



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**“MEDIOS VIRTUALES Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN  
AL CLIENTE DEL BANCO SCOTIABANK PERÚ - AGENCIA CHIMÚ  
1 DE SAN JUAN DE LURIGANCHO”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL  
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR:**

**BRIGITH MARGOT TAPIA ESTELA**

**ASESOR:**

**MG. TERESA GONZALES MONCADA**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES**

**LIMA – PERÚ**

**2015**

## Página del Jurado

---

**Mg. Teresa Gonzales Moncada**  
**Presidente**



---

**Eco. Cesar Cifuentes La Rosa**  
**Secretario**

---

**CPC. Jorge Collahua Enciso**  
**Vocal**

### **Epígrafe**

*“El hombre nunca puede saber qué debe querer, porque vive sólo una vida y no tiene modo de compararla con sus vidas precedentes ni de enmendarla en sus vidas posteriores.”*

*Milan Kundera*

### **Dedicatoria:**

Con todo mi cariño y mi amor para las personas que hicieron todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, a ustedes por siempre mi corazón y mi agradecimiento.

Papá y mamá

A tu paciencia y comprensión, preferiste sacrificar tu tiempo para que yo pudiera cumplir con el mío. Por inspirarme a seguir creciendo, ahora puedo decir que esta tesis lleva mucho de ti, gracias por estar siempre a mi lado.

Nickolas

### **Agradecimiento:**

En primer lugar a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad hasta ahora; en segundo lugar a cada uno de los que son parte de mi familia a mi PADRE, mi MADRE, a mis hermanos, por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora. Por último al programa SUBE de la universidad, porque me dio la oportunidad de lograrlo y a mi asesora de tesis quién me ayudó en todo momento, Mg. Teresa Gonzales.

## **Declaración de Autenticidad**

Yo Brigith Margot Tapia Estela, con DNI N°43435343, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Administración, Escuela de Ciencias Empresariales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

San Juan de Lurigancho 30 de mayo del 2015



**Brigith Margot Tapia Estela**

## **Presentación**

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la tesis titulada *Medios virtuales y su relación con la satisfacción al cliente del Banco Scotiabank Perú Agencia Chimú 1 de San Juan de Lurigancho*, con la finalidad de reconocer la relación que existe entre los medios virtuales y la satisfacción al cliente en el Banco Scotiabank Perú Agencia Chimú 1 de San Juan de Lurigancho, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración.

**Brigith Margot Tapia Estela**

# Índice

Página del Jurado	ii
Epígrafe	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Declaratoria de autenticidad	vi
Presentación	vii
Índice	viii
Resumen	x
Abstract	xi
I. Introducción	12
Problema	43
Hipótesis	43
Objetivos	44
II. Marco metodológico	45
2.1. Variables	45
2.2. Operacionalización de las variables	46
2.3. Metodología	47
2.4. Tipo de estudio	48
2.5. Diseño	49
2.6. Población, muestra y muestreo	49
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	50
2.7.1. Técnicas de recolección	50
2.7.2. Instrumentos de recolección	50
III. Resultados	53
Confiability de los instrumentos	53
Evaluación de expertos	54
Resultados sobre los medios virtuales	55
Resultados sobre la Satisfacción del cliente	56
Contrastación de hipótesis	57
IV. Discusión	71
V. Conclusiones	76

VI. Recomendaciones	78
VII. Referencias bibliográficas	80
ANEXOS	

## Resumen

Medios virtuales y su relación con la satisfacción al cliente del banco Scotiabank Perú – Agencia chimú 1 de San Juan de Lurigancho, la investigación tuvo como objetivo general identificar la relación que existe entre los medios virtuales y la satisfacción al cliente del banco Scotiabank Perú – Agencia chimú 1 de San Juan de Lurigancho. La variable objeto de estudio fue medios virtuales medida según autora Escoto (2001) a través de los elementos comunicación virtual, accesibilidad y comodidad, así mismo la variable satisfacción al cliente según autor Kotler (2003) se mide a través de los elementos expectativas y confianza. La investigación es de tipo descriptivo correlacional, los métodos utilizados en la investigación son científico, documental, hipotético deductivo, observacional, con un diseño no experimental con corte transversal, ya que no se manipularan las variables. Para ello la población estuvo conformada por 87 clientes de la agencia, a través del muestreo probabilístico y aleatorio simple y aplicando la fórmula de población finita la muestra salió 70 clientes, la técnica que se aplicó en la investigación fue la encuesta a través de un cuestionario con preguntas cerradas de tipo Likert. El cual luego fue validado por un juicio de expertos, determinando su confiabilidad mediante el alfa de cronbach, se utilizó el software estadístico SPSS en su versión 21 para el procesamiento de datos. Para la prueba de hipótesis se utilizara la prueba chi cuadrado, por medio de la cual se realizara la contrastación de la hipótesis y se determinara las conclusiones.

**Palabras claves:** Medios virtuales, satisfacción, cliente.

## **Abstract**

Virtual Media and its relationship to customer satisfaction of Scotiabank Peru - Chimu Agency 1 San Juan de Lurigancho, the overall objective research was to identify the relationship between the virtual media and customer satisfaction of Scotiabank Peru - Agency Chimu 1 San Juan de Lurigancho. The variable under study was measured by virtual means Escoto author (2001) through virtual communication, accessibility and convenience items, also varying customer satisfaction by Author Kotler (2003) is measured by the elements of expectations and confidence. The research is correlational descriptive, the methods used in the research are scientific, documentary, deductive, observational, non-experimental design with crosscut hypothetical, since the variables are not manipulated. This population consisted of 87 clients of the agency, through the probabilistic and simple random sampling and applying the formula for finite population sample came 70 clients, the technique was applied in the research was the survey through a questionnaire closed questions with Likert. Which was later validated by an expert judgment, determining its reliability by Cronbach's alpha, the SPSS statistical software was used in version 21 for data processing. For hypothesis testing the chi-square test was used, through which the testing of the hypothesis was done and the findings will be determined.

**Keywords:** Virtual Media, satisfaction, customer.