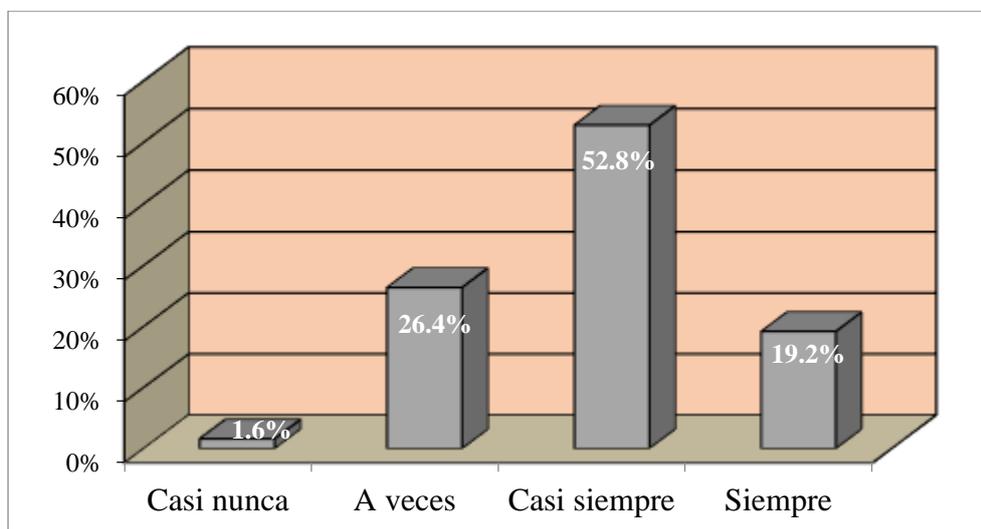


Figura 2. Rapidez de operaciones.

El 72 % de clientes, entre casi siempre y siempre, indican que pueden realizar sus operaciones a través de la banca electrónica con rapidez. Un 26 % de los clientes indica que solo a veces pueden concretar sus transacciones en línea de manera rápida. Una de las causas de la demora en las operaciones por banca electrónica está dada por la capacidad de respuesta de los equipos o dispositivos con los que cuente el cliente, independientemente del tiempo que consuma en su manejo.

Variable 1: Banca electrónica - analizando la dimensión seguridad:

3) ¿Realizo mis operaciones con la debida seguridad?

Tabla 11

Garantía operacional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	16	6,4	6,4	6,4
	A veces	29	11,6	11,6	18,0
	Casi siempre	150	60,0	60,0	78,0
	Siempre	55	22,0	22,0	100,0
	Total	250	100,0	100,0	

Fuente: Datos obtenidos a través del procesamiento de software SPSS.

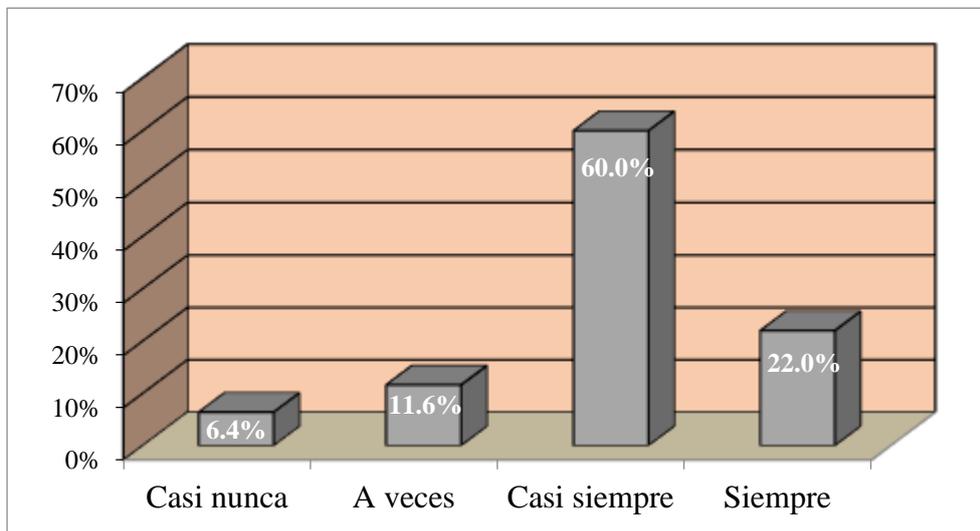


Figura3. Garantía operacional.

El 82 % de clientes, entre casi siempre y siempre, indican poder realizar sus operaciones en banca electrónica con la debida seguridad. Solamente un 6 % de clientes señala no recibir las garantías necesarias para poder operar a través de la plataforma del banco. Los principales motivos que se tiene respecto a la falta de seguridad en banca que temen los clientes, está dada por experiencias de uso en entornos informáticos no seguros, así también como malas prácticas de uso.

Variable 2: Satisfacción del cliente - analizando la dimensión expectativa:

4) ¿La banca electrónica me ofrece resultados útiles?

Tabla 12

Resultados útiles

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	10	4,0	4,0	4,0
	A veces	45	18,0	18,0	22,0
	Casi siempre	140	56,0	56,0	78,0
	Siempre	55	22,0	22,0	100,0
	Total	250	100,0	100,0	

Fuente: Datos obtenidos a través del procesamiento de software SPSS.

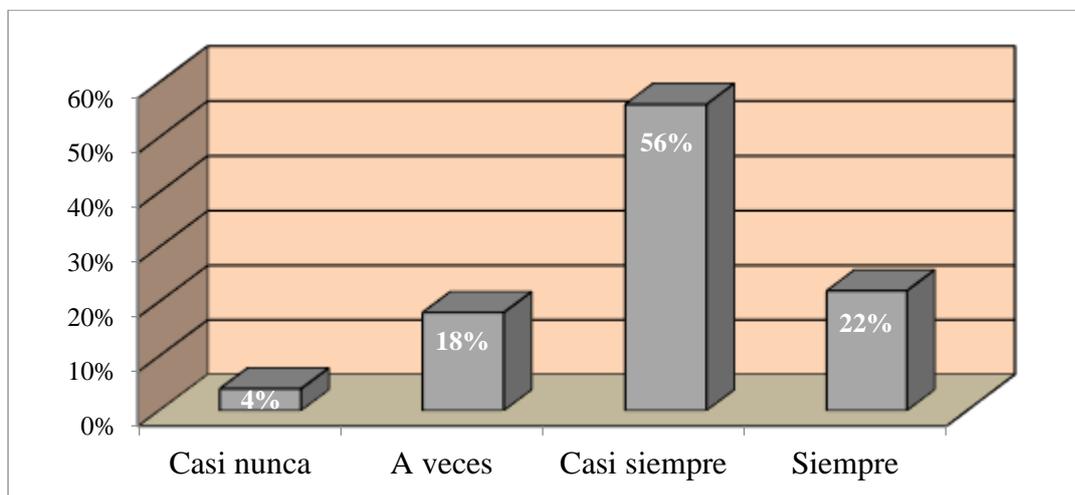


Figura 4. Resultados útiles.

El 78 % de clientes, entre casi siempre y siempre, indica encontrar resultados concretos que le sean útiles al hacer uso de la banca en línea. Solo un 18 % de clientes encuentra que solo a veces la banca electrónica les proporciona resultados acorde a sus necesidades y 4 % considera lo contrario, siendo que casi el total de encuestados ha encontrado alguna vez resultados útiles.

Variable 2: Satisfacción del cliente - analizando la dimensión percepción:

5) ¿Los productos y servicios ofrecidos cubren mis necesidades?

Tabla 13

Cobertura de necesidades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	21	8,4	8,4	8,4
	A veces	54	21,6	21,6	30,0
	Casi siempre	114	45,6	45,6	75,6
	Siempre	61	24,4	24,4	100,0
	Total	250	100,0	100,0	

Fuente: Datos obtenidos a través del procesamiento de software SPSS.

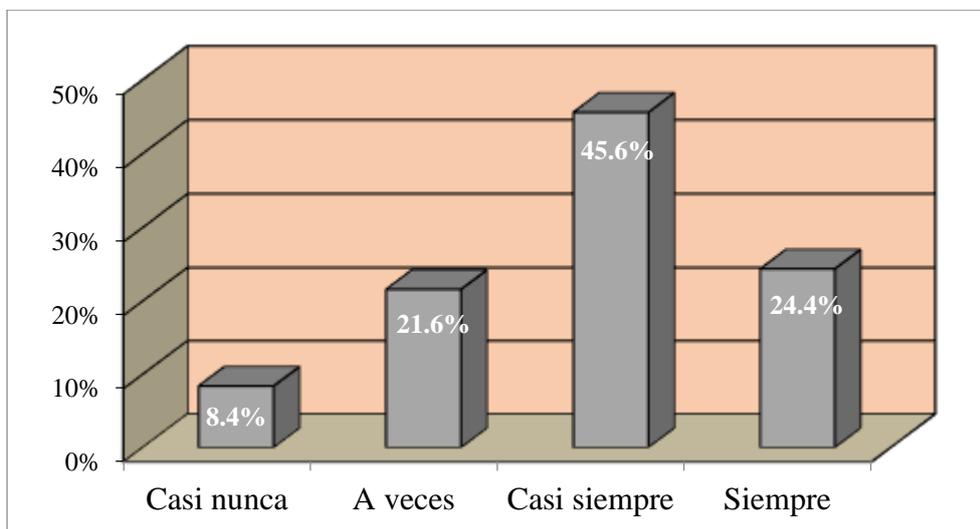


Figura 52. Cobertura de necesidades.

El 70 % de clientes, entre casi siempre y siempre, considera que los productos y servicios ofrecidos a través de la banca electrónica cubren sus necesidades. El 8 % de clientes indica que casi nunca considera que sus necesidades sean atendidas a través de la banca en línea. En promedio, solo 1 de cada cinco clientes percibe que a través de la banca en línea no hallara solución a sus necesidades.

Variable 2: Satisfacción del cliente - analizando la dimensión calidad percibida:

6) ¿La banca electrónica cumple con la calidad del servicio ofrecido?

Tabla 14

Cumplimiento de calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	8	3,2	3,2	3,2
	Casi nunca	32	12,8	12,8	16,0
	A veces	35	14,0	14,0	30,0
	Casi siempre	99	39,6	39,6	69,6
	Siempre	76	30,4	30,4	100,0
	Total	250	100,0	100,0	

Fuente: Datos obtenidos a través del procesamiento de software SPSS.

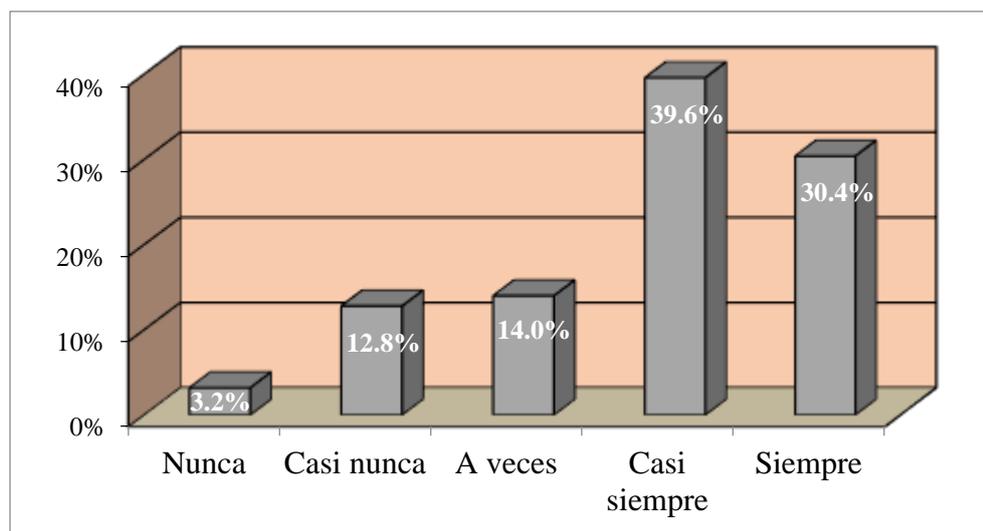


Figura 63. Cumplimiento de calidad.

El 70 % de clientes, entre casi siempre y siempre, considera que se cumple con la calidad del servicio ofrecido en la banca electrónica. El 16 % de clientes entre casi nunca y nunca indican que el servicio ofrecido no alcanza la calidad prevista a través de la banca en línea. En promedio 1 de cada cinco clientes no percibe una calidad debida al usar la banca electrónica.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

Según los resultados obtenidos en el análisis inferencial al realizar la prueba no paramétrica Rho de Spearman para probar la hipótesis general planteada, se obtuvo un valor de significancia igual a 0.000, siendo menor a 0.05 según lo esperado en el nivel de confianza al 95%. Además, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.902, lo que nos indica un grado de correlación positivo muy alto entre las variables de estudio, permitiendo aceptar la hipótesis general, así que se demuestra que existe relación entre la banca electrónica y la satisfacción del cliente.

En relación a la banca electrónica, los resultados permitieron señalar que existe una calificación positiva respecto a la eficiencia de la plataforma virtual, donde el 72 % la calificó como eficiente y el 21 % como regular y donde solamente el 7 % la catalogó como deficiente, al considerarse dimensiones como la accesibilidad, la rapidez y la seguridad de este medio de atención digital. Por otro lado, respecto a la satisfacción del cliente, se evidenciaron resultados similares a la variable independiente considerando dimensiones como expectativa, percepción y calidad percibida, en donde el 68 % de clientes catalogaron en una escala alta su satisfacción, mientras que el 24 % señalaron que se encuentra en un nivel medio y solamente el 8% sostuvieron que la satisfacción que poseen es de un nivel bajo.

Este hallazgo en la investigación es similar con lo mencionado por Cabrera, Morante y Pacherras (2016) que establecieron una correlación significativa entre el conocimiento de los beneficios de los canales alternativos y la satisfacción de los clientes. Uno de los principales factores de diferenciación y aceptación que conlleva al uso de estos medios es el caso de la banca por internet dado que sus niveles de accesibilidad, garantía, ahorro de tiempo y dinero están en proporción a la satisfacción generada en sus clientes, por lo que la continuidad de su práctica dependerá del conocimiento que mantengan y del grado de motivación que impulse la entidad.

En contraste a los resultados de la hipótesis general planteada, en donde se evidenció la relación existente de la banca electrónica y la satisfacción de los clientes en la entidad bancaria en cuestión, Domínguez (2018) al realizar su investigación en un contexto similar al nacional, consistiendo en un análisis de la calidad de los servicios en línea y la satisfacción de los clientes, logró concluir que existe un cierto grado de aceptación de los clientes de la entidad bancaria en donde se aplicó el instrumento, pero aún existen inconvenientes que refieren principalmente al grado de desconfianza que aún se logra evidenciar.

Respecto a los resultados obtenidos para la hipótesis específica 1 con la prueba no paramétrica Rho de Spearman se obtuvo un valor de significancia igual a 0.000, siendo menor a 0.05 según lo esperado en el nivel de confianza al 95%. Además, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.681, lo que nos indica un grado de correlación de las variables moderado, permitiendo aceptar la hipótesis específica 1, se demuestra que existe relación entre la accesibilidad de la banca electrónica y las expectativas del cliente.

Según los resultados obtenidos en el análisis descriptivo de la dimensión accesibilidad de la banca electrónica, encontramos que el indicador más valorado por los clientes es la disponibilidad ya que les permite acceder a los servicios en línea en cualquier momento sin restricciones y por la dimensión expectativa de la satisfacción del cliente el indicador más valorado es la utilidad ya que permite al cliente obtener resultados concretos que si le sean útiles.

Estos resultados guardan relación con el estudio de Saravia (2018) donde pretende reconocer las variables que expliquen el uso de la banca electrónica por parte de los clientes y donde se indica que en mayor proporción es la utilidad percibida del sitio web responsable de reforzar la imagen, seguridad y proporcionar las garantías que el banco transmite a sus clientes para que puedan acceder y realizar sus operaciones a través de la banca en línea.

Sobre los resultados obtenidos para la hipótesis específica 2 con la prueba no paramétrica Rho de Spearman se obtuvo un valor de significancia igual a 0.000, siendo menor a 0.05 según lo esperado en el nivel de confianza al 95%. También, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.792, lo que nos indica un grado de correlación de las variables alto, por lo que fue posible aceptar la hipótesis específica 2 y se demuestra que existe relación entre la rapidez de la banca electrónica y la percepción del cliente.

En lo que respecta a los resultados obtenidos en el análisis descriptivo de la dimensión rapidez de la banca electrónica, se halla que el indicador más representativo para los clientes está dado por la velocidad o celeridad que encuentran en la banca en línea al realizar sus diferentes operaciones, mientras que para la dimensión percepción de la satisfacción del cliente se encontró que es el indicador más valorado es la cobertura ya que en el tiempo de uso de los servicios y productos ofrecidos a través de este medio sienten que sus beneficios les permite cubrir sus necesidades financieras.

En un contexto similar a nuestra investigación Alcívar y Franco (2016) en su análisis sobre el uso de la banca electrónica por parte de personas mayores a 40 años concuerdan al indicar que la rapidez es uno de los mayores beneficios que encuentran a través de este medio de atención porque se adaptan a las tecnologías actuales, pero en lo que no concuerdan es en la percepción que tienen los clientes al aceptar los productos y servicios que están regidos más por la percepción de la trayectoria del banco al que pertenecen que por las necesidades en sí que requieren cubrir.

Sobre los resultados obtenidos para la hipótesis específica 3 con la prueba no paramétrica Rho de Spearman se obtuvo un valor de significancia igual a 0.000, siendo menor a 0.05 según lo esperado en el nivel de confianza al 95%. Además, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.883, lo que nos indica un grado de correlación de las variables alto, por lo que

fue posible aceptar la hipótesis específica 3, se demuestra que existe relación entre la seguridad de la banca electrónica y la calidad percibida del cliente.

Sobre los resultados obtenidos en el análisis descriptivo para la dimensión seguridad de la banca electrónica, se encontró que el indicador más valorado por los clientes es la garantía que ofrece este medio de atención ya que les permite realizar sus operaciones con la debida seguridad. Además, sobre la dimensión calidad percibida de la satisfacción del cliente, el indicador más apreciado es el cumplimiento ya que responde a la calidad del servicio que se ofrece y esperan de la banca en línea.

En un contexto similar a nuestra publicación Lévy, Bourgault, Calvo y Trudel (2020) explican como la confianza y la satisfacción del cliente influyen en la intención de usar los servicios de la banca en línea en uno de los países con un mayor índice de aceptación del internet. La seguridad en el sistema es la variable de mayor influencia en la confianza del usuario para usar los servicios financieros en la banca en línea, así también la confianza en línea es la variable de mayor influencia sobre la satisfacción de los clientes, por lo expuesto la satisfacción del cliente influye en la intención de uso de los servicios en línea.

4.2. Conclusiones

En base a los resultados obtenidos se ha llegado a cumplir el objetivo general planteado, analizar la relación de la banca electrónica con la satisfacción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019. Se llegó a la conclusión que la satisfacción del cliente está en proporción a la eficiencia ofrecida por la banca electrónica al encontrarse porcentajes similares tanto en la aceptación de uso de este medio de atención como en la valoración que se le dan a su satisfacción, siendo que 7 de cada diez clientes que acceden y usan los servicios o productos de la banca en línea se sienten satisfechos por el servicio y la calidad que reciben.

En base a los resultados obtenidos se ha llegado a cumplir el objetivo específico 1 planteado, determinar la relación de la accesibilidad de la banca electrónica con las expectativas

del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019. Se llegó a la conclusión que el mayor anhelo o esperanza de las expectativas del cliente respecto a la banca electrónica es conseguir un beneficio, una utilidad que le sea significativa, un resultado útil, además de ahorrar tiempo y que sea fácil. Para poder llegar a ello y conseguirlo, la mayoría de los encuestados afirmaron que la banca electrónica les provee un acceso adecuado y simple a los diferentes productos y servicios, sin ninguna discriminación, siendo la accesibilidad inmediata a la plataforma virtual el punto de inicio en esta relación.

En base a los resultados obtenidos se ha llegado a cumplir el objetivo específico 2 planteado, determinar la relación de la rapidez de la banca electrónica con la percepción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019. Se llegó a la conclusión que la mayoría de clientes al usar la banca en línea perciben, analizan y determinan que los productos y servicios ofrecidos si cubren sus necesidades, además de ser flexibles y presentar un servicio eficiente, pero es la rapidez el atributo que hace posible conseguir esto a través de una interacción breve pero productiva. Dado que el factor tiempo es uno de los principales diferenciadores a comparación de la banca tradicional, al poder obtener estos beneficios de manera más rápida, la percepción de los clientes seguirá manteniéndose positiva.

En base a los resultados obtenidos se ha llegado a cumplir el objetivo específico 3 planteado, determinar la relación de la seguridad de la banca electrónica con la calidad percibida del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019. Se concluyó que la seguridad es un factor decisivo y considerado por los clientes al momento de usar las plataformas virtuales por la necesidad que tienen de salvaguardar su información personal y privacidad. La seguridad en los entornos informáticos puestos a disposición de los clientes forma parte indiscutible de la promesa de servicio ofrecida al cliente, así el cumplimiento de la calidad del servicio ofrecido refleja en la calidad que perciben los clientes los altos niveles de satisfacción encontrados.

Recomendaciones:

Sobre la base de los resultados obtenidos acerca de la banca electrónica y la satisfacción de los clientes, se recomienda el que se sigan implementando tecnologías de fácil acceso y seguridad para la realización de las operaciones en línea, adicionando cada vez más funciones que permitan evitar el uso innecesario de la banca tradicional.

Considerando los resultados obtenidos acerca de la accesibilidad de la banca electrónica y las expectativas del cliente, se recomienda que el acceso y la ejecución de las nuevas funciones de la banca en línea sea cada vez más sencilla, disminuyendo para el cliente la cantidad de pasos a seguir y obtener un uso más frecuente.

Sobre los resultados hallados acerca de la rapidez de la banca electrónica y la percepción de los clientes, se recomienda implementar dentro de las funciones de la banca en línea, algunas operaciones de la banca tradicional para facilitar una atención más rápida y evitar los tiempos de espera.

Acerca de la seguridad de la banca electrónica y la calidad percibida de los clientes, se recomienda mantener la investigación y seguimiento de las nuevas tecnologías que se aplican en actividades que atentan contra la seguridad y privacidad de los clientes al usar los servicios en internet, así como mantener el respectivo tratamiento y confidencialidad de la información financiera de los clientes por los medios de comunicación digitales.

Limitaciones:

En el desarrollo de la presente investigación se presentaron limitaciones tales como la renuencia de algunos clientes al ser consultados para participar en la encuesta sobre la banca electrónica y su satisfacción, reduciendo de esta forma el número de encuestas deseadas por día, teniendo que extender o cambiar los días programados de encuestas en la agencia bancaria para poder llegar al número de la muestra que se decidió al inicio de la investigación.

Otra de las limitaciones encontradas en el presente estudio fue el número reducido de investigaciones como antecedentes nacionales donde se explique específicamente la relación de la banca electrónica con la satisfacción del cliente, dado que se consideran otros canales alternativos en general pero no de manera en específica a la banca electrónica.

REFERENCIAS

- Aibar, M. (2017). *Finanzas personales: planificación, control y gestión*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=HjAbAgAAQBAJ&lpg=PA1&hl=es&pg=PA1#v=onepage&q&f=false>
- Alcívar, J., & Franco, J. (2016). *Análisis del uso de la Banca Electrónica en personas mayores a 40 años en la ciudad de Guayaquil: Caso de estudio página web y APP móvil* (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador.
- Alvares, M., Hernández, J., & López, P. (2007). *Servicios Financieros, Accesibles para todas las personas*. Madrid. Bankinter y Fundación Once.
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación* (3a. ed.). ProQuest Ebook Central <https://ebookcentral.proquest.com>
- Cabrera, L., Morante, D., & Pacherres, A. (2016). *El conocimiento de beneficios de canales alternativos y la satisfacción de los clientes de la agencia Benavides Filial Chincha del Banco de Crédito del Perú* (Tesis de Licenciatura). Universidad Inca Garcilaso de la vega, Chincha, Perú.
- Córdoba, J., Calero, C., & Marhuenda, Y. (2007). Modelo de Calidad para Portales Bancarios, 2-12. Recuperado de <https://www.dlsi.ua.es/~ccachero/papers/clei07.pdf>
- Domínguez, J. (2018). *Análisis de la calidad de los servicios en línea y la satisfacción de los clientes del Banco Internacional de la ciudad de Guayaquil* (Tesis de Maestría). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador.
- Figueredo, P. (2016). *Análisis de un modelo de confianza hacia la banca en internet, en un país de baja adopción* (Tesis de Licenciatura). Universidad de Chile, Santiago, Chile.

Gonzales, A. (2017). *El desarrollo de la banca electronica y la aceptacion de los clientes de Lima Metropolitana de los 04 principales Bancos del Peru*. (Tesis de Licenciatura).

Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú.

Gosso, F. (2008). *Hiper satisfacción del cliente*. Recuperado de https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=f0th8fk8lgsC&oi=fnd&pg=PA6&dq=H%C3%ADper+Satisfacci%C3%B3n+del+Cliente&ots=pBQvQjt9wn&sig=UitcsQwIFSNAsg9Cu9ZRXyEVfrQ#v=onepage&q=H%C3%ADper%20Satisfacci%C3%B3n%20del%20Cliente&f=false

Guerrero, G. (2014). *Metodología de la investigación*. ProQuest Ebook Central <https://ebookcentral.proquest.com>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. ed.). ProQuest Ebook Central <https://ebookcentral.proquest.com>

Huete, M. (2017). *Incidencia en el uso de los canales de servicios alternativos - Agentes Banpro, en la zona urbana del municipio de Matagalpa, durante el periodo 2017* (Tesis de Maestría). Universidad Nacional de Autónoma de Nicaragua, Managua, Nicaragua.

Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. México: Pearson.

Lara, E. (2013). *Fundamentos de investigación - Un enfoque por competencias*. Recuperado de https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=LgDYDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=libro+de+metodologia+de+la+investigacion&ots=TYB5cyaPJO&sig=wPSORbHrVZEf-zwsd6K6Tu1pQfY#v=onepage&q&f=false

Lefcovich, M. (2009). *Satisfacción del consumidor*. ProQuest Ebook Central <https://ebookcentral.proquest.com>

Lévy, J., Bourgault, N., Calvo, C., y Trudel, M. (2020). La influencia de la confianza y satisfacción del cliente en la intención de uso de los servicios bancarios por internet: un modelo estructural. *Ciencia Ergo Sum*, 27(2), 1–22. doi.org/10.30878/ces.v27n2a3

Miranda, F., Chamorro, A., y Rubio, S. (2007). Introducción a la gestión de calidad. Recuperado de

https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=KYSMQQyQAbYC&oi=fnd&pg=PA1&dq=calidad+percibida+libros&ots=Iuo4gipR7n&sig=65tfISPOQG0Qq59Q971IT4hkIXM#v=onepage&q&f=false

Moro, M. y Rodés, A. (2014). *Marketing digital: Comercio y marketing*. Recuperado de

https://books.google.es/books?id=CBpfAwAAQBAJ&lpq=PA1&ots=Fp1_araLhv&dq=Marketing%20digital%3A%20Comercio%20y%20marketing&lr&hl=es&pg=PP1#v=onepage&q=Marketing%20digital:%20Comercio%20y%20marketing&f=false

Otzen, T., y Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232. doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037

Pérez, H., Lagunes, M., Vázquez, S., y Barahona, J. (2015). Las percepciones de la satisfacción del cliente en las entidades financieras: Evidencia de Puebla, México. *Revista Electrónica de Internacional Administración & Finanzas*, 8 (6), 29-38. Recuperado de <https://www.researchgate.net/publication/280385802>

Saravia, E. (2018). Adopción de Tecnología en Servicios de Banca Electrónica . *GECONTEC: Revista Internacional De Gestión Del Conocimiento Y La Tecnología*, 6(2), 24-48. Recuperado a partir de <https://upo.es/revistas/index.php/gecontec/article/view/3167>

Scotiabank. (2020). *Memoria Anual 2019*. Recuperado de <https://www.smv.gob.pe/ConsultasP8/temp/MEMORIA%20SBP%202019-vf.pdf>

Suriaga, M., Bonilla, J., & Sánchez, L. (2016). Banca Electrónica. *Revista Académica Contribuciones a la Economía*, 2-13. Recuperado de <http://eumed.net/ce/2016/1/banca.html>

Thompson, I. (2005). La Satisfacción del Cliente. Moodle, 1-6.

Valdiviezo, Z. (2017). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el área de operaciones del Banco de Crédito del Perú, Agencia Piura 2016* (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional de Piura, Perú.

Yauri, J., & Tomas, F. (2018). *Las TIC y su influencia en la cobertura de los canales de atención del BCP agencia Pasco - 2018* Pasco (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco, Perú.

ANEXOS

ANEXO n. ° 1. Matriz de consistencia.

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES		DISEÑO METODOLÓGICO
	Problema Principal	Objetivos Principal	Hipótesis Principal	Variable 1	Variable 2	Método
La banca electrónica y la satisfacción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019	¿En qué medida la banca electrónica se relaciona con la satisfacción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019?	Analizar la relación de la banca electrónica con la satisfacción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019.	Existe relación entre la banca electrónica y la satisfacción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019.	Banca electrónica	Satisfacción del cliente	Tipo: Investigación cuantitativa Enfoque/nivel: Cuantitativo Nivel: Descriptivo correlacional Diseño de investigación: No experimental Corte: Transversal Técnica de recolección de datos: La encuesta Instrumento de recolección de datos: el cuestionario, usando Escala de Likert con los siguientes valores: <ul style="list-style-type: none"> • Siempre (5) • Casi siempre (4) • A veces (3) • Casi nunca (2) • Nunca (1) Población: Clientes de la agencia Caquetá del Banco Scotiabank: 5,912 clientes Muestra: Tipo No probabilístico por conveniencia: 250 clientes
	Problema Específico 1	Objetivo Específico 1	Hipótesis Especifica 1	Operacionalización		
	¿De qué manera la accesibilidad de la banca electrónica se relaciona con las expectativas del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019?	Determinar la relación de la accesibilidad de la banca electrónica con las expectativas del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019	Existe relación entre la accesibilidad de la banca electrónica y las expectativas del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019.			
	Problema Específico 2	Objetivo Específico 2	Hipótesis Especifica 2			
¿Cómo se relaciona la rapidez de la banca electrónica con la percepción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019?	Determinar la relación de la rapidez de la banca electrónica con la percepción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019	Existe relación entre la rapidez de la banca electrónica y la percepción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019.				
Problema Específico 3	Objetivo Específico 3	Hipótesis Especifica 3				
¿De qué manera la seguridad de la banca electrónica se relaciona con la calidad percibida del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019?	Determinar la relación de la seguridad de la banca electrónica con la calidad percibida del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019.	Existe relación entre la seguridad de la banca electrónica y la calidad percibida del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019.				

ANEXO n.º 2 Cuestionario de Banca electrónica y Satisfacción del cliente.

ENCUESTA DE BANCA ELECTRÓNICA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

(Jimmy Dante Cjahuá Taco y Mirella Gisella Valdez Valderrama, Rímac, 2019)

Instrucciones:

El propósito del estudio *"La banca electrónica y la satisfacción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019"* es analizar la relación de la banca electrónica con la satisfacción del cliente en el Banco Scotiabank del distrito del Rímac, 2019. Este estudio es promovido por Universidad Privada del Norte (UPN).

Si decide participar, le solicitaremos algunos datos personales y su apoyo respondiendo algunas preguntas. Su participación en el estudio le tomará entre 5 y 10 minutos.

Si luego de empezar a responder las preguntas, no desea seguir adelante por diferentes razones, siéntase con total libertad para comunicarlo a los investigadores. Tenga en cuenta que el no participar o el abandonar el estudio, no ocasionará perjuicio alguno para usted.

Sus respuestas serán transcritas y registradas en una matriz de datos para su posterior análisis. Luego de ello, los resultados serán presentados como parte del estudio *"La banca electrónica y la satisfacción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019"* en la UPN, pero bajo ningún punto de vista revelaremos la identidad de los participantes u otra información que permita identificarlos. En ese sentido, queda garantizada la privacidad de la información que nos brinde. Su participación es voluntaria, por ello la información recogida será confidencial y solo se usará para el propósito antes señalado. Si tuviera alguna duda o consulta adicional, puede escribir a los investigadores, cuyas direcciones de correo aparecen debajo.

Preguntas	Alternativas de respuesta				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
1. Tengo acceso a la banca electrónica en cualquier momento					
2. Puedo acceder a todas las funciones de la banca electrónica					
3. Puedo acceder a consultar todos mis productos bancarios					
4. Accedo a la banca electrónica con sencillez					
5. La interacción en la banca electrónica es rápida					
6. Puedo revisar información de interés de manera más rápida a través de la banca electrónica					
7. Mis operaciones las realizo con rapidez					
8. Recibo propuestas de interés de manera más rápida a través de la banca electrónica					
9. Mi información personal es tratada con total confidencialidad					
10. Recibo información financiera con total seguridad					
11. Realizo mis operaciones con la debida seguridad					

12. La conexión a la banca electrónica es segura					
13. La banca electrónica me ofrece resultados útiles					
14. Las operaciones en banca electrónica se realizan con transparencia					
15. Ahorro tiempo al usar la banca electrónica					
16. La banca electrónica facilita realizar mis operaciones					
17. Los productos y servicios ofrecidos cubren mis necesidades					
18. Por medio de la banca electrónica puedo realizar diversas funciones y operaciones					
19. La banca electrónica me brinda soluciones flexibles que se ajustan a mis necesidades					
20. El servicio es eficiente en comparación a otros bancos					
21. Recomendaría usar la banca electrónica por la calidad de mi experiencia					
22. Considero que la banca electrónica tiene diferentes beneficios que la banca tradicional					
23. A través de la banca electrónica puedo personalizar mis operaciones					
24. La banca electrónica cumple con la calidad del servicio ofrecido					

ANEXO n.º 3 Validación de juicio de experto 1.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y nombres del experto: Luis Ricardo Cárdenas Torres
- 1.2. Grado académico y/o título: Magister en Gestión Educacional
- 1.3. Cargo e institución donde labora: Universidad Privada del Norte
- 1.4. Título de la investigación: “La banca electrónica y la satisfacción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019”.
- 1.5. Nombre del instrumento: Encuesta de banca electrónica y Encuesta de satisfacción del cliente.
- 1.6. Autor del instrumento: Bach. Jimmy Dante Cjahuá Taco y Bach. Mirella Gisella Valdez Valderrama.
- 1.7. Para obtener el título de: Licenciado (a) en Administración.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN	CRITERIOS	EXCELENTE (5)	BUENA (4)	REGULAR (3)	INSUFICIENTE (2)	MALA (1)
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.		X			
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en lo observado bajo metodología científica.	X				
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología	X				
4. ORGANIZACIÓN.	Existe una organización lógica.		X			
5. SURCIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.	X				
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de las variables a estudiar.	X				
7. COHERENCIA	Entre los problemas, objetivos e hipótesis.	X				
8. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos y científicos.		X			
9. CONVENIENCIA	Adecuado para resolver el problema.		X			
10. METODOLOGÍA	Cumple con los procedimientos adecuados para alcanzar los objetivos.		X			
TOTAL - PARCIAL	45	25	20			

PUNTUACIÓN

De 10 a 20:	<input type="checkbox"/>	No válido, reformular
De 21 a 30:	<input type="checkbox"/>	No válido, modificar
De 31 a 40:	<input type="checkbox"/>	Validar, mejorar
De 41 a 50:	<input checked="" type="checkbox"/>	Válido, aplicar

OBSERVACIONES:

.....

LUGAR Y FECHA: Los Olivos, 11 de octubre del 2020


Firma

ANEXO n.º 4 Validación de juicio de experto 2.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y nombres del experto: **Nancy Alfonsina Negreiros Mora**
- 1.2. Grado académico y/o título: Magister
- 1.3. Cargo e institución donde labora: Universidad Privada del Norte
- 1.4. Título de la investigación: “La banca electrónica y la satisfacción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019”.
- 1.5. Nombre del instrumento: Encuesta de banca electrónica y Encuesta de satisfacción del cliente.
- 1.6. Autor del instrumento: Bach. Jimmy Dante Cjahuá Taco y Bach. Mirella Gisella Valdez Valderrama.
- 1.7. Para obtener el título de: Licenciado (a) en Administración.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

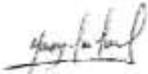
INDICADORES DE EVALUACIÓN	CRITERIOS	EXCELENTE (5)	BUENA (4)	REGULAR (3)	INSUFICIENTE (2)	MALA (1)
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.	X				
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en lo observado bajo metodología científica.	X				
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología		X			
4. ORGANIZACIÓN.	Existe una organización lógica.	X				
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.	X				
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de las variables a estudiar.	X				
7. COHERENCIA	Entre los problemas, objetivos e hipótesis.	X				
8. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos y científicos.	X				
9. CONVENIENCIA	Adecuado para resolver el problema.	X				
10. METODOLOGÍA	Cumple con los procedimientos adecuados para alcanzar los objetivos.	X				
TOTAL - PARCIAL						

PUNTUACIÓN

De 10 a 20:	<input type="checkbox"/>	No válido, reformular
De 21 a 30:	<input type="checkbox"/>	No válido, modificar
De 31 a 40:	<input type="checkbox"/>	Validar, mejorar
De 41 a 50:	<input checked="" type="checkbox"/>	Válido, aplicar

OBSERVACIONES: Ninguna

LUGAR Y FECHA: Lima, 05 de octubre del 2020



Nancy Alfonsina Negreiros Mora
DNI N°18136825

ANEXO n.º 5 Validación de juicio de experto 3.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y nombres del experto: Bacigalupo Lago Raul Santiago
- 1.2. Grado académico y/o título: Maestría en Docencia universitaria y Gestión Educativa
- 1.3. Cargo e institución donde labora: Universidad Privada del Norte
- 1.4. Título de la investigación: “La banca electrónica y la satisfacción del cliente en el Banco Scotiabank, distrito del Rímac, 2019”.
- 1.5. Nombre del instrumento: Encuesta de banca electrónica y Encuesta de satisfacción del cliente.
- 1.6. Autor del instrumento: Bach. Jimmy Dante Cjahua Taco y Bach. Mirella Gisella Valdez Valderrama.
- 1.7. Para obtener el título de: Licenciado (a) en Administración.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN	CRITERIOS	EXCELENTE (5)	BUENA (4)	REGULAR (3)	INSUFICIENTE (2)	MALA (1)
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.	x				
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en lo observado bajo metodología científica.	x				
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología	x				
4. ORGANIZACIÓN.	Existe una organización lógica.	x				
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.	x				
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de las variables a estudiar.	x				
7. COHERENCIA	Entre los problemas, objetivos e hipótesis.	x				
8. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos y científicos.	x				
9. CONVENIENCIA	Adecuado para resolver el problema.	x				
10. METODOLOGÍA	Cumple con los procedimientos adecuados para alcanzar los objetivos.	x				
TOTAL - PARCIAL		50				

PUNTUACIÓN

De 10 a 20:	<input type="checkbox"/>	No válido, reformular
De 21 a 30:	<input type="checkbox"/>	No válido, modificar
De 31 a 40:	<input type="checkbox"/>	Validar, mejorar
De 41 a 50:	<input checked="" type="checkbox"/>	Válido, aplicar

OBSERVACIONES:

Lima, 12 de octubre del 2020



Firma

ANEXO n.º 6 Carta de autorización.

 UNIVERSIDAD
PRIVADA DEL NORTE

Formato 4

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA
PARA OBTENCIÓN DE TÍTULO PROFESIONAL**

Yo Raúl Mauricio Segá Zambrano, identificado con DNI N° 40973248, en mi calidad de Gerente General de la agencia Caquetá CDR 679 del Banco Scotiabank Perú S.A.A. con R.U.C N° 20100043140, ubicado en la ciudad de Lima, distrito de Rímac.

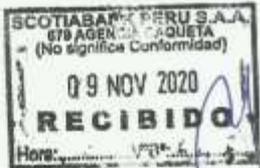
OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

Al señor Jimmy Dante Cjahuá Taco, identificado con DNI N° 40454905, bachiller en la carrera de Administración y a la srta. Mirella Gisella Valdez Valderrama, identificada con DNI N° 46966446, bachiller en la carrera de Administración, para que utilicen la información de la encuesta realizada en la agencia Caquetá sobre la banca electrónica y la satisfacción del cliente; con la finalidad de que puedan desarrollar su Tesis (X) o Trabajo de Suficiencia Profesional () y de esta manera optar al Título Profesional.

09 de Noviembre del 2020

Adjunto a esta carta, está la siguiente documentación:

() Sólo Para Modalidad Suficiencia Profesional: Adjunta Vigencia Poder del Representante Legal de la Empresa con vigencia no menor a 90 días.



Horas:



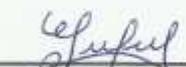
RAÚL SEGÁ ZAMBRANO
Gerente de Agencia

Firma del Representante de la Empresa
DNI: 40973248

El Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en la Tesis o Trabajo de Suficiencia Profesional son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Bachiller será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; y asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.



Firma del Bachiller
DNI: 40454905



Firma del Bachiller
DNI: 46966446

ANEXO n.º 7 Exportación de datos Excel a SPSS.

*ANALISIS INFERENCIAL.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Visible: 36 de 36 variables

	SE...	ED AD	CONDICION	PROFESION	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19
1	M	55	Indepen...	Aboga...	CAS...	CAS...	CA...	SI...	SIE...	SIE...	SI...	CA...	SI...	SI...	SI...	SIE...	S...	SI...	SI...	SIE...	CA...	SI...	
2	F	52	Indepen...	Aboga...	CAS...	CAS...	CA...	SI...	SIE...	SIE...	CA...	CA...	CA...	A...	CA...	CA...	CAS...	C...	CA...	SI...	CAS...	CA...	CA...
3	M	40	Indepen...	Comer...	CAS...	A V...	A...	A...	A V...	CAS...	A...	A...	A...	A...	CA...	A...	A V...	A...	A...	CA...	A V...	A...	A...
4	M	56	Indepen...	Negoc...	CAS...	CAS...	CA...	SI...	CAS...	CAS...	CA...	CA...	CA...	CA...	CA...	CAS...	C...	CA...	CA...	CAS...	CA...	CA...	
5	F	49	Indepen...	Comer...	A V...	CAS...	CA...	CA...	CAS...	CAS...	CA...	CA...	CA...	CA...	CA...	CAS...	C...	CA...	CA...	CAS...	CA...	CA...	
6	M	35	Indepen...	Negoc...	A V...	CAS...	CA...	CA...	CAS...	CAS...	CA...	CA...	CA...	CA...	CA...	CAS...	C...	CA...	SI...	A V...	CA...	CA...	
7	M	66	Indepen...	Negoc...	A V...	CAS...	A...	A...	A V...	A V...	A...	NU...	CA...	CA...	CA...	CAS...	C...	CA...	CA...	A V...	A...	A...	
8	M	53	Indepen...	Negoc...	CAS...	CAS...	CA...	CA...	CAS...	CAS...	CA...	CA...	CA...	CA...	CA...	CAS...	S...	CA...	CA...	CAS...	CA...	CA...	
9	M	52	Indepen...	Negoc...	A V...	CAS...	CA...	CA...	CAS...	SIE...	CA...	CA...	CA...	CA...	CA...	CAS...	C...	SI...	CA...	SIE...	CA...	CA...	
10	F	68	Dependi...	Emple...	CAS...	CAS...	A...	A...	CAS...	A V...	CA...	NU...	CA...	CA...	CA...	CAS...	C...	CA...	CA...	CAS...	CA...	SI...	
11	M	42	Indepen...	Comer...	A V...	CAS...	CA...	CA...	SIE...	CAS...	SI...	A...	CA...	A...	CA...	A V...	C...	CA...	CA...	CAS...	A...	SI...	
12	M	58	Dependi...	Emple...	CAS...	CAS...	CA...	SI...	CAS...	CAS...	SI...	CA...	CA...	CA...	CA...	SIE...	C...	CA...	CA...	CAS...	SI...	CA...	
13	M	42	Indepen...	Negoc...	CAS...	A V...	A...	A...	CAS...	CAS...	A...	A...	A...	A...	A...	A V...	A...	A...	CA...	A V...	A...	A...	
14	M	31	Indepen...	Negoc...	CAS...	CAS...	CA...	SI...	CAS...	CAS...	CA...	CA...	SI...	SI...	SI...	SIE...	S...	SI...	SI...	CAS...	SI...	CA...	
15	M	41	Indepen...	Comer...	CAS...	CAS...	CA...	CA...	CAS...	CAS...	CA...	CA...	CA...	CA...	CA...	CAS...	C...	CA...	CA...	A V...	CA...	CA...	
16	F	37	Dependi...	Emple...	CAS...	NUN...	CA...	A...	A V...	A V...	CA...	A...	A...	A...	A...	CA...	CAS...	A...	A...	CA...	CAS...	CA...	A...
17	M	53	Indepen...	Negoc...	CAS...	A V...	A...	A...	CAS...	CAS...	A...	A...	A...	A...	A...	A V...	A...	A...	CA...	A V...	A...	A...	
18	F	56	Indepen...	Comer...	CAS...	A V...	SI...	A...	A V...	A V...	A...	NU...	CA...	CA...	CA...	CAS...	S...	CA...	SI...	A V...	A...	A...	
19	M	57	Dependi...	Emple...	CAS...	CAS...	SI...	SI...	CAS...	SIE...	CA...	CA...	SI...	SI...	SI...	SIE...	S...	SI...	SI...	SIE...	SI...	SI...	
20	F	25	Dependi...	Emple...	SIE...	SIE...	SI...	SI...	SIE...	SIE...	SI...	SI...	SI...	SI...	SI...	CAS...	S...	CA...	CA...	SIE...	CA...	CA...	
21	F	29	Indepen...	Negoc...	CAS...	NUN...	CA...	A...	A V...	A V...	CA...	A...	A...	CA...	A...	CA...	CAS...	A...	A...	CA...	CAS...	CA...	A...
22	F	56	Indepen...	Comer...	CAS...	CAS...	SI...	SI...	CAS...	SIE...	CA...	CA...	CA...	CA...	CA...	CAS...	C...	CA...	CA...	SIE...	CA...	SI...	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

ANEXO n.º 8 Correlaciona de variable dependiente e independiente.

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Logaritmo
 Correlaciones no paramétricas
 Títulos
 Notas
 Correlaciones
 Logaritmo
 Correlaciones no paramétricas
 Títulos
 Notas
 Correlaciones
 Logaritmo
 Correlaciones no paramétricas
 Títulos
 Notas
 Correlaciones
 Logaritmo
 Correlaciones no paramétricas
 Títulos
 Notas
 Correlaciones

```

NONPAR CORR
/VARIABLES=SUMA_V1 SUMA_V2
/PRINT=SPEARMAN TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
  
```

Correlaciones no paramétricas

Correlaciones

			Banca Electrónica	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Banca Electrónica	Coefficiente de correlación	1,000	,902**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	250	250
Satisfacción del cliente		Coefficiente de correlación	,902**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	250	250

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

```

NONPAR CORR
/VARIABLES=DIM_1 DIM_4
/PRINT=SPEARMAN TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
  
```

Correlaciones no paramétricas

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

